



AO REI DOS MÁGICOS: A LOJA CARIOCA QUE VENDIA O EXTRAORDINÁRIO NO SÉCULO XIX¹

Viviane Santos de Oliveira²

Resumo:

O objetivo do presente trabalho é identificar e analisar o imaginário social presente no Rio de Janeiro na segunda metade do século XIX no que tange às práticas consideradas mágicas. Tendo a loja *Ao Rei dos Mágicos* como objeto de estudo de uma Micro-História, pretende-se demonstrar a presença latente de um imaginário que relaciona magia aos progressos materiais e tecnológicos, ainda que o contexto social do período fosse de um cientificismo crescente.

Palavras-chave: Magia. Rio de Janeiro. Ao Rei dos Mágicos. Progresso. Rua do Ouvidor.

Abstract:

The aim of this paper is to identify and analyse the social imaginary present in Rio de Janeiro on the second half of the 19th century, considering practices seen as magical. The store *Ao Rei dos Mágicos* is here a subject of a Micro-History study. The aim is to demonstrate the presence of a strong magical imaginary related with technological and material progress, even with a social context of an increasing scientificism.

Keywords: Magic. Rio de Janeiro. Ao Rei dos Mágicos. Progress. Ouvidor Street.

Quem caminha pelas ruas do Centro da cidade do Rio de Janeiro, em meio à correria diária, não é capaz de perceber, muitas vezes, os detalhes e memórias que os prédios que nos cercam carregam consigo. Desenvolver um estudo sobre a história de ruas, monumentos e edifícios que talvez passariam despercebidos diante da tendência macro das pesquisas historiográficas há muito realizadas é permitir que elementos negligenciados ganhem voz para contar uma história que os transcende.

O historiador italiano Carlo Ginzburg, notadamente conhecido por suas contribuições à Micro-História, realiza pesquisas de referência em livros como *O queijo e os Vermes* (2006) e *Os andarilhos do Bem* (1988) para todos aqueles que buscam trabalhar com esse tipo de análise. Partindo de uma observação em escala reduzida, com uma exploração intensa das fontes, Ginzburg apresenta um cenário social ampliado, através do estudo de casos particulares. Suas pesquisas demonstram a importância que os estudos Micro-Históricos possuem para a compreensão de processos históricos ampliados.

1 O presente artigo contou com a orientação e comentários do amigo e Professor André Leonardo Chevitarese, Professor Titular do Instituto de História da UFRJ.

2 Bacharel em Comunicação Social/Publicidade pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e Graduada em História também pela UFRJ. E-mail: v.san.oliveira@gmail.com.

A escolha da loja *Ao Rei dos Mágicos* como objeto de estudo para análise de um imaginário social que relaciona magia não mais a um campo religioso em exclusivo e sim, também, ao progresso material vivenciado no Rio de Janeiro do século XIX, seguiu a linha de pesquisa realizada por Ginzburg. Acredita-se que essa loja, tão representativa em termos de inovação e de ideias que circulavam na sociedade carioca do período, seja capaz de demonstrar uma tendência maior e não restrita somente a seu endereço.

Ao Rei dos Mágicos foi uma loja de variedades do que chamaríamos atualmente de tecnologias. Localizava-se na Rua do Ouvidor, número 116, na esquina com a antiga rua dos Ourives - que teve boa parte de sua extensão extinta após a abertura da Avenida Central. Fundada³ em 1876 por três sócios, sendo Antônio Ribeiro Chaves o mais proeminente deles e o responsável pela fabricação de alguns dos produtos ali comercializados, funcionou por 12 anos no mesmo local, presenciando e protagonizando muitos dos fenômenos científicos do século XIX⁴. Era responsável por comercializar os itens mais modernos e extraordinários que chegavam ao país na época, como relógios mágicos⁵, lunetas mágicas⁶, canetas mágicas⁷, campainhas elétricas, telégrafos, colares que prometiam acabar com a dor de dente das crianças⁸, bichas hamburguesas⁹, produtos para a realização de mágicas, fogos de artifícios, itens para iluminação de festas como copos coloridos, lanternas e venezianas¹⁰, produtos inovadores no combate às pragas e, claro, telefones. A loja era também a fornecedora oficial do Império para artigos como pós de rosto, perfumes franceses e sabonetes finos.

O sobrado que abrigava a loja sobreviveu à Reforma de Pereira Passos e ainda hoje existe no mesmo número 116 da Rua do Ouvidor (ver figura 1). Sua fachada adornada com motivos egípcios chama atenção pela inusitada escolha arquitetônica em relação aos demais prédios do local. Supõem-se que ela seja reflexo de uma egiptomania verificada em diversos pontos do país nos sé-

3 *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, 11 de mar de 1876, p.5.

4 O último registro do *Almanak Laemmert* que aponta Chaves como sócio da loja é de 1885. A última nota que menciona a loja *Ao Rei dos Mágicos* aparece no *Jornal do Commercio* de 1888, indicando provavelmente o ano de seu fechamento. Depois disso, o endereço passa a ser noticiado como um outro estabelecimento de produtos científicos, mas de nome e proprietário diferentes.

5 Relógios que funcionam à base de luz solar.

6 Óculos de grau na linguagem da época.

7 Canetas à base de eletricidade que prometiam acabar com as "mãos que tremiam". *Correio do Brasil*, Rio de Janeiro, 27 de out de 1872, p.2.

8 Colares de ânodos eletromagnéticos.

9 Sanguessugas utilizadas usualmente pela medicina da época que acreditava na cura de diversas enfermidades através delas.

10 *Almanak Laemmert*, 1876, p.1855.

Ao Rei dos Mágicos: a loja carioca que vendia o extraordinário no século XIX

culos XIX e XX¹¹. Sabe-se que essa fachada já apresentava a configuração atual no início do século XX, mas não foi possível precisar exatamente em que ano a reforma foi feita ou se foi Chaves quem teve a iniciativa de realizá-la. É curioso, entretanto, e deixa rastros para uma pesquisa futura mais detalhada, o fato de uma loja que reivindica para si um imaginário mágico possuir uma arquitetura que remete à cultura egípcia e seus consequentes valores de respeito à magia frente à racionalidade ocidental (ver figura 2).



Figura 1- À esquerda, o prédio que abrigou a loja Ao Rei dos Mágicos, nos dias de hoje.
À direita, Detalhe da fachada: figura feminina egípcia alada, em bronze.
Fonte figura 1: Autoria própria (2017 e 2018).

Ao Rei dos Mágicos foi de fato um local de importante protagonismo para a cidade no século XIX. Chaves, seu sócio mais proeminente, era um curioso inventor, sempre atento e disposto a importar as novidades anunciadas pelos idealizados países modernos. Após a leitura de uma revista francesa, que relatava a experiência vivenciada por D. Pedro II na Exposição da Filadélfia de 1876, na qual Alexander Graham Bell lhe apresentou seu mais novo invento, Chaves decidiu começar seus próprios experimentos telefônicos por aqui (COHEN, 2001). Foi escolhido por Morris Kohn - americano encarregado de trazer a inovação ao Brasil - como o responsável pela fabricação dos aparelhos nacionais. Não só os fabricou, como também aperfeiçoou a tecnologia europeia, substituindo o

11 Para mais detalhes sobre a egiptomania no Brasil, ver o trabalho “Corpo e Egiptomania no Brasil”, de Margaret M. Bakos, que contém também uma análise detalhada a respeito da fachada do prédio aqui estudado.

disco de ferro interno dos telefones por um disco flexível que permitia que as vibrações do mecanismo fossem respondidas de forma mais rápida e a distinção dos sons transmitidos fosse maior¹².

A loja *Ao Rei dos Mágicos* é reconhecida pela maioria dos historiadores que se debruçou sobre o assunto até hoje como local sede da primeira ligação telefônica realizada no Brasil, em 1878. Após fabricar seus próprios aparelhos, Chaves se conectou pela primeira vez ao *Jornal do Commercio* e à Estação dos bombeiros, dando início à era das comunicações telefônicas no país (COHEN, 2001). Estabeleceu-se, então, a partir daí uma importante ferramenta de ajuda no combate aos incêndios que aconteciam constantemente nos prédios do Centro do Rio. O alarme utilizado até então era rudimentar e na maioria das vezes demorado, utilizando tiros de canhão que partiam do alto do Morro do Castelo como anúncio. Se o incêndio fosse durante o dia, uma bandeira vermelha era hasteada em conjunto aos tiros e, caso contrário, uma lanterna era utilizada como sinalização. Aliados a esses alarmes, a Igreja de São Francisco de Paula, localizada no largo homônimo, também disparava seus sinos, num ritmo de badaladas convencionais que anunciavam aos moradores da cidade o local do incêndio¹³. Dessa forma, o inovador telefone promoveu uma profunda transformação nas comunicações e relações sociais dos indivíduos, sendo também um importante marco para a ideia de modernidade que o Império desejava transmitir.

A presença de tantas novidades materiais era anunciada pela *Ao Rei dos Mágicos* nos jornais com grande empolgação. Os anúncios de seus produtos eram sempre carregados de um palavreado excitado e de promessas que solucionariam todos os problemas existentes até então pela ausência das tecnologias há pouco descobertas. O imaginário de magia se manifestava através dos símbolos que ilustravam seus anúncios, com cartolas, capas, seres místicos e, principalmente, através do caráter extraordinário que a descrição das inovações materiais adquiria (ver figura 3). O progresso material do período foi tamanho, que a associação com algo sobrenatural se tornava a saída encontrada para explicar o novo, ainda que o cientificismo estivesse em voga e já começasse a racionalizar as questões que surgiam.

12 *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, 21 de dez de 1877, p.3.

13 *Vamos Lêr!*, Rio de Janeiro, 12 de jan. de 1939, p.24.



Figura 3- Anúncio de Jornal da loja Ao Rei dos Mágicos e sua rival, Ao Grande Mágico. Os elementos místicos ficam evidentes nos desenhos apresentados.
Fonte: Almanac Laemmert, 1877.

A análise do significado que termos como “magia” e “mágico” possuíam no século XIX, pode nos dar pistas sobre o entendimento dessa sociedade a respeito desses assuntos. O estudo das mudanças léxicas que os verbetes possuem ao longo do tempo é um importante recurso a ser utilizado pelos historiadores que se veem imersos no interior de uma tradição já existente ao iniciar qualquer pesquisa.

O verbete “magia”, por exemplo, já apresentava duas definições distintas em Bluteau (1728, p.247): uma de “magia diabólica”, com um forte caráter religioso cristão ainda atrelado; e uma definição de “magia artificial”, que seria “a que com arte e indústria¹⁴ humana obra coisas, que parecem superiores às forças da natureza”¹⁵. Algumas décadas após, em uma publicação mais atualizada, o verbete permanece com esses mesmos sentidos, mas apresenta uma nova definição curiosa sobre a palavra “mágico”, antes associada apenas àqueles que praticavam as magias diabólicas (SILVA,1813). Mágico seria a partir de agora, aquele que produz efeitos maravilhosos e extraordinários de forma genérica, não necessariamente o que se alia à uma “magia diabólica”. Pode-se observar assim, que já no início do século XIX, o conceito de mágico e consequentemente da magia praticada por este, começa a se dissociar de um sentido místico exclusivo e passa a ser ressignificado, aproximando-se muito mais da ideia de

14 O termo “indústria” aparece aqui com o significado de “destreza em alguma arte”, segundo o próprio Bluteau.
15 Ver o verbete “magia” completo em: Bluteau, Raphael. Vocabulário português & latino: aulico, anatomico, architectonico ... Coimbra: Collegio das Artes da Companhia de Jesus, 1712 - 1728. 8v.

um homem que realiza feitos que parecem superiores às forças da natureza, mas que possuem um caráter racional. O fato de Bluteau (1728) alertar para o perigo da dúvida em relação à magia diabólica¹⁶, demonstra o contraste entre o caráter religioso desse termo no século XVIII à definição atualizada já no século XIX. Partindo do pressuposto que os silêncios também dizem muito, o alerta dado nesse verbete nos apresenta a ideia de que a dúvida em relação ao caráter puramente religioso do termo magia já começava a existir na primeira metade do século XVIII, demonstrando uma gradual modificação do imaginário social em relação ao que seria considerado mágico ou não. A compreensão desses sentidos é primordial para entender o porquê de uma loja que vendia artigos tecnológicos ser chamada de *Ao Rei dos Mágicos*.

Os periódicos são uma importante fonte para a análise do imaginário de uma época, mas apresentam alguns obstáculos para as pesquisas que deles se utilizam ao representarem o caráter elitista que toda produção escrita carrega consigo. É possível, ainda assim, demonstrar uma circulação de ideias presentes na sociedade através deles. Acredita-se que ainda que eles reproduzam o pensamento de uma elite geradora desse conhecimento, podem demonstrar a presença de um imaginário mais amplo através do conceito de circularidade apresentado por Ginzburg (2006).

O conceito de circularidade, segundo Ginzburg (2006), nos apresenta a noção de que não existe uma cultura que seja homogênea, pois as ideias circulam entre as classes abastadas e as populares de uma forma mútua, passando por um processo de modificação a cada etapa percorrida. Nesse sentido, toda pesquisa que escolha uma análise de fontes objetivas, deve evitar o perigo de uma visão interclassista, que considera somente os elementos em comum e negligencia os contrastes entre as mentalidades dos vários grupos sociais. Os estudos relativos à Micro-História se utilizam da ideia de homogeneidade da cultura de uma determinada sociedade apenas como ponto de partida, e não de chegada. Dessa forma, a homogeneidade da presença de um imaginário de magia e progresso é considerada nesse trabalho com a ciência de que uma visão interclassista não cabe aqui. E talvez justamente por isso, os casos relatados pelos jornais apresentados aqui sejam tão elucidativos ao examinar mais de perto o que as pessoas da sociedade carioca do século XIX pensavam a respeito dos progressos materiais. Ainda que o conhecimento gerado por esses periódicos fosse produzido por uma elite que se enxergava como a detentora do progresso e do avanço racional das sociedades, uma parte da população

16 Bluteau alertava ainda no início do século XVIII para o perigo da dúvida em relação à magia diabólica: "o duvidar da possibilidade desta espécie de magia é querer negar a verdade da sagrada Escritura" (BLUTEAU, 1728, p.247).

ainda não conseguia explicar os progressos materiais sob essa matriz de conhecimento.

Existem diversos relatos nos periódicos analisados que apontam para a existência desse imaginário mágico entre as classes mais populares. Um caipira¹⁷ ao se deparar com a nova invenção do telégrafo em 1874, ficou espantado e perplexo com o caráter inovador da experiência. Ao enviar uma mensagem a Londres, o homem recebeu sua resposta de volta logo meia hora depois, agilizando um processo de comunicação que levava meses até então. Diante de uma façanha tão extraordinária para sua realidade, o campo mágico se tornou o recurso utilizado para justificar algo de difícil compreensão. Sua surpresa frente a essa experiência não poderia ser outra: “Haverá nada melhor? Em pouco mais de meia hora perguntar e ter resposta! Parece até bruxaria! Credo!”¹⁸. Alguns anos mais tarde, um morador da cidade do Rio também alarmava a existência de algo sobrenatural diante da dificuldade em explicar a causa de um fenômeno aparentemente místico. Uma “alma do outro mundo” teria subido à torre da Candelária e disparado seus sinos desde a meia noite, até às 2h da manhã, “justamente na hora em que a coragem é mais rara”. Mesmo diante da explicação racional do ocorrido no dia seguinte, o morador sustenta sua opinião: “Cá por mim, sustento a opinião dos honrados, embora supersticiosos, vendedores de paios... foi uma alma do outro mundo, porque os relógios também têm alma”¹⁹.

Relatos de surpresa e incredulidade como esses permeavam os jornais da época com frequência. Diante da impossibilidade de compreender algo tão extraordinário ou, ainda, de tamanho espanto frente a tantas inovações, os casos de associação entre magia, bruxaria e feitiçaria aos progressos materiais se repetiam. Em 1890, um cocheiro e seu cavalo levaram um forte choque ao passarem por cima de um fio elétrico da iluminação pública caído na rua. O homem ficou atordoado sem conseguir compreender o que lhes acontecera e começou a tentar reanimar seu cavalo. Ao tocá-lo, o cocheiro “sentiu centelhas de fogo e um choque que o atirou pela terceira vez ao chão”. O espanto diante da própria sensação física da eletricidade que percorria seu corpo foi tamanho que, segundo ele, “o caso lhe parecia bruxaria e principiou a gritar por socorro!”²⁰.

Em um outro relatado encontrado, foi a vez do telefone ser associado a algum tipo de magia desconhecida. Um homem que se deparava pela primeira vez com a invenção ficou impactado com a possibilidade de se comunicar com alguém distante através apenas de um fio metálico. Ele, bastante perplexo,

17 Termo utilizado pelo próprio jornal.

18 *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, 8 de ago. de 1874, p.3.

19 *Diário do Rio de Janeiro*, 17 de jun. de 1877, p.2.

20 *O Globo*, Rio de Janeiro. 8 de jan. de 1890, p.3.

dispara então que o fato “parecia na verdade bruxedo!”²¹. E faz inclusive outras observações diante da surpresa do invento: “daqui por diante, quando duas pessoas quiserem conversar em segredo em uma casa, devem espreitar não haja por ali algum telefone, arriscam-se que seus segredos sejam ouvidos a léguas de distância.”

Ao Rei dos Mágicos comercializava todos os produtos citados nos relatos de espanto apresentados até agora. Esse fato explicita como a loja é ilustrativa para o imaginário mágico carioca aqui sugerido. Rival direta de outro estabelecimento semelhante chamado Ao Grande Mágico - localizado na mesma rua, a apenas alguns números atrás dessa - Ao Rei dos Mágicos comercializava basicamente os mesmos produtos que sua concorrente, disputando constantemente a atenção de um público agora dividido entre as duas opções. Um fato importante percebido nessa pesquisa, e que merece destaque pelos desdobramentos que ele pode gerar, é que a loja Ao Rei dos Mágicos aqui estudada é posterior à loja Ao Grande Mágico, inaugurada quase 10 anos antes dessa²². O sócio de Ao Grande Mágico, Fernand Rodde, demonstrava, inclusive, uma certa irritação com a chegada do concorrente direto em sua rua. Anunciante constante dos periódicos, Rodde buscava elaborar chamadas diferenciadas e reafirmar em diversas situações que sua loja era a verdadeira loja do mágico, pioneira em trazer o que havia de mais moderno ao país. No jornal *O Mequetrefe*, ele deixa claro seu sentimento de rivalidade e busca através de vários argumentos provar a superioridade de sua loja frente a qualquer outra:

Decididamente não há quem possa contestar por mais lógica que tenha, por mais força da dialética que possua, que a casa do Grande Mágico, rua do Ouvidor 107, seja a primeira do Rio de Janeiro em objetos de pura fantasia, de eletricidade, de acústica, de ótica, de mágica; perfumarias das que usam as duquesas e as filhas dos banqueiros; iluminações deslumbrantes a *giorno* e *tutti quanti* possa criar a imaginação fantasiosa de um gajo de bom gosto. Basta dizer que o Grande Mágico fez a iluminação da rua do Ouvidor durante as festas ao maestro Carlos Gomes e está fazendo para os festejos em Nichteroy²³, ao mesmo tempo²⁴.

O imaginário mágico relacionado aos progressos materiais do século XIX estava presente na sociedade carioca muito antes da década de setenta oitocentista, como a própria existência da loja rival *Ao Grande Mágico* aponta. Pode-se dizer que esse imaginário era, inclusive, muito mais forte e presente

21 *Monitor Campista*, Rio de Janeiro, 10 de jan. de 1878, p.2.

22 Primeiro relato encontrado que menciona a loja *Ao Grande Mágico* se encontra no *Diário do Rio de Janeiro*, 10 de jan. de 1868, p.1.

23 Grafia da época para a cidade de Niterói, RJ.

24 *O Mequetrefe*, Rio de Janeiro, 27 de ago. de 1880, p.6.

no início do século do que em seu final, onde a sociedade já se acostumava melhor com a série de inovações que se apresentavam a cada dia. Em 1855, por exemplo, *O Diário do Rio de Janeiro* relatava um viajante que, apavorado com a chegada das novas locomotivas, revolucionárias para o transporte da época, alertava à suas amigas o perigo iminente:

Minhas senhoras, antes de entrardes dentro desta condução monstruosa e apocalíptica, rezai alguns credos em cruz e persigui-vos três vezes. Isto não é, não pode ser um simples meio de transporte, é uma bruxaria, uma diabrura inventada por algum espírito maligno de mãos dadas com a guerra do Oriente para dar cabo da nossa geração²⁵.

Alguns anos antes, o monoclave era então o alvo das dúvidas mágicas. Diante de um aparelho diferente de tudo visto até então, que permitia a reprodução de música mesmo por aqueles que não possuíam habilidades em nenhum instrumento, a explicação do feito pendia para o campo místico e afirmava que seu funcionamento só poderia ser fruto de uma espécie de bruxaria²⁶.

Inserida no campo mágico pelas explicações de algumas pessoas da época, a primeira ligação telefônica do Brasil foi feita pela loja aqui estudada, reafirmando seu caráter representativo no imaginário da sociedade carioca. Pode-se perceber através das fontes consultadas para esse trabalho que o episódio da primeira ligação telefônica do Brasil foi motivo de disputa pelo protagonismo do feito entre os dois estabelecimentos mágicos da rua do Ouvidor. Alguns autores como Renault (1982), consideram a casa *Ao Grande Mágico*, mais antiga do que nossa loja aqui estudada, como a primeira a efetuar a experiência telefônica no Brasil. Já para Cohen (2001) e Gerson (1965) a loja *Ao Rei dos Mágicos* é quem oficialmente realizou o feito. Conforme relatado por diversos periódicos da época, as experiências com o inovador aparelho já eram realizadas simultaneamente por Chaves e Rodde, sócios de ambas as casas. *O Monitor Campista*²⁷ apontava que a fabricação dos aparelhos de telefone e seus testes eram realizados pela *Ao Grande Mágico* ainda em 1877, um ano antes da tentativa do sócio da *Ao Rei dos Mágicos*. Através da interligação entre o sobrado de Rodde e a Praça do Comércio, os transeuntes que por ali passavam conseguiram experimentar a sensação de escutar outra voz através do misterioso aparelho. Isso demonstra que, possivelmente, a loja aqui analisada seguiu uma tendência que não foi, entretanto, iniciada por ela. *O Jornal do Commercio* deixa claro em sua nota a disputa pelo protagonismo nessa questão:

25 *Diário do Rio de Janeiro*, Rio de Janeiro, 28 de jan. de 1855, p.1.

26 *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, 05 de abr. de 1853, p.1.

27 *Monitor Campista*, Rio de Janeiro, 21 de dez. de 1877, p.2.

Vimos, por exemplo, o Sr. Rodde, do Grande Mágico, telefonar de seu estabelecimento para a Praça do Comércio, e vice-versa. No dia seguinte, o outro Sr. Rodde, de defronte (O Rei dos Mágicos), telefonou para mais longe ainda, deixando o colega aceso em ira.²⁸

Conforme observado por Gerson (1965, p.71), “outros aparelhos haviam sido construídos, quase simultaneamente, na casa *Ao Grande Mágico* e na *Western*. Só se impuseram, porém, os de Chaves”, indicando que a provável superioridade e eficiência dos aparelhos de nossa loja foram os responsáveis por conferir a ela o status de pioneira nas ligações telefônicas brasileiras.

Apesar de posterior e quase que uma cópia da rival mais antiga, a loja *Ao Rei dos Mágicos* foi quem ganhou notoriedade para a maioria dos autores que pesquisaram o tema até hoje e para a própria Coroa na época. Esse destaque pode ser explicado por conta do caráter de fornecedora oficial do Império que ela possuía. O jornal *O Repórter*²⁹ já apontava, por exemplo, o nome do “Rei dos Mágicos” na lista de fornecedores a serem pagos pelo Ministério da Guerra. Chaves passa também a deter o direito de instalação das linhas de telegrafia que se espalhavam pela cidade e que começavam a interligar o centro do Rio de Janeiro às áreas de Botafogo e Copacabana, até então balneários de férias dos cariocas³⁰. Esse fato corrobora a ideia de uma parceria oficial entre a loja e a Coroa, visto que era esta quem concedia os direitos de exploração e instalação dessas linhas.

Diversas passagens dos periódicos nos mostram indícios da estreita relação existente entre Chaves e D. Pedro II, que poderia ser um dos motivos para a escolha da *Ao Rei dos Mágicos* como fornecedora oficial do Império. Em 1878, o Imperador presenciou a apresentação dos modernos aparelhos telefônicos fabricados por Chaves em uma conferência no Rio de Janeiro³¹. Em outro episódio, Chaves instalou um telefone no teatro de Sant’Anna e transmitiu para diversos pontos da cidade, inclusive para a Quinta em São Cristóvão, onde estavam o Imperador e seu Ministro, todos os sons que se passavam na peça *Dia e Noite* exibida ali.

Os experimentos realizados para a transmissão de espetáculos de teatro a lugares distantes através de telefones, já vinham sendo noticiados dois anos antes do episódio da ligação à Quinta da Boa Vista, com o trabalho de Rodde³². Isso pode demonstrar que *Ao Grande Mágico*, a loja rival, estava na dianteira das

28 *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, 18 de jan. de 1878, p.1.

29 *O Repórter*, Rio de Janeiro, 19 de mar. de 1879, p.2.

30 *Gazeta de Notícias*, Rio de Janeiro, 04 de mai. de 1878, p.1.

31 *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, 4 de jun. de 1878, p.1.

32 *Revista Illustrada* (RJ), v. 158, p.6, 1879.

novidades, ao menos nos relatos que eram divulgados nos jornais, mas ainda assim não era ela quem mantinha uma relação direta com o Imperador. A importância e o destaque que *Ao Rei dos Mágicos* exibia são observados também em sua escolha para ser a fornecedora oficial de festas que movimentavam a cidade e mobilizavam dezenas de pessoas, como a da Excelsa Padroeira na Matriz da Glória³³. A escolha de *Ao Rei dos Mágicos* pelo Império frente à sua concorrente mais antiga, nos conduz ao levantamento de duas observações hipotéticas:

- a) Chaves possuía provavelmente um prestígio maior entre a Corte e conseguiu, por meio de sua influência pessoal, que sua loja fosse escolhida para ser a fornecedora oficial do Império. Dessa forma, ganhou destaque e assumiu uma posição pioneira no âmbito social da cidade. A ilustração apresentada abaixo (ver figura 4) pode ser um forte indicativo da importância que a figura do sócio possuía na sociedade fluminense ainda antes da famosa ligação telefônica.
- b) O fato de existir uma loja anterior à *Ao Rei dos Mágicos*, que comercializava produtos científicos e reivindicava um imaginário mágico para si ainda na década de sessenta oitocentista, demonstra que esse imaginário não começou com sua loja, sendo já latente no cenário social da cidade no século XIX.

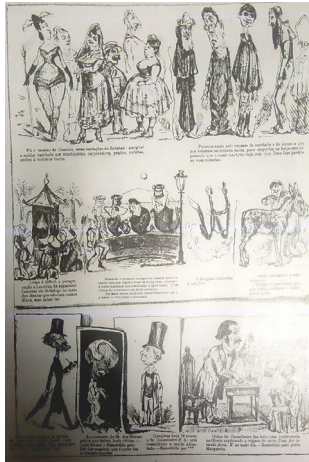


Figura 4- Na tirinha inferior, Chaves é o terceiro personagem apresentado, retratado com uma cartola na cabeça, ao lado de dois outros comerciantes da Rua do Ouvidor.

Fonte: *O Mosquito*, Rio de Janeiro. Edição 408, 1877. Na legenda: “Este senhor visitou as igrejas todo ele de preto- até a barba- remetido pelo tintureiro da r. d’Ouv. Guilherme Tell. Ao contrário do Senhor dos Estrangeiros que deitou lucto chinês- lucto branco- remetido pelo Rei dos Mágicos que é quem faz as transformações.”

³³ *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, 24 de ago. de 1876.

A imagem apresenta em tom satírico uma crítica a diversos setores da sociedade carioca da segunda metade do século XIX, como as prostitutas, os padres, as freiras e os políticos. Curiosamente, a figura do Rei dos Mágicos está presente nesse grupo ao lado de dois outros personagens que podemos identificar como relacionados também à realidade da Rua do Ouvidor. Para além da crítica realizada na sátira, pode-se deduzir que Chaves contava com um prestígio e um renome ao ser ilustrado como um dos personagens constituintes de um retrato social carioca, em uma revista conhecida e de grande circulação da época.

O protagonismo da loja ao *Ao Rei dos Mágicos* observado através do seu caráter de fornecedora oficial da Coroa, demonstra que ela é um objeto significativo para estudar a existência do imaginário mágico aqui sugerido. Na verdade, mais importante do que a disputa de memória entre as duas lojas, é compreender que a coexistência desses dois locais semelhantes, que alegam serem pioneiros em apresentar ao público produtos “mágicos”, corrobora a ideia de que o progresso era ainda associado a algo sobrenatural por parte da sociedade, devido ao caráter extraordinário que ele adquiria aos olhos dela. O fato da *Ao Rei dos Mágicos* ter sido uma fornecedora oficial do Império, apresenta-se para além de uma justificativa de seu protagonismo, como também um indício do esforço realizado pela Coroa em transmitir um ideário de modernidade e progresso, atrelados até então à ideia de desenvolvimento material (AZEVEDO, 2016).

Pode-se perceber que na loja *Ao Rei dos Mágicos* circulavam muito mais do que produtos inovadores que chegavam para facilitar o dia a dia dos moradores da cidade aptos a pagar por eles. Ela era para além disso, um antro da circulação das ideias de progresso e modernidade, atreladas diretamente ao desenvolvimento material do período. Suas vitrines sempre repletas de produtos tão extraordinários, beiravam o campo mágico no imaginário de uma sociedade ainda não acostumada com tanto cientificismo e inovação.

Ao Rei dos Mágicos encontrava-se localizada na confluência de duas das mais efervescentes ruas do Segundo Império: a Ouvidor e a Ourives. Compreender o que essas ruas significavam para a sociedade carioca do século XIX também se mostra fundamental para contextualizar a importância da loja e demonstrar o imaginário mágico que era representado através de suas vitrines. Nas palavras de Gerson (1965, p.44), “há ruas e largos e praças com tanta história que bastaria contá-las nos seus variados detalhes para se estar contando, simultaneamente, a própria história das cidades a que pertencem.”

A rua dos Ourives perdeu boa parte de sua extensão após a abertura da Avenida Central e foi ainda mais recortada após a abertura da Avenida Presidente Vargas. Ela se estendia desde a Ajuda, diante da Igreja do Parto - que representa

nos dias de hoje um marco de memória do que foi esse logradouro - até a subida do Morro da Conceição. Atualmente, é no pequeno trecho da Rua Miguel Couto que podemos rememorar um pouco da história que essa esquina nos deixou. A Ourives começou a ser associada com a ourivesaria e as joalherias ainda no século XVIII, com a tentativa por parte da Coroa em concentrar em um só espaço os ourives e joalheiros para melhor fiscalizar as remessas enviadas à metrópole. Com a chegada de D. João VI, alcançou um status elevado no contexto da cidade, abrigando 66 das 78 joalherias existentes no Rio em 1846 (GERSON, 1965). A famosa joalheria *Farani*, que oferecia à cidade produtos requintados e elegantes, localizou-se por muitos anos nesse endereço, transmitindo o ideário de sofisticação e inovação que esse local representava. A esquina da Ouvidor com a Ourives era a confluência de duas ruas que representavam o ápice da circulação de ideias e costumes que permeavam a sociedade carioca oitocentista.

“Se o Rio foi a capital do país, a rua do Ouvidor, de certa forma, foi a capital do Rio de Janeiro”. Assim Antonio Carlos Secchin começa a descrever a rua do Ouvidor em seu prefácio para o livro “Ouvidor, a rua do rio” (2001) de Alberto A. Cohen. Nela, todas as novidades chegavam primeiro, e seu destaque era tamanho que passou a constituir-se como uma irradiadora dos conceitos de modernidade e civilidade da sociedade brasileira da segunda metade do século XIX. A rua do Ouvidor foi a primeira rua da cidade a receber um calçamento de paralelepípedos; a primeira a receber, ainda em 1854, uma iluminação pelos inovadores bicos de gás, substitutos dos lampiões movidos a azeite de peixe; e, posteriormente, a pioneira na iluminação pública elétrica. Até a virada do século XIX, antes da abertura da Avenida Central, a Ouvidor continuou sendo precursora das novidades que chegavam ao país, sendo palco de importantes avanços para a cidade e seus moradores como o surgimento da primeira linha de bondes e mais tarde, do primeiro cinema (COHEN, 2001).

Segundo Cohen (2001), a Rua do Ouvidor começou progressivamente a concentrar um grande número de comerciantes franceses, especialmente após a vinda da família real para o Brasil em 1808. O ideário de modernidade e refinamento europeu da época encontrava na Ouvidor o local ideal para sua expressão. Em seu endereço, famosas lojas de fazendas, modistas, floristas, sapateiros, livreiros, cabeleireiros, assim como cafés, teatros e confeitarias transformavam o local em um ponto de encontro certo da alta sociedade carioca. Por muito tempo conhecida como o centro da moda do Brasil, as damas mais abastadas da sociedade circulavam por ali em busca de tecidos importados e dos melhores alfaiates e cabeleireiros. Magazines famosas, como a alfaiataria *Raunier & Cabral* e a *Almeida Rabelo*, tinham seu endereço na Ouvidor e eram o local escolhido por ministros e políticos elegantes para se vestirem (GERSON, 1965). Palco também da efervescência literária e jornalística do século XIX, a rua

detinha importantes livrarias como a famosa *Garnier* – que funcionou de 1844 a 1934 no local e servia como ponto de encontro de escritores como Machado de Assis, José Veríssimo, Rui Barbosa e Olavo Bilac – e também a *José Olympio*, inaugurada posteriormente em 1934 e responsável por manter por mais um tempo a fama da rua literária (COHEN,2001).

Mais do que uma precursora das novidades que chegavam ao país, a Ouvidor era também o antro da circulação de ideias dessa sociedade (COHEN, 2001). Ideias progressistas e inovadoras nasceram ou foram defendidas pelos jornais e revistas estabelecidos nesse endereço, como o *Jornal do Commercio* e o *Diário de Notícias* que foram responsáveis junto a tantos outros pela fama de “Rua jornalística” que ela adquiriu (GERSON,1965). O episódio mais ilustrativo da influência sobre o imaginário social que a Ouvidor exercia é, talvez, o desfile realizado por Deodoro em sua extensão assim que a República foi proclamada, buscando a aprovação e consolidação de seu feito. Nas palavras de Cohen (2001, p.41), “a República passava pelo seu mais difícil teste”. Essa influência da Ouvidor era tão decisiva na vida da cidade, que o *Diário de Notícias* do dia seguinte à Proclamação da República declarava: “Deodoro não temera a metralhadora do Quartel General nem o revólver do Barão de Ladário, mas temia a passagem pela Rua do Ouvidor, desfiladeiro do nosso espírito, rua legendária da liberdade, nosso Fórum, nosso Monte Aventino, onde o povo diariamente se reúne e delibera” (GERSON, 1965, p.73). E é justamente nessa rua tão significativa para o imaginário carioca que a loja *Ao Rei dos Mágicos* se encontrava.

Vale ressaltar aqui, que o termo “progresso” utilizado no presente trabalho está ligado à ideia de civilização. Segundo Azevedo (2016), a 7ª edição do *Dicionário Moraes*, de 1877, definia o verbete como um avanço nas artes, na vida e nas virtudes em geral. Essa noção ainda não aparecia como um fim em si mesma, ou seja, “ainda nas últimas décadas do Império, a ideia de progresso ainda não se afigurava como uma noção autônoma, um valor em si, sem se subordinar a outro campo de valores” (AZEVEDO, 2016, p.45). Ainda que esse conceito tenha começado a se modificar a partir da década de 1870, com a enxurrada de avanços tecnológicos que chegavam ao país, é comum que as palavras registrem de forma lenta as mudanças em curso no campo das ideias (FEBVRE,1930, p.1 apud AZEVEDO, 2016, p.45). Nesse sentido, no Segundo Reinado, os homens públicos dessa sociedade enxergavam a busca do progresso como uma busca do desenvolvimento de uma civilização.

Segundo Azevedo (2016), o século XIX foi repleto de um progresso material intenso, o qual teve impulso, especialmente no caso brasileiro, através das contradições presentes em nossa sociedade, realçadas principalmente a partir da sua segunda metade. A partir de 1870, movimentos como o Republicano e o Abolicionista, incentivados pelas ideias liberais e positivistas, ganhavam força

no cenário político nacional, fomentando as discussões públicas em torno de dois dos principais pilares monárquicos (RENAULT, 1982): a elite agrária começava a se fracionar com o desenvolvimento da cafeicultura paulista; e a base política de apoio dos produtores do Vale do Paraíba à Coroa começava a se desintegrar após a publicação da Lei do Ventre Livre em 1871. Somando-se a isso, os conflitos do Império com a Igreja Católica e a série de episódios que após o fim da Guerra do Paraguai indispunham o Exército com as elites dirigentes do país, colocavam o imperador em um cenário totalmente instável (AZEVEDO, 2016).

Por conta de todas as ideias e conflitos mobilizados nesse período, a década de setenta oitocentista acentuou a necessidade de mudança na ordem vigente. Percebendo a urgência em criar uma ideia de neutralidade e universalidade, assim como a inserção do país em um projeto moderno maior e mais característico dos novos tempos, a Coroa começou a investir em ações que transmitissem o ideário de progresso e civilidade. Mais do que a busca por uma reafirmação do *status quo* de grande nação, a monarquia precisava de uma ação no campo simbólico que legitimasse o sistema basilar sobre o qual havia sido construída e que vinha ruindo rapidamente. O esforço realizado em trazer ao Brasil as inovações científicas que pululavam na Europa foi, então, a maneira encontrada para estabelecer no campo simbólico uma imagem de modernidade e civilidade (AZEVEDO, 2016). A loja *Ao Rei dos Mágicos* pode ter servido, nesse sentido, como a parceira ideal na busca de uma legitimação monárquica.

Segundo Lília Schwarcz (1998, p.373), D. Pedro II já vinha entediado e irritado diante da “tacanha realidade nacional” há um tempo, lamentando sua função e abrindo mão cada vez mais de suas atribuições como imperador. Começou assim a planejar uma viagem ao exterior em 1876, na qual passaria por diversos países após visitar a Exposição Universal da Filadélfia. Palco das últimas novidades tecnológicas de todo o mundo, as Exposições realizadas ao longo do século XIX e início do XX – em grandes pavilhões que por si só já transmitiam a ideia de progresso e inovação – tinham como objetivo apresentar os avanços e descobertas científicas realizadas por todos os países, assim como o conceito de sociedade moderna (LEVY, 2008). Após participar da Exposição vienense de 1873, na qual o Brasil ficou associado muito mais a uma ideia de “exótico” por conta dos produtos basicamente agrícolas exibidos, o país empenhou-se em levar para a Filadélfia uma amostragem mais completa de suas potencialidades, ficando, entretanto, muito distante o discurso que pretendia passar do que tinha de fato a oferecer (LEVY, 2008). A Coroa iniciou assim, um esforço na busca da ideia de modernidade e civilidade, promovendo exposições nacionais que serviam como preparação às exposições universais e, nas palavras de Azevedo (2016, p.55), como uma “verdadeira pedagogia do desenvolvimento material”

para os brasileiros. As exposições se afiguravam como apontamentos para o futuro e o Império ansiava por demonstrar que o país estava inserido plenamente na tendência moderna vigente, mesmo diante da contradição de uma monarquia escravista.

O século XIX foi palco de uma série de inovações e progressos que impactaram a forma como os indivíduos se relacionavam e enxergavam o mundo. A invenção do telégrafo, do fonógrafo, do telefone, dos bondes e da luz elétrica podem ser analisadas como uma fonte de profunda transformação da própria ontologia humana. Tentar imaginar como essas inovações foram impactantes para a mentalidade dos indivíduos da época é um exercício primordial para a compreensão do sentido de magia que elas assumiam. Diante de um cenário inédito e de caráter extraordinário, que se modificava rapidamente a cada novidade material, a sociedade carioca oitocentista buscava na magia e no ambiente místico uma explicação para fenômenos de difícil compreensão racional e lógica, ainda que essa visão não fosse homogênea.

A loja *Ao Rei dos Mágicos* foi, nesse sentido, a sintetização de um imaginário presente na época. Localizada no centro da circulação de ideias da cidade do Rio e repleta de produtos descritos como “mágicos” em suas vitrines, ela ilustrou o espanto e a incredulidade que permeavam o pensamento de uma população ainda não habituada com os fenômenos científicos que surgiam. Foi também uma parceira oportuna para a Coroa, que necessitava urgentemente transmitir um ideário de progresso e civilidade que legitimasse no campo simbólico seu já decadente regime. Curiosamente, o fechamento da loja em 1888 coincide com o período imediatamente antecessor ao episódio que poria fim à fracassada tentativa do Império em permanecer vivo.

O estudo Micro-Histórico desse local nos mostra que *Ao Rei dos Mágicos* é muito mais do que uma possível curiosidade histórica pontual. Ela é um importante objeto representativo e constitutivo de um fenômeno que a transcende. A partir dela, o progresso material em curso no século XIX fica evidente. As profundas transformações das relações sociais entre os indivíduos se entrelaçam e se conectam aos produtos inovadores que começam a participar da vida de cada um. O imaginário mágico dessa sociedade começa a ser ressignificado e deixa para trás o caráter puramente religioso, estampado nas vitrines da loja a incredulidade frente à ciência. A abordagem Micro-Histórica funciona, nesse sentido, como uma lupa, que amplia a visão sobre um local específico, revelando simultaneamente um fenômeno mais amplo que o transpassa.

Parafraçando Joaquim Manuel de Macedo, que em seu romance *Luneta Mágica*³⁴ ilustra o sentimento de incredulidade e assombro diante dos progressos materiais do século XIX e apresenta a curiosa e coincidente (ou não) figura de um vendedor de produtos mágicos chamado Reis, “representante do espírito do século”, “isto tudo não passa de uma comédia, que nos fará rir amanhã: a verdadeira magia está nas maravilhosas realidades das ciências físicas.”³⁵

Referências bibliográficas

AZEVEDO, André Nunes de. *A Grande Reforma Urbana do Rio de Janeiro: Pereira Passos, Rodrigues Alves e as ideias de civilização e progresso*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2016.

BAKOS, Margaret M. Corpo e Egíptomania no Brasil. *PHOÏNIX*, Rio de Janeiro, 9: 210-225, 2003.

BLUTEAU, Raphael. *Vocabulário português & latino: aulico, anatomico, architectonico ...* Coimbra: Collegio das Artes da Companhia de Jesus, 1712 - 1728. 8v. Disponível em: <<http://dicionarios.bbm.usp.br/pt-br/dicionario/edicao/1>>. Acesso em 18/08/2018.

COHEN, Alberto A. *Ouvidor, a rua do Rio*. Rio de Janeiro: AACohen, 2001.

GERSON, Brasil. *História das ruas do Rio*. Rio de Janeiro: Livraria Brasileira Editora, 1965.

GINZBURG, Carlo. *Os andarilhos do bem: feitiçaria e cultos agrários nos séculos XVI e XVII*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

GINZBURG, Carlo. *O queijo e os vermes: o cotidiano e as ideias de um moleiro perseguido pela Inquisição*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

LEVY, Ruth. *Entre palácios e pavilhões: a arquitetura efêmera da exposição Nacional de 1908*. Rio de Janeiro: EBA/UFRJ, 2008.

MACEDO, Joaquim Manuel de. *Luneta mágica*. Ministério da Cultura: Fundação Biblioteca Nacional, Departamento Nacional do Livro. Disponível em: <http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/Livros_eletronicos/luneta_magica.pdf>. Acesso em: 01/09/2018.

34 A *Luneta Mágica* é um romance publicado em 1869, por Joaquim Manoel de Macedo, que retrata a mudança radical na vida de um homem miope que descobre os óculos de grau, na época chamados de lunetas mágicas. O dono da loja que comercializava esses óculos era, curiosamente, chamado Reis e todo o imaginário de magia associada ao progresso que foi aqui descrito pode ser verificado na narrativa do autor. Vale ressaltar que na data de publicação do romance a loja rival do estabelecimento aqui estudado já existia. Não seria impossível imaginar que o autor tenha se inspirado em um local real e demonstrado, através da literatura, o espírito de ressignificação da magia que o período adquire.

35 *Luneta mágica*, p.14. Ministério da Cultura: Fundação Biblioteca Nacional, Departamento Nacional do Livro. Disponível em: < http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/Livros_eletronicos/luneta_magica.pdf> Acesso em: 01/09/2018.

RENAULT, Delso. *O dia-a-dia no Rio de Janeiro: segundo os jornais, 1870-1889*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira; Brasília: INL, 1982.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. *As barbas do imperador: D. Pedro II, um monarca nos trópicos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SILVA, Antonio Moraes. *Diccionario da lingua portugueza - recopilado dos vocabularios impressos ate agora, e nesta segunda edição novamente emendado e muito acrescentado, por ANTONIO DE MORAES SILVA*. Lisboa: TypographiaLacerdina, 1813. Disponível em: <<http://www.brasiliana.usp.br/handle/1918/00299210>>. Acesso em 18/08/2018.

JORNAIS CONSULTADOS

Almanak Administrativo, Mercantil e Industrial do Rio de Janeiro (RJ) (1870-1879)

Correio do Brazil (1870-1879)

Diário do Rio de Janeiro (1850-1859), (1870-1879)

Gazeta de Notícias (RJ) (1870-1879)

Jornal do Commercio (1850-1859), (1870-1879)

Monitor Campista (RJ) (1870-1879)

O Globo (1890-1899)

O Mequetrefe (1880-1889)

O Mosquito (1870-1877)

O Cruzeiro (1870-1879)

O Repórter (1870-1879)

Revista Illustrada (RJ) (1870-1879)

Vamos lêr! (1930-1939)

Recebido em 21 de dezembro 2019.
1º parecerista em 03 de janeiro 2020.
2º parecerista em 12 de janeiro 2020.