

REVISTA ECO-PÓS

<http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/index>



O jornalismo do Século XIX: tão longe, tão perto

Letícia Cantarela Matheus

Revista Eco-Pós, 2010, v. 13, n. 1, 182-187

A versão online deste artigo está disponível em:

<http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/issue/view/23>

Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Informações adicionais da revista Eco-Pós

sobre: <http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/about>

e-mail: ecopos.ufrj@gmail.com

Política de Acesso Livre

Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona maior democratização do conhecimento.

O jornalismo do Século XIX: Tão longe, tão perto

Leticia Cantarela Matheus¹
UFF



BARBOSA, Marialva Carlos. **História Cultural da Imprensa.**
Brasil - 1800-1900. Rio de Janeiro: Mauad, 2010, 266p.

História Cultural da Imprensa – Brasil - 1800-1900 completa o panorama de 200 anos de história da imprensa no Brasil iniciado por Marialva Barbosa no primeiro volume que tratava do século XX, publicado pela mesma editora em 2007.

A grande contribuição deste lançamento é oferecer uma perspectiva que não é exclusivamente política, embora a autora não a negligencie, e, principalmente, apresentar uma interpretação do passado a partir dos interesses da Comunicação. Além disso, Barbosa conta histórias. Nos estudos da Comunicação, é sempre prazeroso encontrar uma obra com argumento, ainda mais sendo sobre história.

Os primeiros 80 anos do século XIX se encontram na primeira parte, incluindo o contexto cultural da chegada de dom João ao Brasil e instalação da imprensa oficial em 1808. A segunda parte retoma a tese de doutorado de Barbosa, *Imprensa, poder e público*, de 1996. Embora trate de um período mais curto, entre 1880 e 1900, a abordagem é mais completa, com enfoque, a cada capítulo, nos diferentes agentes dos processos jornalísticos: as empresas, o

¹ Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense

produtores da notícia, a relação com as fontes e com o poder e o perfil do público. O livro é concluído com um capítulo sobre uma estratégia particular de popularização amplamente utilizada na virada do século: o sensacionalismo.

Em alguns momentos, é injusto afirmar que a obra trata apenas da história da imprensa. A autora faz mais que isso: escreve uma história da comunicação *a partir* dos jornais. No capítulo 1, ela remonta partes do sistema comunicacional do início do século XIX, percorrendo o circuito oral – manuscrito – impresso pelo qual as informações passavam, e desvenda o papel dos periódicos impressos naquele sistema: dar credibilidade às notícias que já circulavam previamente por outros meios no território nacional e no estrangeiro. Aponta, com isso, que parte do valor do jornalismo é anterior a suas práticas profissionais – deriva do valor de estabilidade oriunda da técnica da impressão.

Também desfaz mitos e preconceitos, como aquele contra a Gazeta do Rio de Janeiro, desqualificada por parte da historiografia da imprensa por ser publicada pela Coroa. Barbosa mostra que a Gazeta levava a público uma série de informações de interesse geral, indo além de seu caráter oficial.

A obra mescla trabalho empírico com diálogo com autores, como no capítulo 2. Nele, Barbosa explica que publicar e ler um determinado periódico significava assumir uma posição no teatro político da época. As narrativas jornalísticas dramatizavam a vida política. Essas histórias eram também pautadas pelo excepcional e pela baixaria, entre 1820/1840, com a troca de insultos e ataques mútuos entre os jornais, como metáforas dos personagens a eles vinculados. A autora vê nesse tipo de comportamento parentesco com o que seria o jornalismo sensacional no final daquele século, mais uma vez, desafiando a associação direta entre sensacionalismo e a cobertura de crimes.

Ela ainda explora as razões para o sucesso de alguns jornais, como o Jornal do Commercio, chamado pelos adversários de “o apóstolo”, por não se envolver nos confrontos com outros jornais, na Corte e nas províncias, sempre fiel aos governos e ainda descreve seu poder na Primeira República, detalhando a relação do seu diretor, José Carlos Rodrigues.

O capítulo 3 dá nova dimensão à participação dos escravos nas práticas

de consumo jornalístico. Montando um quebra-cabeça com diferentes vestígios – desde a literatura até ilustrações, notícias e anúncios nos jornais -, Barbosa mostra que os escravos também formavam parte do público leitor, segundo diferentes graus de letramento. Como leitores diretos, como leitores “de ouvido”, e finalmente como leitores por consciência.

As peças do quebra-cabeça são representadas pelas mais diversas situações que a autora coleta. Desde as escravas espancadas pela senhora, como relatam Morel e Barros (2003), que recorrem ao abolicionista Gazeta da Tarde, de José do Patrocínio, para denunciar a tortura, pois compartilhavam uma consciência mais ampla acerca do significado do jornalismo e da Gazeta em especial, até os leitores de ouvido – fosse porque alguém lia diretamente para eles, fosse porque consumiam informações relatadas oralmente, porém originadas nas letras impressas.

Mas os escravos eram também leitores diretos, como indica uma ilustração da Revista Ilustrada, de 15 de outubro de 1887, descrita pela autora, em que se vêem onze escravos em uma roda, com um deles lendo O Paiz. A imagem foi acompanhada da legenda “Um fazendeiro também fez uma descoberta que o deixou embatucado! Um escravo lia no eito para os seus parceiros ouvirem, um discurso abolicionista do Conselheiro Dantas”. (Barbosa, 2010, p. 105) Por fim, ela reproduz inúmeros anúncios nos quais as habilidades dos escravos com as letras e os números eram destacadas para valorizar a mercadoria ou para melhor identificá-los caso tivessem fugido.

Na segunda parte, são analisados os processos identitários das empresas (capítulo 4) e dos jornalistas (capítulo 5). A autora mostra o final do século XIX foi percebido como um momento de ruptura nos padrões jornalísticos, nascendo o mito dos três parâmetros historiográficos: antes de 1880 a imprensa seria essencialmente política, depois disso se dividiria em dois modelos, na imprensa de escândalo e na imprensa informativa.

Por meio de jogos de intensa autorreferenciação, os jornais consolidam a partir de então uma série de mitos erigidos sobre um discurso pretensamente científico: ser imparcial, verdadeiro, pautar-se pela crítica, iluminar os ignorantes, conduzir à modernidade, defender a pátria, transformando-se um

refúgio para os intelectuais, num período de redefinição do valor do trabalho, pós-abolição. E, sobretudo, consolida-se o valor da informação e da novidade.

A partir de 1880, os diários assumem novas funções numa esfera pública agora ampliada. Com tecnologias de impressão aperfeiçoadas e mais ágeis, com a aquisição de modernas rotativas, os periódicos passam a arquitetar estratégias de ampliação de seu público, como a introdução das notas sensacionais, com a difusão mais intensa do folhetim e a realização de promoções, concursos, sorteios e distribuição de brindes. Também começam a utilizar fotografias e muita ilustração, captando um público com baixo grau de letramento, que já era seu leitor indireto. Paralelo a isso, as empresas descobrem uma forma de promover a identificação do público com seu jornal: dando espaço para as queixas do povo. Com o discurso de defensor dos oprimidos, intermediário entre o poder e o público, conseguem ampliar sua popularidade. É tempo de intensa modernização, com o uso dos serviços telegráficos da Agência Havas, e de maior divisão do trabalho, surgindo a figura do repórter, em substituição ao antigo redator de banca.

A autora mapeia a trajetória de vida, a formação intelectual e a condição de classe (Bourdieu, 2004) dos dirigentes e demais jornalistas, esclarecendo sobre o poder que significava escrever em um jornal ou possuir um. A grande maioria possuía curso superior, saída principalmente da faculdade de Direito, o que fazia com que seu comportamento e suas categorias de pensamento fossem bastante homogêneas, valorizando a polêmica, o bom uso retórico da palavra e assumindo a presunção de defesa da sociedade. Assim, características da cultura profissional do advogado eram transferidas para o universo dos jornais. Associado a esse perfil, somava-se a retórica da indignação e do papel denunciador, oriundos da política, onde muitos atuavam. Mas as semelhanças entre os jornalistas tinham limite. Se o “bacharelismo ilustrado” era condição necessária para ocupar cargos públicos, não significava condição suficiente. Além da posição de classe, que poderia ser obtida pelo diploma, era preciso possuir a condição de classe (Bourdieu, *ibid*) tanto para tentar chegar à direção de um jornal quanto para galgar altos cargos políticos.

Para os que tinham berço, filhos da aristocracia agrária imperial ou mesmo sendo segunda geração de pais bacharéis ocupantes de altos cargos

políticos, dirigir um jornal representava um ensaio para a carreira pública. Já aqueles sem condição de classe, aos quais restavam os cargos de redator e repórter, enxergavam nos jornais a oportunidade de sobreviver do trabalho com a pena e, principalmente, tornarem-se conhecidos para sustentar uma carreira literária ou para negociar um cargo público. Entre eles, havia os boêmios, que também almejavam qualquer emprego público para se manter.

Para todos eles, entretanto, o diploma era fator de distinção. Nos bancos universitários se formavam os quadros para a burocracia estatal e os jornais representavam um ponto na trajetória, um trampolim, fosse para a política, fosse para um cargo menor de servidor.

Barbosa destaca ainda, no capítulo 6, as associações políticas, chantagens, subornos, troca de denúncias, extorsões que os governos sofriam, tudo isso ao mesmo tempo em que os jornais construía um discurso de independência.

No capítulo seguinte, constrói seu conceito ampliado de público, iniciado ao tratar dos escravos, agora retomando a oralidade para entender os trabalhos de leitura na virada do século. Ela explica a responsabilidade do leitor na construção dos jornais, ao atribuir-lhes um conjunto de expectativas e se apropriando deles de diferentes apropriações.

Assim, a autora desenha o perfil do público da época e mostra que sua condição majoritariamente analfabeta não impediu a popularização dos jornais, que chegavam aos trabalhadores, presidiários, pequenos comerciantes, militares de baixa patente, e outros. Entre as estratégias de aproximação com esse público estava a introdução das colunas de reclamação, das cartas, de colunas femininas, de folhetins, dos concursos e promoções já mencionadas, e, principalmente, das notas sensacionais.

Ao lado das queixas, as notas sensacionais alterariam o perfil redacional dos jornais, “na esteira de um naturalismo realista que também triunfa na literatura.” (Barbosa, 2010, p. 246) Ambas as estratégias aproximariam o público do seu jornal, a partir de um jogo de íntima identificação com suas histórias e personagens, mesclando o realismo ao romance.

Referências bibliográficas:

BARBOSA, Marialva C. **Imprensa, poder e público** (Os diários do Rio de Janeiro – 1880-1920). Tese de doutorado em História. Niterói (RJ): UFF, 1996.

BARBOSA, Marialva C. **História Cultural da Imprensa**. Brasil – 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

MOREL, Marco & BARROS, Mariana Gonçalves Monteiro. **Palavra, imagem e poder: o surgimento da imprensa no Brasil no século XIX**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.