

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

LETICIA CANTARELA MATHEUS

# Comunicação, tempo, história

## Tecendo o cotidiano em fios jornalísticos

NITERÓI, RJ  
2010

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

LETICIA CANTARELA MATHEUS

COMUNICAÇÃO, TEMPO, HISTÓRIA  
TECENDO O COTIDIANO EM FIOS JORNALÍSTICOS

Tese apresentada para defesa ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, como parte dos requisitos para obtenção do Título de Doutor em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. MARIALVA CARLOS BARBOSA

Niterói, RJ  
2010

BANCA EXAMINADORA:

---

Marco Morel (História – UERJ)

---

Ana Paula Goulart Ribeiro (Comunicação – UFRJ)

---

Ana Maria Mauad Essus (História – UFF)

---

Fernando Resende (Comunicação – UFF)

---

Marialva Carlos Barbosa (Comunicação – UFF – orientadora)

## AGRADECIMENTOS

Às agências CAPES e FAPERJ pela concessão das bolsas, sem as quais não teria realizado a  
pesquisa;

À Fundação Biblioteca Nacional, principalmente ao pessoal do setor de periódicos e de obras de  
referência, Jorge Luiz dos Santos, Sheila Cruz, Cíntia, Virgínia, Alcione;

Aos funcionários e estagiários da Biblioteca Central do Gragoatá (UFF);

A Silvia Campos;

A minha família pelo apoio, participação ativa e paciência;

A Nélio Rodrigues pela hospitalidade e por emprestar Marialva;

Aos colegas e professores com quem dialoguei nos congressos em que apresentei partes do  
trabalho;

A Silvana Louzada, Marco Antônio Roxo da Silva, José Cardoso Ferrão Neto, Michele Vieira e  
Mônica Mourão;

Em especial à professora Marialva pela generosidade, entusiasmo e otimismo contagiante e  
inabalável.

## RESUMO

Os fios jornalísticos com os quais o cotidiano é tecido são as articulações narrativas que esta tese analisa. Ela investiga a identidade temporal das narrativas jornalísticas e o valor que o tempo possui para esse tipo de comunicação, verificando a contribuição do jornalismo para a percepção do tempo social e a noção temporal que favorece sua legitimação, ao mesmo tempo em que separa a ação narrativa jornalística na produção de passados, presentes e futuros. Assim, analisa essas produções segundo duas formas, comemoração e acontecimento, e investiga a necessidade de celebrar o passado e as formas dessa comemoração experimentadas como história, tradição e memória, três estratégias de narração dos tempos idos. Também observa a participação do passado na elaboração da notícia, uma forma particular de construção de acontecimentos, diferente daquela realizada pela operação historiográfica. Para isso, apresenta uma tipologia dos usos do tempo no cotidiano narrativo de três periódicos com mais de cem anos no espaço social do estado do Rio de Janeiro: *Jornal do Commercio*, *O Fluminense* e *Jornal do Brasil*. Esses usos do tempo revelam algumas funções desempenhadas pelas práticas jornalísticas no cotidiano, sobretudo a de marcar a passagem do tempo, seja fixando-o ou potencializando seu efeito de fluxo. Num passo seguinte, mostra as concepções de história implicadas nessas operações narrativas de natureza jornalística e, numa dimensão mais ampla, investiga os processos de significação do jornalismo a partir de diferentes relações que estabelecemos com o tempo por meio dessa prática social. E, por último, destaca a importância da narratividade jornalística na constituição das múltiplas consciências de história, devido a seu trabalho de sintetizar diariamente portões para outros tempos, sejam passados ou futuros ou mesmo presentes alargados numa territorialidade mais ampla do que aquela vivida presencialmente, e procura abordar o jornalismo como forma particular de interação social, definida por uma experiência temporal específica baseada na periodicidade e na expectativa de novidade, ao mesmo tempo em que em parte a gera.

Palavras-chave: Jornalismo. Tempo. Narrativa. História. Cotidiano.

## ABSTRACT

The journalistic threads with which everyday life is entwined are the narrative articulations that this thesis analyzes. It investigates the temporal identity of journalistic narratives and the value that time plays for such a type of communication, by checking the contributions of journalism to the perception of social time. This research also investigates the notions of time that contribute to its legitimacy, while separating journalistic narrations into the production of past, present and future. The thesis purposes analyze these productions in two ways – as commemorations and as events - and investigates the need to celebrate the past and the ways that this celebration experience takes as history, as tradition and as memory, three different strategies of narratives of bygone days. It also notes the participation of the past in the construction of news, a particular form of producing events, different from that held by the historiographical operation. We present a typology of the uses of time in daily narratives of three newspapers with more than one hundred years in Rio de Janeiro: *Jornal do Commercio*, *O Fluminense* and *Jornal do Brasil*. These uses of time expose some functions performed by journalistic practices in everyday life, especially that of counting the course of time, either fixing it or potentiating its flow effect. Then, this thesis shows the concepts of history involved in these journalistic emplotments and, in a broader approach, investigates the long-term processes of signifying journalism by the different connections we have established over time with this social practice. Finally, we highlight the importance of journalistic narratives to frame multiple consciousness of history, due to their daily work of synthesizing gates to other times, whether to the past or to the future or even to the present as an extended territoriality larger than experiences personally attended. We tend to approach journalism as a particular form of social interaction, defined by a specific experience based on the periodicity and for whom most of its history has been based on the expectation and the generation of novelties.

Keywords: Journalism. Time. Narrative. History. Everyday life.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO, p. 1

PARTE I: JORNAIS CENTENÁRIOS E MODOS DE CONTAR O PASSADO, p. 19

CAP. 1: A MONUMENTALIDADE DO JORNAL DO COMMERCIO, p. 24

1.1 ESTRUTURAS DE NARRAÇÃO DO TEMPO, p. 25

1.1.1 MONUMENTO, p. 25

1.1.2 COMEMORAÇÃO, p. 29

1.1.3 SÍMBOLO, p. 35

1.2 "O TEMPO FABULOSO DO PRINCÍPIO", p. 40

1.2.1 A COERÊNCIA POLÍTICA E JORNALÍSTICA, p. 48

1.3 A ORDEM TEMPORAL DO PROGRESSO, p. 53

1.3.1 O FUTURO NO JORNAL DO COMMERCIO, p. 53

1.3.2 POSITIVISMO, HISTÓRIA E O JORNALISMO DO JORNAL DO COMMERCIO, p. 60

CAP. 2: O FLUMINENSE E A NOSTALGIA DAS REFERÊNCIAS PERDIDAS, p.67

2.1 ENTRE O CAMPO E AS LETRAS: AS FRONTEIRAS DE UM PÚBLICO, p. 69

2.2 CAPITALIZANDO O SIMBÓLICO, p. 77

2.2.1 FUNDINDO ESPAÇOS IMAGINADOS, p. 85

2.2.2 O QUE PENSA O PÚBLICO?, p. 90

2.2.3 A NARRAÇÃO DA HISTÓRIA DO JORNAL, p. 99

2.3 APÊNDICE, p. 107

CAP. 3: O DESFILE DA MEMÓRIA NO JORNAL DO BRASIL, p 108

3.1 INTELIGIBILIDADE IMAGÉTICA, p. 110

3.2 A VOZ JORNALÍSTICA, p. 116

3.3 SÍNTESES DO TEMPO, p. 121

3.3.1 O CORTE TEMPORAL, p.. 125

3.3.2 CONDENSAÇÃO DO PASSADO, p 131

3.3.3 PRESENTE CONTÍNUO, p. 133

3.4 A EXPERIÊNCIA DO NOVO: PROSPECÇÕES, p. 137

PARTE II: ACONTECIMENTOS MUDIÁTICOS E A EXPERIÊNCIA TEMPORAL, p. 141

CAP. 4: NOVIDADE, NOTÍCIA E HISTÓRIA, p. 146

4.1 RELAÇÕES TEMPORAIS, p. 148

4.1.1 NOVIDADE, p. 154

4.1.2 NOTÍCIA E HISTÓRIA, p. 157

4.2 MEDIDAS DO TEMPO, p. 162

4.2.1 COSMOLOGIA E COSMOGONIA, p. 162

4.2.2 EXPLICANDO O PASSADO, p. 169

4.2.3 COTIDIANIDADE COMO TEMPO JORNALÍSTICO, p. 177

4.2.3.1 OS CRIMES E A PUBLICIDADE, p. 184

4.3 APÊNDICE, p. 194

CAP. 5: VISÕES DE FUTURO, OFERTA DE UTOPIAS, p. 197

5.1 IMAGENS DO ALTO: DO ZEPPELIN À APOLO-11, p. 202

5.1.1 CONVERGÊNCIA COMUNICACIONAL, p. 203

5.1.2 UM NOVO ÂNGULO DO RIO DE JANEIRO, p. 214

5.2 DO IMATERIAL AO SONHO EM CONCRETO, p. 223

5.2.1 “O FUTURO SE FEZ PONTE”, p. 224

5.2.2 ESTAÇÃO TELEFÔNICA, p. 233

5.3 RIO INUNDADO POR UM OCEANO DE LUZ, p. 237

CONCLUSÃO, p. 248

OBRAS CITADAS, p. 254

OBRAS CONSULTADAS, p. 263

ANEXO, p. 269

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

- Fig. 1 Síntese de comunicação, tempo e história, f. 37
- Figs. 2 e 3 Retratos em estilo oval, f. 41
- Figs. 4 e 5 Personalização, f. 48
- Fig. 6 Homenagem aos funcionários, f. 52
- Fig. 7 A carruagem aérea, f. 58
- Fig. 8 A história de seu Antônio dias antes do centenário, f. 74
- Fig. 9 Idealização do tipo fluminense, f. 80
- Fig. 10 Exemplo de anúncio evocando o tema do centenário, f. 98
- Fig. 11 O logotipo gótico, f. 100
- Figs. 12 e 13 Processo de montagem e fotolitagem, f. 103
- Fig. 14 O circo e o telefone: a importância dos anúncios como artefatos narrativos, f. 105
- Quadro 1 Ideias articuladas nos anúncios publicitários, f. 107
- Quadro 2 Minhas lembranças, f. 113
- Figs. 15 e 16 O editorial na primeira página e o artigo sobre a origem, f. 126
- Figs 17 e 18 Artigos sobre os anos 1960, 70 e 80, f. 135
- Fig. 19 Uma das colunas mais populares do JB: crimes sensacionais presentificam a experiência, f. 187
- F. 20 Profusão de “hojes”: apelo de urgência na publicidade cultural, f. 193
- Quadro 3 Tipologia dos tempos no jornal, f. 194
- Fig. 21 Construção da expectativa, f. 200
- Fig. 22 A rubrica usada no cabeçalho da cobertura da chegada à lua, f. 204
- Fig. 23 Edição de domingo com anúncio da extra, f. 2005
- Fig. 24 Última Hora, f. 207
- Fig. 25 A primeira grande reportagem da passagem do Zeppelin, com fotografias dos correspondentes, f. 216
- Fig. 26 Alto de página com duas fotografias de dentro do Zeppelin, f. 220
- Fig. 27 Do prédio do JB na Avenida Central: fotografia do estranho objeto voador, f. 221

- Fig. 28 O momento de tensão na descida: uma das quatro fotografias da edição de terça-feira, f. 222
- Fig. 29 Obelisco da praça do pedágio na capa do caderno especial sobre a inauguração da ponte, f. 228
- Fig. 30 A multidão aguardando na praça do pedágio, f. 231
- Fig. 31 A comitiva oficial e os repórteres, f. 232

## INTRODUÇÃO

Tenho a impressão que ninguém está satisfeito com o jornalismo que tem. É possível que alguém elogie um anúncio e diga que a publicidade brasileira é de alta qualidade, é provável que recomende um livro, que alugue um DVD, que diga que é aficionado em cinema, que adora teatro. Mas nunca ouvi alguém dizer que ama o jornalismo. Afinal, por que ele existe? Mesmo criticado, continua a ser praticado há pelo menos dois séculos no Brasil. Talvez porque gerar polêmica seja sua essência. É verdade que adquiriu vários estatutos – literatura, política, negócio -, e passou por diferentes suportes, desde o impresso até o digital, mas continua a ser consumido e considerado importante, a ponto de haver formação superior e até pós-graduação. Ele tem carregado valor simbólico inquestionável, ainda que a substância da simbologia tenha mudado bem como suas estratégias de legitimação.

Tanto no senso comum quanto entre pesquisadores e professores, o bom jornalismo é um ideal nunca alcançado. Impressos ou audiovisuais, os jornais são criticados por serem sensacionalistas ou comprometidos politicamente, fúteis ou irresponsáveis ao banalizar os dramas sociais. Muitos reclamam que não se sentem representados pelos jornais mas continuam conferindo importância a eles.

Por que então simplesmente não ignoramos o jornalismo? Acreditamos precisar dele ou, mesmo não estando bem convencidos disso, ainda assim congregamos em práticas sociais de consumo jornalístico, às vezes, tão engajadamente a ponto de nos tornarmos jornalistas ou professores de jornalismo.

Para tentar compreender esse fenômeno comunicacional carregado de paixão e ódio, poderíamos partir de uma série de teorias que levam em conta a construção da autoridade e seus

modos de legitimação<sup>1</sup>, mas optamos por focar uma dimensão da dinâmica cultural que lhe explica e dá *status*, mas que é pouco estudada: o tempo. Investigamos as demandas por jornalismo em função de certa organização temporal.<sup>2</sup>

Muito se fala da aceleração das comunicações e da vida cotidiana. A aplicação da metáfora do universo matemático à interpretação do mundo social indica que se está compreendendo história como processo de permanente atualização, minimizando contradições e permanências. Vive-se imerso numa discursividade acerca de aceleradas mudanças.

A ideia da transformação parece ser a base do jornalismo, a começar por seu caráter periódico, e, depois, pela profusão de notícias que fornecem a sensação de atualização contínua. O jornalismo seria uma prática comunicacional em perfeita conformidade com certa historicidade, não apenas pelo conteúdo do que narra, mas principalmente pelas características temporais de sua narratividade. Seria a forma de representação mais adequada a certa compreensão de história, instrumento privilegiado com o qual se opera essa compreensão.

Portanto, estudamos essa forma de comunicação sob a ótica do tempo, com suas implicações para as noções de história. Para isso, duas perguntas norteiam esta tese. Obedecendo a uma via de mão dupla, qual a contribuição do jornalismo para a percepção do tempo social e de que tipo de percepção temporal ele depende? E a segunda é: se existe uma identidade temporal jornalística, qual é ela?

Tais perguntas são importantes, pois muitas formas de comunicação hoje consumidas como jornalísticas não fazem referência à datação. Nem as antigas crônicas eram tão apartadas do tempo. A data foi durante todos esses anos uma espécie de territorialidade do jornalismo. Sem referência a datas, ele é ficção. Também muitas das formas de jornalismo *on line* não possuem periodicidade, o que, na nossa opinião, compartilhada com Rizzini (1946), é característica definidora do jornalismo, o que o diferencia de outras formas de comunicação, embora a novela também seja periódica.

A primeira hipótese é que as narrativas jornalísticas favorecem a percepção da história como progresso de maneira linear, determinista, para o qual o jornal seria o farol, o guia pelo caminho previamente traçado. Por sua vez, ele seria ancorado na demanda de atualização, como

---

<sup>1</sup> Sobre autoridade e legitimação, cf. WEBER, Max. *Conceitos básicos de sociologia*. SP: Editora Moraes, 1987 e BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. RJ: Bertrand Brasil, 2004.

<sup>2</sup> Sobre a dimensão temporal das culturas, cf. RICOEUR, Paul *et alii*. *As culturas e o tempo*. Petrópolis (RJ): Vozes e SP: Editora da USP, 1975.

índice da suposta mudança em andamento. Uma espécie de livramento simbólico do passado, de superação performativa de estruturas arcaicas.

A suposição é que a contribuição do jornalismo para essa compreensão de tempo se daria de duas maneiras. A primeira pela inserção no cotidiano dos objetos que dão suporte ao jornalismo, seja televisão, rádio, computador, aparelho celular ou o jornal impresso – objeto empírico desta pesquisa. A segunda seria pelas múltiplas dimensões temporais abertas no cotidiano pelas narrativas jornalísticas. Ambas as formas - material e narrativa -, porém, ajudariam de modo complementar na conformação das noções de tempo, com suas implicações na percepção do sentido histórico e, conseqüentemente, nas ações cotidianas.

Difícilmente se conseguiria estabelecer onde começa e onde termina a inserção material e a narrativa do jornalismo no cotidiano. Ambas são simultâneas e indissociáveis. O próprio ritmo de inserção é já um regime narrativo, assim como a narrativa também possui existência material.

A hipótese à pergunta acerca da identidade temporal era inicialmente que o jornalismo tratava fundamentalmente do presente, mas a evidência, no decorrer da pesquisa, de uma profusão de narrações de passado levou à complexificação de tal suposição. Ainda que falar do passado seja uma atividade realizada no presente e em referência a ele, já que não possuímos outro lugar para existir que não no agora, o jornalismo produziria falas autorizadas de passado muito mais do que se imaginava à primeira vista. Assim, como se procura mostrar ao longo do trabalho, seria toda uma relação particular, jornalística, entre passado, presente e futuro, que seria mercantilizada na forma de jornalismo. Esse embricamento é de tal ordem que sua identidade narrativa manteria relação tão íntima com o tempo a ponto de sua forma material primeira – o impresso – ter o nome derivado da própria duração: jornada.

O desafio começa ao ter que recortar o que é jornalismo, o que pode, inclusive, sugerir uma perspectiva ontologizante, pois é preciso ser minimamente nominalista. Falar "jornalismo" traz o problema de ele parecer fenômeno espontâneo, sem sujeito histórico, o que não é nosso intuito. Nesta tese, o substantivo “jornalismo” é tratado como prática social, portanto, dinâmico, sujeito a tensões culturais, políticas e históricas. Ele é entendido como um conjunto de práticas comunicacionais que integram circuitos mais amplos de produção de sentido.

Diante dessa perspectiva, jornalismo é antes de tudo um modo de interação social. Por isso, não descartamos os anúncios publicitários em nossas análises já que entendemos que eles participam nos processos de produção de sentido que a experiência jornalística promove.

Existem vários condicionantes à experiência jornalística. Para Morel (2005), ela depende do alargamento da esfera pública. Rizzini (1946) o condiciona à periodicidade. Barbosa (2008a e 2009a) à abstração do pensamento e ao consumo de bens imateriais.<sup>3</sup> Cumprindo às exigências, ainda assim, o jornalismo poderia ser confundido com outras formas de comunicação que atendem às mesmas condições, como a telenovela, por exemplo. Por isso, ainda que dialogando com ficcionalidades, é preciso admitir que pesa sobre o jornalismo a expectativa de referencialidade ao real, da mesma forma como opera, por exemplo, a historiografia, ao produzir narrações de passado.

Entende-se por jornalismo uma experiência comunicacional compartilhada cotidianamente por um conjunto de indivíduos, seja na produção, seja no consumo direto e indireto. Jornalismo aqui será tudo aquilo que, consensualmente ou conflituosamente, é experimentado como jornalismo, nas suas múltiplas dimensões informativo-noticiosa, estético, ficcional, opinativo-retórica, imagética, cômica. Ou seja, ele não poderá ser entendido como fruto exclusivo de deliberação profissional, mas como resultado momentâneo e parcial da dinâmica cultural.

Essa perspectiva nos obriga a abandonar tentativas de localizar origens, embriões ou processos evolutivos até supostas formas idealmente mais aperfeiçoadas. Pensar assim seria perder de vista a própria historicidade. É somente com base no entendimento da diversidade e do dinamismo dessa prática que se poderá pensar a relação do jornalismo com o tempo.

Propositadamente, foi excluído da pesquisa o caráter profissional, mesmo sabendo que a institucionalização do jornalismo, separando-o da esfera da política e da arte literária, é componente fundamental para seu *status* comunicacional. Ainda assim, optamos por estudá-lo apenas do ponto de vista da experiência temporal. Também estamos considerando narrativas jornalísticas todo o processo de significação implicado no ato de consumo seja de publicidade, notícia, reportagem, artigo, editorial etc. Essa indiferenciação proposital não desconsidera formas, propósitos e historicidades diferentes disso que se poderia chamar de gêneros, apenas

---

<sup>3</sup> MOREL, Marco. *As transformações dos espaços públicos: imprensa, atores políticos e sociabilidades na cidade imperial (1820-1840)*. São Paulo: Hucitec, 2005, 326p; RIZZINI, Carlos. *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil*. RJ, SP, RS: Erich Eichner & Cia., 1946; BARBOSA, Marialva C. "Reflexões sobre a imprensa no Brasil de 1808". *In: Estudos em Jornalismo e Mídia*, ano V, n. 2, pp. 91-109. julho/ dezembro, 2008a; BARBOSA, Marialva C. "Comunicação e história: presente e passado em atos narrativos". *In: Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 6, n. 16 (julho 2009). SP: ESPM, 2009a, pp. 11-27.

destaca a experiência jornalística como um modo de interação social que se dá a partir de um conjunto de *praxis* narrativas.

Depois de definir o objeto, o segundo problema é localizar referências no tema. Realizamos uma triangulação entre Franciscato (2005), Ribeiro (1995) e Meneses (2009).<sup>4</sup>

Um dos primeiros pesquisadores no Brasil a estudar a relação entre jornalismo e tempo, Franciscato (2005) defende que esse modo de comunicação foi responsável por um tipo específico de experiência do presente, de modo a alargá-lo. Embora tenha uma abordagem universalizante do jornalismo, o autor traz reflexões indispensáveis. Ele apresenta um modelo interpretativo com base em cinco categorias de relações temporais do jornalismo: a instantaneidade, a simultaneidade, a periodicidade, a novidade e a divulgação.

Segundo o autor, cada uma surgiu e dominou os modos de fazer jornalismo em diferentes momentos. Sem elas, algumas interações sociais na contemporaneidade seriam inviáveis, como, por exemplo, o sentimento de nacionalidade, que depende de uma percepção de simultaneidade histórica, e para a qual o jornalismo contribuiu.<sup>5</sup>

A novidade é a noção de tempo mais primária com que trabalha o jornalismo, desenvolvida a partir da concorrência entre os periódicos, por meio das edições extras, e da crescente curiosidade acerca do cotidiano nas sociedades modernas, no caso da Europa Ocidental, na virada do século XVII para o XVIII.<sup>6</sup> O jornal foi, naquele momento, para sociedades européias, fonte de referências frente ao cotidiano experimentado cada vez mais como transitório. Ao mesmo tempo, alimentava o fascínio por tudo o que era novo. O princípio da novidade se tornou, assim, um modo de reconhecimento e orientação na sociedade e o jornalismo contribuiu para isso não somente pelo fato de contar novidades, mas por construir a novidade no ato de enunciação.

---

<sup>4</sup> FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *A fabricação do presente*. Como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005, 274p; RIBEIRO, Ana Paula Goulart Ribeiro. *A história do seu tempo*. A imprensa e a produção do sentido histórico. Dissertação de mestrado em Comunicação. RJ: ECO/UFRJ, 1995; MENESES, Sônia. *A operação midiográfica: 1964, um golpe com três tempos – mídia, memória e esquecimento*. Texto de qualificação de tese de doutorado em História. Niterói (RJ): UFF, 2009, 209p.

<sup>5</sup> Sobre a importância da simultaneidade na consciência de nação, cf. ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas*. SP: Companhia das letras, 2008.

<sup>6</sup> Franciscato se refere à Inglaterra, mas o processo de levar o cotidiano para as páginas dos jornais se deu de maneira diferenciada em outros lugares e em diferentes momentos. Nos EUA, ocorreu por volta da metade do século XIX (SCHUDSON, 1978) e, no Brasil, no final do XIX, como mostraremos na parte 2.

Em seguida, inovações tecnológicas e o desenvolvimento dos transportes contribuíram para a regularidade nas comunicações e assim o jornalismo passou a ser regido pela lógica da periodicidade, primeiro semanal, depois prioritariamente diária. Segundo o autor, a regularidade na oferta de novidades contribuiu, pela lógica da inovação, não só para a fidelização de relações de consumo, mas para um crescente envolvimento nos acontecimentos e no debate público.

Mais tarde, entre os séculos XIX e XX, os sentidos de instantaneidade e simultaneidade foram acentuados, sobretudo com o advento do telégrafo e depois do rádio e da TV. Por último, a consciência de simultaneidade das ações humanas foi reforçada pela prática da divulgação de fatos de conhecimento restrito que passaram a vir à tona graças ao trabalho do jornalista.

Desse modo, Franciscato (*ibid.*) conclui que o jornalismo oferece o presente não somente pelo fato de seu conteúdo primordial ser o cotidiano, mas também por efetivamente construí-lo. E, como o presente é o tempo da ação, o jornalismo adquire uma enorme capacidade de mobilização pública. Ele afirma que estudar as relações com o tempo é fundamental para compreender o papel e a importância que o jornalismo adquiriu nas civilizações moderna e contemporânea, o que reforça o propósito desta pesquisa e nos conforta sobre sua pertinência.

A análise de Franciscato (*op. cit.*) é essencial para estabelecer esta investigação, não no sentido de produzir uma revisão, mas de acrescentar outros ângulos ao problema da relação entre tempo e comunicação. O jornalismo exerceria a função de ser um "novidadeiro" nas sociedades modernas. Mas, se ele se funda no presente, por que tantas referências ao passado? Essas falas de passado desempenhariam a função de constituir parte de um valor simbólico jornalístico, seu poder de narrativa cotidiana.

Para Ribeiro (1995), os jornais desempenham a função de historiografia do cotidiano, o que é reivindicado por meio de uma série de estratégias discursivas. Ao se arvorarem a capacidade, o direito e a função de enunciar a história, legitimam seu próprio lugar social. Além disso, a ideia de história com a qual trabalham tem apagada qualquer noção processual, remetendo ao aqui e agora, o que, para a autora, exclui a consciência do homem enquanto agente da própria história. A impressão é que os fatos brotam simplesmente e que a história é um arquivo de fatos desconexos. Trata-se da dimensão acontecimental abordada também por Barbosa (2007b).

Ao se valer de uma história positivista, o jornalismo forçaria uma coincidência entre o fato jornalístico e o fato histórico, potencializando sua capacidade de investir os acontecimentos

de caráter histórico. (RIBEIRO, 1995) Entretanto, essa ideia de história não-processual não constitui efeito discursivo exclusivo do jornalismo. Lembremos que a própria História operava majoritariamente com essa noção de tempo linear, unidirecional, até pelo menos os anos 1930.<sup>7</sup> Todo o século XIX, por exemplo, teve como visão historiográfica dominante a história positivista, linear, com um sentido de aperfeiçoamento das civilizações e superação automática do passado.<sup>8</sup> A opção por privilegiar rupturas e/ ou continuidades não é ingênua. A História privilegiou por muito tempo as rupturas, mesmo quando elas apareciam como continuidades.<sup>9</sup> Até que ponto o contar jornalístico se assemelha a essa compreensão narrativa, sobretudo na forma da notícia? Por outro lado, haveria momentos estratégicos em que o jornalismo tentaria recompor uma continuidade, formulando uma coerência entre passado e presente, como se procura demonstrar na Parte 1, ao tratar das comemorações.

De qualquer forma, nossas análises confirmam a prevalência dessa "historiografia" jornalística reprodutora do modelo de rupturas, conforme Ribeiro (*op. cit*) também percebeu. Ela localizou essa presença nos discursos de autorreferência e nas retrospectivas (que também são,

---

<sup>7</sup> Acreditando na necessidade de transformação metodológica e teórica na História, um grupo de intelectuais franceses se mobilizou principalmente a partir de 1929 em torno da revista "Anais de História Econômica e Social" para pôr em prática concepções que tinham sido marginalizadas ou abandonadas no século XIX, durante o domínio da chamada História rankeana ou positivista, uma reação historiográfica conservadora que se preocupava com a história política, descrita de forma linear, focando os acontecimentos. As concepções adotadas pelo grupo em torno dos "Anais" ficaram conhecidas como Nova História ou École des Annales. Principalmente entre 1945-1968, a Nova História se tornaria uma das formas hegemônicas de historiografia, sobretudo devido ao sucesso do método de Fernand Braudel de decompor o tempo em curtas, médias e longas durações. Entre as maiores contribuições do grupo para a História e as Ciências Humanas em geral estão: a) a percepção da multiplicidade do tempo social, admitindo-se transformações ligeiras (acontecimento), lentas (conjunturas) e lentíssimas (estrutura social); b) ampliação da base de interesse da História para além dos problemas de ordem política, incluindo a dimensão cultural, simbólica e imaginativa; c) ampliação da base referencial, trabalhando com documentos não-oficiais e não escritos, tais como memória oral, imagem e objetos arqueológicos; d) consciência da elaboração do acontecimento pelo historiador segundo a organização de suas fontes, sobretudo na história quantitativa ou serial; e) transformação da história em problema em vez de descrição. Cf. LE GOFF, Jacques. *A História Nova*. SP: Martins Fontes, 1990, 318p; BURKE, Peter. *A escola dos Annales – 1920-1980*. A Revolução Francesa da Historiografia. SP: Unesp, 1997, 154p; BRAUDEL, Fernand. *Escritos sobre a história*. SP: Perspectiva, 2007, 2ª edição, 2ª reimpressão, 288p.; HUNT, Lynn. *A Nova História Cultural*. SP: Martins Fontes: 2006, 317p, 2ª edição, 2ª tiragem. Primeira edição: 1992; DOSSE, François. *A História em migalhas*. Dos Annales à Nova História. SP: Edusc, 2003, 393p; BLOCH, Marc. *Apologia da História*. Ou o ofício de historiador. RJ: Zahar, 2001, 159p; RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. Vol 1. Campinas (SP): Papyrus, 1994; FURET, François. "O quantitativo em história." In: LE GOFF, Jacques & NORA, Pierre. *História: novos problemas*. RJ: Francisco Alves, 1976, pp. 49-63.

<sup>8</sup> Trataremos da ideia de progresso e das noções de tempo e história implicadas no capítulo 1 da primeira parte. Cf. DUPAS, Gilberto. *O mito do progresso*. SP: Unesp, 2006, 309p; COMTE, Auguste. *Os pensadores*. SP: Abril Cultural, 1978, 318p; NISBET, Robert. *História da Idéia de Progresso*. DF: UnB, 1985, 362p; COLLINGWOOD, R.G., *A idéia de história*. Lisboa: Editorial Presença, s/d.; SCHWARCZ, Lilia Moritz, *O espetáculo das raças*. Cientistas, instituições e questão racial no Brasil. 1870-1930. SP: Companhia das Letras, 1993, 1ª reimpressão, 1995; SOREL, George. *Les Illusions du Progrès*. M. Rivière, ed. 4eme, 1927.

<sup>9</sup> Por outro lado, a École des Annales inova ao introduzir a história quantitativa capaz de encontrar continuidades naquilo que aparece como rupturas por meio de análise de séries históricas. Cf. FURET, 1976, *op. cit.*

em parte, nosso objeto empírico) e nós a confirmamos num *corpus* mais amplo e em especial nas edições comemorativas, que também são metadiscursos.

Privilegiando uma temporalidade linear, o jornal se adequa a uma demanda de controle da realidade, com base na previsibilidade do futuro e no progresso. Isto é, a relevância atribuída ao jornalismo depende da adoção de um tipo específico de noção de história e, conseqüentemente, de tempo. Acreditamos que essa noção de tempo e história favoreça a própria aceitação do jornalismo como modo de representação relevante num dado sistema cultural e que a flexibilização dessa noção, no senso comum, forçaria uma reformulação do estatuto do jornalismo.

Ainda segundo Ribeiro (*op. cit.*), o jornalismo semantiza o tempo de duas maneiras. A primeira diz respeito a uma relação específica com o passado e o futuro, afinal, o jornal poderá ser lido como registro histórico, impondo certo modo de recordação. Isso porque, ao articular um sentido de tempo passado e de presente, os periódicos se tornam registros documentais que serão usados inclusive por historiadores. Desse modo, os jornais são já a imposição de um modo de recordação do passado, ou seja, um enquadramento de memória. (POLLAK, 1989)

A segunda instância de semantização temporal se refere à percepção cotidiana do tempo. Essa operação seria, a nosso ver, ainda mais importante que a primeira, pois seria parte da própria historicidade. Ou seja, ao atribuírem determinados sentidos históricos aos acontecimentos, os jornais favoreceriam certa consciência de como estamos inseridos no processo histórico.

Trilhando caminho semelhante, Meneses (2009) procura entender como os meios de comunicação interferem na constituição de sentidos históricos. Ela estabelece o conceito de operação midiográfica, traçando uma analogia com a operação historiográfica de Certeau (2007).

Segundo Meneses (2009), a midiografia se realiza em dois estágios: o da escritura e o da inscrição. O primeiro é a configuração narrativa própria da notícia, pela qual o jornalismo conferiria significado aos acontecimentos, "re-textualizando o vivido e o oferecendo através de veículos de mediação". (MENESES, 2008, p. 3)

E o segundo estágio constitui o momento em que a mensagem é posta em circulação, inscrevendo novos significados no cotidiano. Assim, é possível perceber um rico campo a ser explorado entre comunicação/ jornalismo e tempo/ história, no qual pretendemos nos inserir e para o qual esperamos poder contribuir de alguma forma.

Realizamos uma combinação de teorias. As principais estão em Barbosa e Ricoeur. Da primeira, extraímos fundamentos espalhados por sua obra, tendo como principal contribuição a visão processual da comunicação e o interesse pela temporalidade como conceito fundante da área. Já a correspondência de Ricoeur entre narrativa e temporalidade permitiu encontrar na teoria e filosofia da História fundamentos que servem à Comunicação.<sup>10</sup>

Barbosa (2007b) afirma que os meios de comunicação têm funcionado na contemporaneidade como um dos principais formuladores do tempo-mundo (CHESNEAUX, 1986), aquele mesmo da ubiquidade própria do fenômeno da globalização abordado por Franscicato (2005). Esse tipo de temporalidade reforça a experiência de simultaneidade, principalmente por meio das tecnologias que permitem as transmissões em tempo real. Além disso, o ritmo da produção e do consumo midiático contribui para a sensação de aceleração do processo histórico e de distensão do presente, que passa a ser percebido na sua dimensão acontecimental, sobretudo enquanto acontecimento midiático. (BARBOSA, 2007b, p. 80; RIBEIRO, 1995)

A autora destaca, de forma original, a utilização da mídia como uma espécie de relógio contemporâneo, principalmente o rádio, depois dos anos 1920, e a televisão, no caso brasileiro, após sua popularização no final dos anos 1960 e, sobretudo, nos anos 1970. A grade de programação das emissoras funciona como marcadora de um tempo virtual, redefinindo muitas vezes a própria sociabilidade ao reforçar um sentido de ritualização por meio da mídia. Marcar o barzinho "depois da novela das oito" (que nunca é realmente às 20h), o almoço "depois do RJTV", ou saber, nos consultórios médicos, se o paciente está muito atrasado de acordo com o andamento do programa da Márcia Goldsmicht (se antes ou depois da apresentação do resultado do exame de DNA) são exemplos da presença da mídia no cotidiano como referência temporal.

Tal tese abre todo um campo de investigação sobre os meios de comunicação de massa, mas optamos por destacar o aspecto narrativo da constituição temporal. De qualquer forma, o

---

<sup>10</sup> As principais referências teóricas para este trabalho são 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. RJ: Mauad X, 2007a, 262p; BARBOSA, Marialva C. *Percursos do olhar*. Comunicação, narrativa e memória. RJ: EdUff, 2007b, além de inúmeros artigos e fontes informais como aulas e debates com nossa orientadora, e RICOEUR, 1975, *op. cit.*; RICOEUR, Paul. *Ideologia e utopia*. RJ: Edições 70, 1991a, 523p; RICOEUR, Paul. *O si-mesmo como um outro*. Campinas (SP): Papirus, 1991b, 432p; RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. Tomo I. Campinas (SP): Papirus, 1994, 327p; RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. Tomo II. Campinas (SP): Papirus, 1995, 286p; RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. Tomo III. Campinas (SP): Papirus, 1996, 519p.

funcionamento jornalístico como “relógio midiático”, efeito de sua periodicidade, é um aspecto que ocupará parte de nossas preocupações no capítulo 4 na Parte 2.

Na definição de Barbosa (1996, p. 52), temporalidade é "o modo de inscrição das ações humanas na duração". Estando a temporalidade submetida ao processo histórico, ela é uma arquitetura temporal (POMIAN, 1984) construída dentro de regimes de historicidade. (BARBOSA, 2007b, p. 161)

Entende-se história como a inserção concreta dos homens na duração. A consciência disso depende de certa relação com o tempo. E ao modo de perceber e viver o tempo (e no tempo) estou chamando temporalidade.<sup>11</sup>

Segundo Ricoeur (1994, 1995, 1996, 2007), a experiência temporal seria muda não fosse a capacidade de narrar o mundo. Entre os modos de narrar as ações está a própria historiografia, produzida por historiadores e de certa forma reivindicada pelo jornalista.

É na linguagem, mais precisamente na articulação narrativa que as noções de tempo se humanizam, abandonam a ilusão abstrata dos minutos, e são objetivados em modos concretos de conhecimento e de ação no mundo. Para além da medição do tempo em horas, dias e anos sequenciais, o contar do mundo se encontra no ato de narrar os antes, os agora e os depois. Essa operação não é falar *do* tempo, é *fazer* o tempo. Temporalizar. (RICOEUR, 1994)

Tendo como objeto de investigação justamente a relação com o tempo, a História conta com uma longa experiência de elaboração teórica e metodológica acerca das diferentes abordagens humanas sobre passado, presente e futuro. Ao trabalhar vestígios do passado e expectativas de futuro, ajuda a perceber nossa historicidade e a consciência que temos dela.

A História também enfrenta o problema de se fazer válida somente na medida em que puder se referenciar ao real passado, ainda que seja em última instância irre recuperável. Ou seja, pesa tanto sobre a História quanto sobre o jornalismo o risco da perda de autoridade se o produto de suas atividades for entendido como ficcional. Daí muitas vezes a associação simplista entre ficcionalidade e narrativa. Evitar ser narrativo garantiria legitimidade à historiografia e ao jornalismo, como se ser científico e narrativo fossem características excludentes.

Além disso, persiste em ambos os ofícios a expectativa da objetividade. No caso da História, exercitá-la seria um desafio em função da distância temporal com a qual o historiador

---

<sup>11</sup> O tempo é uma dimensão da significação que nos situa enquanto *ser-no-mundo*. O conceito de temporalidade é pensado como meio e condição de consciência, de existência (*Dasein*). Cf. HEIDEGGER, Martin. *Ser e Tempo*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2004, partes I e II.

trabalha. O problema da mediação na História estaria não tanto no fato de o historiador ter que atravessar diferentes distâncias temporais para explicar o homem, mas na ilusão da "imediação" possível<sup>12</sup> (LACOUTURE, 1990) e cabível a outras instâncias narrativas, tais como o jornalismo, e com as quais a História deveria ou não se preparar para competir. Entretanto, torna-se impossível insistir na disputa entre historiografia e midiografia na produção do sentido histórico quando se abole a crença na “imediação” da história.

A atribuição do presente como feudo jornalístico pressupõe sua não-resistência à apreensão pelo jornalista e para a qual o historiador deveria se preparar, como se estivessem numa competição para a captura do presente e do passado. Ou seja, ao se evitar perceber que uma enunciação de qualquer espécie é já mediação, independentemente do momento sobre o qual fala (presente, passado ou futuro), a História acabaria por referendar a crença na possibilidade de apresentação imediata da história e, ao mesmo tempo, referendar a autoridade jornalística. O que gostaríamos de mostrar aqui é que nem o presente é um feudo do jornalismo, nem ele se ocupa exclusivamente do presente histórico, mas formula uma série de narrações de passado por meio de diversas estratégias que lhe conferem diferentes formas de autoridade.

Em 1972, Nora (1976) argumentava ser característico de nosso tempo procurar enxertar sentido histórico ao presente. Esse sentido seria percebido e experimentado principalmente por meio do acontecimento, forma narrativa que, segundo o autor, estaria sendo dominada pelos jornalistas. Ele alertava para o fato de que, enquanto a História subestimava o valor do acontecimento, o jornalista se apropriava dele. Se a visão de história constituída essencialmente como coleção de fatos tinha sido abandonada pelos historiadores, ela teria migrado e sobrevivido nos meios de massa, sobretudo os jornalísticos, para o qual o acontecimento parece carregar um duplo valor: o de uma história dominada pelo senso comum e o da notícia. O que parece é que os jornais têm necessidade não somente de decretar diariamente o que é histórico, mas também de serem eles próprios históricos.

O jornalismo constrói sua legitimidade e seu valor simbólico como algo de extrema relevância também por algo que certos usos do passado lhe conferem, como uma espécie de “capital de verdade”. Sendo uma literatura descartável e tendo em parte a herança de um *ethos* intelectual, o jornalismo usaria a história para garantir um sentido de perenidade.

---

<sup>12</sup> LACOUTURE, Jean. "A história imediata". In: LE GOFF, Jacques. *A História Nova*. SP: Martins Fontes, 1990, 318p. Desenvolvemos o problema da mediação da história do presente no capítulo 4 a partir da idéia de notícia.

Sua legitimidade se apoia, entre um conjunto de demandas e expectativas culturalmente negociadas, num se constituir classe intelectual (GRAMSCI, 1995). Mas esse querer exercer função intelectual e essa legitimidade não são estáticas no tempo. É provável que suas estratégias de manutenção de poder tenham precisado ser transformadas, dosadas, ou mesmo mantidas, de acordo com a transfiguração dos contextos sociopolítico e culturais.

Se na virada do século XIX para o XX, o homem de jornal era antes de tudo um aspirante a literato, político, servidor público, com poder como intermediário possível entre o povo e o poder (BARBOSA, 1996), de lá para cá, ele foi incorporando a seu ofício outras simbolizações: mais recentemente, as de profissional técnico especializado (ROXO DA SILVA, 2007), de investigador policial (CASTILHO, 2005) e de intérprete da economia (LENE, 2009). Mas talvez exista um elemento que confira ao jornalista e ao jornalismo um conjunto de qualidades próprias que só o *status* emprestado da historiografia pode lhe oferecer.

Para a História, os jornais se apresentam basicamente de três formas. A primeira é como fonte. Até a crítica documental promovida nos anos 1960 (LE GOFF, 1997b), essa forma foi marcada pela visão que os jornais eram capazes de relatar os fatos objetivamente. Essa crença não era prerrogativa exclusiva da História, mas uma forma de encarar o conhecimento, tendo como paradigma as ciências biológicas, e que dominou outras formas de saber até pelo menos o início do século XX no Brasil (SCHWARCZ, 1995). Mais tarde, de modo não menos ingênuo, os historiadores chegaram a pensar que os jornais deveriam ser ignorados, pois representavam a visão de seus donos ou de certos grupos financeiros aos quais estavam ligados.

Hoje as perspectivas são menos maniqueístas. Cada vez mais se vêem nos jornais vestígios de um tempo passado que requerem interpretação e confrontação com uma série de outras fontes e também como lugar de convergência de múltiplas intertextualidades de uma época, que incorporam não somente a visão de mundo de seus donos mas também outras visões conflitantes em circulação nas sociedades em que estavam inseridos, ou, pelo menos, em parte delas. Para isso, os historiadores se armaram de múltiplas técnicas de análise e tentam olhar para essas fontes de modo a levar em conta sua polifonia. (BAKHTIN, 1995)

Por último, também é cada vez mais comum que o jornalismo seja objeto de estudo historiográfico, tendo em vista ser um processo social. Entretanto, a mão inversa, a da função da história para o jornalismo, é pouco estudada. Uma das exceções é Ribeiro (1995). Não se trata,

portanto, de realizar aqui uma história da imprensa, tema que conta com inúmeras referências clássicas, mas de pensar para que servem o passado e a história para o jornalismo.<sup>13</sup>

Segundo Barbosa (2005), o principal legado para pensar o jornalismo dentro da Comunicação deriva da Sociologia, em torno da qual se tem formulado as Teorias do Jornalismo. Mas, para a autora, essa abordagem deixa um lapso explicativo acerca dos porquês nos processos comunicacionais, que podem ser ricamente explorados com a ajuda da Teoria da História.<sup>14</sup>

Dentre alguns pressupostos da História que pretendemos adotar estão: o caráter necessariamente interpretativo de qualquer trabalho; o fato de o produto final tanto da História quanto do jornalismo - e nosso - ser uma narrativa; que o conhecimento precisa ser crítico; e, finalmente, que uma abordagem histórica precisa ser particularizada, nunca universalizada como se as explicações, por exemplo, para o significado do jornalismo no espaço social do Rio de Janeiro pudessem ser generalizadas para todas as experiências jornalísticas no mundo.

E talvez o elemento mais importante: a questão do tempo, ponto central da nossa reflexão e categoria mais importante da História.<sup>15</sup> Segundo Cardoso (1988), o tempo pode ser estudado

---

<sup>13</sup> Entre as referências clássicas da história da imprensa citamos: SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. RJ: Mauad, 1999; ABREU, Alzira Alves. *A Modernização da imprensa (1970-2000)*. RJ: Jorge Zahar, 2002; ABREU, Alzira Alves, LATTMAN-WELTMAN, Fernando, FERREIRA, Marieta & RAMOS, Plínio. *Imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. RJ: FGV, 1996; ABREU, Alzira Alves, LATTMAN-WELTMAN, Fernando & ROCHA, Dora. *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. RJ: FGV, 2003; BARBOSA, 1996, *op. cit.*; BARBOSA, 2007a, *op. cit.*; HOHFELDT, Antônio & BUCKUP, Carolina. *Última Hora: populismo nacionalista nas páginas de um jornal*. Porto Alegre (RS): Sulinas, 2002; LUSTOSA, Isabel. *Insultos impressos*. SP: Companhia das Letras, 2000; LUSTOSA, Isabel. *Nascimento da imprensa brasileira*. RJ: Jorge Zahar, 2003; MELO, José Marques. *História da imprensa no Brasil: fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil*. Porto Alegre (RS): Edipuc, 2003; MOREL, 2005, *op. cit.*; MOREL, Marco & BARROS, Mariana Gonçalves Monteiro. *Palavra, imagem e poder: o surgimento da imprensa no Brasil no século XIX*. RJ: DP&A, 2003; NEVES, Lúcia Bastos, MOREL, Marco & BESSONE, Tânia. *História e Imprensa: representações culturais e pacíficas do poder*. RJ: DP&A, 2006; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50*. RJ: E-papers, 2006, 362p; RIZZINI, Carlos. *Hipólito da Costa e o Correio Brasiliense*. SP: Companhia Editora Nacional, 1957; RIZZINI, Carlos. *O livro, o Jornal e a Tipografia no Brasil*. RJ, SP, RS: Erich Eichner & Cia., 1946; entre outras.

<sup>14</sup> BARBOSA, Marialva C. "O que a história pode legar aos estudos de jornalismo". In: *Contracampo*, Dossiê Histórias e teorias do jornalismo, vol. 12, 1º semestre, 2005, pp. 51-61.

<sup>15</sup> Segundo Cardoso (1988), o tempo é utilizado basicamente de duas maneiras pela História: a) na forma cronológica, derivada de uma concepção newtoniana de tempo, como referencial principalmente didático, onde os acontecimentos são encaixados espacialmente numa linha como ancoramento para facilitar as explicações; b) como objeto e pressuposto teórico, enquanto modo de percepção da realidade dos diferentes grupos humanos, com seus diferentes ritmos de universos conjunturais distintos, mas que podem ocorrer simultaneamente num mesmo espaço social, ou com conjunturas semelhantes em espaços sociais descontínuos. Essa última forma deriva do impacto da Teoria da Relatividade na atmosfera intelectual do século XX, mas corre o risco também de virar uma lógica determinista se apenas se substituir o antigo determinismo regido pelos acontecimentos da história positivista para um novo determinismo estruturalista. Contra essa última armadilha surgiu ainda uma concepção de tempo radicalmente antideterminista, derivada da Teoria Quântica, que crê na abertura imprevisível do futuro. Sobre o

segundo as formas como as sociedades o percebem e também segundo os diferentes ritmos da vida social. Trazendo sua reflexão para esta tese, podemos pensar nas apropriações jornalísticas do tempo e nos ritmos da vida comunicacional, tendo como foco específico a contribuição parcial do jornalismo neste sistema. Portanto, tentamos manter esta pesquisa nessa difícil zona fronteira entre Comunicação e História.

Optamos por estudar o jornalismo diário impresso porque o *status* social adquirido por ele enquanto fonte narrativa se deu com essa materialidade.<sup>16</sup> Embora o advento do cinema, do rádio, da TV e da internet tenha forçado ou propiciado alterações nas práticas jornalísticas e no ritmo da vida cotidiana, introduzindo novas configurações particulares a partir da materialidade de cada veículo e até promovendo maior popularização pelos meios audiovisuais, há um estatuto que funda um entendimento coletivo acerca do que é jornalismo que mais antigo.

A investigação se dá em torno de três periódicos com mais de cem anos do estado do Rio: **Jornal do Brasil** (119 anos), **O Fluminense** (132 anos) e **Jornal do Commercio** (183 anos). Embora haja outros jornais centenários em circulação no Brasil, como o **Diário de Pernambuco**, optamos por recortar o espaço social do Rio de Janeiro como forma de obter maior controle sobre as relações entre texto e contexto, embora não se possa estabelecer uma relação linear entre um e outro.<sup>17</sup>

De Ricoeur, usamos o conceito de tríplice mimese, que permite interpretar o processo comunicacional no qual os jornais estavam inseridos. Segundo o autor, narrar é um esforço de sintetizar a realidade a partir de referências pré-percebidas e reelaboradas em novas impressões, num circuito de comunicação ou, como o autor chama, num arco hermenêutico. Essa ação representativa gera novos sentidos ao estabelecer diferentes inserções dos sujeitos na duração. As narrativas jornalísticas aqui pesquisadas são compreendidas como condensações e distensões dos significados que o jornalismo pode ter adquirido em diferentes momentos.

---

tempo na História, cf. CARDOSO, Ciro Flamarion. *Ensaio Racionalistas*. RJ: Editora Campos Ltda, 1988, 117p; BRAUDEL, 2007, *op. cit.*

<sup>16</sup> Sobre o impacto cultural e conflitos de legitimidade do jornalismo dentro de sistemas comunicacionais onde surgiu, cf. BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. *Uma história social da mídia*. De Gutenberg à Internet. RJ: Zahar, 2004, 377p; DARNTON, Robert & ROCHE, Daniel (orgs.). *Revolução Impressa*. A imprensa na França. 1775-1800. SP: Unesp, 1996, 408p.

<sup>17</sup> Até 15 de novembro de 2009 circulou também o Monitor Campista, na cidade de Campos, com 175 anos.

Embora predomine a análise temporal da narrativa de Ricoeur<sup>18</sup>, montamos vários recursos metodológicos de acordo com alguns objetivos: estudar a narração do passado, a narração do presente e a narração do futuro. Assim, bombardeamos o material empírico de três maneiras: a análise intensificada das edições comemorativas nos capítulos 1, 2 e 3; a construção de um panorama das narrativas diárias no capítulo 4; e a análise temática de algumas coberturas no capítulo 5. Esses cinco capítulos estão divididos em duas partes: a primeira sobre a comemoração e a segunda sobre o acontecimento.

A primeira, com três capítulos e intitulada "Jornais centenários e modos de contar o passado", trata dos modos de acesso ao passado utilizados pelo jornalismo. É evidente que o passado aqui não é um dado que pode efetivamente ser acessado, apenas narrativa de um tempo considerado socialmente ido. (BARBOSA, 2008b) Ao mesmo tempo em que acionam o passado, os jornais procuram se inscrever como conectores com essa dimensão. (RICOEUR, 1996)

São três maneiras de o jornalismo usar o passado: como história, tradição e memória.<sup>19</sup> A rigor estas diferentes formas de narrar não se distinguem ontologicamente. Trata-se apenas de uma ênfase narrativa destacada por nós e que nos parece criar certos efeitos de sentidos.

A cada um desses usos do passado corresponde um capítulo da Parte 1, toda ela dedicada a uma efeméride de tipo especial: o aniversário dos jornais. São basicamente as edições comemorativas de cem anos do **Jornal do Commercio** (1927), do **Fluminense** (1978), do **Jornal do Brasil** (1991), embora outras edições especiais sejam referidas como apoio argumentativo, ainda que não tenham sido analisadas sistematicamente.<sup>20</sup> Nessas comemorações, o passado é transformado principalmente em história, mas tentamos relativizar essa “operação midiográfica” de acordo com cada título, destacando diferentes estratégias de apropriação do passado: como história pelo **Jornal do Commercio** (capítulo 1), como tradição pelo **O Fluminense** (capítulo 2) e como memória<sup>21</sup> pelo **Jornal do Brasil** (capítulo 3), caracterizando particularidades narrativas em cada um.

---

<sup>18</sup> Nesta obra, Ricoeur analisa as estruturas temporais de três romances: *Mrs. Dalloway* (Virginia Woolf), *A Montanha mágica* (Thomas Mann) e *Em busca do tempo perdido* (Marcel Proust). RICOEUR, 1995, *op. cit.*

<sup>19</sup> Inicialmente estamos nos referindo a operações memorialísticas individuais, embora a questão da memória social seja aprofundada no capítulo 3, quando tratarmos do *Jornal do Brasil*.

<sup>20</sup> As demais edições são principalmente a de 180 anos (2007) do *Jornal do Commercio*; a de 130 anos (2008) do *Fluminense*; e a de 50 anos (1941) do *Jornal do Brasil*.

<sup>21</sup> Trataremos da abordagem do passado como memória no capítulo 3, sobre o *Jornal do Brasil*. Cf. NORA, Pierre. "Entre memória e história. A problemática dos lugares." In: *Projeto História: Revista do Programa de Estudos da Pós-Graduação em História e do Departamento de História PUC-SP*. SP: PUC-SP, 1993; POLLAK, Michael.

As edições comemorativas são também momentos privilegiados de autorreferenciação, nos quais os diários ofereceram sua versão do passado e projetaram expectativas de futuro. Em cada uma dessas edições, eles comemoraram algo específico e deram sua versão da história do Brasil, da história da imprensa e de seu papel e sua relevância na sociedade.

Enquanto o **Jornal do Commercio** se situa como signo de progresso e ilustração, **O Fluminense** é o lugar da tradição ao mesmo tempo em que foca o futuro, relata as expectativas para o estado do Rio e principalmente para a participação da cidade de Niterói nesse processo. Já o **Jornal do Brasil** elabora toda uma mítica em torno do seu papel de agente modernizador da imprensa no Brasil, com base em exercícios memorialísticos dos jornalistas.

A Parte 2, composta pelos capítulos 4 e 5, chama-se “Acontecimentos midiáticos e a experiência temporal” e é voltada para as articulações de presente e futuro, completando assim as três dimensões do tempo.

O capítulo 4 condensa 180 anos de jornalismo objetivado nos três periódicos estudados. Eles estão misturados, compondo um grande panorama para o qual se observaram, *grosso modo*, três mil exemplares. De forma detalhada, foram centenas deles, escolhidos por meses alternados a cada dez anos aproximadamente.<sup>22</sup> Nesses jornais, procuramos de forma livre as diferentes relações com o tempo a partir das quais criamos uma tipologia que foi comparada a de Franciscato. Detive-me naquilo que chamava atenção, guiada pelos afetos, pelo estranhamento de 2009. Foi com essa perspectiva que lançamos um olhar sobre essas materialidades impressas

---

"Memória, esquecimento e silêncio" In: *Estudos Históricos 1989/3*. Cpdoc/FGV. SP: Editora Revista dos Tribunais Ltda., 1989; LE GOFF, Jacques. "Memória". In: *Enciclopédia Einaudi*, vol. 1. Portugal: Imprensa Nacional, 1997, p. 11-50; HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. SP: Edições Vértice, Editora Revista dos Tribunais Ltda, 1990; FENTRESS, James e WICKHAM, Chris. *Memória social: Novas perspectivas sobre o passado*. Lisboa: Teorema, 1992; RICOEUR, 2007, *op. cit.*; CADAU, Joel. *Memoire et Identité*. Paris: Presse Universiteres de France, 1998, 225p.; WEINRICH, Harald. *Lete. Arte e crítica do esquecimento*. RJ: Civilização Brasileira, 2001, 346p.

<sup>22</sup> Foram analisados exemplares a cada década, tomando como ponto de partida o ano de lançamento do periódico (1827-1837-1847 e assim por diante). A escolha pelo intervalo mensal se deu por comodidade, por ser essa a forma majoritária com que os rolos são armazenados na Biblioteca Nacional. Quando têm mais páginas, são divididos em rolos quinzenais. Aqueles periódicos com menor número de páginas costumam ser arquivados em até seis meses ou mesmo um ano. Quando isso ocorreu, procurou-se manter a coerência e obedecer à lógica mensal, mas muitas vezes, a facilidade de acesso despertou a curiosidade por olhar outros meses. Apenas O Fluminense ficou com um lapso de tempo de 1948 a 1971, período que ainda não estava microfilmado na ocasião da pesquisa. Optou-se então por preservar o material original, já que o intervalo não comprometia a análise e a argumentação acerca daquele jornal. A escolha dos meses procurou obedecer a saltos a cada dois meses (se janeiro de 1827 então março de 1837 e assim por diante). Em alguns momentos, quando se percebeu que a sequência estava ficando viciada, com a prevalência de alguns meses para determinado jornal, trocou-se deliberadamente o mês. Também se procurou quebrar possíveis vícios interpretativos devido ao intervalo por décadas, quebrando a sequência com anos aleatórios como elemento surpresa. Deste modo, as conclusões poderiam ser checadas em intervalos menores.

de diferentes períodos da vida social do Rio de Janeiro, transformadas por sua vez em imagens projetadas de microfilmes.

Investigamos a notícia como efeito narrativo e disposição para a novidade, além da espessura do presente naqueles jornais antigos e as diferentes funções do passado. Chamou atenção o papel das sensações no processo de presentificação da experiência.

Levamos em conta também o ritmo da inscrição material do jornal, pois ficou claro que o significado do tempo contado é influenciado pelo tempo do contar. Assim, marcamos a questão material porque acreditamos que a forma impressa herda certa relação cultural com o tempo. (HAVELOCK, 1996; EISENSTEIN, 1998) Ou seja, a questão material (ou tecnológica, ou de interface, ou como se preferir) não se separa dos modos como pensamos e damos valor às diferentes formas de narrar, entre elas, o jornalismo.

Finalmente, o capítulo 5 apresenta uma análise temática de seis grandes acontecimentos simbólicos, que serviram mais à imaginação do que alteraram concretamente a vida das pessoas – pelo menos num primeiro momento. Seu impacto, inicialmente, foi muito mais da ordem do reordenamento das representações. Esses acontecimentos funcionaram para os jornais como catalisadores de imaginários, fazendo convergir diferentes interpretações, e criando assim visões de futuro. Foram utopias comunicacionais (BARBOSA, 2009b), não somente projetando futuros mas sintetizando expectativas prévias, com sentido de “o futuro chegou”.

Selecionamos dois acontecimentos para cada título. A chegada do homem à lua e a passagem do Zeppelin pelo Rio para o **Jornal do Brasil**, a iluminação a gás e elétrica para o **Jornal do Commercio**, e o telefone e a ponte Rio-Niterói para **O Fluminense**. Uma cobertura de cada jornal foi comparada à realizada por outro periódico contemporâneo de igual ou maior relevância como contraprova. Através deles, os diários se apresentaram como transportadores do tempo, provocaram e amplificaram o maravilhamento frente a feitos sensacionais.

Esperamos com esta pesquisa aprender um pouco mais sobre história do jornalismo e, quando fazemos isso, evidenciar essa prática como plural e inacabada. Se atende ou não a nossas necessidades comunicacionais, se cumpre determinadas funções a ele atribuídas, se é útil ou não, isso não deve ser fonte de angústia, pois sempre haverá capacidade de inovações e/ ou invenções de novas formas de comunicação.

O objetivo mais amplo é não apenas entender porque nos comunicamos por meio do jornalismo, mas compreender que a comunicação não tem nada de abstrato, de supraestrutural,

que não há ação mais concreta que representar o mundo, seja ao agir, sofrer, falar ou interpretar. Ao narrarem o cotidiano, com suas dimensões passadas, presentes e futuras, os jornais tornam agentes históricos aqueles que por meio deles se comunicam, dentro de certos parâmetros de consciência. E não há possibilidade alguma de mudança no mundo sem sua simultânea transfiguração cognitiva/ simbólica, inclusive de ordem temporal.

## PARTE I: JORNAIS CENTENÁRIOS E MODOS DE CONTAR O PASSADO

Nesta primeira parte são analisados três modos de acesso ao passado desenvolvidos pelo **Jornal do Commercio**, por **O Fluminense** e pelo **Jornal do Brasil**. São eles: a evocação do passado na forma de história, de tradição e de memória. A cada diferente uso do passado corresponde um capítulo. Na prática, essas diferentes estratégias narrativas são encontradas simultaneamente, mas se destacou em capítulos separados a que mais caracterizou cada jornal em suas respectivas edições comemorativas. O passado com valor de história aparece acentuadamente no **Jornal do Commercio**; no **Fluminense** há forte evocação de valores tradicionais; e, finalmente, no **Jornal do Brasil**, encontra-se mais nitidamente, como recurso retórico, uma memória da comunidade jornalística.

Cada estratégia é usada para elaborar representações de passado e contar a trajetória do jornal. Embora o destaque no que se refere à história recaia sobre o **Jornal do Commercio**, não se pretende afirmar, ao separar os capítulos por temas, que **O Fluminense** e o **Jornal do Brasil** também não estejam dando sua visão da história, nem que o **Jornal do Commercio** não apele fortemente à tradição e à memória. Apenas se aproveitaram características marcantes dos periódicos para apresentar gradualmente as reflexões e complexificar o que se entende por representações jornalísticas dos “tempos idos”. (BARBOSA, 2008b)

Apesar de os três capítulos que se seguem tratarem fundamentalmente de configurações narrativas, os periódicos possuem uma dupla inscrição temporal no cotidiano: não somente pela forma narrativa mas também por sua materialidade, esta última deixada para a Parte 2.

As edições analisadas nesta parte não foram escolhidas ao acaso. Trata-se de publicações especiais de autorreferenciação, que narram o passado de modo particular como comemoração. O que significa para um jornal comemorar seu passado?

As edições comemorativas são já uma forma de uso do passado, constituindo uma espécie especial de efeméride. Segundo Johnston (1991), a comemoração responde à necessidade do homem de ritmar sua existência. Ou seja, as edições comemorativas já fariam parte do trabalho de ritmização do cotidiano realizado pelo jornalismo.

Johnston (*ibid.*) destaca a crescente presença das comemorações midiáticas e lhe atribui três funções: a) pedagógica; b) estabelecer continuidade com “origens”; c) ser ritual de simbolização.

As edições especiais ensinam não somente sobre como o público deve perceber o passado do país, mas principalmente sobre o papel do jornalismo, ou seja, sobre como ele deve ser usado. Trata-se, de certa maneira, de orientar o público sobre como o jornalista espera ser valorado e espera que se valore o jornalismo. Tal articulação, apresentada no capítulo 2, é mais evidente em **O Fluminense**, onde o diálogo com o público revela como a empresa pretendia que o jornal fosse consumido e como o público respondia a essa expectativa.

Em segundo lugar, as comemorações também promovem um efeito narrativo de continuidade em relação à origem desses periódicos, sobretudo no **Jornal do Commercio**, onde é forte a celebração dos ancestrais no jornalismo - dedicando boa parte da edição a descrever antigos funcionários - e principalmente no desejo de continuidade absoluta com seu fundador, Pierre Plancher, ao ponto de localizar na vida do francês a "vida" do jornal. Assim, os ideais de liberdade atribuídos a Plancher se mesclam com todas as suas atividades comerciais, tendo o **Jornal do Commercio** como produto final e aperfeiçoado de seu trabalho, o que é mostrado no capítulo 1.

No caso do **Jornal do Brasil**, esse esforço de fidelidade a uma origem força inclusive a construção de novas coerências narrativas, ao, por exemplo, se esquecer o passado monarquista do diário, bem como sua fase "popularíssima", como se analisa no capítulo 3.

A terceira função da comemoração é a simbolização do jornal e do jornalismo num ritual de autoafirmação. Esse processo, ainda que apresentado em referência ao **Jornal do Commercio** no capítulo 1, é marcante nos três periódicos estudados, que também se configuram como símbolos de progresso e como registradores do tempo. Entretanto, a comemoração não é a única forma de o jornalismo usar o passado, sequer a mais freqüente, mas é o foco nesta parte.

Por outro lado, as edições comemorativas não são uma continuidade absoluta em relação à rotina produtiva. Elas foram apresentadas com marcações gráficas e editoriais explícitas, com

chamada publicitária, evidenciando se tratar de um produto diferenciado, principalmente digno de ser arquivado, demandando outra relação com o tempo, dentro de novo parâmetro no jogo entre perenidade/ perecibilidade.

Ao mesmo tempo em que se voltaram para o público geral, as edições comemorativas foram, antes de tudo, celebrações das empresas de comunicação e da imprensa enquanto instituição, falando, portanto, também aos profissionais que nela atuaram. Contaram histórias que refizeram o percurso de jornais e dos jornalistas. Refazer essas histórias é, sob certo aspecto, garantir a união do grupo por meio de uma identidade.

Construir uma historiografia própria a um jornal e sua relação com a sociedade é essencial para a manutenção de certo consenso em torno da relevância do jornalismo, seja em relação ao passado recente ou não. Assim, quanto mais variam as modalidades de consumo midiático na contemporaneidade, mais os jornais precisam explorar múltiplas estratégias para se afirmar.

Sustentar essas hipóteses não significa concluir uma intencionalidade transgeracional, mas apenas procurar indicativos de uma crescente necessidade de produzir um modo de legitimação ancorado no poder de narrar não somente o presente como também o passado. Se os jornais são feitos essencialmente de notícias, da novidade, por que tanta referência a falas ecoadas do passado? Essas referências devem ter tido motivações diferenciadas ao longo do tempo, diferentes também para cada um desses jornais. Ou seja, a necessidade de contar sua história para o **Jornal do Commercio** em 1927 era uma, do **Fluminense** em 1978 era outra e assim por diante. As diferentes necessidades de narrar o passado são investigadas em relação a cada título separados por capítulo.

Por outro lado, certamente haverá razões semelhantes para refazer esse passado, que diz respeito às expectativas, funções e valores desempenhados pelo jornalismo na sociedade fluminense. A quais problemas estavam relacionadas nessas épocas? Quais eram as articulações com as histórias da imprensa e do Brasil que configuravam?

A especificidade discursiva das edições comemorativas, porém, vai além do fato de os jornais estarem falando para si. Há também uma particularidade de caráter temporal. O conjunto referencial sobre o qual os jornais costumam falar, sob o prisma noticioso, está ancorado em acontecimentos recentes. As narrativas jornalísticas são comumente marcadas pela urgência do presente, mesmo quando tratam do passado recente – o dia anterior. Entretanto, as edições

comemorativas tiveram seus enredos elaborados com base em passados mais remotos do que aqueles aos quais os jornais diários costumam se referir.

Se considerado numa perspectiva física do tempo, o dia anterior do noticiário já é passado. Qualquer instante, a rigor, é já ido. Porém pode não ser tempo ido do ponto de vista social. A distinção entre passado e presente é um projeto ideológico, portanto coletivo, um de modo historicamente condicionado de experimentação do tempo e de consciência histórica (LE GOFF, 1997d). Fatos e circunstâncias são percebidos como passado, e narrados dessa forma, quando se procura estabelecer uma distinção sobre o que se é e aquilo que se deixou de ser. Ou seja, como uma forma de nos construirmos enquanto “outros”. (CERTEAU, 2007) Assim, muitas vezes os jornais narram o Brasil e a si próprios como aquilo que já não são.

Para separar o presente do passado, escolhemos coletivamente marcos temporais que, cada vez mais, têm sido os acontecimentos midiáticos, ou seja, as representações midiáticas do cotidiano, transformados em acontecimentos noticiosos. Desde os mais banais até aqueles sobre os quais se irá investir um sentido histórico. (RIBEIRO, 1995) Assim, os jornais fornecem diariamente uma profusão de marcos temporais que poderão ser apropriados como marcadores dessa passagem do passado para o presente e para o futuro.

Por outro lado, também procuram construir uma série de continuidades quando localizam origens, embriões, os inícios dos quais afirmam se aproximar, como veremos em alguns exemplos no **Jornal do Commercio** e no **Jornal do Brasil**.

Além disso, as edições de aniversário representam uma exceção no que concerne à temática do fluxo de notícias, principalmente pelo fato de terem tornado o próprio jornal notícia. Foram, afinal, celebrações, momentos de suspensão do tempo noticioso para que o periódico se autorreferenciasse de modo explícito. Em vez de falarem dos outros, como costuma acontecer, trataram de si.

O fato de essas edições constituírem exceções não reduz seu valor emblemático. Pelo contrário. A partir delas, é possível depreender os significados sociais do jornalismo em diferentes momentos. Se considerarmos, de acordo com Heller (1992), que o cotidiano não é feito apenas de rotina, como a rotina noticiosa dos jornais diários, mas constituído também por surpresas cujos significados o homem é capaz de elaborar quando necessário, essas edições podem ser consideradas oportunidades em que as empresas forçaram a atualização de seu

significado e, portanto, de seu lugar de fala. Trata-se de ritualizações tendo em vista reelaborar significados acerca do passado da imprensa e do Brasil.

## 1 A MONUMENTALIDADE DO JORNAL DO COMMERCIO

Mais antigo periódico em circulação no Rio e segundo mais antigo do país, depois apenas do Diário de Pernambuco (de 1825), o **Jornal do Commercio** é, entre os três jornais analisados, o único especializado. Voltado para a indústria e o comércio, mas trazendo também noticiário político e cultural, o **Jornal do Commercio** procurou vincular sua história principalmente ao desenvolvimento econômico do país. Isso não significa que ele não possa ser analisado sob a ótica de processos sociais mais amplos.

Neste capítulo, conta-se a história do **Jornal do Commercio** segundo estratégias do seu próprio contar. Entre elas, destaca-se a ênfase na origem e na continuidade de trajetória. Essas estratégias foram encontradas nas edições comemorativas de cem e 180 anos. Há evidentemente uma razão para o **Jornal do Commercio** e o jornalismo em geral usar o passado apresentado na forma de comemoração.

Considera-se edição comemorativa o conjunto impresso lançado no dia do aniversário dos jornais, contendo ele ou não suplemento, revista, livro. Quando um livro, por exemplo, circulou em separado, vendido em livrarias, ele não será estudado. Ou seja, só será analisado o material que pôde ser adquirido no dia do aniversário, encartado na edição ou ofertado como brinde.

Entretanto, quase nunca as empresas jornalísticas lançaram edições comemorativas sem que viessem anunciando a proximidade de seu aniversário, às vezes com meses de antecedência, e cobrindo fatos já relacionados às celebrações, tais como missas, homenagens, prêmios, discursos em assembléias etc. Assim, os aniversários foram pretexto para desencadear um

processo de autorrefenciação que teve como emblema maior a edição comemorativa. Portanto, as menções feitas em edições diárias, que precedem ou sucedem os aniversários, serão consideradas apenas quando necessário.

## 1.1 ESTRUTURAS DE NARRAÇÃO DO TEMPO

As edições comemorativas podem ser interpretadas segundo três estruturas narrativas, espacializadas em diferentes suportes: monumentos, comemorações e símbolos, cada qual com seus modos próprios de contar. Cada um deles promove certa relação com o tempo. Sem esquecer a complexidade dessas relações, pode-se afirmar *grosso modo* que elas são mais ou menos estáveis. O símbolo possuiria um sentido mais atemporal, enquanto o monumento seria um esforço de remeter mais diretamente ao passado. Já a comemoração ficaria num caminho intermediário, por se caracterizar tanto pela permanente atualização quanto por um trabalho de reminiscência (OZOUF, 1976). Sendo performativa, possui um sentido de remissão ao passado.

### 1.1.1 Monumento

A estreita relação do **Jornal do Commercio** com o passado e sua monumentalidade pode ser percebida na grafia arcaica, com dois "emes", e no esforço em produzir edições especiais gigantescas. A de cem anos possui mais de mil páginas, a de 160 não fica atrás, tendo sido lançada juntamente com um livro de 343 páginas, e a de 180 anos foi acompanhada do lançamento de um livro assinado pelo jornalista e então presidente da ABL, Cícero Sandroni. Ancorado em instituições representativas do bacharelismo ilustrado, como a ABI, o **Jornal do Commercio** usa o valor simbólico delas na construção de seu próprio valor monumental. O peso dessas instituições tradicionais, explorado também pelo **Fluminense**, não será tão marcante no **Jornal do Brasil**, como mostrado no capítulo 3.

A rigor a distinção entre monumento e documento deriva de uma época em que as fontes historiográficas eram avaliadas segundo sua intencionalidade. Essa premissa, dissolvida após a chamada revolução documental nos anos 1960 (LE GOFF, 1997b), fazia com que os documentos

fossem vistos como "naturais", enquanto os monumentos eram aquilo construído propositalmente para lembrar o passado. Le Goff (*ibid*) lembra que o monumento possui caráter pedagógico e reenvia a certos sentidos do passado, de modo muitas vezes mais eficiente que outras formas documentais, como os papéis, por exemplo, sujeitos a circulação mais restrita.

Hoje, admite-se que os documentos também não são ingênuos, pelo contrário, tendo sido feitos justamente para serem tratados desta forma: como registro neutro. Além disso, as fontes documentais abordadas pela História seguem um espectro mais amplo. O historiador sabe que documento pode ser qualquer vestígio humano que ele explora enquanto pesquisador. Ou seja, todo rastro humano pode ser abordado como documento. Ainda que não tenha sido confeccionado propositalmente com esse fim, sua sobrevivência já é significativa. Essa proposição permite pensar monumento como um tipo de documento.

No senso comum, é fácil associar monumento a estruturas arquitetônicas geralmente instaladas em praças e outros lugares públicos. A Arquitetura, enquanto disciplina, fornece reflexões acerca do monumento que podem ajudar a traçar um paralelo sobre intenções, ainda que não-subjetivas, de jornalistas e empresários ao editarem esses impressos comemorativos.

O monumento constitui uma obra essencialmente pedagógica devido a sua visibilidade, criada a partir de um esforço de perpetuação de certos sentidos históricos. Segundo Salgueiro (2008), essas obras são um modo particular de tornar uma herança atrativa e atualizada. Monumentalizar o passado é uma forma de lutar contra o esquecimento de certa trajetória escolhida para ser destacada. Os monumentos podem, por exemplo, narrar a afirmação simbólica de um regime político, celebrando os "vencedores" de uma história.

No caso dos jornais, as edições comemorativas podem ser consideradas um esforço contra o esquecimento de certo *status* adquirido pelo jornalismo, parte da luta por sua atualização e manutenção. Entretanto, os monumentos também se constituem em ícones em torno dos quais as memórias sociais são disputadas, por exemplo, no caso dos monumentos cívicos. Ou seja, mesmo os significados dos monumentos não são dados, fixos, mas serão permanentemente ressignificados no futuro. (*Id., ibid.*)

Deste modo, as edições comemorativas representam a afirmação de um modo específico de jornalismo para o qual essas empresas se apresentaram como emblema. De maneira mais ampla, trata-se da afirmação de uma atividade social, neste caso, a forma jornalística de comunicação. A construção da exemplaridade desses jornais por meio da invocação de "tempos

idos" (que na verdade é efeito de sua configuração narrativa) significa não somente disputar um lugar de fala com outros periódicos, mas também com outros atores sociais, sobretudo com aqueles que desempenham atividades de narração e que delas extraem, assim como o jornalismo, seu poder (ou pelo menos parte dele). Por exemplo, a disputa com historiadores, literatos, dramaturgos, políticos, cientistas políticos etc. Ainda que o jornalista tome emprestada autoridade desses outros atores, na composição de suas narrativas, ao mesmo tempo ele compete com todos eles.

No que se refere à produção do sentido histórico, Nora (1976) chega a dizer que os meios de comunicação passaram a deter o monopólio da história, sobretudo na sua forma acontecimental, sendo o jornalista seu principal intérprete. Enquanto os fatos foram deixados em segundo plano, diante de novas formulações historiográficas, eles reapareceram em narrativas midiáticas. Assim, os jornais, operando sob o regime da novidade, transformam os acontecimentos cotidianos em ações supostamente de ruptura, como se tivessem fortes conseqüências (que às vezes podem realmente ter). O acontecimento só existiria se apresentado midiaticamente. Este seria um exemplo de "competição" entre jornalistas e historiadores.<sup>23</sup>

Ao narrar seu passado, esses periódicos forjaram narrativamente não somente uma herança jornalística, celebrada, como também uma coerência política, ideológica e sobretudo jornalística, que não necessariamente houve. Também produziram silêncios sobre outros modelos jornalísticos não hegemônicos.

É evidente que entre uma estrutura de pedra fincada em praça pública e uma edição comemorativa há uma enorme diferença. Mas forçar um paralelo entre a pedra e o bronze e a tinta e a celulose pode ajudar a revelar mais sentidos comuns do que se imagina. Ao editar um número de mais de mil páginas contando sua história, o **Jornal do Commercio** (01/10/1927) dá forma material a algo tão abstrato como a percepção do tempo. Essas edições especiais foram oportunidade de ver, pegar, sentir nas mãos a concretude do poder simbólico do jornal. Foram condensações de seus cem, 160 e 180 anos - literalmente o peso da idade.

Conceitualmente mais amplo para a História, monumento, portanto, podem ser datas, lugares, pessoas e também as edições comemorativas. Ao mesmo tempo em que pretendem

---

<sup>23</sup> Sobre a contribuição do jornalismo para a formação do sentido ou consciência histórica, cf. MENESES (2009, *op. cit.*) e RIBEIRO (1995, *op. cit.*).

ensinar a função documental do jornal, como visto adiante, elas próprias constituem monumentos ao trabalho jornalístico e a seu poder. Inclusive como monumentos fúnebres.

Pelas páginas dessas edições passeiam dezenas de mortos: conselheiros, redatores, diretores, gráficos e repórteres. Nesses sarcófagos de papel, encontram-se biografias dos homens de jornal. O periódico se torna assim uma instituição monumental, povoada por "imortais". A obsessão por salvá-los do esquecimento é marcante no **Jornal do Commercio** e no **Fluminense**, como se verá no capítulo seguinte. Ela diz respeito ao papel desempenhado pelos fundadores na narração. Esses homens são transformados em ícones do início, o que será desenvolvido no item 1.2. deste capítulo.

Certo *ethos* monumentalista é especialmente forte no **Jornal do Commercio**, o que extrapola inclusive os momentos de comemoração, como fica claro neste texto, publicado depois de quase duas páginas inteiras que simplesmente tentavam dar conta da história do mundo:

#### O ANNO DE 1840

Se na história da humanidade alguns annos passarão sem deixar vestígios que os recommendem á attenção da posteridade, se os actos que nelles se realisão tem por sua insignificância, por sua nenhuma influencia sobre a sorte das nações de ficar em terno esquecimento, outro tanto não há de acontecer ao anno de 1840. Poucas nações o virão passar sem que nelle extraordinários acontecimentos viessem influir em seus destinos, e se em muitas dellas a guerra civil, e a guerra estrangeira não chegarão a ensanguenta-las, no menos tristes annuncios fizerão receiar que fosse profundamente alterada a paz do mundo. (Jornal do Commercio, 1º e 2/01/1841, p. 2)

Sua disposição para tudo narrar corresponde à de se tornar um grande monumento narrativo.

Não é tarefa das mais fáceis dizer da história da capitania do Rio de Janeiro, ainda que tenhamos de relatar fatos dos primeiros séculos (sentido que hoje é mais difícil porque ella é rica de lances interessantes que não podem e não devem ficar entregues ao esquecimento

Agora, que se vem escrevendo a história do Brasil dentro das observações fieies aos acontecimentos nelle desenrolados, expugnando a de paixões, e em fontes autorizadas, é natural que se vá também, sem paixões, mas com justiça, procurando construir o que outros procuraram ou deixaram demolir. (Jornal do Commercio, 4/09/1927, p. 5)

A História, que vae resurgir nas solemnidades desse próximo centenário, proclamará o valor culminante do Jornal do Commercio como elemento de

equilíbrio, de colaboração e de prestígio em que o país contou para o sucesso das suas aspirações maiores. (Jornal do Commercio, 25/09/1927, p. 4)

No regaço immenso do futuro, dormem acontecimentos emocionantes, que o dia de amanhã talvez traga à flor da História para sua solemne consagração. Novos regimes, outros sistemas de governo poderão substituir aos actuais.

É perene a obra santa da civilização, como são intérminos os horizontes da liberdade. [Assinado de 13 de junho de 1897] (Jornal do Commercio, 28/06/1897)

Procura-se, por meio dellas [as instituições sociais], o bem-estar e a glória dos povos. É certo que – desde o princípio – está delineado o caminho, que nos há de conduzir a esse objetivo honrosissimo. Falta-nos, entretanto, acertar com elle. (de Aristides Milton) (Jornal do Commercio, 28/06/1897, p. 1)

Encontram-se nesses exemplos mais indicações do projeto monumental do **Jornal do Commercio**, mesmo em edições regulares, não apenas nas comemorativas. Portanto, até pelo menos 1927, o jornal servia para aplacar a angústia daqueles que se preocupavam em “escrever a história”, como registro do tempo.

### 1.1.2 Comemoração

Assim como os monumentos, a comemoração consiste na consagração de uma interpretação do passado, porém de forma ritualística. Esses rituais podem ser mais ou menos rigorosos, com menor ou maior participação popular, mas quase sempre dão conta da atualização de uma tradição.

A despeito da discussão se uma tradição pode ou não ser outra coisa que não inventada, admite-se ser ela um passado obtido por meio do efeito de sua repetição e que tem por função a sanção de algum fenômeno a partir do valor de perenidade. (HOBBSAWM, 1997) No caso das edições comemorativas, a tradição a qual se almeja é a jornalística, trabalhada como uma dimensão essencial das sociedades modernas. Tal desejo parece ser tão consagrado que algumas interpretações da história da imprensa extrapolaram esse tempo histórico, enxergando jornalismo até em atas romanas (RIZZINI, 1946), confundindo diferentes formas de comunicação social.

Estudando o valor da tradição nas sociedades modernas, Hobsbawm (1997) conclui que ela adquiriu função específica ao dar conta da sensação de continuidade onde houve rápidas

transformações. Seguindo sua tipologia de tradições "inventadas", as edições comemorativas constituem fórmulas de se estabelecer uma tradição entre aquelas classificadas pelo historiador como legitimadoras de "instituições, *status* ou relações de autoridade" (*id.*, *ibid.*, p. 17). Neste caso, a legitimação do jornalismo.

Por outro lado, a lógica de instauração de novas tradições, com o intuito de suavizar a percepção de ruptura, parece ser uma interpretação desfavorável à compreensão dos processos históricos brasileiros. Pelo menos a uma compreensão comprometida com a mudança. Como se tentará argumentar adiante, os atores sociais que têm exercido poder de representação no Brasil contam histórias que mais acentuam rupturas do que evidenciam continuidades.

Siqueira (1994) confirma o caráter legitimador que se opera no gesto comemorativo como um esforço de fundação de novas tradições. A autora analisa a ação dos principais periódicos de oposição à Monarquia no processo de legitimação da República, ao sacralizarem o 15 de novembro no primeiro ano depois da Proclamação. Ao mesmo tempo, reposicionaram-se frente ao novo regime como jornais "de situação". Por ser um raciocínio próximo do que se desenvolve aqui, é importante detalhá-lo um pouco mais.

Siqueira (*ibid.*) se interessa pelas comemorações midiáticas na medida em que os jornais, segundo a autora, constituem importantes lugares de memória, contribuindo para a consolidação do novo regime republicano, estabelecido sob bases frágeis, sem a efetiva ampliação de direitos civis e no auge da popularidade da Monarquia. Neste caso, interessa a função da comemoração para a legitimação de alguns impressos como lugar de fala relevante, isto é, para a legitimação de seu poder de narrar o mundo.

Citando Walter (1893), Siqueira (*op. cit.*, p. 2) afirma que "através do discurso comemorativo, (...) a imprensa ascende à mais alta função da memória: dar sentido ao devir, como fator de coesão e de organização do todo social." E continua: "A rememoração histórica realizada pela imprensa não oferece apenas uma visão do passado. Pelo que lembra e pelo que esquece, oferece, também, uma compreensão do presente, uma ordem que se quer preservar no futuro." Ou seja, para os jornais, a comemoração seria uma oportunidade de potencializar seu poder de atualização de memória social e de seu próprio valor.

As edições comemorativas de **O Paiz**, a **Gazeta de Notícias** e da **Revista Ilustrada** foram, segundo Siqueira, uma grande propaganda do novo regime. Nelas, procurou-se "recriar o imaginário coletivo dentro de um sentido cívico republicano, numa ação pedagógica que se

traduziu na produção de novos símbolos, tais como a bandeira, o hino, os monumentos e o calendário das festas oficiais." (*op. cit.*, p. 3)

A autora percebe nessas narrativas que o leitor de 1890 devia ter a sensação de estar vivendo um momento realmente novo. De certa forma, também os jornalistas e o público atualizaram uma consciência sobre o que é jornalismo ao entrarem em contato com as edições especiais. Portanto, mais do que esperar que a "midiografia" configurada nessas edições corresponda ou não à "historiografia" crítica, deve-se enxergá-la como fruto de um esforço efetivo de reflexão dos jornalistas acerca de seus fazeres e o compartilhamento disso com um público mais amplo, numa tentativa de ser reconhecido.

Nessas oportunidades, os jornais tentaram dar uma inteligibilidade ao devir histórico e a sua própria inserção nesse processo. No caso do 15 de novembro de 1890, acrescenta-se a provável necessidade de um rápido enquadramento de memória, com o intuito de dar urgente definição aos significados da República.<sup>24</sup> Já para os jornais sob análise aqui, não se trata tanto da urgência de redefinições, mas da manutenção de seu poder simbólico apresentado como perene, tradicional. Assim, as comemorações são também momentos privilegiados de simbolização do jornalismo, como se verá no subitem a seguir.

Ozouf (1976) desenvolve interpretação distinta. Tomando como objeto as festas da Revolução Francesa, a historiadora concorda que as festas cívicas substituíram antigos rituais, mas acredita que essas celebrações “neutralizam a consciência histórica” na medida em que “corrigem a imprevisível indeterminação” da história e constituem uma “fuga para o extratemporal”. Para ela, o tempo da festa é de natureza diferente do tempo da história. A autora afirma que onde há festa não há consciência histórica e sua função é compor uma correspondência entre um tempo remoto e o presente, esperando que o passado ensine àqueles que não o experimentaram diretamente. Alerta ainda o historiador a não acreditar no vínculo entre festa e história que os promotores da festa querem fazer crer.

Já Hobsbawm (2006) afirma que uma celebração é sempre uma interpretação da história, assim como o monumento. Ambos, comemoração e monumento, são formas de invenção de tradições. Ou seja, para ele, as abordagens do passado são mais flexíveis a múltiplos usos,

---

<sup>24</sup> A questão da memória será aprofundada no capítulo 3. Sobre enquadramento de memória, *cf.* Pollak, 1989, *op. cit.*.

inclusive populares. Assim, as comemorações dos jornais podem ser perfeitamente compreendidas como “historiografias” populares transfiguradas em mercadoria jornalística.

Por outro lado, Ozouf (1976) alerta que não se deve esperar que a história narrada pela festa corresponda à “história em si”, o que continua problemático, porque tal concepção desconsidera que o passado só pode ser experimentado por meio de uma narrativa,<sup>25</sup> Isso leva ao problema da impossibilidade de “imediação” da história. (LACOUTURE, 1990) Ou seja, faz alguma diferença insistir numa distinção científica entre passado remoto ou recente, já que ambos serão mediados pela narrativa de qualquer forma? Além disso, as conclusões de Ozouf (1976) procuram colocar as narrações historiográficas como as únicas legítimas e capazes de produzir consciência histórica.

Ao considerar as comemorações jornalísticas na sua dimensão ritual, torna-se impossível não enxergar nelas oportunidade de pensar o jornalismo. Esse ritual possui função legitimadora, na medida em que constitui a *performance* de um grupo profissional tentando simbolizar um objeto específico, neste caso o jornal. É evidente que esta *performance* diz mais respeito aos jornalistas, mas isso não significa que, por meio das edições especiais, um grupo mais amplo de pessoas não tenha compartilhado aquela experiência ao lê-las e contribuído assim para a produção de um certo sentido do jornalismo.

É também possível tratar as edições comemorativas como instauradoras de mitos. Mas, segundo Peirano (2003), tem sido improdutivo, do ponto de vista da interpretação das culturas, lutar por estabelecer uma distinção nítida entre mitos e ritos. Como se segue aqui o referencial teórico de Ricoeur (1994), para quem narrar é ação – narração -, optou-se pelo enquadramento no ritual. Importa menos definir porque a comemoração seria um ritual do que usar o instrumental teórico já desenvolvido sobre ele para esclarecer por que os jornais se comemoram.

Nada indica que as edições de cem e 180 anos do **Jornal do Commercio** tenham gerado lucro direto. O custo dessas edições deve, inclusive, ter excedido em muito os padrões normais. Em 1927, o aniversário do **Jornal do Commercio** foi celebrado com um livro de capa dura com mais de mil páginas sem nenhum anúncio publicitário. Já a edição de 2007 (180 anos), impressa em papel branco, com gramatura maior que a folha normal do jornal, e toda a cores, foi capitalizada com anúncios em todos os 18 cadernos suplementares. O **Jornal do Brasil** também

---

<sup>25</sup> Narrativa, nesta tese, possui o sentido ampliado ricoeuriano, portanto, não se está dizendo que todo modo de fazer historiografia é descritivo e focado no acontecimento.

contou com propagandas na sua edição centenária (1991). E **O Fluminense** publicou cadernos especiais repletos de anúncios tanto em 1987 (cem anos) quanto em 2007 (130 anos). No entanto, o valor agregado ao título após essa "*performance* editorial" foi de ordem simbólica, como se verá no subitem a seguir.

O importante é pensar a comemoração como uma das espécies de resposta às necessidades do *homo rhythmicus*, ao fornecer marcos que indicam a passagem do tempo. Segundo Johnston (1991), o homem encontra diferentes formas de ditar ritmos ao cotidiano, seja pela comemoração, pelos calendários religiosos, ou pelos relógios que ditam o ritmo da produção. (CHESNEAUX, 1986) Sob essa perspectiva, as edições comemorativas são já parte do trabalho de ritmização do cotidiano que têm no jornalismo instrumento dessa temporalização.

Johnston (1991) chama atenção para o destaque que as comemorações têm adquirido contemporaneamente, sobretudo as midiáticas. Muitas são produzidas especialmente para as mídias. Outras servem como pretexto para uma cobertura jornalística mais amplas. E há ainda aquelas comemorações que celebram as origens da própria mídia, como as de um jornal impresso e que é este caso. São oportunidades ímpares de promover os veículos num grande ritual publicitário.

Comemorar constitui um gesto intimamente ligado à função temporalizante dos jornais, sobretudo devido ao seu caráter periódico. Ela é também oportunidade de reformular a memória coletiva sobre algum tema – no caso, sobre as práticas jornalísticas. Segundo Bodnar (1994), além de produzir memória, a comemoração media conflitos do presente, ao fornecer argumentos autorizados como passado. Ou seja, é sempre no presente que se fala, mas essas falas são autorizadas por um “outro” que são os mortos, um tempo outro<sup>26</sup>, produzido no presente, mas regido pelo mundo do “como se” enquanto passado.<sup>27</sup> Além disso, seguindo o raciocínio de Bodnar (*ibid.*), a festa, o ritual comemorativo, é bom para fazer pensar, ao contrário do que crê Ozouf (1976).

Não se trata apenas, como explica Bodnar (1994), de comemorar as origens, mas de formular versões válidas de passado (e conseqüentemente de presente e futuro também). Considerando que a ação política se caracteriza pelo fornecimento de utopias (BOURDIEU, 2008, p. 118), então as festas são também ações políticas, ao proverem os homens de visões de

---

<sup>26</sup> Uma das operações historiográficas, segundo Certeau (2007), é a confecção da alteridade como efeito narrativo da distância temporal.

<sup>27</sup> O “reino do como se”, para Ricoeur (1994), é, *grosso modo*, o verossímil.

passado e expectativas de futuro. Passado e futuro, como duas ausências, constituem as duas formas de utopia em torno das quais os agentes sociais se articulam e para os quais os jornalistas tentam se tornar referência.

Nesse sentido, são evidentes as tensões que historiadores e jornalistas encenam, cada qual operando dentro de seu sistema próprio de representação. Mas é importante pensar também nos usos populares que se fazem do passado, as contribuições do jornalismo para conformar esses usos segundo seus parâmetros específicos e as formas de resistência popular, o que evidentemente foge ao escopo desta tese.

Um sentido particular de passado é enaltecido numa comemoração. Bodnar (1994) analisa o esforço do governo norte-americano a partir dos anos de 1910 na criação de agências nacionais responsáveis pelo gerenciamento de memória. O passado deveria ser configurado e instrumentalizado na forma de história mas também adquirir caráter nacional, o que não coincidia com as apropriações populares, ancoradas muito mais em gestos memorialísticos privados e regionais, centrados nas figuras míticas dos heróis fundadores.

Estabelecendo uma analogia com as proposições de Bodnar (*ibid.*), as edições comemorativas foram um esforço das empresas em garantir posição privilegiada de gestores do tempo, o que incluiria não somente o presente (ou melhor, o passado recente na forma notícia) mas também o “passado histórico”. Por meio dessas edições, os jornais reconhecem que sua legitimidade depende, entre outros fatores, de sua capacidade de fornecer versões autorizadas de passado. Se os jornais são capazes de temporalizar a realidade sobre a qual falam, oferecendo noções de passado/ presente e futuro, precisam também criar marcações temporais para si próprios, de modo a permitir que o público os situe no contexto histórico e lhes atribua valor. Essas marcações, entre outras, são as edições comemorativas.

As marcações comemorativas são também forma de classificar o tempo. Se, de acordo com Bourdieu (2008), classificamos as coisas do mundo social ao nomeá-las, não é difícil pensar nas nomeações temporais - passado, presente, futuro - também como forma de ordenar a realidade segundo as narrações que mais nos favorecem simbolicamente. Portanto, os jornais trabalham regularmente condensando e ampliando as fronteiras do que é passado, presente e futuro, do ponto de vista da percepção social.

Ainda segundo Bodnar (1994), há outras funções para essas comemorações - de certo modo derivadas da primeira, de ritmar o cotidiano: a) função pedagógica sobre o passado e o uso

do jornal, o que inclui sua legitimação como forma documental; b) legitimação por continuidade em referência a uma origem; c) simbolização do jornal.

A função pedagógica é ampla. As edições especiais ensinam não somente sobre como o público deve perceber o passado do país, mas principalmente sobre o papel do jornalismo, ou seja, sobre como ele deve ser apropriado. Em segundo lugar, as comemorações também promovem um efeito narrativo de continuidade em relação à origem desses periódicos, sobretudo no **Jornal do Commercio**, onde é forte a celebração dos ancestrais no jornalismo - dedicando boa parte da edição a descrever antigos funcionários - e principalmente no desejo de continuidade absoluta com seu fundador, Pierre Plancher, ao ponto de localizar na vida do francês a "vida" do jornal. Assim, os ideais de liberdade atribuídos a Plancher se mesclam com todas as suas atividades comerciais, tendo o **Jornal do Commercio** como produto final e aperfeiçoado de seu trabalho. E, finalmente, a terceira função da comemoração nesses casos: a simbolização do jornal e do jornalismo num ritual de autoafirmação.

Segundo Ryan (2001), a forma como se comemora é também uma particularidade histórica. No caso dos jornais, é bastante lógico que suas celebrações sejam materializadas na forma jornal, como continuidade de seu sistema produtivo. Assim, a própria celebração se torna mercadoria. Mas ela funciona aqui como documento das percepções que se tinham acerca do jornalismo e seus conflitos de valorização e de modos de uso. Ou seja, importa mais seu valor simbólico do que comercial.

Por outro lado, as edições comemorativas não são uma continuidade absoluta em relação à rotina produtiva. Elas foram apresentadas pelo **Jornal do Commercio**, pelo **Fluminense** e pelo **Jornal do Brasil** com marcações gráficas e editoriais explícitas, com chamada publicitária, evidenciando se tratarem de produtos diferenciados, dignos de serem arquivados.

### 1.1.3 Símbolo

Os símbolos funcionam processualmente (TURNER, 2008), operados em dramas sociais e adquirindo múltiplos significados. A edição de um produto impresso especial é assim um ritual promovido por uma comunidade que compartilha certos valores, no caso, a importância do jornalismo e de um título em particular. Nesse ritual, utiliza-se e se produz um símbolo: o

próprio jornal. O intuito é que seu processo de simbolização em torno das "Luzes" e do "Progresso" se perpetue. É preciso que, no dia seguinte ao aniversário, quando a edição voltar à forma rotineira, certos sentidos do jornalismo tenham se renovado, bem como o pacto com o leitor.

É marcante a simbolização do **Jornal do Commercio** como progresso e registro do tempo. No caderno especial dedicado à história na sua edição de 180 anos, o jornal traz a ilustração de uma ampulheta gigante. A alegoria aponta para a detenção do tempo e para o fato de ser o **Jornal do Commercio** a fazê-lo passar. É o jornal, representado pela ampulheta, que detém a areia do tempo que escorre por suas páginas. A íntima relação entre a ideia de história como sinônimo de passagem do tempo cósmico e a ideia de jornalismo como registro dessa passagem é o que produz nessas narrativas o valor do jornal.<sup>28</sup>

A ampulheta está para o jornal assim como o cetro está para o pajé com poder de fala em comunidades indígenas (ELIADE, 2002). Trata-se de um símbolo que confere poder de fala aquele que o porta. Para o jornal, a ampulheta é símbolo do poder de fazer o tempo passar. Segundo Eliade (*ibid.*), o mito revela estruturas do tempo e, ao ser narrado, introduz o tempo sagrado no seio do tempo profano.

O mesmo se pode afirmar acerca dos rituais. Eles são encenações do tempo sagrado (*op. cit.*). As pessoas envolvidas no ritual são projetadas para outro tempo. Por outro lado, se mantivermos a coerência com Ricoeur (1994), esta questão se torna irrelevante, pois toda narração é, em última instância, uma fenda no tempo que nos projeta para outra dimensão.

A simbolização do jornal é sua atribuição de valor. Marx (1996, p. 48) diz logo no início de "O Capital" que o valor de uso é a utilidade para o estômago ou para a fantasia. Mas é evidente que essa utilidade não é dada. Para que um objeto, como o jornal, possa ser tornado mercadoria, ou melhor, para que seja posto numa relação de troca, é preciso que ele seja capaz de gerar valor de uso, ou seja, é preciso que ele adquira valor de uso social.

Esse mecanismo constitui o famoso fetichismo da mercadoria que significa que as pessoas se relacionam entre si acreditando estar se relacionando com coisas, como se elas possuíssem valor em si, não que seu valor seja fruto de relações sociais para as quais a mercadoria é apenas sua mediadora. Portanto, o jornal, como mercadoria, é também simbolizado. Ele não só diz. É também objeto desse dizer.

---

<sup>28</sup> Sobre a correspondência entre o tempo cósmico e os tempos jornalísticos trataremos no capítulo 4.

Figura 1



Síntese de comunicação, tempo e história. Arte de Marcelo Monteiro  
Jornal do Commercio, 01/10/2007, Caderno História, p. 1, edição de 180 anos

A troca mercantil do jornal é uma relação social de caráter duplo, pois é tanto a interação pelo consumo, propriamente dito, quanto pelos sentidos produzidos socialmente. Se o jornal carrega informação, dramas, ironia, catarse, desejo, num conjunto literário altamente perecível, por outro lado, é também um tipo de mercadoria com significado próprio. Nessas edições especiais, vê-se a tentativa de construir um significado perene para o jornalismo, ainda que não se possa recuperar como ele realmente foi significado pelo público. Apenas herdamos parte deste significado com o qual operamos no presente, atualizando-o para consagrá-lo ou mudá-lo.

Enquanto pelo velho mundo da Eurasia fervilhavam as ondas dos povos e raças, que durante séculos ali representavam o drama da [e]volução humana, traçando as páginas históricas da Humanidade, as vastidões da America jaziam arredadas de tudo isso, no torpor da anabiose, como elemento fecundável á espera do germe fundador.

[...] Decretada a abertura dos portos, suspensa a proibição de haver fabricas e manufacturas, fundada a typographia official [...] promptamente desenvolveram-se commercio, indústria, artes, letras e sciencias, de mais a mais se emancipando dos monopolios do reino... (Jornal do Commercio, 01/10/1927, p. 55)

Para o **Jornal do Commercio**, a imprensa "vem evoluindo com a própria evolução nacional" (JC, 01/10/1927, p. 1). Em parte metáfora para jornalismo, a imprensa aparece aí como símbolo de progresso, entendido não somente como acúmulo de riqueza material quanto como avanço tecnológico. Para a imprensa, os avanços serão materializados nas inovações gráficas e nas reformas grafico-editoriais (1833, 1835, 1840, 1841). A noção de progresso também será desenvolvida a partir de uma perspectiva temporal no final deste capítulo.

Há nessas edições, sobretudo nas do **Jornal do Commercio**, uma íntima associação entre os ganhos científicos que o Brasil possa ter tido com a imprensa, e por derivação com o jornalismo. Nesse contexto, portanto, o jornal adquire importância na medida em que se apresenta como um dos primeiros atores e dos mais persistentes nesse esforço por desenvolver o país. O lugar que ocupa na história se torna, assim, extremamente relevante. Considerando que a tentativa de fixação desse sentido é uma forma de publicidade, é preciso levar em conta esse processo de valoração e entender as edições comemorativas também como forma de publicidade.

Quando Marx (*ibid.*) afirma que uma coisa precisa gerar valor de uso, abre-se uma brecha para se entender que as coisas vivem estados de mercadoria, como conclui Appadurai (2008).

Interpretando Marx, ele afirma que é somente na troca que a coisa se efetiva como mercadoria, podendo ter outros usos sociais em outros momentos. O autor assume que as coisas possuem vida social. Nesse sentido, é importante considerar não somente a dimensão mercadológica do jornal mas também outros modos de sua existência.

Um exemplar diário costuma ser mercadoria por no máximo 24 horas, mas é possível tentar perpetuar o que o jornal significa. Depois de seu prazo de validade, ele pode adquirir outra condição social, por exemplo, como registro histórico, como algo colecionável, objeto de pesquisa. "Fonte primária para o estudo da História", diz o título de um texto comemorativo na edição de 180 anos (Jornal do Commercio, 01/10/2007, pp. A10-11).

O consumo dos microfilmes na Biblioteca Nacional não caracteriza uma troca mercantil e as relações que esses exemplares microfilmados mediam no passado não podem ser recuperadas ou revividas, apenas intuídas pelos vestígios que deixaram. Isso não significa que não se estabeleçam hoje em torno deles novas interações segundo diferentes parâmetros, como, por exemplo, os da pesquisa acadêmica.

Portanto, para além da liquidez de um exemplar de jornal no mercado, as edições comemorativas parecem ser uma tentativa de tornar *o título* mercadoria, não o exemplar, por meio de seu poder simbólico. É a estabilidade do jornal no tempo e o próprio tempo mercantilizado que são vendidos nessas edições.

O título deve concentrar todo seu capital simbólico acumulado ao longo de cem anos. Ao mesmo tempo, ao lançar mão da celebração, as empresas procuraram estabelecer sua distinção frente a outros jornais, como se dissessem nas entrelinhas “ter cem anos não é para qualquer um”<sup>29</sup> e principalmente frente a outras formas de comunicação social.

Segundo Bourdieu (2008), compreende-se comemoração como ato performativo de instituição de poder ou, mais precisamente, ato de consagração de poder. Não que os jornais não sejam legitimados diariamente ao serem comprados, lidos, comentados ou respondidos, mas a edição especial é a exibição ostensiva desse capital acumulado. Ela celebra o poder de fala que lhe foi delegado e, ao celebrá-lo, ajuda o jornal a se repactuar com o público.

Embora o valor do jornalismo seja apresentado nessas edições, a prática jornalística não se torna relevante pelo simples fato de os periódicos assim a enunciarem. A eficácia do

---

<sup>29</sup> Sobre capital simbólico e distinção, cf. BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre (RS): Zouk, 2007; BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. RJ: Bertrand Brasil, 2004, 311p.

jornalismo se deve a condições e disposições sociais de delegar poder de fala aos homens que ocupam lugares de fazer jornalismo. Para que exerçam o ofício, é preciso que um grupo mais amplo participe de rituais de consumo jornalístico e que confie autoridade de fala aos jornais e ao jornalista frente a seus pares. Segundo Bourdieu (*ibid.*), é preciso que um modo de narração faça parte do conjunto mais amplo e complexo de relações sociais, de onde obtém sustentação e que ajuda a sustentar.

Dessa forma, as edições não devem ser encaradas como produtoras de autoridade e legitimidade, mas como “testemunho da garantia de delegação de poder” do qual esses jornais, o jornalismo em geral e os jornalistas estiveram investidos. (*Id., ibid.*, p. 87) É somente como vestígio da legitimidade (bem como de sua fragilidade) de que esses periódicos gozaram que podem ser entendidas as edições comemorativas.

Elas dão pistas das relações sociais, e temporais, dos quais os jornais fizeram parte, contribuíram e nas quais se apoiaram. Em suma, nas temporalidades que lhe conferiram legitimidade. E, nesse quadro, a história desempenha certa função.

## 1.2 "O TEMPO FABULOSO DO PRINCÍPIO"

O jornalista viveria um trabalho ingrato e deveria, por isso, ser pelo menos reverenciado por seus pares na posteridade. Essa é a ideia geral que atravessa as narrativas da edição centenária do **Jornal do Commercio**. Assim, o periódico faria por seus profissionais aquilo que "a história" pode não ter feito: o reconhecimento. Tal operação apontaria para a fragilidade do jornalista e do jornalismo, que precisam ser freqüentemente celebrados, rememorados, enfim, afirmados.

As homenagens rendidas ao jornalista não poderiam adquirir outra forma que não a publicação impressa que ele próprio passou a vida fazendo. Além disso, as homenagens foram rendidas publicamente, não de modo privado, frente a um grupo restrito, mas amplamente divulgadas. Interessa perceber o efeito que o compartilhamento dessas histórias profissionais produzem no público, amplificando o que se deveria pensar acerca do jornalismo.

Na edição centenária, o **Jornal do Commercio** dedica 41 páginas (32 a 73) à narração da vida e do trabalho de diretores, redatores, conselheiros, colaboradores, repórteres, gráficos,

paginadores e taquígrafos, além de amplo espaço para seus fundadores. Essas intrigas, em que se listam nomes dos filhos, esposa, lugar de nascimento, quando chegou à capital, e até o endereço, entre outros dados, são acompanhadas de fotografias às vezes emolduradas em formato oval, exatamente como as imagens encontradas nas lápides.

Figuras 2 e 3



Retratos em estilo oval. Jornal do Commercio, 01/10/1927, extrato da p. 63

Se celebrar o aniversário pressupõe uma prosopopéia, na qual a empresa jornalística adquire uma biografia, a mão inversa também ocorre e as personagens emprestam suas vidas à configuração da trajetória do jornal. Portanto não é somente a história do Brasil que empresta relevância ao jornal mas as histórias privadas também lhe conferem autoridade e efeito de verossimilhança. Essas vidas funcionam como capital de verdade, da mesma forma que os depoimentos dos entrevistados, as famosas “aspas”, potencializam o poder de fala dos jornais nas matérias no dia a dia.<sup>30</sup>

A mesma estratégia é usada pelo **Fluminense**, que, assim como o **Jornal do Commercio**, homenageia seus mais antigos funcionários, em ambos os casos, na figura de

---

<sup>30</sup> No jargão jornalístico, aspas são as citações diretas dos entrevistados, reproduzidas nas reportagens.

subalternos exemplares. No caso do **Jornal do Commercio**, na página 70, a fotografia e a história do gráfico Alfredo Antônio de Oliveira e Souza. Além desses funcionários, descrever detalhadamente a vida e as iniciativas de seus fundadores se torna essencial.

O “tempo fabuloso do princípio”, expressão de Eliade (1972), refere-se ao tempo mítico do início. Um começo eterno, o tempo da fé, que não é governado pela lógica linear, pairando misticamente sobre as consciências e revivido em rituais. Trata-se de um tempo que pode ser experimentado performativamente, dentro, por exemplo, de calendários religiosos. É evidente que este não é o tempo racional do mundo escrito, nem o da organização capitalista, o "tempo-mundo" de que fala Chesneaux (1995), mas é impossível não perceber um início quase mítico elaborado pelo **Jornal do Commercio** a partir do exaustivo trabalho de recontar sua fundação.

Segundo Eliade (2002), o tempo primordial é experimentado como verdadeiro, aquele que revela o sentido da vida, que transporta as pessoas para a experiência do sagrado. Esse tempo traz lições para o presente, “revelando” a história. É nesse sentido que a origem dos jornais é celebrada, bem como a história de vida de seus fundadores e antigos funcionários. São eles, além da idade do jornal, que dão credibilidade ao título. Esse aspecto é também bastante acentuado no **Jornal do Brasil**, porém com uma idade mítica fundadora deslocada para o momento de um conjunto de reformas.

O **Jornal do Commercio** conta que seu diretor Félix Pacheco teve o trabalho de desenvolver uma investigação criteriosa para esclarecer a genealogia do fundador, Pierre Plancher, já que sua história teria sido objeto de polêmica. Recuperar exatamente o passado é uma obsessão.

Então o jornal narra que Plancher era mestre gráfico na França, filho de um homem de muitos talentos, que são listados. Seu pai, Pierre Plancher de Valcour, tinha sido, segundo o jornal, ator, "comediographo" (*sic*), advogado e aprendiz de tipógrafo numa oficina em Paris de um homem chamado Gillé. Segundo o jornal, a família era liberal, contra a restauração bonapartista e Plancher chegou fugido ao Brasil em busca de liberdade de imprensa. Segundo essa narrativa que procura estabelecer o ponto zero desta história, ele teria o desejo de ajudar a desenvolver as artes gráficas no Brasil e deu início a seu projeto ao fundar uma gráfica em 1821, depois o jornal **Spectador** em 1824, substituindo-o em 1827 pelo **Jornal do Commercio**.

[...] entusiasta sem deixar de ser negociante, Plancher fundou jornaes com a preocupação de introduzir melhoramentos nas artes gráficas e dá a nossa imprensa a feição que tinham as folhas da Inglaterra e França... (Jornal do Commercio, 01/10/1927, p. 2)

Embora não construa narrativamente uma continuidade absoluta entre ele e o **Spectador**, há a noção de que este jornal possa ter sido seu ensaio. A importância conferida ao **Spectador**, devido à mesma "paternidade", é evidenciada no livro comemorativo de 160 anos (de 1987),<sup>31</sup> que dedica 21 páginas a reproduções *fac simile* do primeiro jornal de Plancher em território nacional.

A edição comemorativa reafirma a gênese do **Jornal do Commercio**: o seu início não se deu quando circulou o primeiro número, mas com a criação de um periódico anterior. O que liga os dois jornais é o fundador. Trata-se de um discurso *a posteriori*, com o intuito de construir uma história validada e reconhecida que instaura a continuidade entre o jornal de 1827 e o de 1824.

Do ponto de vista da compreensão e da explicação histórica, não faz diferença se o jornal surgiu num ou noutro ano, se foi Pierre Plancher Seignot o seu fundador, se o mesmo impressor publicava outro jornal na Corte e se este teria sido uma espécie de antecessor. Nada disso favorece a compreensão histórica, mas a construção de uma memória singular do jornalismo.

Afinal, foi um jornalista – um verdadeiro jornalista que começara como um verdadeiro repórter, no caso o ex-diretor do jornal Felix Pacheco – o responsável por aclarar o passado e recuperá-lo em toda a sua inteligibilidade. Destaca-se a construção de uma fala emblemática do grupo que quer se constituir como responsável pela preservação do passado do periódico e, dessa forma, da própria memória do jornalismo brasileiro.

A construção de um jogo memorável contribuiu para a configuração de uma memória válida para o grupo. O sentido de coesão se constrói pelo passado comum que, neste caso, deve incluir necessariamente o início mítico. Um francês desembarca no Brasil, trazendo todos os apetrechos indispensáveis à publicação de um periódico, e se transforma, em pouco tempo, em Impressor Imperial. O antecessor do **Jornal do Commercio - O Spectador Brasileiro** - já se “distinguia dos outros jornais da época, caracterizados por um partidarismo extremado”. Na história construída como recuperação verdadeira do passado, o jornal adquirira caráter noticioso. Para isso, apresenta como prova a reprodução da publicação dos boletins médicos que

---

<sup>31</sup> DIMAS FILHO, Néilson. *Jornal do Commercio*. A notícia dia a dia. 1827-1987. RJ: Editora Jornal do Commercio, 1987.

antecederam a morte de dom João VI, em Lisboa. Assim, o jornal se transforma também em sua própria história.

Além disso, há que se considerar que, ao comemorar suas datas marco-fundadoras, os jornais estabelecem uma continuidade temporal entre presente e passado. Constroem, dessa forma, uma história singular, por momentos emblemáticos, por sínteses de luta, por vitórias e glórias de um passado exemplar. Comemorar é, neste sentido, trazer o passado mítico para o presente, que, dessa forma, também o ressignifica.

Assim, o instante da comemoração se torna fundamental para recontar a história, construída de forma mítica. Ao fazer isso, os jornais validam seu papel na sociedade e imputam a si um lugar emblemático na história do país. Afinal, sua história se confunde com os fatos que eles “registraram” ao longo do tempo. Mas, ao agir assim, revalidam os lugares de fala de seus funcionários frente à sociedade. Produzindo um passado comum como síntese de seu lugar no presente, potencializaram o poder simbólico de seus jornalistas. (BOURDIEU, 2008 e 2004) O passado “revelaria”, assim, o sentimento de pertencimento a um mesmo universo simbólico, entre jornalistas e entre jornalistas e público em geral.

Há também grande ansiedade em entender e explicar o personagem Plancher como sinal de sua função narrativa de significar emblematicamente o empreendedor que enfrenta adversidades políticas, nem que precise cruzar o Atlântico, para viver segundo seus princípios liberais. O leitor do **Jornal do Commercio**, em 1927, devia ser especialmente sensível a esse tipo de relato. Na página 3 da edição centenária, há, por exemplo, a reprodução da placa comemorativa do centenário de fundação da oficina gráfica de Plancher em 24 de junho de 1921, interpretada como a pedra fundamental do próprio **Jornal do Commercio**.

A imprensa era, então, pamphletaria e atrevida. Nos períodos de tolerância e de liberdade, atingiu a grandes violências de linguagem e suas polemicas chegavam a excessos, a ataques pessoais, a insinuações maldosas, mas [...] Plancher sempre manteve um critério de imparcialidade e de calma, naquela época de ardentes disputas políticas.

Plancher [...] era um artista de artes gráficas, um chefe de oficina muito habil e competente, um mestre no seu ofício, um comerciante, *mas vindo de um meio onde as paixões e as idéias políticas se degladiavam, vem cheio de principios liberais.* (Jornal do Commercio, 01/10/1927, p. 2, original sem grifos)

Vê-se a construção de uma lógica em que política e economia seriam dimensões sociais distintas e que o homem de negócios não deveria perder tempo com o debate de ideias. Essa noção vai contra toda uma historiografia do jornalismo que afirma que após a Independência, em 1822, a imprensa no Rio seria fundamentalmente política.<sup>32</sup> A mesma ideia está presente quando o jornal não procura negar seu princípio de "folha comercial e política", como passou a anunciar no seu cabeçalho em 1828.

O Jornal do Commercio, nos primeiros tempos, não era político, só trazia informações comerciais [...] passou a ser também folha política em 1828, até hoje jámais deixou de acompanhar os acontecimentos.  
Nas nossas leadings depois dos acontecimentos de 1889 definimos, com clareza, que a nossa posição era, no novo regime, igual á que tínhamos no antigo: - *a de isenção e de imparcialidade, sem nenhuma dependencia de sympathias e amidades pessoas.* (Jornal do Commercio, 01/10/1927, pp. 4-5, original sem grifos)

Ao se narrar, houve, por parte do **Jornal do Commercio**, um esforço de lançar mão da retórica da imparcialidade, na tentativa de configurar uma coerência entre valores de então e uma memória do trabalho jornalístico, a ponto de ter de dar conta do próprio *slogan* do jornal: "folha comercial e política." É evidente que esse depoimento de 1927 não é suficiente para se tomar conhecimento de como se produziu jornalismo ao longo de todo o século XIX, mas indica que entre práticas e representações pode haver uma enorme distância e que o ajustamento entre elas é fruto de permanente disputa. Se os discursos sobre o jornalismo procuram acomodar múltiplos tipos de participação, isso não significa que eles estejam errados, mas que a própria realidade é contraditória.

O caderno especial "História", na edição de 180 anos (2007), remarca a tendência de valorização do dever de empreendimento supostamente neutro. Com o título "Acima e além das paixões", o caderno recebeu tratamento editorial bastante diferenciado em relação ao impresso de 1927. Nele se usam ilustrações de fontes diversas, do acervo da Biblioteca Nacional e do arquivo do jornal, mas não necessariamente que tenham sido impressas em algum momento.

---

<sup>32</sup> Segundo Barbosa (2008a, *op. cit.*), não é possível afirmar que o jornalismo no Brasil não tivesse um sentido noticioso desde até mesmo a Gazeta do Rio de Janeiro, de 1808, o periódico oficial da Corte ao se transferir para o Brasil.

Na edição de 180 anos, a história de Plancher é diferente. Conta-se que ele já era livreiro 26 anos antes de vir ao Brasil, perseguido na França por ser partidário de Napoleão I e não o contrário. O jornal informa ainda que as autoridades brasileiras foram avisadas pelas congêneres francesas da provável chegada de um "perigoso livreiro". Acrescenta que ele chegou ao Rio em 1824, enquanto a placa comemorativa da fundação de sua oficina gráfica na cidade reproduzida na edição de cem anos dizia que ela fora criada em 1821.

Ao desembarcar, teve suas bagagens revistadas, caixas de livros e equipamentos de impressão apreendidos. A liberação do material demorou dez dias. A primeira empreitada jornalística começou pouco depois da chegada às terras brasileiras e encerrou-se três anos depois. Era o *Spectador Brasileiro* – que assinava com o pseudônimo 'Hum francês brasileiro'. A publicação começou em 28 de junho de 1824 e foi interrompida em 23 de maio de 1827. Ao *Jornal do Commercio*, entretanto, estava reservado destino bastante diferente. (Jornal do Commercio, Caderno História, p. 2, 01/10/2007)

A dificuldade em se exercer a atividade impressora no Brasil e o caráter empreendedor de Plancher são destacados, de modo a acentuar a identificação do leitor-comerciante-industrial do **Jornal do Commercio**. Como nas biografias pessoais, os aniversários marcam celebrações do surgimento desses jornais. A genealogia tem três formas de inscrição nessas edições. A primeira diz respeito aos "pais" dos jornais, a segunda aparece na forma de seu "nascimento" e a terceira se refere às permanentes rupturas instauradas narrativamente no tempo histórico.

Apropriação completamente diferente da biografia de Plancher faz Morel (2005), como vestígio da atmosfera intelectual de uma época, ao estilo de Ginzburg (1987), e mapeando os livros publicados pelo editor francês no Rio, como Chartier (2003). Plancher, que poderia ser chamado hoje de agitador cultural, publicou e vendeu os mais importantes autores de sua época e participou da expansão da esfera pública carioca. Na verdade, chegou em 1824 e era filho de Pierre Constant René Plancher e não o tal do ator dramático Pierre Plancher Valcour, que podia ser um parente distante. Segundo Morel (2005), ele foi um mediador cultural de ideias da Europa que seriam apropriadas aqui de maneiras particulares, assumindo novos significados.

Mas a obsessão com o início não é prerrogativa unicamente do jornalismo. Bloch (2001) critica o ídolo das origens como sendo um vício historiográfico e esse mesmo vício parece ter adquirido função especial para o jornalismo, tanto quando conta o passado como história quanto quando anuncia o futuro.

A ideia de gênese tem, segundo Barbosa (2008a), função fundamental para um tipo de escrita da história, servindo tanto à construção de um tempo mítico quanto potencializando a capacidade narrativa de quem conta esse início. Como acontecimento fundador, o lançamento do jornal é celebrado e produz um modo de autolegitimação pelo passado. Para Barbosa (*ibid.*), a obsessão pela origem tem atravessado a historiografia do jornalismo no Brasil. A atividade seguiria uma dupla tipologia, segundo um modelo "oficialesco" e outro "de combate", de acordo com a filiação a dois modelos originais: um ligado à **Gazeta do Rio de Janeiro** e o outro ligado ao **Correio Brasiliense**, de Hipólito da Costa.

A caracterização de um jornal de acordo com sua filiação original aparece no **Jornal do Commercio** tanto na forma de seu "pai" Plancher quanto no caráter épico de sua fundação. Mas não só assim. O jornal trabalha também a ideia de múltiplas gêneses particulares, segundo seus diretores, suas reformas gráficas e, sobretudo, os diferentes regimes políticos pelos quais passou o Brasil. Mas nem de longe este periódico explora tanto as rupturas quanto o **Jornal do Brasil**, como se verá no capítulo 3.

A gênese do **Jornal do Commercio** está marcada pelo trabalho dos antepassados, perpetuados na edição monumental: fotografia do antigo diretor Francisco Antônio Picot (p. 21), com datas de nascimento e morte; seus feitos privados e administrativos, como a reprodução integral (pp. 22-30) de correspondência entre "ele e o conselheiro Leonardo e o redator-chefe da folha conselheiro Souza Ferreira;" fotografia de Julio Constancio de Villeneuve (p. 14); a descrição do período de 1835 a 1841 como a plena pujança do **Jornal do Commercio** em função da nova direção dos Villeneuve (p. 13); na disputa e nos debates com outros periódicos, como a **Aurora Fluminense** (1827-1835), de Evaristo da Veiga.

A personalização da história do jornal é bastante suavizada em 80 anos. Na edição de 2007, os mortos têm bem menos espaço, com exceção "do iluminista francês Pierre Plancher", que recebe uma coluna de texto só sua. Ou seja, a influência dos grandes personagens nesse contar foi minimizada em 2007 em proveito da ação do jornal enquanto agente empresarial.

Por outro lado, outros personagens são homenageados. Não exatamente *no* jornal mas nele é anunciada, na página central do primeiro caderno (pp. A10-11), num texto de quase página inteira, a oferta do "Troféu 180 Anos" a 12 personalidades que, segundo o periódico, destacaram-se pela atuação no desenvolvimento do país." Todos receberiam o prêmio numa cerimônia no Copacabana Palace com a presença do presidente Lula. Entre eles, empresários,

Figuras 4 e 5



Personalização. Jornal do Commercio, 01/10/1927, p. 68 e 69

banqueiros, *socialites* que se destacaram por fazer caridade, a atriz Fernanda Montenegro, a ministra do STF, Ellen Gracie, e o neurologista Paulo Niemeyer Filho.

### 1.2.1 A coerência política e jornalística

Um dos efeitos da operação narrativa de filiação a certas origens é a produção da continuidade entre passado/ presente e futuro. Essa é, de acordo com Bodnar (1994), uma das funções da comemoração. Assim, o **Jornal do Commercio** se torna o próprio lugar da tradição e forja para si uma coerência política e jornalística. "Somos um jornal antigo, mas sabemos ser modernos", diz o presidente Maurício Dinépi na edição de 180 anos. A história referenda o jornal pela continuidade. "A constante preocupação dos dirigentes em modernizá-lo ao longo da história é que garante sua presença ininterrupta na história da imprensa brasileira e mundial por 180 anos", acrescenta o texto de apresentação.

Esse sentido é explicitado, por exemplo, no subtítulo do livro comemorativo lançado em 2007 pelo **Jornal do Commercio** e assinado por Cícero Sandroni: "de D. Pedro I a Luiz Inácio Lula da Silva," com ilustração e fotografia dos dois na capa. Como se a história do Brasil fosse uma incrível linha contínua cujos extremos seriam essas duas personalidades. E quem daria o "nó" entre uma ponta e outra seria o próprio **Jornal do Commercio**.

Sua circulação ininterrupta é celebrada como a mais longa trajetória de um veículo de imprensa na América Latina, o que não lhe confere pouca autoridade. Ela se constrói não somente em torno da longevidade, mas em respeito a uma coerência de natureza política e jornalística que ele força a história a referendar narrativamente. "Fidelidade aos fatos justifica importância do Jornal do Commercio e edição de livro comemorativo." (JC, 01/10/2007, pp. A10-11)

A coerência é elaborada em torno da imparcialidade e da "fidelidade aos registros históricos". O jornal diz que, mesmo quando era monarquista, cobriu a proclamação "como testemunha ocular, o Conselheiro Souza Ferreira, que também era chefe de redação, contou toda a história." Ou seja, a fidelidade ao princípio imparcial de noticiabilidade o teria permitido adotar posições políticas divergentes daquelas que prevaleceram, sem prejuízo para ele.

A imparcialidade, independentemente de sua vertente política, foi fundamental para que o jornal permanecesse até hoje [...] sem perder a feição conservadora acompanhou a consolidação da nacionalidade, durante a Regência, a Maioridade, o Segundo Reinado. (Jornal do Commercio, 01/10/1927, p. 1)

Em outros momentos, porém, o jornal teria acertado.

[...] o movimento nacional contra o espírito recolonizador do Primeiro Imperador encontrou, nas nossas columnas, um eco vibrante, e o Jornal do Commercio foi dos elementos que prepararam a Nação para a demonstração decisiva que forçou a abdicação... (Jornal do Commercio, 01/10/1927, p. 1)

Foi preciso produzir uma continuidade entre a história e as opções políticas do jornal a qualquer custo, para fazer com que a história o justificasse e referendasse. A ideia geral é que bastou ao jornal se manter imparcial para ter garantido o sucesso, mesmo que suas posições políticas tenham se tornado "obsoletas". Ou seja, não foram reconhecidas as dificuldades por que

passam um jornal quando as ideias de seus redatores e público são transfiguradas por novas contradições do processo histórico.

A única ruptura aceita pelo **Jornal do Commercio** é a gráfica. As mudanças aparecem sob a forma das reformas visuais: "Meses, anos e décadas de transformações" (180 anos, p. 4 – caderno História) ou "Com novo PROJETO GRÁFICO, mais dinamismo" (180 anos, p. A11, grifo original). Mas nenhum dos três periódicos dará tanto significado a suas transformações gráficas quanto o **Jornal do Brasil**.

Até mesmo quando narra crises internas no que se refere a suas posições políticas e editoriais, o **Jornal do Commercio** procura focar a continuidade. "Política fez jornal mudar de rosto e nome" (180 anos, p. 3). Ainda que com tal título, o texto que se segue conta que o jornal era antilusitano e que, em 1830, sua xenofobia tinha chegado ao auge. Na ocasião, passou a considerar que Pedro I fazia concessões demais aos portugueses e, antes que fosse perseguido, demitiu seu redator Júlio César Muzzi, um de seus fundadores, dando a entender que mudou a feição do jornal voluntariamente para marcar essa diferença de postura. O que poderia ser uma oportunidade, em 2007, de se mostrar como combatente é apresentada na forma inversa: que o jornal não foi perseguido, já que antes disso optou por demitir o redator por ter "carregado nas tintas" (180 anos, p. A11). Ou seja, mesmo quando há apresentação de um abalo, o **Jornal do Commercio** constrói sua firmeza em ser fiel ao poder.

A edição centenária é construída como um grande épico. "Os grandes annaes do Brasil independente. 1827-1927 – um século de trabalho e glória". Sua manchete não só estabelece o entrelaçamento entre a história do Brasil e do **Jornal do Commercio**, ao localizar sua existência no período do Brasil independente, como anuncia a função documental a que o jornal vinha se pretendendo até aquela data: ser os anais do país. Valoriza, assim, a importância de outro uso social do jornal que não o noticioso: o de arquivo da história.

[...] vemos, *nas nossas colleções*, á proporção que o nosso publico se alarga, que a publicidade augmenta com a riqueza do paiz, o formato, a composição e a impressão de alteram, de accôrdo com o progresso tecnico. (Jornal do Commercio, 01/10/1927, p. 1, original sem grifos)

O trecho marca a referencialidade do acervo da empresa para a construção das narrativas do próprio jornal e para qualquer pesquisa. Nesse caso, a quantidade de anúncios foi entendida

como vestígio da riqueza do jornal e da prosperidade econômica do Brasil na época. O caráter registrador da realidade é destacado como esforço de dar conta da totalidade dos acontecimentos, manifesto, inclusive, no tamanho da edição especial. Na página 19, por exemplo, o jornal lista todos os jornais que se publicavam no Rio entre os anos de 1839 e 1840. E lembra que, para produzir a genealogia de Plancher, Félix Pacheco "teve como pronto de partida sempre o testemunho de nossas próprias colleções".

A caracterização do jornal como coleção é fundamental para compreender o tipo de noção de história com a qual se está lidando. Além de apresentar a história como sucessão de acontecimentos, a edição especial foi construída como arquivo.

Há dois aspectos a serem destacados acerca do tratamento "coleccionável" do jornal. O primeiro é que as coleções constituem suporte de memória (POMIAN, 1997), sendo assim, um meio de comunicação com os ausentes (o passado), mediando as lembranças e a consciência histórica. A memória é outra das formas de acesso ao passado, como se investiga no capítulo 3. A segunda questão é que a coleção constitui um conjunto de objetos que podem ser guardados.

No caso do periódico, são Picot, Villeneuve, Plancher, dom Pedro I, dom Pedro II e tantos personagens que são transformados em objeto de culto à história. Mas os próprios acontecimentos também ganham estatuto de objetos que podem ser guardados. As edições comemorativas são o passado mercantilizado e, em seguida, guardado em casa ou numa biblioteca. Nelas, o jornal também ensina que as edições diárias possuem valor de perenidade. A coleção de um jornal seria um conjunto de sínteses históricas, condensações periódicas dos tempos idos, e as edições comemorativas enormes sínteses, como se os jornalistas estivessem poupando o historiador e o público de realizar esse trabalho.<sup>33</sup> O jornalista, segundo essas construções, possuiria a visão da integralidade da história.

Além disso, a reprodução de fatos e personagens do passado, atualizados na edição comemorativa, ou nas retrospectivas ou nos boxes de memória, apresenta uma sobreposição de tempos históricos. São imagens do passado atualizadas no presente (que para nós, hoje, é outro passado). Ou seja, o jornal, ao evocar os "tempos idos", não está "recuperando o passado" mas configurando narrativamente vários passados, várias camadas temporais, ainda que apresente esses múltiplos tempos de forma linear. Enfim, por mais que pareça linear unidirecional, segundo o jornal, o tempo histórico emerge com toda sua complexidade em suas páginas.

---

<sup>33</sup> No capítulo 3, tratamos da questão da produção de sínteses históricas pelo trabalho de memória e esquecimento.

Figura 6



Homenagem aos funcionários. Jornal do Commercio, 01/10/1927, p. 73

### 1.3 A ORDEM TEMPORAL DO PROGRESSO

Os modos como o **Jornal do Commercio** narra sua história dizem muito de sua relação com o tempo, bem como do jornalismo em geral. Koselleck (2006) afirma que a experiência temporal se manifesta na linguagem, o que oferece oportunidade ao historiador de investigar a experiência a partir dela ou imaginar os circuitos comunicacionais que nos quais se geraram sentidos para o jornalismo em diferentes momentos.

Um jornal não pode estar dissociado da lógica temporal de seu tempo. Se, em 1927, ao imaginar o passado e produzir uma síntese narrativa dos cem anos anteriores, o **Jornal do Commercio** usou o progresso para costurar passado e presente, em 2007, na edição de 180 anos, o progresso costurou o presente com o futuro. Enquanto a edição de 1927 é marcada notadamente pelo passado, a de 2007 está voltada muito mais para o futuro. A diferença indica a aceleração da percepção temporal, não havendo aí incoerência quanto à noção de tempo: linear, progressivo, que estabelece relação simplista de causa e efeito, embora o grau de determinismo (automatismo da passagem do tempo) possa ter sido flexibilizado entre 1927 e 2007. Neste item, observa-se como a noção de progresso prevalece também quando o **Jornal do Commercio** se refere ao futuro.

#### 1.3.1 O futuro no **Jornal do Commercio**

Koselleck (*ibid.*) explica que o tempo histórico é a relação de distinção entre passado e futuro, sendo essa relação submetida à historicidade. Para ele, na modernidade (como sinônimo de era), estabelece-se uma relação particular com o tempo, apoiada no ineditismo. As marcações e remarcações do que é velho e novo produzem intervalos cada vez mais curtos, o que é percebido como aceleração. É essa relação temporal que, segundo o autor, tem regido cada vez mais a experiência moderna (aqui entendida como percepção de ruptura).<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> O que se chama modernidade possui freqüentemente três sentidos: a) Pode ser o nome de um período que, por sua vez, também varia de acordo com a análise do historiador; b) Modernidade pode ser uma relação com o tempo, entendido como novo, em oposição à tradição, sentida como referência estável. O fato de uma Era ser batizada "Modernidade" diz respeito a sua confrontação com um modelo antigo de organização social (Idade Média), mas também à suposição de que este seria um período marcado profundamente pela c) experimentação de rupturas. Nesse sentido, a percepção de tradição adquire, por contraste, o caráter de conservadorismo. Tanto o tradicional

Tal relação temporal não é estranha às práticas jornalísticas noticiosas, cujas narrativas são articuladas assim. Como um dos produtos da atividade jornalística, derivado de certa relação com o tempo e cada vez mais percebido como inédito, a notícia nos leva a questionar se o que os jornais vendem não é justamente a novidade, o moderno, ou seja, o ingresso imediato no futuro. Por outro lado, tem-se tentado mostrar até aqui e mais ainda nos capítulos seguintes que o jornal é também feito de muitos passados. Suas narrativas não dariam conta do presente, apresentado como inédito, se não tecessem também intrigas de passado e futuro.

Ao mesmo tempo em que o que caracteriza a relação entre passado/ presente e futuro parece ser a linealidade quando o jornal conta “a história”, esse movimento apresenta uma contradição, porque, ao contar o presente, a operação temporal é outra. Se tempo progressivo supõe uma passagem ordenada e contínua entre o antes, o agora e o depois, onde estaria a notícia, entendida como a ruptura acontecimental no cotidiano? Esse embaralhamento de temporalidades seria uma importante estratégia de compensação simbólica para a força da permanência das estruturas sociais, enquanto o jornalismo aciona a sensação de ruptura das superfícies.

Koselleck (*op. cit.*) afirma ser característico da modernidade (tanto como era quanto como experiência) a referência ao tempo a partir de conceitos de movimento, como indicadores de mudanças sociopolíticas bem como de crítica ideológica e comportamental. Modernização, progresso, desenvolvimento, crescimento, desafio, evolução, mudança, salto e transformação são termos extraídos das edições especiais tanto quando procuram diagnosticar o presente, quanto quando contam a atuação passada do jornal.

Mas esses movimentos não são apenas espaciais. Para haver um salto, é preciso deslocamento no tempo. Todos esses movimentos dizem respeito a transformações na duração, o que permite a inclusão nessa semântica dos termos crise, novo e renovação, também presentes nessas edições. Nota-se que o termo revolução, pertencente à semântica de movimento temporal listada por Koselleck (*op. cit.*) e tão cara à história européia, aparece, dentre essas edições, apenas uma vez no **Jornal do Brasil**, quando diz que revolucionou a imprensa. Já no **Jornal do Commercio**, as expressões surgem vinculadas a um imaginário próprio de futuro.

---

quanto o moderno têm seus modos de autoridade. O primeiro por um compromisso moral de transmissão de conhecimento de geração para geração; o segundo, por distinção do passado. (KOSELLECK, 2006; BERMAN, 1986) Mais detalhes no capítulo 2.

Segundo Koselleck (*op. cit.*), os conceitos enfeixam expectativas. Eles são cunhados para apreender forças históricas a partir de uma economia linguística. Por meio deles, é possível interpretar o espaço da experiência e o horizonte de expectativa daqueles que os articularam.

A presença do futuro e dessa semântica de movimento é especialmente marcante no **Jornal do Commercio**. Graças a sua linha editorial voltada à economia, ele lida muito particularmente com projeções e metas. Quadros de indicadores econômicos são uma constante e chegam a adiantar em décadas aquilo a que se referem (**O Fluminense** também faz isso). Ou seja, a prática de economistas e empresários de trabalhar com projeções de pequeno, médio e longo prazos invade o universo narrativo do **Jornal do Commercio** e ajuda a produzir um imaginário acerca da posição do Brasil em uma suposta escala evolutiva.

"O desafio do crescimento," "XP no mercado até 2008", "A hora é de crescer", "Salto tecnológico é o grande desafio", "ciclo de expansão", "pronto para competir" (sentido de amadurecimento), "Firjan completa 180 anos com foco em 2015", "crescer com segurança", "rumo à abertura de capital". Essas são algumas expressões que aparecem em títulos e textos ao longo dos 18 cadernos especiais que compõem a edição de 180 anos do **Jornal do Commercio**. Com sentido de "diagnóstico do País", como diz a primeira página, o jornal está a fazer, na verdade, prognósticos otimistas em função do caráter comemorativo e do financiamento da edição especial por anunciantes que muitas vezes são personagens das narrativas.

Toda a discursividade econômica, popularizada nos periódicos nos anos 1980 por novas estratégias de abordagem em decorrência da sucessão de planos, apresenta-se no **Jornal do Commercio** em torno de crescimento, competitividade, diversificação, expansão, dentre outras palavras de ordem do universo empresarial.<sup>35</sup>

Chama atenção também a ideia da urgência da internacionalização econômica. As empresas que têm participação significativa no mercado internacional são tratadas como heroínas da história nacional. No caderno "Indústria", por exemplo, o jornal diz que os setores de mineração e celulose se confundem com a história do Brasil como sendo o que há de mais moderno em termos de integração no mercado internacional, esquecendo que as atividades mais ancestrais no país são justamente extração madeireira e mineral e que foi justamente graças a elas que a colônia entrou na rota de comércio mundial. Mas, para o **Jornal do Commercio**, o

---

<sup>35</sup> Lene (2009) demonstra a popularização do vocabulário econômico na década de 1980 por meio dos jornais, num processo de redefinição do jornalismo sob parâmetros economicistas, em função, dentre outras razões, do contexto da sucessão de planos econômicos, usados como enredo para dramatizar o cotidiano.

que faz desses setores algo moderno são as novas tecnologias empregadas e a "integração internacional" é sempre um ideal, nunca algo admitido.

No que concerne à história do jornal, é ainda a tecnologia o principal fator modernizante, com especial atenção aos projetos gráficos, tratados como marcos de renovação do compromisso do jornal com o "processo civilizatório" (180 anos, editorial, p. A-18). Nesta edição, logo na primeira página, um texto apresenta as comemorações, lembrando fazer parte delas o lançamento do novo projeto gráfico e com o relato do presidente do jornal com sua constante preocupação em modernizá-lo. Cita uma série de reformas (1833, 1835, 1840, 1841), detalhando o tamanho do jornal em cada uma. A página central reproduz páginas com o novo projeto gráfico, mas não indica se são simulações ou se realmente foram publicadas em algum momento.

Mais do que alterações das relações de trabalho, das novas funções de repórteres, editores e redatores, ou do perfil narrativo, ou do público e das maneiras de ler o **Jornal do Commercio**, o fator modernizante fica restrito à apresentação gráfica, como problema técnico e emblemático. O perfil narrativo, aliás, é achatado num passado homogêneo. Mais adiante, o jornal explica sua perenidade pelo fato de ter sido capaz de se adaptar a novos contextos e de ter sido criado com intuito noticioso numa época em que os jornais eram políticos e terminavam quando seu propósito se concluía, o que não deixa de ser verdade. De modo geral, portanto, o jornal representa a história avançando progressivamente, de forma programática, e tendo nele próprio a tradição. O que, na verdade, dá quase no mesmo. Trata-se de um mesmo passar do tempo sem tropeços, sem mudanças profundas, como na alegoria da ampulheta, já mencionada (*cf.* p. 36). A presença ostensiva do tempo, representado pela areia que escorre, reforça a ideia de linealidade temporal que flui inexoravelmente.

Quando narra sua trajetória, o **Jornal do Commercio** tenta criar coerência no duplo movimento de permanecer o mesmo enquanto se moderniza, como diz, por exemplo, o título da entrevista com o presidente da ABI, Maurício Azêdo: "Conservador, mas inovador". Ou seja, os fenômenos são contados a partir de um parâmetro orientado para a valorização do que é novo, mas, quando se refere a si próprio, é preciso articular a ideia de conservadorismo sem que isso soe pejorativo, sobretudo ao se pretender moderno. Assim, o jornal se articula como aquele capaz de contribuir para a manutenção das condições favoráveis "ao progresso".

Parte do futuro se materializa nas antecipações tecnológicas, como quando reproduziu na edição centenária três gravuras publicadas em 1843 "da carruagem aérea a vapor, nova e

maravilhosa invenção do Sr. Henson de Londres, de que já fez menção o *Jornal do Commercio*." Com as seguintes legendas: "1) A carruagem aérea e a cidade de Londres; 2) Vista superior da carruagem aérea; 3) A carruagem aérea a caminho."<sup>36</sup>

Ainda na edição centenária, o **Jornal do Commercio** associava a liberação da tipografia no país e a sua própria fundação ao nascimento do processo histórico brasileiro. Nela, verificou-se a sobreposição da história da imprensa com uma ideia de desenvolvimento, como um processo linear, ancorado num tempo que avança sobre o futuro.

Enquanto pelo velho mundo da Eurasia fervilhavam as ondas dos povos e raças, que durante séculos ali representavam o drama da [e]volução humana, traçando as páginas históricas da Humanidade, as vastidões da America jaziam arredadas de tudo isso, no torpor da anabiose, como elemento fecundável á espera do germe fundador.

[...] Decretada a abertura dos portos, suspensa a proibição de haver fabricas e manufacturas, fundada a typographia official [...] promptamente desenvolveram-se commercio, indústria, artes, letras e sciencias, de mais a mais se emancipando dos monopolios do reino... (*Jornal do Commercio*, 01/10/1927, p. 55)

O trecho, anteriormente já citado (*cf.* p. 38), exhibe a percepção temporal que tem como pressuposto o entendimento de história como fluxo universal, ao qual o país precisaria aderir ou alcançar, trazendo embutida toda uma semântica correlata antitética: antigo, atraso, subdesenvolvimento etc. O que está em jogo é uma dada concepção de história, a partir de diferentes estruturas temporais. O trecho é significativo, pois mostra a percepção de um lapso temporal entre as civilizações que traduziria uma distância evolutiva.

Lógica semelhante acompanha o dia 11/09/1908 (p. 3), quando diz que "a imprensa é imperecível como as grandes conquistas do espírito que avantajam a humanidade". Como tecnologia e metonímia para jornalismo, a imprensa é comemorada como instrumento iluminador, principalmente num sentido positivista de progresso, aquele que "faz evoluir".

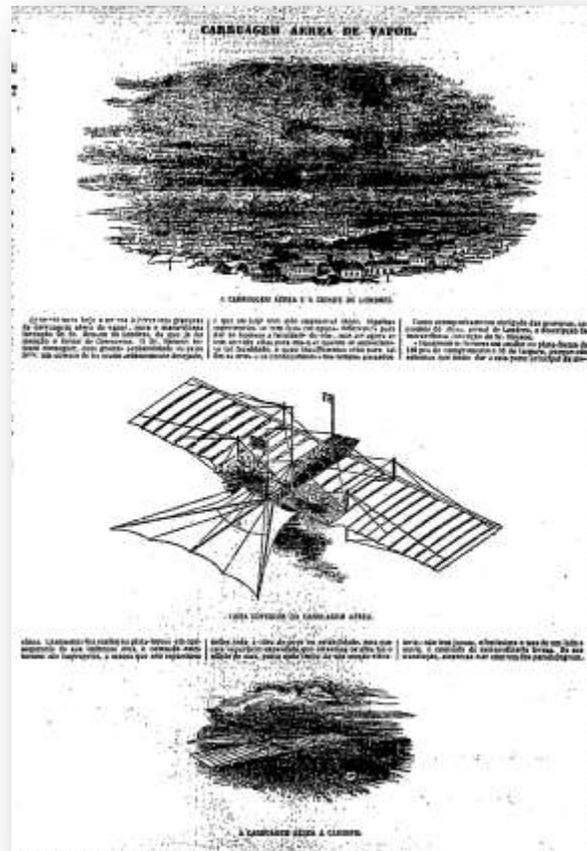
Segundo Giannotti (1978), na introdução da coletânea "Os Pensadores" sobre Auguste Comte (1798-1857), o conhecimento válido para a filosofia positivista era aquele obtido das relações constantes entre os fenômenos sociais, de modo que fosse possível prever os

---

<sup>36</sup> A mesma estratégia de referir a tecnologia a antecipações de futuro marca não apenas o contar de sua própria história, mas o relato dos principais acontecimentos tecnológicos do século XX pelos outros dois periódicos – *Jornal do Brasil* e *O Fluminense* – como se verá no capítulo 5, na Parte 2.

acontecimentos. Somente a partir desse tipo de conhecimento o homem seria capaz de industrializar o mundo e desenvolvê-lo tecnicamente, explorando a natureza. Um dos lemas do positivismo, inclusive, era “ver para prever”.

Figura 7



A carruagem aérea. Ilustração publicada originalmente em 1843  
 Jornal do Commercio, 01/10/1927, extrato da p. 30

Não se pretende afirmar com isso que todo jornalismo é derivado de uma lógica positivista nem que o **Jornal do Commercio** operasse segundo os princípios de Comte ou que a noção linear de tempo progressivo surgiu no pensamento de Comte. Pelo contrário, Collingwood (s/d) e Nisbet (1985) mostram a importância dessa temporalidade historiográfica muito antes de

Comte,<sup>37</sup> que, na verdade, só publica seu “Curso de Filosofia Positiva” em 1842. O **Jornal do Commercio** é de 1927. Ou seja, o jornal não se baseou em Comte, nem suas ideias foram simplesmente absorvidas ou transportadas como se fossem nutrientes ou mercadoria.

Entretanto, a grande imprensa carioca foi influenciada por uma atmosfera intelectual que favorecia essa compreensão linear de história e que coincidiu com ideias positivistas em algum momento. Até a História, que se institucionalizava no século XIX, ficou conhecida como “História Positivista” *a posteriori*. (RICOEUR, 1994; COLLINGWOOD, s/d) A elite intelectual carioca estava imersa num ambiente que via no positivismo a vanguarda do pensamento, a chave para a civilização da nova nação. Isso não significa que se esteja referindo ao positivismo “puro”, mas a um conjunto de percepções políticas e a um modo de consciência histórica que dependem de múltiplas apropriações de algo que em algum momento e lugar foi chamado de positivismo. Ou seja, a esfera pública brasileira que se formava a partir do início do século XIX (MOREL, 2005) tinha como parâmetro a ideia de progresso (sendo o positivismo apenas das vertentes que reforçavam essa ideia) e o vocabulário positivista foi cada vez mais forte ao longo do século XIX no **Jornal do Commercio**, tendo sua edição centenária no início do XX como emblema.

Segundo Nisbet (1985), a ideia de progresso é totalmente polifônica. Já significou, no contexto europeu, liberdade, igualdade, soberania popular, poder etc, mas sempre esteve associada a ações sociais e decisões políticas entendidas como inevitáveis, inexoráveis. Também está associada à valorização do presente frente ao passado, e estes dois como inferiores ao futuro. Se, de um lado, há uma espécie de “egocentrismo temporal”, quando se crê que o presente é melhor que o passado, por outro, projeta-se esperança no futuro. Porém uma esperança programática. Deste modo, a ideia de progresso funciona como marcador valorativo dos múltiplos tempos sociais, como forma de classificação da história pela nomeação dos tempos. (BOURDIEU, 2004)

Outra interpretação, fundamental para o contexto brasileiro, é que, além da noção de superioridade social, a ideia de progresso favorece também a presunção de superioridade racial, como se os homens fossem classificados por raças em estágios diferenciados de evolução. (NISBET, 1985, p. 291) Afinal, não se pode ignorar a mistura entre paradigmas científicos e historiográficos de progresso (COLLINGWOOD, s/d) no processo de institucionalização da

---

<sup>37</sup> Os autores associam a ideia de progresso a diversos pensadores sociais: Turgot, Condorcet, Saint-Simon, Hegel, Spencer e até Marx. Cf. Nisbet (1985, *op. cit.*), Sorel (1927, *op. cit.*), Collingwood (s/d, *op. cit.*).

História sob parâmetros científicos no século XIX. Para Collingwood, fala-se progresso histórico querendo dizer apenas processo histórico, o que é muito diferente da pretensão de aperfeiçoamento embutido no primeiro.

E parte dessa noção de aperfeiçoamento estava presente na "influência" positivista. Ela pode ser detectada, entre outros fatores, pela formação intelectual de grande parte dos jornalistas do século XIX, do seu desejo em educar as massas ignorantes, fazendo-as evoluir, e da filiação de parte desses homens a diferentes lojas maçônicas. (MOREL e SOUZA, 2008) Além disso, e o que é mais marcante, é a prevalência de certa noção de tempo nas narrativas desse ritual celebrativo que guarda enorme coincidência com a temporalidade que da qual o positivismo e outras filosofias políticas da época partiam. O jornalismo carioca teria partido do mesmo lugar e se utilizado de maneira particular dessa temporalidade.

### 1.3.2 Positivismo, história e o jornalismo do **Jornal do Commercio**

*A evolução social é uma lei hoje reconhecida e confessada por todos os espíritos cultos, assim como um facto verificado pela literatura da humanidade inteira.*

Se o homem – de anno em anno – realiza a expansão de sua actividade nos domínios do pensamento, os povos também – dia a dia – conquistão maior número de victorias e mais trophéos na luta da liberdade

[...] *É assim com as instituições sociais também.*

Procura-se, por meio dellas, o bem-estar e a glória dos povos. É certo que – desde o princípio – está delineado o caminho, que nos ha de conduzir a esse objectivo honrosissimo. Falta-nos, entretanto, acertar com ele.

No regaço immenso do futuro, *dormem acontecimentos emocionantes*, que o dia de amanhã talvez traga à flor da História para sua *solemne consagração*.

Novos regimes, outros sistemas de governo poderão substituir aos actuais.

É perenne a obra santa da civilização, como são interminos os horizontes da liberdade.

Rio de Janeiro, 13 de junho de 1897 (Jornal do Commercio, 28/06/1897, p. 1, original sem grifos)

O texto, sobre uma conferência cujo tema era a febre amarela, foi publicado no **Jornal do Commercio** em 28 de junho de 1897, na primeira página, com chamada de "memória" do sócio correspondente Aristides Milton, lida no Instituto Histórico e Geográfico. A publicação de teses

acadêmicas, discursos e debates era muito comum na virada do século XIX para o XX naquele diário. Eram de autoria de colaboradores, conselheiros ou dignitários da época.

Nesse caso, o autor insinua que a história está pronta, apenas aguardando o momento de ser noticiada. Há aí claramente a presença de uma filosofia positivista<sup>38</sup> quando se usam argumentos em torno de uma "lei confessada" evolutiva (como se confessa uma religião, por exemplo, faz-se um paralelo com Igreja Positivista); de quando se pressupõe a evolução das instituições (tendo obrigatoriamente que passar por estágios de aperfeiçoamento – monarquia, monarquia constitucional etc) e a tarefa de espíritos cultos de fazer a sociedade progredir.

A relação entre positivismo e uma concepção progressista de tempo é evidente. Comte (1978) chegou a formular um calendário, ao estilo do revolucionário francês, estabelecendo um paralelo entre o calendário anual e as etapas de evolução dos espíritos. Como atraso, estava tudo o que fosse Antigo, Medieval e católico. Do lado evoluído, tudo o que fosse moderno, tendo a ciência como o ápice dessa evolução.<sup>39</sup>

Tomando o cuidado para não explicar o texto pelo contexto de uma maneira linear, é preciso levar em conta que o momento em que o **Jornal do Commercio** publica esse texto (1897) - e principalmente sua edição centenária (1927) - marca o auge do ancoramento de um pensamento que mesclava evolucionismo e darwinismo social no imaginário de uma elite letrada no país, como que naturalizando as diferenças sociais.

Segundo Schwarcz (1995), reinava na época um desejo de cientificidade (mais uma característica do pensamento positivista), sobretudo entre 1870 e 1930, que invadiu as principais instituições brasileiras. Museus, institutos históricos e faculdades adaptaram essa mentalidade a sua própria produção intelectual. Ora, se os homens que escreviam em jornal no período eram egressos principalmente das faculdades de Direito e Medicina, como revela Barbosa (1996), não é difícil perceber a filiação desse tipo de interpretação sobre a realidade articulada pelo

---

<sup>38</sup> A filosofia positivista de Auguste Comte (1798-1857) pregava a gradual superação de qualquer espírito místico ou metafísico em direção à organização racional da sociedade, para o qual o paradigma seria o científico. Explicava que cada etapa da evolução humana contava com formas particulares de autoridade – pela fé, pela lei etc – tendo a autoridade pelo método, como forma de obtenção de prova empírica, como o modelo mais aperfeiçoado, positivo. Para Comte, a organização social precisava ser regenerada e isso só aconteceria mediante a reforma intelectual, liderada sobretudo por biólogos e sociólogos. A sociologia, inclusive, era, para ele, a ciência mais aperfeiçoada. Seu “Curso de Filosofia Positiva” foi publicado em 1842 e seu pensamento difundido no Brasil pelas lojas maçônicas. Cf. Comte, 1978, *op. cit.*

<sup>39</sup> A disputa por um calendário próprio do jornalismo é discutida no capítulo 4, na Parte 2.

jornalismo, havendo uma troca mútua entre essas instituições e o senso comum, num circuito mais amplo de comunicação.

O que importa é que quando o **Jornal do Commercio** configura o passado, o presente ou o futuro é fundamentalmente uma temporalidade linear progressiva que está em jogo. Ou seja, a relação presente-passado-futuro articulada nessas edições pressupõe uma noção específica de história que tem os conceitos progresso, modernidade e desenvolvimento como ancoradouros.

Do ponto de vista do tempo, esses conceitos querem dizer algo bastante semelhante: rupturas permanentes enfileiradas no conceito de progresso. Apesar de a ideia de progresso ter fundamentado uma série de doutrinas nos últimos séculos (NISBET, 1985), é importante entendê-la aqui como uma percepção temporal de ruptura com o passado, de superioridade do presente em relação a ele e de direcionamento a um "futuro melhor." (LE GOFF, 1997e) Os enredos dessas edições projetam o futuro e fornecem a noção de sucessão de cortes.

Não que os jornais não trabalhem com outras temporalidades. Mas no caso das edições comemorativas, que são espaços de autorreferenciação e de construção de um lugar simbólico, a linealidade é fundamental para inserir o jornal na história e autorizá-lo a dar a sua versão.<sup>40</sup> E talvez se esteja falando de um "jornalismo positivista" que precisa ser criticado e ter suas funções pressupostas questionadas.

Segundo Collingwood (s/d), a ideia de progresso derivou de uma filosofia evolucionista da natureza da qual a historiografia não tinha se desvincilhado até o século XIX. Assim, progresso, tal como foi entendido pelo pensamento histórico, implica não somente um ordenamento seqüencial (cronológico) de exposição de fatos mas sobretudo um sentido de melhoramento. Essa seria a lei maior que regeria todo o processo histórico, numa época preocupada em extrair fórmulas gerais da historicidade, como leis universais. Deste modo, a experiência narrativa que se estabelece com os jornais, quando o leitor completa o sentido de progresso, pode levar a esse tipo de interpretação.

Progresso, nesse sentido, adquiriria o sentido de evolução e permanente ruptura, o que caracterizaria uma típica experimentação do tempo na modernidade. Progresso, que, segundo Collingwood, começou no século XVIII, virou dogma no XIX, tendo, por meio do pensamento positivista, influenciando a formação da República brasileira. (BARBOSA, 1996) No Brasil, a

---

<sup>40</sup> A Parte 2 discute o trabalho jornalístico de outras temporalidades. Também em outra oportunidade, verificou-se que parte das estratégias narrativas de captura e sensibilização do leitor para reportagens policiais se baseia na sensação de iminência de repetição de acontecimentos dramáticos. (MATHEUS, 2006)

retórica do progresso se confundiu com a nacionalista e seu conceito decorrente, civilização, considerado padrão internacional de comportamento do povo, independentemente da cultura. (MENANDRO, 1977)

Enquanto, nas ciências, progresso tem o sentido de substituição de um conhecimento por outro, no pensamento histórico europeu, teve o papel de reconhecimento de que se vivia um momento novo, em relação ao que foi caracterizado posteriormente como Idade Média. Assim, a percepção linear progressiva do tempo foi muito própria do processo histórico europeu, no sentido de romper com o passado e destruir tudo o que o lembrasse. O objetivo era criar um efeito de profundidade temporal, no qual as pessoas pudessem se localizar numa posição "mais avançada", enfim, diferente. Essa nova posição, do ponto de vista da narrativa do tempo, foi fundamental para a ação do homem europeu a partir daquele momento. Esse posicionamento dependia fundamentalmente de outros conceitos/ acontecimentos limítrofes, tais como o Renascimento e Reforma. (COLLINGWOOD, s/d, e KOSELLECK, 2006)

Entretanto, essa mesma percepção de história e de tempo teve outras conseqüências completamente diferentes nas colônias. Em vez de marcar a diferença de si, ou seja, do "outro" de um mesmo povo em relação a seu passado e seus mortos, serviu para marcar uma diferença temporal entre o colonizador e o colonizado, representando diferentes estágios numa suposta escala evolutiva. (LEACH, 1974, KOSELLECK, *ibid.*; CERTEAU, 2007) Ou seja, produziu alteridade diacrônica na Europa e sincrônica no Brasil.

Portanto, a interpretação da realidade a partir de certa temporalidade condiciona os modos de contar e vice e versa. É de se esperar que os homens que fizeram essas edições comemorativas representassem a história a partir de sua própria historicidade. Até aí o jornalismo se igualaria a qualquer outro produto de seu tempo. É sobre essa noção de história que se ancora parte da legitimidade do jornalismo como forma de narrar supostamente necessária e relevante, o que será aprofundado na segunda parte.

Ao dizer "isto é histórico", ao produzir e contar os acontecimentos, a narrativa jornalística explica a história, fornecendo uma racionalidade ao cotidiano, fazendo-se, assim, necessária. Se a mudança é supervalorizada como sentido predominante do processo histórico, o jornalista constrói condições privilegiadas de detectá-la e explicá-la.

Se a história é feita de rupturas e continuidades, por outro lado, nada indica que não se possa privilegiar um ou outro aspecto, dependendo de nossa ação política no mundo. Como

exemplo das consequências do privilégio de uma ou outra temporalidade, Benjamin (1985) interpreta a social-democracia alemã como uma corrente política conformista, por adotar uma visão econômica que teve como paradigma a ideia de progresso da dominação da natureza e não ter um sentido de melhoramento da organização da sociedade. Portanto, teria partido de uma forma de contar pela continuidade.

Benjamin responsabiliza a social-democracia pelo advento do fascismo, pelo fato de ela ter adotado uma concepção positivista de trabalho, sob bases tecnocráticas. O autor acusa a socialdemocracia de trabalhar com a ideia de marcha histórica automática, "no interior de um tempo vazio e homogêneo" (*id., ibid.*, p. 229).

A segunda concepção é a de que o processo histórico não é automático, como um *continuum*, mas uma saturação de agoras. Caberia, ainda segundo Benjamin (*op. cit.*), às classes revolucionárias romper com esse efeito de continuidade (já que a continuidade só se dá pela reificação das estruturas anteriores no agora). Ele cita a Revolução Francesa, quando a consciência de ruptura foi manifesta, por exemplo, na destruição dos relógios e na instauração de um novo calendário. Lembre-se que o século XIX foi ao mesmo tempo o século da ideologia do progresso e das revoluções, o que torna mais interessante perceber o papel do jornalismo na articulação dessas duas percepções temporais conflituosas, porém não excludentes.<sup>41</sup>

No Brasil dos 500 anos, a ruptura primeira teria sido a do "descobrimento". Uma ruptura fundadora. Enquanto as celebrações oficiais gravitaram em torno de uma identidade formada a partir de uma tabula rasa em 1500 e tentavam inserir o Brasil numa nova modernidade em 2000 (Barbosa, 2007b), movimentos sociais protestavam em todo o país mostrando o quão contínua tem sido a história brasileira justamente fazendo o mesmo gesto: depredando relógios. Nesse caso, relógios gigantes projetados pelo designer Hans Donner e instalados pela Rede Globo nas principais cidades brasileiras.

Em Porto Seguro (BA), a Polícia Militar reprimiu com bombas de gás lacrimogêneo a manifestação pacífica de 2.500 representantes que estavam reunidos para a Conferência Indígena. A famosa fotografia de Lula Marques, publicada na Folha de São Paulo, em que a tropa aparece pisoteando o terena Gildo Terena (MT), que se postara por três vezes diante dos soldados, exatamente como o chinês anônimo da Praça da Paz Celestial, evidencia a

---

<sup>41</sup> Sobre paradoxo entre revolução e progresso, cf. Sorel (1927, *op. cit.*).

simultaneidade dos tempos históricos e a transfiguração de imagens e gestos de diferentes narrativas, atualizadas em novas ações.

E é assim também que entre rupturas e continuidades o **Jornal do Commercio** vai configurando sua inscrição na história e a autoridade para contá-la.

#### ANNO DE 1839

Não passará de certo desapercibido nos annaes da humanidade o anno que ainda hontem terminou, e cujos principais acontecimentos devemos aqui esboçar. *Não he tenção nossa usurpar o buril da história*, nem, engolfando-nos em sublimes, philosophicas considerações, proclamar o já sedico apophthegma – o presente, filho do passado, está prenhe do futuro -, e dahi, erguendo temerário vôo, mostrar a filiação dos acontecimentos, e olhos fitos no que foi, vaticinar o que ha de ser; não, tão immodestas não são nossas pretenções, *contentamo-nos com a ingloria fadiga de reunir*, de modo que hum lanço d'olhos possam ser abrangidas, *as occurrencias que mais influenciarão na sorte*, quer da humanidade em geral, quer ainda na de qualquer das nações que, por mais avultarem no mundo ou por mais prezas commosco se acharem pelos laços de reciprocos interesses, mais merecem nossa atenção. (Jornal do Commercio, 1º e 2 de janeiro de 1840, original sem grifos)

Nesta retrospectiva de 1839, o jornal enuncia seu papel, bem como o que dele procura diferenciar a história, propondo que o jornalismo desempenhe uma função registradora dos acontecimentos, estes, por sua vez, como dados que vão brotando da realidade. Note-se que ele procura esclarecer que não está ocupando o mesmo lugar de fala do historiador quando diz que "*não he tenção nossa usurpar o buril da história...*", mas a frase significa também que ele não pretende fazer a história. Tal posição é contraditória em 1839 e vai se tornando cada vez mais inviável com a proximidade do século XX. Nos novecentos, o jornalismo terá certeza disso.

Excusado nos he *reproduzir* aqui os acontecimentos a travez dos quaes foi esse acto consummado. As paginas do Jornal do Commercio ahi estão que pelo mundo, e debaixo das impressões do momento e da actualidade os narrão... (Jornal do Commercio, 1º, 2/01/1841, original sem grifos)

Nessa retrospectiva, o **Jornal do Commercio** dá a entender não somente ser capaz de dar conta da história mas também que lê-lo é suficiente para dela tomar parte. Esse testemunhar da história está entendido nas armações das intrigas de tal forma que elas fornecem um efeito de simultaneidade entre as histórias do jornal e do Brasil. Dizer-se testemunha ocular é se colocar

numa posição mais importante do que a de um simples narrador possível. É se apresentar como capaz de experimentar e enunciar a totalidade da história. E a noção que se tem da história, numa sociedade altamente midiaticizada, é fruto de permanente disputa.

O sentido da história tem sido percebido contemporaneamente por meio do acontecimento, sobretudo o midiático. (NORA, 1976; RIBEIRO, 1995) E haveria um esforço de dar-lhe sentido imediato, compreendida a história como coleção de acontecimentos. Essa forma de encarar a história teria migrado de outras esferas de conhecimento e sobrevivido no jornalismo. Segundo Ribeiro (*ibid.*), o jornalismo justifica sua relevância social pela história:

A mídia é elevada, assim, ao estatuto de porta-voz oficial dos acontecimentos e da transformação do social, o que lhe confere, enquanto registro da realidade, uma certa "aura". O jornalismo não só retrata a realidade e as suas transformações, mas também as registra, legando às sociedades futuras um testemunho sem igual. A mídia é a testemunha ocular da história.<sup>42</sup>

Se o acontecimento não é um dado da realidade, mas um produto da articulação narrativa, então será a capacidade de verossimilhança, ou seja, de produzir concordância na narrativa, que fará com que esse acontecimento seja crível. Segundo Ricoeur (1994), ele funciona como o ponto de convergência em torno do qual se disputam os sentidos. Ele é a própria peripécia de uma história e, se o jornalismo precisa narrar a realidade, tanto mais eficiente será quanto mais basear sua narratividade em acontecimentos.<sup>43</sup> Com isso, relativiza-se a tese de que lemos jornal para nos mantermos informados, de maneira utilitária, mas para sentirmos estar participando da história.

No próximo capítulo, observa-se a *performance* do jornal **O Fluminense** nas suas edições de cem e 130 anos, abordando as questões jornalísticas e contextuais próprias referentes aquele periódico fundado em Niterói, em 1878. Sobretudo sua edição de cem anos (1978) encena narrativamente seu reposicionamento editorial e mercadológico frente a um novo contexto político após a fusão dos antigos estados da Guanabara e do Rio de Janeiro. Essa tensão identitária irá contribuir para perceber a relação do jornal com o tempo e os usos do passado.

---

<sup>42</sup> RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *A história do seu tempo*. A imprensa e a produção do sentido histórico. Dissertação de mestrado. RJ: ECO/UFRJ, 1995, *op. cit.*, p. 27.

<sup>43</sup> A Parte 2 aprofunda a questão do acontecimento.

## 2 O FLUMINENSE E A NOSTALGIA DAS REFERÊNCIAS PERDIDAS

Chamado de "O Velho Órgão" e fundado em 8 de maio de 1878 em Niterói (Leste-RJ) por Prudêncio Luís Ferreira Travassos, **O Fluminense** não figura em nenhuma das principais obras de história da imprensa no Brasil, tendo sido citado apenas no levantamento de Godofredo Tinoco (1965). Só passou a ser diário em 12 de julho de 1892, "um sacrifício para servir ao público dum modo mais completo" (O Fluminense, 09/05/1978, Caderno Especial, p. 6). Até aí, foi publicado às quartas, sextas e domingo e, durante 60 anos, teve apenas quatro páginas. Ainda assim, trata-se de importante regularidade e produtividade para um jornal de uma cidade de pequeno porte, ainda que tenha sido por décadas capital do Estado do Rio. Esse periódico pode, portanto, indicar, senão outra temporalidade completamente diferente, certamente algumas variáveis na relação com o tempo que servem de parâmetro comparativo com o **Jornal do Brasil** e o **Jornal do Commercio**.

A relação com o tempo que **O Fluminense** estabelece na sua edição centenária (8 e 9/05/1978) é atravessada por uma questão particular do momento de seu centenário e que, justamente pela tensão que provocava, fornece dados preciosos: seu reposicionamento frente a um lugar social que não mais existe. Diversos aspectos, como veremos a seguir, sobressaem quando se observa como o diário usou o passado para manter seu lugar de fala. Quando ele comemorou seu centenário (1978), o espaço que lhe conformara por 97 anos havia se tornado oficialmente ausência: o antigo Estado do Rio de Janeiro. Por outro lado, esse mesmo espaço, na sua dimensão simbólica, permanecia como espécie de fantasma do passado que precisava ser confrontado com um novo espaço político: o novo Estado do Rio, incorporando então o Estado da Guanabara. Nas páginas de **O Fluminense**, é um lugar de fala utópico que se revela. Um

tempo ausente na forma de tradição como evocação de um passado imaginado. O diário buscava, na edição centenária, "o povo fluminense", "o homem fluminense," enfim, seu público. É evidente que este público, enquanto conjunto de indivíduos, pudesse ser o mesmo e provavelmente fosse. Mas seus jogos identitários já não eram os mesmos e ele precisava reelaborar sua inscrição na história bem como seu valor simbólico. O próprio tempo político já era outro, a partir da demarcação de um novo ponto zero na cronologia local: a fusão da Guanabana, em 1975, formulação de descontinuidade que o jornal precisaria rearticular em suas narrativas.<sup>44</sup>

Por outro lado, quando se refere à própria história, o ponto inflexivo de seu “novo tempo” é a adoção da impressão *offset*, embora o fato tenha ganhado relativamente pouco destaque em comparação à importância que o **Jornal do Brasil** atribuiu a sua reforma gráfica, como se verá no próximo capítulo.

Como a edição centenária de **O Fluminense** pode dar pistas de seu deslocamento como fonte de representação nesse novo espaço social? Que novas relações temporais ela aponta?

Responder a essas questões é a proposta geral deste capítulo, que descreve também outras características da edição centenária de **O Fluminense**, tais como a evocação de uma ideia de progresso, não exatamente nos moldes do **Jornal do Commercio**, porém mais voltada para o futuro; a pedagogia do uso documental do material jornalístico assim como no **Jornal do Commercio**; o uso de uma retórica sobre tradição; e principalmente a forte presença de um diálogo com seu público acerca do significado do jornalismo. Esse diálogo força tanto a complexificação da ideia de história trabalhada pelo jornal quanto a flexibilização do princípio linear do tempo tal como aparece no **Jornal do Commercio**.

O diálogo com o público pode ser percebido com mais clareza por meio das apropriações do senso comum empreendidas pelos anunciantes que felicitavam o aniversário. Com um suplemento especial composto por oito cadernos de 12 páginas cada, a edição de cem anos está repleta de publicidade produzida por desde agências estabelecidas até pequenos comerciantes possivelmente às pressas para participar daquele grande registro que seria a publicação do impresso. Portanto, de maneira mais ou menos técnica, estudada ou não por profissionais de

---

<sup>44</sup> O Fluminense fala de um nenhures, um não-lugar e um não-tempo, e corre o risco de lá permanecer, o que confere uma atmosfera melancólica à edição especial. Sobre essa espécie de não-lugar trataremos no capítulo 5 quando falarmos da utopia.

marketing, as mensagens foram o resultado de um esforço de elaboração de um sentido do jornalismo a partir da captação de um imaginário já circulante na sociedade.

Mais uma vez, como se afirmou no capítulo anterior, a edição comemorativa se apresenta como espaço de reflexão acerca do fazer jornalístico e de seu valor. É um conjunto de sínteses reflexivas que apresenta, por seu caráter celebrativo, mais coerências que conflitos. É aquilo que as empresas quiseram que fosse entendido por jornalismo.

## 2.1 ENTRE O CAMPO E AS LETRAS: AS FRONTEIRAS DE UM PÚBLICO

A edição centenária de **O Fluminense** é dividida em três produtos impressos encartados conjuntamente. O primeiro é o caderno regular, com sua configuração editorial diária (*standard*, preto e branco, com toda as seções rotineiras), incorporando as comemorações de modo noticioso. Nele, o aniversário é transformado em acontecimento público. Tal mecanismo prepara a sensibilidade do leitor, supondo que ele faça uma leitura linear, para que se envolva com as histórias contadas nas páginas seguintes dos dois outros impressos, estes sim, especiais: primeiro, o suplemento (com primeira página em cores, sem texto – só com o título "O Produto fluminense", também em formato *standard*), composto por oito cadernos, sobre aspectos socioeconômicos e culturais do estado; e, o segundo, um tablóide colorido com a história do diário, chamado de "Caderno Especial".

O jornal dá início a suas comemorações com dias de antecedência, fazendo uma contagem regressiva, indicada por um selo na primeira página ("Faltam x dias para o centenário"), e anunciando uma série de eventos promovidos pela empresa. No caderno principal, procura envolver a comunidade nos festejos, como na chamada de primeira página do dia 9 "A NOSSA FESTA":

Nas ruas o povo canta parabéns.  
Durante 2 dias a cidade festejou o Centenário de O Fluminense.

Quatro dias antes (05/05/1978), havia antecipado: "Dia 9 começa um novo século", com a ilustração de uma gráfica antiga. Ainda na primeira página, diz que no aniversário de sua fundação,

[...] começaremos um *novo tempo de informação*. E começaremos bem: com a edição comemorativa CEM ANOS DE PRODUTO FLUMINENSE. Uma retrospectiva do que foram estes cem anos de notícias e a realidade presente em todos os setores sócio econômicos. Da agropecuária à indústria pesada; da extração dos minérios aos manufaturados. Tudo o que fez e está fazendo em importantes setores tais como a educação, saúde, planejamento. As perspectivas fluminenses no contexto nacional. Uma visão panorâmica que *servirá de consulta a estudiosos*. Edição que você não pode perder. Dia 9 de maio, em todas as bancas. (O Fluminense, 05/05/1978, p. 1, original sem grifos)

A edição comemorativa seria, portanto, a inauguração de um “novo tempo”. Mas esse “novo” teria aí um sentido de renovação, não de ruptura, porque, na verdade, o que o jornal procura construir narrativamente é justamente sua “tradicionalidade”, como diz Ricoeur (1996). Sua continuidade frente ao passado tornado tradição.

O trecho explicita também a intenção pedagógica do uso documental do jornal, ao afirmar que os estudiosos deverão usá-lo, fundando-se assim como passado para homens e mulheres do futuro. Aquele número em especial deveria ser guardado, obedecendo a uma lógica temporal irregular – era para ser mais perene que as edições normais. Entretanto, o valor de perenidade acaba sendo transferido para o título como um todo como aquilo que deve ser guardado.

É preciso esclarecer que em 1978 o jornal não era publicado às segundas-feiras, dia em que caiu seu aniversário. Por isso, a edição centenária, com data dupla de 8 e 9 de maio, foi publicada no domingo, dia 8. Frequentemente, o jornal faz referência à data de forma imprecisa. Fala do aniversário do dia 8 e ao mesmo tempo como dia 9, data da edição comemorativa. Isso leva a crer também que a equipe que produziu parte da edição com antecedência não soubesse exatamente quando o material seria publicado.

A promessa acerca do conteúdo da grande edição não se cumpriu totalmente. O suplemento especial não trataria nem de saúde, nem de educação e também não se constituiria em retrospectiva. Pelo contrário. Há pouco de passado nesse suplemento e muito mais de futuro, prognósticos, projeções. É verdade que o jornal fez um amplo diagnóstico dos problemas e

potencialidades do estado, mas não tratou o passado como história, como fez o **Jornal do Commercio**, nem apresentou a retrospectiva que prometera. Nessa edição centenária, a parte que coube ao passado foi muito mais a história do jornal, destacada no tablóide de 24 páginas, encartado junto, analisada no item 2.4. Já o passado do Estado do Rio entrou marcadamente como tradição. O futuro, por sua vez, foi mais explicitamente anunciado como intenção, projeto, do que na edição de cem anos do **Jornal do Commercio**, porém tanto quanto na de 180 deste mesmo periódico. E, sem dúvida, dos três, o **Jornal do Brasil** foi o que menos se referiu a expectativas de futuro, como mostrado no próximo capítulo.

Nas semanas anteriores aquele 9 de maio, as chamadas que antecipavam as celebrações incluíram um festival de bandas colegiais, um "monumental espetáculo pirotécnico" na Praia de Icaraí, e o mais importante: a Corrida da Integração Fluminense de ciclismo, partindo de Campo Grande, na Zona Norte do Rio, e chegando a Niterói pela ponte. O vencedor receberia a "Taça Centenária do Fluminense". O nome do periódico, como sinônimo daquele que é natural do Estado do Rio, já lhe permite mediar e capitalizar, por meio de diferentes jogos retóricos, sua identidade e a de seu público. A Taça Centenária é do jornal mas também do povo. Além disso, o circuito de ciclismo, ligando Rio a Niterói, e celebrado como "Corrida da Integração", é mais um indício das novas acomodações político-identitárias que estavam em jogo pós-Fusão. Portanto, mesmo no caderno regular, o jornal já começava a delinear um problema que seria amplamente desenvolvido no suplemento especial.

Ainda sobre a proximidade de seu aniversário, **O Fluminense** passa a adotar o *slogan*: "Um século de jornal verdade". E começa a explorar a data centenária antecipadamente. No dia 5 de maio, na página 6, conta a história de um personagem que encarna o típico fluminense que seria focado exaustivamente na edição dos dias 8 e 9.

Morador da Engenhoca e natural de São Gonçalo, Antônio Soares Rego, que completara cem anos um mês e um dia antes de **O Fluminense**, é perfilado em página inteira, com duas fotografias grandes em *close* em preto e branco, numa delas, com um fiapo de palha na boca, caracterizando o personagem que encarnaria o "fluminense" procurado pelo jornal: o roceiro. Tipo contrabalançado pelo operário naval e pelo pescador, personagens também representadas.<sup>45</sup>

A tentativa de construir um tipo ideal que encarnasse a identidade regional fica explícita no título da primeira matéria do Caderno "O homem fluminense": "Em sua terra ele é, antes de

---

<sup>45</sup> Tipo no sentido weberiano.

tudo, um forte" (p. 3). A referência à famosa frase de Euclides da Cunha acerca dos sertanejos evidencia a intenção do jornal: construir uma identidade regional da mesma forma que o escritor fazia ao enaltecer o sertanejo como brasileiro típico, para que jamais nos identificássemos como o "mestiço neurastênico do litoral." (CUNHA, 1991, p. 81) Mas, assim como Euclides da Cunha tinha um "outro" que tentava evitar na formação da identidade nacional, no caso o negro e seus descendentes, também **O Fluminense** devia ter um "outro" que procurava excluir da formação do ser fluminense. Quem seria ele? O homem urbano?

Ainda sobre a reportagem com seu Antônio, o texto começa simulando a fala de um historiador contando que "de 1878 a 1978 muitas coisas aconteceram no Brasil" e as enumera, mas nessa lista não constam apenas fatos da história "oficial", política, mas também outros de natureza essencialmente simbólica, como a alunissagem. Em relação aos outros dois periódicos sob estudo, **O Fluminense** é o que articula uma visão mais complexificada de história, como se verá adiante. O historiador, para **O Fluminense**, poderia dizer:

[...] que 'há cem anos, passou-se isso ou aquilo, mas talvez ele não saiba que um homem de olhos vivos, andar experto [*sic*], durinho, pele negra, com algumas rugas insignificantes no braço, acaba de fazer seu centenário [...] Diante da figura amável de Antonio Soares Rego (natural de São Gonçalo), a gente entende o espanto *do historiador francês* ao constatar que *este é um País de muitos e diferentes séculos...* (O Fluminense, 05/05/1978, p. 6, original sem grifos)

Não explicando quem é o historiador francês referido, provavelmente um ser genérico, o jornal entrelaça diferentes temporalidades ao reconhecer que o Brasil é um país de múltiplos tempos. Entre as temporalidades do historiador e as de seu Antônio, **O Fluminense** se posiciona claramente ao lado do último. É com olhos de testemunha e de quem viveu que ele pretende montar sua autoridade, não com a autoridade de quem "historiografa". Já esse tipo de autoridade, advinda da historiografia, foi construído mais no tablóide sobre sua própria história do que no suplemento sobre o Estado do Rio. Sobre seu Antônio, **O Fluminense** continua:

[...] um mês e um dia mais velho que o mais velho jornal do antigo Estado do Rio de Janeiro, *tem muito o que contar*. (O Fluminense, 05/05/1978, p. 6, grifos nossos)

Como se reconhecesse não poder dar conta da totalidade da história, o jornal opta pela exemplaridade de seu Antônio e com ele estabelece um paralelo, pois ambos experimentaram cem anos de história. Das três possibilidades da hermenêutica da história de que fala Ricoeur (1996), o Mesmo, o Outro e o Análogo, é segundo a analogia que o jornal monta seus argumentos. Assim, **O Fluminense** legitima seu falar pelo poder da experiência que pega emprestado de seu Antônio. Ele é o exemplo do povo fluminense e sua experiência lhe confere autoridade para "ter muito o que contar". Portanto, não é somente o jornal que possui capacidade de contar. Ele reconhece a autoridade de seu Antônio, embora invista sua fala de uma ingenuidade preconceituosa e estereotipada que mais adiante, no suplemento especial, o próprio **Fluminense** irá problematizar no Caderno "O homem fluminense" (p. 3, 4 e 6).

Se o **Jornal do Commercio** usa a biografia de seu fundador, Plancher, e de seus mais notáveis colaboradores para construir sua autoridade em retrospectiva, para dar forma a uma continuidade do Mesmo no transcurso do tempo (*id., ibid.*), já **O Fluminense** escolhe, pelo menos nesse momento, um personagem emblemático externo a seus quadros para encarnar o ideal identitário do povo fluminense.

Filho da escrava Josefina Maria da Silva, foi criado por dona Carlota e seu Manuel José de Vargas, 'ela, única amiga da minha mãe na escravidão.' Antônio da Carlota, como o chamavam, não chegou a amargar o cativeiro. E agora, um sorriso largo com poucos mas fortes dentes, ele pergunta agitado ao fotógrafo '*Ué, mas vai tirar fotografia assim mesmo!*', preocupado com a roupa, com cara de '*mas se você quiser, eu coloco outra.*' (O Fluminense, 05/05/1978, p. 6, original sem grifos)

O trecho dá conta não somente do contato do personagem com o agente do jornalismo como também com sua negociação diante das expectativas que Antônio tem do que seja aparecer no jornal. Ele quer estar bem na foto, quer trocar de roupa, pergunta se está bom, embora o repórter tenha dito que ele já estava com uma roupa nova e limpinha. Além disso, o repórter evidencia que interpretou a expressão facial de seu Antônio, imaginando o que ele pensava e expondo isso ao dizer "com cara de". Portanto, está-se longe, neste momento, do modelo jornalístico de objetividade. Por se tratar de um material excepcional, o suplemento permitiu maior flexibilidade redacional, distante daquilo que, no senso comum, entende-se por jornalismo.



Apesar da 'vida sacrificada', Antônio Soares Rego diz sentir-se 'muito bem, graças a Deus; meu único defeito, que acarreta pensamento contrário, por seu mau colocado, é a aposentadoria da Prefeitura Cr\$ 1.351 pelos 30 anos de serviços prestados como chefe de turma de terraplanagem.

Nasci e fui criado fora de parentes, por família pobre que nada me ensinou porque nada sabia. Se pelo menos eu tivesse aprendido a contar até 10; a gente de 10 vai tirando a conta para diante, vai progredindo a sabedoria. (O Fluminense, 05/05/1978, p. 6)

Não se trata de um narrador onisciente. O repórter anônimo inclui na sua narrativa as intervenções de Antônio estabeleceu durante a entrevista. Ou, não se pode saber ao certo, as intervenções e falas que o próprio repórter simulou no texto. Há aí o exercício de outro tipo de jornalismo que, em vez de supor ser capaz de esconder, exhibe as marcas do mundo sobre o qual fala e também a subjetividade do repórter. Talvez porque aquele fosse um momento especial em que essa estratégia lhe conferiria mais autoridade do que se fosse mantido um padrão de distanciamento (na forma do narrador onisciente e impessoal).

Não se trata apenas do problema de como **O Fluminense** representa "o fluminense", mas que dessa articulação dependia sua localização no mercado linguístico (BOURDIEU, 2008). Não apenas o sentido de seu discurso estava marcado por sua posição nas estruturas do mercado comunicacional, mas também seu valor simbólico, frente a outros periódicos, diretamente, e frente a outras formas de representação social, de forma ampla. Ele precisava traçar uma lógica própria, de modo a captar competências particulares para se fazer entender e para adquirir relevância social dentre tantas outras fontes discursivas no cotidiano. O jornal traça essa lógica definindo sua identidade narrativa a partir de uma dupla operação: desenvolvendo um modo próprio de narrar e uma identidade construída *na* narrativa. (RICOEUR, 1991b)

Quando se emprega a expressão mercado comunicacional, não se trata, apenas, do mercado no sentido estreito, comercial: o quanto **O Fluminense** ganhou ou perdeu de leitores, de anunciantes, de assinantes, mas de um ganho simbólico. Segundo Bourdieu (2008), o valor de um discurso e sua autoridade não advém de características imanentes a ele, como se possuísse uma força ilocutória, mas das relações de força travadas concretamente por seus locutores. Ou seja, o discurso possui um valor relativo, dependendo da situação em que é enunciado e dos atores envolvidos no circuito enunciação-apropriação. E, ainda que a riqueza material dos locutores seja um dos elementos de força nessa disputa, ela não é conversível em lucro simbólico

de forma óbvia, linear e necessária. Nem o contrário é determinado. O lucro simbólico pode ou não ser convertido em riqueza material - o que não se vai investigar aqui – embora seja fator importante para a definição das regras dessas trocas.

Permitindo-se traduzir mercado linguístico por mercado comunicacional, o valor de uma forma específica de comunicação – o jornalismo - só é estabelecido na relação com todo o mercado (ou sistema comunicacional). Se o valor de troca de uma mercadoria só existe *na* troca e *por causa* da troca, como diz Marx (1996)<sup>46</sup>, e se Bourdieu (2008) incorpora esse vocabulário econômico para explicar sociologicamente as interações comunicacionais, então o valor de **O Fluminense** e do jornalismo em geral só é estabelecido em relação a todo o conjunto de práticas comunicacionais de uma sociedade. Seu valor não é dado; é resultado parcial de interações sociais mais amplas.

Ao preparar a edição centenária, **O Fluminense** precisava reivindicar certa identidade que possibilitasse ao leitor reconhecê-lo e inseri-lo em certa posição nas hierarquias do mercado comunicacional. Ou seja, precisava reivindicar a manutenção de sua autoridade, agora frente a novas posições ocupadas por outros atores nesse mercado. Afinal, os periódicos sediados na cidade do Rio haviam deixado de ser jornais da capital federal em 1960, deixaram de ser jornais do Estado da Guanabara em 1975, passaram a ser jornais da capital do Estado do Rio e **O Fluminense** deixou de ser um jornal de capital. Daí a ansiedade por reposicionamentos e a evocação nostálgica do passado na forma de tradição, o que permeia toda a edição.

Embora ainda não se tenha chegado efetivamente à edição centenária e até o momento se tenha focado apenas uma reportagem, ela é significativa da dimensão que o problema identitário (do público e do jornal, ou seja, da relação de identificação) adquiriria. A antecipação desse problema numa edição regular anterior à de aniversário só reforça a tese de sua importância nas comemorações. Isso fica patente nos anúncios produzidos pelas Câmaras e Prefeituras de municípios do estado que, ao parabenizar **O Fluminense**, reafirmam sempre que se trata do jornal *do* estado do Rio. "Do" jornal, com artigo definido. Ou seja, com sentido de único, ignorando a nova condição política do antigo estado.

O Estado do Rio havia acabado da forma como era. A capital fora transferida para a cidade do Rio, antigo Estado da Guanabara. Com tantos importantes periódicos sediados na nova

---

<sup>46</sup> “As mercadorias só encarnam valor porque são expressão de uma mesma substância social [o trabalho] cujo valor só se manifesta na troca.” Cf. MARX, Karl. *O capital*. Crítica da economia política. Livro 1. RJ: Bertrand Brasil, 1996, p. 55.

capital, **O Fluminense** teria que se reposicionar para obter novos anunciantes. E as publicações oficiais de governo, com suas respectivas verbas, para quem iriam? Como ficaria o diálogo com as autoridades de governo, a partir de então mais distantes da esfera de influência de **O Fluminense**? Ele teria que redefinir sua relação mercadológica e simbólica.

O mapa que o jornal publica na primeira página do Caderno "As regiões" não indica a localização de Niterói. Isso é significativo do quadro com o qual o jornal teria que lidar. Há um incômodo silêncio. Tentando se manter como "o" jornal do estado, ele perdia espaço, no Leste fluminense, para outros periódicos como **O DIA**, **O Globo** e **Jornal do Brasil**. Naquele contexto, a edição centenária se apresentava como excelente oportunidade para se rearticular no mercado simbólico.

## 2.2 CAPITALIZANDO O SIMBÓLICO

Tendo como primeira página, colorida, um galo formado a partir das letras do nome "O Flu", num fundo montanhoso com o sol raiando em grossos feixes amarelos espalhados por toda a página, o suplemento especial teve como título "O Produto fluminense" e foi editado em oito cadernos divididos tematicamente: "O Homem fluminense" (Caderno 1); "As regiões" (Caderno 2); "A Agropecuária" (Caderno 3); "A Indústria" (Caderno 4); "As Finanças" (Caderno 5); "As construções" (Caderno 6); "Turismo" (Caderno 7); "Administração" (Caderno 8).<sup>47</sup>

O grau de investimento que demandou o suplemento é evidenciado pela quantidade e conteúdo elaborado dos textos e fotografias, indicando que pelo menos uma equipe foi destacada para passar um bom tempo viajando pelo estado produzindo o material. Por isso, "O Produto fluminense" é o que mais caracteriza as comemorações, ou seja, é o material editorial mais excepcional em relação a sua rotina produtiva, com grande potencial para capitalização simbólica e financeira da empresa, já que é repleto de anúncios.

Assim como o suplemento especial, o tablóide, chamado de "Caderno Especial", constituiu também material inédito e excepcional, mas ele podia ser confeccionado aos poucos, com antecedência, a partir de pesquisa interna, no arquivo do próprio jornal. Não demandou nenhum tipo de interação externa, tais como entrevistas e contatos comerciais com anunciantes.

---

<sup>47</sup> Mantivemos a grafia original: quando com maiúscula ou minúscula em todos os títulos transcritos nesta tese.

Ou seja, foi um produto muito menos custoso do ponto de vista da logística editorial e certamente menos lucrativo do ponto de vista comercial. O suplemento não. O suplemento foi um grande investimento, compensado provavelmente por seu volume publicitário. E talvez tenha sido ele, como projeto comercial, a viabilizar financeiramente o “Caderno Especial”, sem anúncios.<sup>48</sup>

Interessa perceber as razões que levaram jornalistas e dirigentes de **O Fluminense** a sentir necessidade de produzir um suplemento tão grande e trabalhoso para os padrões do jornal e o porquê da separação da história do estado da história do próprio periódico. A lógica é inversa a do **Jornal do Commercio** e do **Jornal do Brasil**, que misturaram as histórias do Brasil e deles próprios. Ora, a história do estado não era bom parâmetro para **O Fluminense**, pois tinha acabado.

A primeira impressão diante dos dois impressos é que o segundo, o tablóide, estabelece uma relação mais estável com o tempo. Ele é menos perecível, sendo inclusive em cores e em formato mais fácil de ser guardado, trabalhando também uma temporalidade linear progressiva aos moldes do **Jornal do Commercio**. Já o suplemento tratou sobretudo de conjunturas recentes, entendidas como provisórias. Ele falava de uma realidade da qual os anunciantes faziam parte e ajudavam a alterar com suas ações, enquanto o tablóide contou o passado do jornal como um tempo dado, um passado imutável em perspectiva (como se fosse possível).

Ainda sobre o suplemento "O Produto fluminense", ele se assemelha mais a uma grande revista, traçando um panorama do estado. Trata do presente e do futuro. Não há destaque para articulações acerca de "tempos idos". A noção mais forte de passado que se tem é enquanto tradição e tradição não é "tempo ido", mas continuidade, estabilidade. É uma espécie de tempo eternamente presente, o "sempre foi assim". Ou seja, trata-se de uma força conservadora, o que não significa que seja necessariamente “reacionária”.

Ricoeur (1996) decompõe tradição em três articulações conceituais: tradicionalidade, tradições e tradição. A primeira, tradicionalidade, diz respeito à forma de encadeamento da sucessão histórica, à mediação das interpretações das heranças no transcurso do tempo. A segunda, tradições, apresenta-se como conjuntos de narrações já realizadas, “coisas já ditas” (*id.*,

---

<sup>48</sup> Não invalidando o valor deste suplemento para nossa análise, nossa orientadora lembra que possivelmente ele tenha sido inteiramente financiado, ou seja, é possível e muito provável que não somente o espaço publicitário tenha sido comercializado, mas também o espaço jornalístico tenha sido elaborado sob encomenda, ainda que não haja nenhuma marca gráfica indicando isso. Em debate com nossa orientadora, ela enfatiza que essa prática era extremamente comum na época.

*ibid.*, p. 380), transmitidas por cadeias transgeracionais de interpretações e reinterpretações (o ser afetado pela história). Esta se confunde com a própria história. Trata-se daquilo que já estava feito quando nascemos. É a *mimese* I, préfiguração do mundo. Enquanto a *mimese* III (refiguração do mundo) é a ação de recepção, de ser afetado pelo passado, e a *mimese* II a mediação entre um e outro, “os textos” que produzimos. Por último, segundo a terceira concepção, tradição surge como instância de legitimação que designa uma pretensão de verdade, antes que qualquer gesto crítico.

De fato, seria demais esperar que **O Fluminense** problematizasse tradição com tal grau de complexidade e crítica, mas as três articulações estão lá. Tradicionalidade, como filiação a um passado imaginado por encadeamento num tempo linear. Tradições, como conteúdo, um conjunto herdado, ainda que o jornal não explicita em nenhum momento sobre que tradições está falando. E a terceira concepção, como instância legitimadora, ainda que difusa, imprecisa.

Segundo Hobsbawm (2006), tradição funciona com força de coesão social (identidade) ao se usar o passado como continuidade no presente. Em qual passado se vai buscar isso e o grau de intencionalidade com que se realiza essa operação varia de acordo com o objeto de análise. Mas basicamente o que define o uso do passado como tradição ou história é o grau de sua indefinição, de generalidade. Ou seja, embora olhar para o passado seja sempre produzir uma narrativa a partir de uma perspectiva necessariamente do presente, afirmar que o passado é história ou tradição vai depender do grau de precisão das considerações embutidas nessa narrativa. **O Fluminense** não fez “a história do estado do Rio”, preferindo destacar personagens e valores atribuídos ao universo tradicional. Optou, pelo menos no suplemento, por não celebrar datas e antepassados. Comemorou algo difuso e impreciso traduzido como tradição.

É claro que a tradição é também um modo de interpretação da historicidade. O que se destaca é que não existem essências próprias de tradição, história e memória. Apenas que são abordagens diferenciadas de um tempo social entendido como tendo passado. Trata-se de diferentes modos de representação e de consciência desse passado. Por isso, não se vai igualar a história escrita pelos jornais e aquela escrita por historiadores, nem as confundir com a historicidade. Elas só coincidem se “escrever” for compreendido de forma ampla como “significar”. Aí sim viver-fazer história é significar e significar é viver-fazer história (obviamente com o “sofrer os efeitos das ações dos outros” embutido).



desfavorável que tal passado representaria para certo grupo social num determinado momento se esse grupo não fosse capaz de rearticulá-lo rapidamente, potencializando seus lucros simbólicos.

O historiador analisa a intensa produção de tradições no período 1870-1914 em alguns países: a tradição cívica na França, os pais fundadores nos Estados Unidos, o folclore e o mito da superioridade alemã, e ainda as tradições promotoras de coesão de classe, como o 1º de maio para os operários, o vínculo universitário e o esporte para a classe média etc. No caso de **O Fluminense**, o jornal se valeu de uma noção de tradição para produzir novos laços identitários e reafirmar antigos. Foi uma forma de manutenção de antigas lealdades e de reafirmação de sua autoridade local, por princípios diferentes daqueles utilizados pelo **Jornal do Commercio**.

No suplemento "O Produto fluminense", as narrativas apresentam e trabalham a tensão entre tradição e modernidade, cidade e campo, em torno tanto do problema do êxodo rural quanto da expansão dos meios de comunicação, mas sempre tendo como pano de fundo o problema identitário que tocava na recente fusão do Estado da Guanabara com o antigo Estado do Rio. Portanto, o suplemento encerra essa tripla tensão entre tradição/ modernidade, campo/ cidade e as identidades fluminenses.

Frequentemente se caracteriza o campo como o lugar da tradição e a cidade como o lugar da modernidade. Essa dicotomia reproduz, por sua vez, certas atribuições dadas à tradição e à modernidade no senso comum. A tradição seria conservadora e a modernidade progressista, no sentido de mudança. Esses adjetivos são carregados de juízos de valor, dependendo das posições políticas e intelectuais das pessoas que os utilizam. Mas concretamente seus significados não são estáveis e tanto um adjetivo quanto outro assumem formas catalisadoras de múltiplos significados em situações concretas de ação, o que, aliás, é próprio à comunicação.

Por exemplo, enquanto Mayer (1987) relata que a persistência das forças tradicionais do antigo regime europeu e mesmo do feudalismo em pleno século XX foram a principal razão das duas grandes guerras, por outro lado, Williams (1989) mostra que as forças da tradição podem tanto ser fonte de resistência quanto de integração criativa em novos contextos. Há uma série de sentimentos estruturados, para usar o conceito de Williams, em torno do modelo de oposição campo/ cidade: estagnação e progresso, ilusão e racionalidade, ignorância e instrução, trevas e luzes, inocência e degenerescência etc. Ou seja, ainda que não haja em hipótese alguma uma essência urbana e uma essência rural, sendo industrial ou não, agrária, florestal ou não,

cosmopolita ou não, cidades e campos acabam tendo cristalizados em torno de si alguns sentimentos. Alguns deles são muito claros no jornal:

Mas muito mais do que lamentar a perda dessa cultura, alerta a jornalista e professora Vera de Vives que *cabe-nos* impedir que o homem do interior se envergonhe de ser da roça, porque perde os dentes, gasta a saúde e não ganha para prover a educação dos filhos. O amanhã deveria encontrar o homem do interior capaz de manter-se satisfeitamente interiorano. (O Fluminense, 09/05/1978, Caderno 1, p. 3, original sem grifo)

A falta de saúde e educação aparece no texto quase que como características naturais, inerentes ao campo, tanto que são associadas à vergonha que o homem do interior poderia ter. O trecho sintetiza a tensão tradição/ modernidade, campo/ cidade, articulada nesse suplemento comemorativo. O interior, como campo, é associado a condições rurais – que no caso do Rio de Janeiro realmente eram – e que isso seria vergonhoso. É preciso destacar também o uso do verbo *caber*, na sua forma reflexiva e na primeira pessoa do plural. A pessoa que empresta seu depoimento ao jornal, Vera de Vives, funciona como porta-voz de uma opinião que ele não pode expressar abertamente. Pegando emprestado o posicionamento de Vera, o jornal se insere no texto no "nos" do "cabe-nos". O narrador está além da colunista. É toda uma tradição comunicacional inscrita naquele verbo reflexivo.

A cidade, onde o jornal explicitamente se insere, é o lugar da instrução que deve ser levada ao homem do campo. Assim, seu papel iluminador é intimamente vinculado ao papel iluminador do intelectual. Não por acaso, Vera é não somente jornalista como professora, carregando, dessa forma, uma dupla autoridade tanto para diagnosticar o presente quanto para prever o futuro, quando afirma que "o amanhã deveria encontrar o homem do interior" de tal ou qual maneira.

Além da suposição de controle do futuro, característica fartamente encontrada nos três periódicos analisados, chama atenção a total coincidência dos papéis do intelectual e do jornalista neste caso. É claro que todos os trabalhos, a rigor, segundo Gramsci (1995), são intelectuais, mas nem todas as pessoas desempenham funções de intelectuais, como categoria profissional particular. Sobretudo no Brasil, onde o jornalismo está tão intimamente vinculado à esfera literária, segundo Barbosa (1996), esta marca de "intelectualidade" se torna fator altamente distintivo no meio profissional e nas expectativas do público, com a suposição da

função de esclarecer e educar as massas, de tutelá-las. Tal concepção combina perfeitamente com diversas “linhagens” do pensamento social no Brasil<sup>49</sup> e com toda uma tradição intelectual de engajamento pelas letras. (SEVCENZO, 2003)

Ainda de acordo com o trecho, o jornalista assumiria a responsabilidade por incutir no interiorano o orgulho de seus modos de vida, como se ele já não o tivesse e como se a realidade que o faz migrar para os centros urbanos não existisse. Ao mesmo tempo, o jornalista não se confunde com esse arquétipo interiorano. Ele permanece o intelectual, vetor de modernidade. É aquilo que "estraga" a cultura mas também aquilo capaz de a "preservar". Ou seja, a vida interiorana seria tutelada por **O Fluminense** na forma de tradição, projetando assim poder sobre o universo do qual fala. Ainda que demonstrando preocupação com sua responsabilidade, é dessa forma mesmo que constrói seu poder. Bourdieu (2008) fala que um mercado linguístico funciona como sistema de objetivação de relações desiguais de poder do qual ele mesmo é produto.

O problema da cultura continua a ser elaborado na página 4, em que se vê, numa fotografia no alto de página, uma casa de campo, com gente na porta e outras pessoas por perto nos seus afazeres diários. No canto inferior direito da mesma página, outra fotografia, desta vez de um pescador costurando uma rede, com a legenda: "O atavismo mantém constante o modo de o pescador garantir seu sustento e o da família." Ora, "manter constante" um modo de sobrevivência é manter a tradição. O jornal explora nessa reportagem todo um universo bucólico com o qual pretende significar o estado. O texto tem ainda um olho que diz: "A cidade corrompe sua cultura". E o título é "Viver, trabalhar e morar". Na reportagem, são narradas as relações tradicionais de trabalho, de habitação e de comportamento do homem interiorano a que **O Fluminense** se dedica descrever.

A página 6 trata ainda do mesmo tema: "Como se manter na terra", abordando o problema do êxodo rural e da descaracterização da cultura do homem do campo. Há uma fotografia da Festa do Divino com a legenda: "espontânea em Parati e Angra, não é a mesma na Baixada". A Baixada Fluminense é retratada como o lugar que perde a cultura, o que aparece ainda mais uma vez. E a cultura popular é definida por sua condição de espontaneidade, portanto, livre do atravessamento midiático e/ ou mercadológico.

---

<sup>49</sup> Pode-se dizer que há no Brasil um pensamento colonialista que concebe tanto internamente o povo como dependente quanto o país num nível internacional. Cf. BRANDÃO, Gildo Marçal. *Linhagens do pensamento político brasileiro*. SP: Hucitec, 2007, 220p; RICUPERO, Bernardo. *Sete lições sobre interpretações do Brasil*. SP: Alameda Casa Editorial, 2007, 220p; SANTOS, Theotônio dos. *A teoria da dependência*. RJ: Civilização Brasileira, 2000, 239p.

Ao mesmo tempo, num tom enaltecedor das vantagens de se ser "interiorano", o jornal relata uma série de situações em que ser do campo é melhor que ser da cidade. Ele celebra esse modo de vida idealizado "do campo-tradicional". **O Fluminense** diz que o morador de Trajano de Moraes se vangloria de "passar a manta" no homem da cidade; que prevalece em Santo Amaro de Campos o *status* do homem a cavalo no que concerne à sedução feminina; entre outros exemplos. E diz que embora não seja possível fazer um prognóstico sobre a permanência dos valores do campo (o que ele faz o tempo todo), conclui que "preservar a cultura é reter o homem no seu meio-ambiente".

Por outro lado não seria lícito pretender imobilizar sua visão-de-mundo, unicamente porque é belo, puro, autêntico e forte. Os mitos e cultura popular são importantes para os doutos. Levá-los a *apreciar seus valores, festas herdadas dos ancestrais, pode ser uma forma de alterar o afã de mudar e mudar-se*. Aí o turismo e a mídia não serão óbices nem agentes destruidores, mas aportes, elementos do povo que saberá incorporar e transformar em dados todos legitimamente seus. (O Fluminense, 09/05/1978, Caderno 1, p. 4, original sem grifos)

Mais uma vez, há a tensão entre a tradição e a mudança, havendo, na compreensão do jornal, a necessidade de o homem do interior permanecer o Mesmo, valorizando a tradição: "seus valores" e "festas herdadas dos ancestrais". Assim como o turismo, a mídia aparece como desarticuladora de antigos laços tradicionais, ou seja, como vetor da modernidade. Vê-se nitidamente aí o lugar do campo como imagem daquilo que é tradicional enquanto conservador. Já os meios de comunicação aparecem como elementos desintegradores da cultura tradicional, entendida como algo estável.

[...] a televisão, tantas vezes apontada como a fada má da cultura popular. E isso porque, no caso da TV, as informações veiculadas pelo povo, que as recria a partir de seus próprios condicionamentos, enquanto no encontro de duas culturas de origem popular é comprovadamente vencedora a cultura da maioria. É exemplo da primeira afirmativa o trabalho de entalhadores da região de Miracema, que transportam para a madeira a imagem de jogadores de futebol e de super-heróis são modernos mitos, universalmente aceitos e por isso mesmo sua força não interfere com a cultura originária, apenas lhe é incorporada [...] A progressiva substituição do calango pelo forró na Baixada seria, ao contrário, uma prova de que a superposição de culturas tende a sufocar a minoritária. (O Fluminense, 09/05/1978, Caderno 1, p. 4)

Ao mesmo tempo, **O Fluminense** não se questiona como sendo também mídia, direcionando à televisão a responsabilidade por levar para o campo degenerescência típica da cidade. Assim, seu lugar se torna ambíguo, afinal, ele se encontra de que lado no par campo/cidade? Essa ambiguidade pode ser encontrada também nos anúncios publicitários, tais como o do refrigerante Mineirinho. Com ilustração da garrafa do refrigerante e um rapaz lendo um jornal, deitado em uma rede, diz:

Isto, você faz sempre com prazer.

Ler O Fluminense (um século de jornal verdade) (o jornal do Estado do Rio) e beber Mineirinho.

A tradição de duas referências fluminenses. (Caderno 5, Finanças, p. 4)

Assim como o refrigerante Mineirinho, o jornal é apresentado como símbolo da tradição do Leste fluminense (querendo significar todo o estado).

O modelo campo/cidade reproduz uma estrutura de sentimento que se atualiza, segundo Williams (1989), “no sistema que agora denominamos imperialismo” (p. 375). Ele seria o antecessor primário do esquema centro/periferia, Norte/Sul, desenvolvido/subdesenvolvido, como descreve também Mignolo (2003). Na prática não importa se o campo a que nos referimos seja interior mesmo ou litoral, se é agrário ou não, podendo ser até mesmo industrial, ou se a cidade em questão é uma corte, metrópole ou não. O que está em jogo é muito mais uma classificação hierárquica. No nível local do Rio de Janeiro e no nível mercadológico para **O Fluminense**, essa articulação precisou mudar após a fusão dos antigos estados. Trata-se de um jornal periférico em relação ao centro ou central na periferia?

### 2.2.1 Fundindo espaços imaginados

O problema da Fusão da Guanabara, ocorrida em 1975 durante o governo Ernesto Geisel, aparece em dois momentos explícitos nesse suplemento e de uma terceira maneira mais implícita. Os dois primeiros dizem respeito aos cadernos: "As regiões" e "Administração". A terceira forma é difusa por todo o suplemento.

No caderno 8, "Administração", o então secretário estadual de Indústria e Comércio, Marcel Hasslocher, assina artigo, na página 10, com o título "Fusão garantiu ao Estado do Rio melhores condições para progredir". O caderno "As regiões" tem como manchete: "O Estado do Rio tem um novo mapa. Veja onde estão seus melhores frutos". Abaixo, o jornal publica um mapa dividido por "Programas de Ação Regional", informando sobre as vocações das diferentes regiões do Rio, a partir da recente reconfiguração. Ainda abaixo do mapa, o jornal traz algumas fotografias com as legendas: "Rio – metrô"; "Barra Mansa/ Volta Redonda – aço"; "Macaé – turismo de praia"; "Friburgo – turismo de serra"; "Campos – açúcar e petróleo".

Seguindo o raciocínio de Bourdieu (2004), assim como a classificação é um exercício de poder, ao se nomearem as coisas, a divisão imaginária dos territórios também constitui um modo de classificação, desta vez do espaço, e, assim, de exercício de autoridade sobre ele. Portanto, já temos dois “objetos” de apropriação pela nomeação: o espaço e o tempo.

Classificar por região é propor uma nomeação que produz efeitos sociais práticos. Não que uma região coincida com espaços físicos. Região é antes de tudo uma representação mental, é “objeto de percepção e apreciação, de conhecimento e reconhecimento em que os agentes investem seus interesses e pressupostos.” Por outro lado, essa representação espacial não se resume a uma existência na mente. Ela é também “objeto de representação objetiva em coisas, atos, estratégias de manipulação simbólica que têm em vista determinar a representação mental que os outros podem ter destas propriedades e dos seus portadores.” O que está em jogo é o poder de impor uma visão de mundo através de certos critérios de divisão do espaço e dos grupos. (BOURDIEU, 2004, p. 112-113) Critérios esses que o jornal procura definir para potencializar seu poder de determinar as leis de formação dos preços simbólicos.

O jornal apresenta também "as sedes das regiões", de acordo com o que ele chama de "Programas de Ação":

O I Plano de Desenvolvimento Econômico e Social do Rio, que nasceu em novembro de 1975 sob a pressão da Fusão dos antigos Estados da Guanabara e do Rio, refez o mapa geoeconômico fluminense. São 6 regiões. (O Fluminense, 09/05/1978, Caderno 2, p. 1)

Entre elas, há lugar para o Rio, pólo metropolitano; para Friburgo, representando a Região Serrana; Campos, representando a Região Norte; Macaé, pelas Baixadas Litorâneas; e

Volta Redonda, pela Região do Médio Paraíba. São, portanto, seis regiões ao todo, segundo a divisão ideal apresentada por **O Fluminense**, excluindo Niterói, sua cidade sede, de qualquer função nessa nova configuração geopolítica. Estaria Niterói na esfera do campo ou da cidade?

Estavam em jogo não somente ressentimentos pela perda de um lugar político especial, mas também um orgulho compensatório a partir da invenção de uma tradição regional. Ou seja, estar no centro ou na periferia não é algo menor no mercado linguístico. É uma questão de perspectiva de jogo, como diz Bourdieu (*ibid.*). Perspectiva essa que define lugares de fala, e conseqüentemente, graus diferenciados de poder no mercado comunicacional. “As leis dos mercados de bens simbólicos não são os da comunicação indefinida entre sujeitos universais” (*op. cit.*, pp. 129-132). Esses sujeitos têm lugares particulares, tanto do ponto de vista simbólico quanto do ponto de vista territorial, que rearticula o simbólico.

Ocupar certos lugares é também obter maior ou menor autonomia na produção de representações do mundo social que o favoreçam, controlando mais ou menos as leis de formação e regulação de preços nesse mercado comunicacional. Não que **O Fluminense** ocupasse efetivamente um lugar mais relevante antes da Fusão. O problema é que o apelo à tradição na construção de sua identidade pós-Fusão sugere que houvesse esse sentimento.

O que é mais significativo é que não há nenhuma reportagem referente a Niterói. Nenhuma manifestação de ufanismo regional. Tem-se apenas ufanismos referentes ao antigo estado do Rio. Dentro do caderno, a página 2 é dedicada à capital com o título "O Rio de Janeiro continua lindo?", tendo como subtítulo: "A Capital que quer viver melhor". A reportagem é otimista, tratando a importância estratégica do metrô, entre outros aspectos estruturais. A página é repleta de fotografias, entre elas, o tradicional par de nádegas em direção ao mar. A Baixada Fluminense recebe tratamento pejorativo, única área tratada desta forma, retratada na página 3 do mesmo caderno com o título "Baixada Fluminense, região irritada que desafia o Estado".

A terceira forma por meio da qual a fusão é problematizada requer interpretação mais detalhada. Ela está em toda parte, das reportagens à publicidade, e se refere ao problema das identidades: de **O Fluminense** e do estado.

No que concerne às reportagens, há pelo menos cinco importantes momentos em que a questão da identidade do fluminense e conseqüentemente do público é tratada, sempre articulada em função da relação entre campo e cidade. No Caderno 4, dedicado à "Indústria", encontra-se na página 12 a descrição do "Operário fluminense, 1978 (esse ilustre desconhecido)". Com esse

título, a reportagem mapeia as características socioeconômicas e culturais desses profissionais, tipo social fluminense, desta vez urbano.

Como vivem, trabalham e se comportam os operários no Estado do Rio? Embora não sejam a maioria, os trabalhadores da indústria naval são considerados o melhor exemplo para uma amostragem-resposta (sem retoques). (O Fluminense, 09/05/1978, Caderno 4, p. 12)

Acompanhado de uma fotografia de operários da indústria naval em cima de algo como um cais ou plataforma, vistos em grupo e de baixo para cima, o texto estabelece claramente a sobreposição entre o ideário do operário fluminense e essa categoria profissional representante do lado Leste da Baía de Guanabara, principal área de influência do jornal. **O Fluminense** admite inclusive que os operários navais não são sequer maioria no estado. Mesmo assim opta por estabelecer, de novo, uma relação de exemplaridade.

A reportagem segue com uma pesquisa salarial e o texto é entremeado por uma entrevista com o operário naval Adebaldo Fiúza. Soldador profissional há 12 anos, Adebaldo não se considerava um bom soldador já que acreditava, modestamente, serem necessários muitos anos de experiência para isso. Seus sonhos eram terminar a casa em Duque de Caxias e comprar um Fusca ano 1973. Deste modo, assim como no caso de seu Antônio, **O Fluminense** articula o valor informativo da exemplaridade em vez de fornecer panoramas genéricos, construindo, portanto, um modo próprio de narrar. O texto continua com Adebaldo enumerando as vantagens da mão de obra especializada, o que pode ser um indício de uma discursividade corrente na época, entre outros aspectos culturais e econômicos de então.

Adebaldo e seu Antônio são, portanto, personagens que integram a configuração narrativa desenvolvida por **O Fluminense** acerca de seu público. Público aqui entendido de maneira ampla. Adebaldo e seu Antônio podiam não ser leitores do **Fluminense** diretamente. Seu Antônio não sabia nem contar até dez. Mas eles eram público na medida em que viviam num espaço social impactado pelas mensagens de **O Fluminense**, num sistema de comunicação mais amplo. (DARNTON, 1990) Eram leitores, mesmo que de segunda ou terceira natureza (BARBOSA, 2008a), já que sabiam da existência do jornal e com ele negociavam – deram entrevista, deixaram-se fotografar e até negociaram a pose -, sabiam o que significava aparecer no jornal. Enfim, compartilhavam com um grupo amplo o significado do jornal e do jornalismo.

Ainda que com apropriações diversas, conferiram ao jornal legitimidade e a ele emprestaram suas biografias para a construção de sua identidade. Assim, Adebardo e Antônio encarnaram os dois pólos da oposição conflituosa campo/ cidade, São Gonçalo/ Baixada, lavrador/ operário.

Assim como a descrição de Euclides da Cunha, que mescla a relação do homem com a terra, no auge do naturalismo que tanto marcou a construção do jornalismo, também a articulação de **O Fluminense** se completa pelo meio ambiente e os aspectos socioeconômicos.

No Caderno 3, "Agropecuária", questiona na página 4 "Por que o produtor é tão pobre?" e responde com a tese da fragmentação da terra em pequenas propriedades, ou seja, indicando o latifúndio como solução. De certa forma, condena o pequeno produtor, o que não deixa de ser uma contradição em função dos personagens que o jornal pretende retratar. No mesmo caderno, desta vez na página 12, lança o olhar mais acentuadamente para o futuro, imaginando que os satélites salvariam o mundo da fome, pois estimariam as safras, pondo fim "às especulações [*sic*] que prejudicam o mercado mundial de cereais".

No Caderno 7, "Turismo", vêm-se as principais descrições do estado. "Do Rio ao Norte-Flu, tudo é atração", diz o título da primeira página. "Em Parati, um mergulho no tempo" (p. 4); na página 2, a pesca em São Gonçalo e Niterói; as "Praias do sertão, uma boa" (p. 7), sobre São João da Barra, os minerais radioativos que curam em Guaxindiba, entre outras atrações. Ao lançar seu olhar para o estado e descrevê-lo, o jornal traça sua marca para a construção de sua identidade. Mas nenhum espaço do suplemento a explicita tanto quanto o Caderno 1, não por acaso com o título "O homem fluminense".

A primeira página desse caderno traz cinco fotografias significativas. São quatro menores de moradores do interior, parecendo lavradores, e uma fotografia maior, ocupando quase toda a metade superior da página em que se tem o gado em primeiro plano. As patas dos bois funcionam como moldura para a fotografia e se vê, ao fundo, dezenas de trabalhadores do campo andando, vindo em direção ao primeiro plano. Não se sabe se indo ou voltando do trabalho.

O texto, numa coluna no lado esquerdo, diagnostica o principal problema do campo: o êxodo. Neste momento, começa em **O Fluminense** uma série de referências ao trabalho dos meios de comunicação, tanto nos textos de autoria do jornal, como já se viu, quanto nos anúncios de felicitações, como se verá a seguir. O jornal afirma que pior que o acesso do "homem interiorano" aos meios de comunicação, como "elemento de desagregação", é o êxodo. De novo, o jornal se apresenta como fator modernizante que ameaça desagregar antigos laços tradicionais.

### 2.2.2 O que pensa o público?

Com quem **O Fluminense** conversava? O que essa gente esperava do jornal e que valor atribuía ao jornalismo? Percebe-se o público deste periódico por dois meios: pela descrição que ele faz do homem fluminense (Caderno 1, com oito páginas) e pelos anúncios publicitários tanto de empresas grandes quanto de pequenos comerciantes e também de poderes executivos e legislativos dos municípios do estado que prestam homenagens ao jornal.<sup>50</sup>

Com o suplemento especial do 'Produto Fluminense', enfeixado em 8 cadernos, e mais o tablóide em policromia com a história dos '100 Anos de O FLUMINENSE', estamos dando hoje aos leitores uma visão do desenvolvimento do Estado do Rio e contando a nossa epopéia de 36 mil edições.

Aliás, estes 90 cadernos-extras se completam numa documentação analítica, e por vezes, crítica, de uma terra ligada a seu jornal. São reportagens, depoimentos e pesquisas para serem guardados e consultados em termos quase enciclopédicos. Um século de jornal fiel à sua missão e à própria História do Estado do Rio. (O Fluminense, 07/05/1978, primeira página)

Por meio do suplemento é possível perceber não somente a ideia que o jornal elabora para os meios de comunicação mas sobretudo o imaginário popular acerca do jornalismo. Além disso, o mesmo debate identitário é percebido desta vez pela perspectiva do público. A função do jornalismo na sociedade e suas práticas são conformadas no imaginário e podem ser investigadas a partir dos anúncios elaborados por empresas, pequenos comerciantes, sindicatos, associações comerciais, prefeitos e vereadores que prestam homenagens a **O Fluminense**.

Não se sabe ao certo o grau de independência com que esses anúncios foram confeccionados, se foram feitas sugestões pelo jornal, ou se não foi até mesmo seu departamento comercial que teria produzido parte deles, pelo menos os dos pequenos comerciantes. Entretanto, o grau de obviedade de alguns indica que a interferência de **O Fluminense** na formulação dessas mensagens parece ter sido baixa, embora talvez tenha orientado a mencionar o centenário por coerência temática. Isso quer dizer que, a partir das narrativas publicitárias, pode-se captar uma

---

<sup>50</sup> O recurso aos anúncios poderia suscitar a questão acerca de seu *status* não ser jornalístico, apenas de estar no jornal. Entretanto, como não observamos jornalismo de um modo ontológico, definido pelo texto, mas sim como uma forma particular de interação comunicacional, admite-se que esses anúncios fazem parte da experiência do consumo jornalístico e, mais que isso, complementam, intertextualmente, o processo de significação dos textos considerados propriamente jornalísticos. O mesmo recurso aos anúncios aparece no capítulo 4.

ideia geral acerca do jornalismo que circulava no imaginário em diálogo com a imagem que a empresa queria passar.

Portanto, existem nessa publicação dois tipos de vestígios do significado do jornalismo: o primeiro, os espaços de autorreferenciação, como chama Ribeiro (1995), e o segundo, as referências produzidas pelos outros, no caso, os anunciantes. Essa é uma forma esquemática, abstrata, de desmembrar os discursos essencialmente dialógicos e polissêmicos (BAKTHIN, 1995), como em fases de significação por que passam em todo o circuito comunicacional. Como condensações miméticas do mundo prefigurado e sua expectativa de refiguração, as mensagens publicitárias contêm nelas mesmas as *mimeses* I e III dos múltiplos significados do jornalismo. (RICOEUR, 1994)

Por outro lado, os anúncios se inscrevem como discurso do “outro” incorporado à fala do jornal. Eles mantêm certa diferenciação em relação às falas do jornal ao mesmo tempo em que são enquadrados nelas. Não deixam de ser fala de alteridade, ainda que incorporadas à fala do jornal. É o que Bakhtin (1995, p. 145) chama discurso citado: quando a “substância do discurso do outro permanece palpável”, conservando certa autonomia, já que pode ser percebido como discurso do outro.

Não se pretende afirmar com isso que a fala do outro e suas múltiplas vozes não estejam presentes em qualquer discurso, em toda a edição centenária ou em todo e qualquer exemplar. O que se está dizendo é que os anúncios mantêm certa diferenciação na medida em que se pode dizer “aqui não é o jornal”, embora estejam *no* jornal. Ou seja, eles conservam certa autonomia discursiva, assim como os textos de editores e repórteres possuem também autonomia relativa, ao mesmo tempo em que dependem dos sentidos produzidos por anunciantes, público, outros produtores, enfim, ao mesmo tempo em que dependem de todo o sistema de comunicação para se fazerem inteligíveis e valorados.

Assim, os anúncios podem ser interpretados como expressão parcialmente independente das visões do público acerca do jornalismo, assim como parte do diálogo entre o público e o jornal. Ao mesmo tempo em que os anunciantes traduziram narrativamente sua imaginação e expectativas acerca do jornalismo, também tentaram antecipar as configurações que **O Fluminense** esperaria que eles articulassem, num jogo dialógico e tensionado. A antecipação é, segundo Bahktin (*ibid.*), uma das formas de diálogo no discurso. É imaginar como seu interlocutor irá reagir e adaptar sua fala, estrategicamente, de acordo com o que se espera desse

jogo. Daí, por exemplo, tantas manifestações de bajulação explícita e de reprodução de um senso comum acerca do jornalismo.

Há aí aproximação ao conceito de “antecipação dos lucros” de Bourdieu (2008), para quem a produção dos discursos se baseia num saber prático acerca das competências lingüísticas e de seus prováveis modos de apropriação, das tensões do mercado lingüístico onde se dão tais trocas e das possíveis e prováveis sanções para tais discursos. Ou seja, existiria em todo ato comunicacional certo grau de conhecimento prévio do *habitus* lingüístico do grupo que, por sua vez, é sancionado em parte por esse mesmo ato de comunicação.

Isso significa que o público sanciona o jornalismo quando “dá ouvidos a ele”, assim como o público de **O Fluminense** reconhece sua autoridade quando anuncia nele, sobretudo quando os anúncios confirmam um sentido de passado como tradição. Observando sob o viés do arco hermenêutico de Ricoeur (1994), existiria uma necessidade latente de tradição préfigurada (*mimese* I) que é articulada (*mimese* II) nas narrativas de **O Fluminense**, que, por sua vez, são simultaneamente sancionadas pela apropriação (*mimese* III) publicitária.

#### TEMOS MUITO EM COMUM COM ‘O FLU’

Durante um século, ‘O FLU’ tem sido testemunha da História. Viveu e documentou fatos como [...]. Mas, principalmente, nestes 100 anos, ‘O FLU’ preocupou-se com o seu Estado, o Estado do Rio de Janeiro. Lutou por seu progresso, apoiou seus líderes, criticou quando necessário, mas sempre visando acelerar o processo de desenvolvimento e crescimento do Estado do Rio e de sua gente.

Nosso grupo de empresas tem essa mesma filosofia. Atuando na área de construção e comercialização de imóveis, contribui, à sua maneira, para o desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro. Criando novos empregos e proporcionando melhores condições de moradia para centenas de famílias... [anúncio de *pool* de construtoras] (O Fluminense, 09/05/1978, Caderno 6, p. 8)

Embora a edição centenária seja uma narrativa de autorreferenciação, ela contém os traços da sociedade que produzia esse jornalismo. Os anunciantes, esses agentes narrativos “de fora”, recorrem a algumas estratégias para se inserir nas comemorações e aproveitar, de certa forma, a simbologia do jornal: desde anúncios elaborados, com longos textos como o de cima, até outros mais simples como no Caderno 4, A Indústria, p. 12: “A Refrigeração Tavares também comemora os cem anos. (Comemore você também os cem anos de **O Fluminense** desfrutando dos descontos em peças e acessórios para refrigeração em geral.)”. Ou seja, a impressão imediata

é que a Refrigeração Tavares também completava cem anos, o que ela própria desmente com a frase entre parêntese em seguida.

Há inúmeros exemplos dessa operação de entrelaçamento com a simbologia do jornal:

Sendas cumprimenta O Fluminense. Sendas *também é fluminense*. (Carderno 4, Indústria, p. 8, original sem grifo)

O Fluminense tem um *patrimônio* de 100 anos e a *Patrimônio* tem 100 mil associados fluminenses. [anúncio de página inteira da Caderneta de Poupança Patrimônio] (Caderno 3, p. 11, original sem grifo)

Parece que foi ontem (e foi mesmo). Ontem, O Fluminense completou 100 anos. Hoje, *estamos juntos nesta edição* comemorando mais um aniversário, mais uma vitória da imprensa brasileira. [anúncio da Sul América Seguros] (Caderno 3, p. 12, original sem grifo)

Os 100 anos da história de "O Fluminense" foram escritos dia a dia. *Queremos chegar lá assim: acreditando, participando, evoluindo. Diariamente*. [anúncio da Julio Bogoricin] (Caderno 2, p. 9, original sem grifo)

O Fluminense e a Casa Marinho Pinto, por estarmos comemorando cem anos de trabalho, *feliz coincidência* que fez a terra fluminense produzir durante todo um século, estamos de parabéns. (Caderno 2, p. 4, original sem grifo)

Por operação de analogia, estes anunciantes tentam se vincular ao valor do jornal e ao valor de seus cem anos. Os supermercados Sendas se apresentam como partidários do jornal ao dizer que “também é fluminense”, as imobiliárias Patrimônio e Julio Bogoricin se associam ao patrimônio simbólico do jornal e a sua história. A seguradora Sul América se coloca como parceira naquela edição (talvez porque anunciante) mas dava a entender também possuírem as duas empresas objetivos comuns. E, por fim, a Casa Marinho Pinto, que completava também cem anos, felicita a si própria ao celebrar o jornal.

Outros anúncios revelam o desejo de aproveitar a simbologia do jornal celebrada naquele momento justamente por evidenciarem o esforço (quase impossível) de verossimilhança:

100 – NÃO. Apenas 25 anos de tradição e sempre pioneiro em preços baixos. ALVA calçados. Casa grande. Rua São João, 79 e 71. (Caderno 6, p. 8)

Plasticouro: Em 1878 não existia o Plástico – portanto não havia razão de existir a Plasticouro que tem tudo em Plásticos – Couros Espumas e Decoração. Rua Visconde de Itaboraí, 399 Niterói Tel 718-6371 (Caderno 6, p. 8)

Anunciantes com perfis tão diferenciados aproveitaram a edição centenária para publicizar seu nome. Já que, afinal, a edição era temática, centrada nos cem anos, eles procuraram fazer referência ao tema, ainda que fosse difícil relacioná-lo a sua própria história e atividade comercial. Naquele momento, participar da celebração se tornava importante sobretudo pela capitalização simbólica que o jornal poderia conferir a quem registrasse sua marca em suas páginas. Há, portanto, um valor de perenidade embutido na iniciativa de se comprar espaço publicitário naquela data especial. O valor dos cem anos é transferido para os anunciantes, assim como a publicação confere perenidade às marcas anunciadas devido a seu caráter de síntese documental.

Principalmente órgãos de governo, tais como prefeituras e câmaras legislativas, e mesmo políticos, aproveitam a oportunidade do marketing, publicando inclusive suas fotografias, como o prefeito de Nilópolis, João Baptista da Silva (Caderno 2, p. 7), e o de Bom Jardim, Mário Machado Nicolliello (Caderno 2, p. 6).

Foi aqui, em Cabo Frio, que de certa forma nasceu este jornal que teve, num de seus fundadores um de seus filhos mais ilustres. Francisco Rodrigues de Miranda, jornalista com quem começou esta gloriosa jornada que ora chega a um século de existência" Câmara municipal de Cabo Frio. (Caderno 7, p. 10)

Declaração de amor a um jovem de 100 anos Tecelagem Amazonas. (p. 4)

Hoje a notícia é você. Parabéns ao mais jovem centenário do país. Caderneta de Poupança Delfin (p. 3)

Além disso, revela-se nesses anúncios um imaginário comum acerca do jornalismo.<sup>51</sup>

Parabéns pelos cem anos deste jornal que soube, durante tanto tempo, *manter informado* um público leitor assíduo *através de gerações*. Fato raro na *era moderna em que tudo se modifica com rapidez*. Uma transformação que "O Fluminense" venceu atualizando-se, a cada ano, acompanhando, inovando e *fazendo o progresso*. Parabéns portanto a "O Fluminense", o jornal do Estado do Rio. Viação Cabussu Ltda. R. Pereira Ninho, 53, Mutuá – São Gonçalo (Caderno 7, Indústria, p. 7, original sem grifos)

A Imprensa é *a vista da Nação*. Por ela é que a Nação acompanha o que lhe passa ao perto e ao longe, *enxerga o que lhe malfazem, devassa o que lhe ocultam e tramam [...]* *órgão de visão da Nação*. Mas a imprensa *entre os povos*

---

<sup>51</sup> Ver quadro metodológico no apêndice deste capítulo.

*livres participa de quase todas as funções vitais. É mediante a publicidade que os povos respiram.* "Fazemos votos pela prosperidade do Jornal com congratulações aos seus Diretores, funcionários e um preito de saude àqueles que hoje não se encontram entre nós. Ary de Oliveira Guimarães – Prefeito. [com o título “Duas Barras enaltece O Fluminense” e citando Ruy Barbosa] (Caderno 2, p. 6, original sem grifos)

A 1ª Constituição Republicana pegou O Fluminense de calças curtas – O Fluminense era uma criança quando foi promulgada a primeira constituição em 1891 Souza Cruz. (Caderno 8, p. 9)

O que? Quem? Quando? Por quê? Há cem anos respondendo a estas perguntas. [em letras garrafais] (Caderno 8, VASP, p. 1)

"Desde os primórdios de sua existência, a imprensa vem *desenvolvendo importante papel, pugnando pelas grandes causas, batendo-se pela liberdade dos povos e pelo progresso da nação.* Há cem anos, O Fluminense *informa com precisão e comenta com isenção,* oferecendo importante *contribuição para o desenvolvimento* da velha província, do novo estado e da grande nação brasileira." Prefeito de Teresópolis, Pedro Rage Jahara (Caderno 7, p. 12, original sem grifos)

O aplauso devido a muitos que, com o grande jornalista Alberto Torres, fazem de "O Fluminense" definição e presença da Velha Província. [...] Na edição de maio do Comunigay estaremos detalhando a vida do grande noticioso. Agora, vencido um século, é hora de festa para quem permanece jovem na comunicação e no tempo. [Do Comunigay, jornal do Gay-Lussac] (Caderno 7, p. 9)

São Gonçalo, mais moço que "O Fluminense", saúda a mais forte *trincheira em defesa dos anseios e ideais desta cidade e do Rio de Janeiro.* São 100 anos de trabalho *em prol do desenvolvimento socio-econômico e cultural* da velha província. Obrigado por tudo. Governo Jayme Campos. (Caderno 7, p. 8, originais sem grifos)

Companhia Brasileira de Energia Elétrica: somos ambos *testemunhas do progresso* do Estado do Rio – vibrante e operoso jornal, nossos parabéns são pois um gesto fraternal de aplauso e estímulo a quem, como nós, tem ainda uma *larga missão a cumprir.* (Caderno 7, p. 5, original sem grifos)

Saudamos O Fluminense pelos seus 100 anos, reconhecendo neste órgão de destaque na imprensa brasileira, uma efetiva *participação no desenvolvimento* do mercado imobiliário. Associação de empresas do mercado imobiliário de Niterói. (Caderno 7, p. 4, original sem grifos)

Os anúncios revelam a apropriação de um conjunto de definições com as quais o público identificava o que era jornalismo: algo que “mantém informado”, que “informa com precisão”, que “responde a perguntas”, aquilo que segue o modelo do *lead*, que “comenta com isenção”,

que “devassa as tramas” e “desvenda o oculto”. Essas características seriam responsáveis pela identidade narrativa (RICOUER, 1991) do jornal, com estatuto particular num mercado lingüístico mais amplo.

As características atribuídas ao jornalismo iam além e se confundiam com o mito do esclarecimento e tutela do povo. Ele teria que “fazer o progresso”, ser os “olhos da nação”, “documentar a evolução”, “testemunhar o progresso”, “trabalhar e contribuir para o desenvolvimento”, “ser a trincheira dos anseios do estado e da cidade”, “defender a liberdade e o progresso”, “acompanhar a história”, ser o “respirador dos povos”, fazer a sociedade “funcionar”.

Algumas dessas atribuições coincidem com a retórica do **Jornal do Commercio** na sua edição centenária (1928) e que persistem no imaginário acerca do jornalismo 50 anos mais tarde. São construções que têm resistido à reelaboração do jornalismo, a suas aquisições tecnológicas e a novos estatutos profissionais.<sup>52</sup> Essas articulações são permanentemente atualizadas tanto em narrativas autorreferentes como essas, quanto por críticos do jornalismo, e, mais recentemente, pela formação universitária. Ainda que em periódicos diferentes, inscritos em contextos diferentes, com apropriações particulares, manteve-se certa identidade narrativa jornalística que fez com que o público os reconhecesse como jornalismo, não como outra coisa.

No imaginário desse público, tanto o **Jornal do Commercio** quanto **O Fluminense** mantinham relação com algo que se chamava progresso. A expectativa de que fossem vetores desse progresso atravessou o século XX, fundando uma “tradicionalidade” própria jornalística.

Note-se também que alguns dos anúncios que homenageiam **O Fluminense**, ao citarem seu envolvimento no desenvolvimento e na defesa dos interesses da sociedade, fazem-no acionando ideias de tradição, tais como o compromisso transgeracional em manter o público informado e a estabilidade que ele representaria frente a um tempo que mudava rapidamente. Mas nenhuma articulação nesse sentido é tão significativa quando as freqüentes menções à “velha província”. Mais uma vez, está aí a relação com um lugar que não mais existe, do ponto

---

<sup>52</sup> De 1967 a 1971, a atividade jornalística havia passado por uma série de transformações legais, com a sanção da Lei de Imprensa, de 1967, a edição do decreto-lei 972 de fixação da exigência do diploma de jornalista para o exercício da atividade, além de criar oficialmente outras modalidades de participação nessa *praxis*, como o jornalista provisionado e o colaborador. Até 1971, outros decretos e leis também dispuseram sobre o assunto. Sobre as transformações do estatuto do jornalista como trabalhador e as disputas em torno desse e de outros significados, cf. ROXO DA SILVA, Marco Antônio. *Jornalistas, pra quê?* Militância sindical e o drama profissional. Tese de doutorado em Comunicação. Niterói (RJ): PPGCOM-UFF, 2007.

de vista das fronteiras políticas, e o uso nostálgico do passado como forma de compensar simbolicamente novas posições no mercado comunicacional.

*Maio: motivo para se falar de tradição.* A história do Clube dos Diretores Lojistas de Niterói se insere na própria história de O Fluminense, que há 20 anos, na caminhada para o seu centenário, documenta em suas páginas a evolução da entidade lojista." [Anúncio do Clube dos Diretores Lojistas, que completaria apenas 20 anos dia 15 de maio. Texto longo dizia que o jornal integra o patrimônio cultural da cidade que deve ser preservado como um dos mais valiosos testemunhos do povo niteroiense, que ambas as instituições têm afinidades na medida em que esclarecem sobre funções socioeconômicas]. (Caderno 7, p. 10, original sem grifo)

Uma história escrita com trabalho, suor e dedicação... A heróica perseverança do homem do campo cujo esforço depende a produção que alimenta as cidades. [Anúncio do fornecedor de produtos hortifrutigranjeiros do governo, Ferreira & Villarinho, ocupando página inteira, ilustrada pelo desenho de velho agricultor, com enxada na mão acompanha o texto] (Caderno 3, p. 3)

*A tradição é a democracia dos mortos.* Frase de Chesterton para saudar os CEM ANOS DE VIDA de um jornal que vai se tornando mais jovem, moderno, atualizado, à medida em que o tempo passa. A democracia dos mortos significa *respeito às boas tradições*, isto é, significa não esquecer a voz do passado nas decisões do presente. Pois bem, *O Fluminense é a própria encarnação das boas tradições* e, portanto, da DEMOCRACIA em sua plenitude, no antigo Estado do Rio de Janeiro. Resende o saúda através de seu EXECUTIVO MUNICIPAL. Administração Noel Carvalho Neto – trabalhando juntos – Povo e Governo (Caderno 2, p. 4, original sem grifos)

A articulação do jornal como representante e protetor da tradição não é, portanto, uma operação isolada da empresa. Indicação de que se tratava de um sentimento mais amplo, compartilhado pela comunidade, é a quantidade de referências à tradição e a sua associação ao jornal feita pelos anunciantes. Ou seja, há uma forte coerência entre as expectativas do público, interpretadas pela publicidade, e a imagem que o jornal reafirmava para si na edição centenária.

Tal articulação revela o caráter plural das relações com o jornalismo. A expectativa frente ao principal órgão impresso da região era de outra espécie. Assumindo que se trata da comparação entre dois materiais impressos em épocas diferentes (anos 1920 e 1970), pode-se afirmar que entre o **Jornal do Commercio** e **O Fluminense** existia uma distância muito maior que os 14 quilômetros de ponte que separam as cidades do Rio e de Niterói. Nesta, a expectativa frente a seu principal órgão impresso era outra, de natureza distinta do que apenas ser vetor de

Figura 10



Exemplo de anúncio evocando o tema do centenário  
O Fluminense, 8 e 9/05/1978, Caderno “A Indústria”, extrato da p. 12

modernidade, entendida como mudança. Os significados do jornalismo eram em grande parte diferentes assim como eram negociados também de maneira diferenciada.

Isso leva à conclusão que os jornalismo são múltiplos, tantos quantos forem seus lugares sociais de inserção, cada qual com sua própria inscrição temporal nos diferentes contextos históricos, e assumem funções simbólicas diferenciadas. Em **O Fluminense**, o passado foi articulado como tradição, que o ajudava a ser simbolizado como portador dessa herança imaginada. Mas o jornal não celebrou apenas o passado. O suplemento especial mostrou também os investimentos em andamento no estado, com foco nos desafios para o futuro, tais como transporte, habitação, contenção da poluição da Baía de Guanabara.

Antes de encerrar este subitem, lembremos que vários outros significados articulados neste suplemento são semelhantes aqueles já discutidos no capítulo anterior em relação ao **Jornal do Commercio**, tal como seu caráter documental e valor de perenidade. O trecho da primeira página, já transcrito neste capítulo (cf. p. 90) e reproduzido abaixo mais uma vez, indica claramente esses valores reafirmados discursivamente pelo jornal:

Com o suplemento especial do 'Produto Fluminense', enfeixado em 8 cadernos, e mais o tablóide em policromia com a história dos '100 Anos de O FLUMINENSE', estamos dando hoje aos leitores uma visão do desenvolvimento do Estado do Rio e contando a nossa epopéia de 36 mil edições. Aliás, estes 90 cadernos-extras se completam numa documentação analítica, e por vezes, crítica, de uma terra ligada a seu jornal. São reportagens, depoimentos e pesquisas para serem guardados e consultados em termos quase enciclopédicos. Um século de jornal fiel à sua missão e à própria História do Estado do Rio. (O Fluminense, 07/05/1978, p. 1)

Por último, **O Fluminense** ainda destaca sua função de prestador de serviço, articulação inexistente no **Jornal do Commercio**. O Caderno 6, “As construções”, "Classificados, um grande negócio,” é aberto com uma fotografia de primeira página de sua sede com pilhas de jornal para distribuição. Embaixo, a reprodução dos famosos classificados, marca do periódico de Niterói, tão populares tanto quanto os do **Jornal do Brasil** na cidade do Rio. No centro da página, um texto assinado por um publicitário analisa a importância dos classificados de **O Fluminense** na venda de imóveis avulsos. Hector Daniel Diaz, contato da agência Rossi, afirma que **O Fluminense** “tem sido nosso principal veículo”. O gerente comercial do jornal, Roy Taylor, confirma: “O FLUMINENSE se transformou num jornal de serviço e é até hoje leitura obrigatória, embora a incidência maior fosse de venda e aluguel de escravos.”<sup>53</sup>

Destacando a função de prestador de serviço, discurso totalmente diferente do **Jornal do Commercio**, o jornal continua:

[...] quarto jornal diário mais antigo do Brasil, O FLUMINENSE mantém, desde sua fundação, a tradição de servir ao consumidor, documentando, por outro lado, o período histórico que presencia diariamente, o que o singulariza, aumentando, consideravelmente, sua importância como órgão de informação e de prestação de serviços. (O Fluminense, Caderno 6, p. 1)

### 2.2.3 A narração da história do jornal

A história do próprio jornal, apartada da história do Estado do Rio, é narrada em um impresso separado. O Caderno Especial da edição centenária, em formato tablóide, em cores,

---

<sup>53</sup> Enquanto leitora indireta de O Fluminense, minha memória afetiva está ligada a ele como lembrança de infância e adolescência. Sempre tivemos o jornal em casa, principalmente aos domingos, justamente por causa dos classificados.

tem 24 páginas cuja seqüência não corresponde exatamente à divisão por assunto, apresentado por "olhos" espalhados pelo caderno. Na capa, a fotografia da sede inaugurada em 15 de dezembro de 1971, o logotipo em letras góticas, adotado em 2 de julho de 1880 e considerado referência do jornal, um galo – o mesmo da capa do suplemento - cujo peito e cauda formam os zeros do número "100" e, no canto superior esquerdo, a fotografia do diretor, Alberto Torres.

Figura 11



O logotipo gótico

A página 2 já dá ideia da relação com o tempo que o jornal pretendia construir e manter para si. Há duas reproduções: a da primeira página de 8 de maio de 1878, e a da também primeira página de 15 de março de 1975, quando saiu pela primeira vez em *offset*. Entre a publicação de uma e outra "36 mil dias na História do Homem" como diz o título do editorial. Tendo o jornal dois inícios: um em 1878 e outro apenas três anos antes da edição centenária, a "história" cabe nesse meio. Na página seguinte, o título também dá conta dessa relação temporal: "Um jornal transpõe o século", o que pode ser interpretado tanto como ele sendo atravessado pelo século quanto como se ele fizesse o século passar.

Os cem anos de um jornal – mais de 36 mil dias – são um capítulo empolgante e rico na história de um povo. A assertiva assume ainda maior significado quando este povo é o brasileiro, então *recém-emancipado* das amarras coloniais. E quando este jornal é O FLUMINENSE, nascido com um ideal de luta pelo bem, ideal que manteve e mantém até os dias que correm. (O Fluminense, 09/05/78, Caderno Especial, p. 2, original sem grifo)

O jornal não somente participa da construção da nação, "pouco" depois de o país deixar de ser colônia (na verdade 56 anos antes), como também serviu como nascedouro de "luminares do jornalismo, da literatura, das letras jurídicas e das artes em geral" (p. 2) que dificilmente alguém saberia quem são, com exceção de Irineu Marinho, cujo fato de ter iniciado carreira em

**O Fluminense** é lembrado cinco vezes, nas páginas 2, 5, 6, na dez com o destaque de uma fotografia e, novamente, na 14.

Também marca o editorial a ideia que todas as tecnologias desfilaram pelas páginas de **O Fluminense**, tanto como notícia (o fonógrafo, o cinema, o vôo pioneiro de Santos Dumont, a penicilina, a chegada à lua) quanto como instrumento de produção: "desde a velha máquina movida a braço de escravos até as moderníssimas impressoras a vapor de fins do século, chegando afinal às rotativas e ao sofisticado processo offset." (p. 2)

Enquanto o **Jornal do Brasil** procura se vincular ao leitor publicando o resultado da pesquisa de opinião de seus assinantes, **O Fluminense** encontra estratégia diferente, ao acionar uma memória afetiva, lembrando os anúncios mais comuns e curiosos. Em três páginas, descreve propagandas de carros, pílulas miraculosas, Farinha Láctea, máquinas Singer, pedido de localização de cão supostamente leproso, classificados de médicos, advogados, espetáculos de teatro, oferta de emprego e os mais comuns: aluguel de escravos. Também lembra o episódio de marcante comoção local: o incêndio em um circo em 15 de dezembro de 1961, quando morreram 300 pessoas, a maioria criança.

Outro traço próprio da edição centenária de **O Fluminense**, que chama a atenção pela diferença em relação à do **Jornal do Brasil**, é a descrição das mudanças no fazer jornalístico a partir do ponto de vista um pouco mais interno. O Caderno Especial de **O Fluminense** faz aparecer a rotina do jornalista, seja nas sequencias de fotografias das páginas 4, 21 e 28, seja na referência aos quadros profissionais e sua hierarquia, de modo a tornar o leitor mais familiarizado com este universo e por isso com ele estreitar seus laços afetivos. Diz que a nova estrutura produtiva exige mais do cérebro que do coração, mas nada que "chegue a roubar a emoção e heroísmo" (O Fluminense, 09/05/78, Caderno Especial, p. 22) da profissão.

Na página 6, traz a reprodução de dois editoriais que marcaram sua história: o de lançamento e o das comemorações de 50 anos, de modo a comparar o que havia mudado nesse tempo. "Dois Editoriais, Uma Conduta", diz o título. O editorial de 1928 dizia que "há 50 anos, Niterói possuía arraigados hábitos provincianos que não lhe permitiam a confiança plena no futuro." (O Fluminense, 09/05/78, Caderno Especial, p. 6) Por isso, **O Fluminense** só saía três vezes por semana, porque "não sabia que teria, na história da Imprensa do Estado do Rio de Janeiro, o papel de registrador dos acontecimentos que remodelaram a vida na cidade, hoje

borburinhante e progressista." (O Fluminense, 09/05/78, Caderno Especial, p.6) Nesse caso, fica evidente a referência a uma noção de história como coleção de fatos.

Já na edição de 125 anos (2003), o jornal aborda mais explicitamente suas visões de futuro, prescrevendo uma série de medidas aos governos: reativação do setor naval e da indústria no interior, incentivo ao petróleo, expansão do metrô do Rio até Niterói e São Gonçalo, e a modernização das polícias civil e militar, algo ausente nesses gestos comemorativos no século XX, que não fazem referência a questões de segurança pública.

Além da descrição dos processos internos, duas outras características chamam atenção no tablóide de 1978. A primeira é o uso das fotografias como meio de contar histórias. As páginas 4, 21 e 28 são como fotonovelas que descrevem, em imagens e legendas, os processos de composição ("Engenho e arte"), de fotolitagem ("Cada letra, uma minifoto") e de redação ("Nossa equipe, noite e dia. Não há nada neste mundo que ela não saiba demais"). A outra particularidade é a referência ao universo da publicidade ("O riso e a dor nos pequenos anúncios. E também os documentos da História"). **O Fluminense** apresenta, assim, uma espécie de retrato social de uma época, ao lembrar os anúncios mais comuns, aqueles com os quais o público mais se identificou e os mais curiosos.

Preta moça, boa cosinheira e lavadeira por 35\$.

Uma boa escrava que sabe engommar, lavar, cosinhar alguma cousa e faz todo o serviço de pé.

Uma preta que cosinha, lava e engomma. (O Fluminense, 09/05/1978, Caderno Especial, p. 8)

Por meio de seus anúncios, são fornecidas pistas tanto de processos históricos mais gerais, tais como o mapeamento da oferta de empregos, o uso de escravos domésticos ou a necessidade de engomar as roupas, quanto de referências particulares que povoam o imaginário dos moradores de Niterói, como o anúncio da casa de patinação e jogos (*Skating Rink*) e do circo que chegava à cidade em 14 de dezembro de 1961, considerado na edição um anúncio fúnebre, porque no dia seguinte ele pegaria fogo.

A edição serve como documento de uma série de atividades jornalísticas abandonadas, devido tanto à introdução de novas tecnologias quanto de novas dinâmicas profissionais. Exemplo disto é o *copy desk*. Há uma página e meia dedicada ao "Decano" Isauro da Costa Peixoto, o mais velho funcionário, *copy desk*. O texto relata a habilidade de "Seu' Peixoto" em

Figuras 12 e 13



Processo de montagem e fotolitagem. O Fluminense, Caderno Especial, 09/05/1978, p. 4 e 21

lidar com a vaidade dos jornalistas, que não costumavam aceitar correções. Portanto, mais uma vez, o jornal usa um personagem emblemático para encarnar seus valores, assim como Adealdo e Antônio. Desta vez, seu Isauro é o modelo do trabalhador de jornal.

Embora possa parecer "piada interna" ou autocrítica, a homenagem ao *copy desk* reforça uma forte marca identitária do jornalista no Brasil que é sua aproximação ao campo literário, (BARBOSA, 1996, p. 163; COSTA, 2005) como já dito, e sua definição profissional em torno do texto. Se alterar o texto de um repórter continuava algo problemático em 1978 é porque os avanços tecnológicos evocados diziam respeito muito mais à impressão do que à escrita, que continuava com valor autoral naquele momento. Segundo Barbosa (1996), no início do século XX, o jornalista gozava de uma volúpia autoral, decorrente do que ela chama de bacharelismo ilustrado. Ele queria parecer escritor. No entanto, só pode sentir essa volúpia em função de uma empresa jornalística que lhe outorgue essa tarefa, de modo que sua inscrição profissional é em si mesma ambígua. Ou seja, em 1978, a identidade jornalística continuava fortemente marcada pelo critério literário, ao mesmo tempo em que seu Peixoto era valorizado como empregado ideal.

A edição dá testemunho das mudanças na estrutura de trabalho. Ao explicar que o secretário de redação é responsável pela primeira página, a vitrine, a edição ensina a consumir jornal, tornando o leitor mais familiarizado com esse universo, e estreitando com ele seus laços afetivos. Lista ainda os secretários que já teve e adverte que a nova infraestrutura produtiva faz com que esse profissional, que desempenha função chave, precise mais do cérebro que do coração, embora "não chegue a roubar a emoção e heroísmo" da profissão. O próprio título da reportagem marca a idealização de um passado jornalístico mítico e romântico: "A Redação, dos tempos heróicos e boêmios à técnica do offset." (p.22)

Naquele ano, **O Fluminense** se apresentava como político embora narrasse as mudanças na forma de se ser "político". A edição centenária deixa claro em três momentos (p. 3, 6 e 18) que o jornal nasceu com a função de ser instrumento político do Partido Conservador, trabalhando na oposição até 1885, quando o partido volta ao poder. Entretanto, diz que não apoiou o governador da província José Bento de Araújo, porque ele mandara reprimir o movimento abolicionista em Campos, dizendo-se independente, o que era parâmetro de qualidade no momento dessa enunciação em 1978, mas não necessariamente antes. No editorial do primeiro número, conta que se propunha a ser comercial, político, noticioso, defendendo o bem comum, e que, embora conservador, seria respeitoso com adversários.

A edição conclui as explicações sobre a participação do jornal na vida política na p. 19, onde diz que **O Fluminense** teve boa disposição com Vargas, mas que não viu benefício para a província até o interventor Almirante Ary Parreiras, de modo a parecer que, independentemente da posição política do sujeito, havia interesses maiores que o jornal defenderia. Afirma que gostou do Comandante Ernani do Amaral Peixoto (de 1937) mas que depois disso passou a se limitar a "aplaudir ou criticar sem parcialidade." Entretanto, conta que voltou a explicitar sua opinião com Goulart, quando se viu obrigado "a tomar posição francamente hostil à tendência esquerdizante" e que, em 1963, pregou a Revolução. É preciso entender essa configuração retrospectiva do passado não somente pela posição política tradicional do jornal mas também em função do momento em que a edição comemorativa foi lançada, quando a censura ainda prevalecia embora não estivesse mais no auge. (BARBOSA, 2007a, p. 195) É importante destacar também que a edição foi lançada num momento de prosperidade do jornal, tendo inaugurado sua sede em 1971 e adotado o *offset* em 1975.

A comparação entre as edições centenárias do **Jornal do Commercio** e do **Fluminense**, ainda que separadas por 51 anos de diferença, permite observar a complexidade das visões de um jornal regional, mesmo em relação a outro de circulação mais ampla, porém especializado em indústria, comércio e finanças. Pelo menos nesse aspecto, **O Fluminense** se apresentava como mais abrangente, pelo menos naquele momento (1978).

Figura 14



O circo e o telefone: a importância dos anúncios como artefatos narrativos  
O Fluminense, 9/05/1978, Caderno Especial, extrato da p. 7

Este capítulo mostrou que o passado pode ser usado de modo difuso pelo jornal, transformado em tradição, segundo os interesses do presente. **O Fluminense** precisou articular seu lugar no sistema comunicacional da sociedade em que estava inserido, apenas três anos depois da fusão dos estados do Rio e da Guanabara, conformando um novo espaço político. Essa nova configuração afetava o mercado linguístico de tal forma que fez com que o jornal realizasse um grande investimento para produzir sua edição centenária, de modo a criar narrativamente uma analogia entre ele e valores tradicionais interpretados naquele momento como ameaçados. A comemoração foi, então, oportunidade de inventar essa tradição.

Por enquanto, o capítulo 1 marcou as estratégias de autolegitimação empreendidas pelo **Jornal do Commercio** a partir do uso do passado como história, como fonte de um capital de

verdade. Em **O Fluminense**, essa autoridade advinda do passado foi articulada na forma narrativa de tradição. No próximo capítulo, será a vez de analisar as operações midiográficas do **Jornal do Brasil** sob a ótica da memória. Ele elabora também uma interpretação histórica a partir da perspectiva do privilégio da ruptura. Divide o século em décadas e acentua a de 1950 como segundo marco fundador na história do jornalismo. A continuidade com o passado se dá pela memória de seus profissionais. Tentar-se-á mostrar isso sempre entrelaçando o que há de semelhante e diferente em relação aos dois primeiros periódicos analisados.

## 2.3 APÊNDICE

Quadro 1: “Ideias articuladas nos anúncios publicitários”

| IDEIAS SOBRE O JORNALISMO   | ARTICULAÇÕES DE O FLUMINENSE COMO TRADIÇÃO   |
|---|--|
| <p>Manter informado<br/> Fazer o progresso<br/> Ser os olhos da nação<br/> Acompanhar o que acontece / a história<br/> Associado à liberdade e ao funcionamento da sociedade<br/> Respirador dos povos<br/> Aquilo que segue o modelo do <i>lead</i><br/> Responder a perguntas<br/> Pugnar grandes causas<br/> Defender a liberdade e o progresso<br/> Comentar com isenção<br/> Contribuir para o desenvolvimento<br/> Fazer devassa nas tramas<br/> Desvendar o oculto<br/> Ser trincheira dos anseios do estado e da cidade<br/> Trabalhar pelo desenvolvimento<br/> Testemunhar o progresso<br/> Missão a cumprir<br/> Participar no desenvolvimento<br/> Informar com precisão<br/> Documentar a evolução</p> | <p>Manter a tradição de servir e documentar<br/> Informar através de gerações<br/> Ser a definição e presença da Velha Província<br/> Ser tradição<br/> Ser a democracia dos mortos<br/> Ser a encarnação das boas tradições</p> |

Fonte: O Fluminense, 08/09 de maio de 1978. Exemplar disponível na Biblioteca Nacional.

### 3 O DESFILE DA MEMÓRIA NO JORNAL DO BRASIL

Num domingo de abril, quando almoçava na casa de meu pai, peguei para ler o **Jornal do Brasil** que ele assinava, na minha imaginação, desde sempre. Naquele 7 de abril de 1991, eu tinha 15 anos e em minhas mãos um grosso caderno destacado da edição regular do **JB**.<sup>54</sup> Era a “Edição do Centenário”. Folhee-i-a toda, como uma revista. Havia muitas fotografias e gráficos. Décadas transpunham meu campo visual a cada virada de página. Cem anos em 48 páginas. Vi a história como um desfile impresso, aos moldes das paradas patrióticas americanas e dos desfiles de escola de samba no Rio de Janeiro. A mesma lógica visual, numa incrível condensação.

Apesar da curiosidade pelas primeiras décadas do século XX e a última do XIX, o que me excitou foi a de 1980, última daquela sequência e única sobre a qual eu lembrava alguma coisa do mundo público. Nos anos 1970, eu era jovem demais para perceber algo que não fosse meu quarto, a sala, o jardim, o velocípede, a chuva, papai, mamãe. Não possuía sequer a dimensão da rua, muito menos da cidade, do país, do mundo. Também não havia um “antes histórico”.

Já sobre a década de 1980, eu lembrava de Figueiredo, Brizola, Tancredo e sua morte, de Ulysses. Já tinha descoberto o que era Brasília, tinha medo da bomba atômica, lembrava do calor do verão de 82, de Zico, do Rock in Rio, de Nina Hagen e do Kiss. Entrei em contato com o mundo via mídia, mas também pela escola, amigos e por meus pais, formando um sistema de co-

---

<sup>54</sup> A edição centenário do Jornal do Brasil foi publicada no dia 7 de abril de 1991, dois dias antes de efetivamente completar cem anos, dia 9. A escolha da data de seu “nascimento” não foi aleatória, contendo já conotação “historiográfica”. Ela foi justificada como homenagem à aclamação de dom Pedro II. Cf. LOPES, Antônio Herculano. “Do monarquismo ao ‘populismo’: o Jornal do Brasil na virada para o século XX”. In: NEVES, Lúcia Bastos; MOREL, Marco e BESSONE, Tânia. *História e Imprensa: representações culturais e pacíficas do poder*. RJ: DP&A, 2006, pp. 332-345.

municação imediatamente próximo a mim. Isso é o que hoje acho que sabia então, porque, na verdade, só posso imaginar o que pensava na época. Não sou capaz de recuperar o passado ou aquilo que efetivamente sabia no passado.

Portanto, hoje, imagino que tenha corrido para a década de 1980 porque precisava confirmar minha memória, porque precisamos da memória dos outros para construir a nossa. (HALBWACHS, 1990) Queria conferir minhas lembranças com o que tinha acontecido e aquele jornal era a chance de ligar um ponto a outro, construindo um terceiro tempo histórico, entre minhas representações mentais e a realidade social. Eu confiava numa ligação linear entre mim, o jornal e o mundo. Imagino que só depois de ler aquela parte voltei a 1891 e recomecei a leitura.

Olhei as fotografias antigas com surpresa, por perceber a qualidade das imagens e o interesse pelo cotidiano, o que não era exclusivo do meu presente. Em outros tempos, outras pessoas se fotografaram, outros acontecimentos foram objeto de interesse de registro. Enfim, o jornal existia antes de mim. Tinha “vivido” 85 anos a mais que eu e tantos acontecimentos tinham se dado antes que deles eu tivesse tomado ciência. Tive a dimensão do que é “herdar a história”, do que é nascer num contexto dado. E, naquele momento, eu podia “checar” minha memória graças ao trabalho daqueles jornalistas. Ao realizar essa operação comunicacional, eu os tornei, então, mediadores privilegiados de memórias sociais. (MAUAD, 2008, p. 22) Pelo menos para mim, ali então. Dei crédito a eles ao interagir com o produto de seu trabalho.

Naquele momento, projetei futuros. Poderia ter sonhado ser historiadora, se talvez tivesse me interessado por passados mais remotos, ou poderia ter sonhado ser jornalista. Olhei para meu umbigo presentista e decidi fazer faculdade de jornalismo. Jornalismo era do presente, era vibrante. História era do passado. Pela concepção de história que possuía, oriunda da escola, ela não era coisa viva. Vivo era o jornalismo.

A capacidade de mobilização de lembranças que desempenham os jornais antigos se perpetuou em mim. Dezoito anos mais tarde, analisando **O Fluminense** para o capítulo anterior, descobri o anúncio de lançamento do apartamento em que hoje vive meu pai, descobri nomes antigos de ruas pelas quais passo todos os dias, descobri outras sociabilidades pela cidade, confirmadas pela memória de minha avó, outros espaços de distinção e outras distribuições demográficas. Despertou-se em mim uma memória afetiva em relação a minha cidade, assim como o **JB** evocara, em 1991, lembranças de descobertas da infância e a simbologia que o jornalismo foi adquirindo na minha imaginação, de tal maneira que me tornei jornalista.

Mas aquela comemoração não se desenhava pela memória somente devido a minhas evocações. Optou-se por analisá-la pelo viés da memória neste capítulo principalmente porque foi sobre operações memoráveis que o **JB** procurou montar sua autoridade retrospectivamente. Se cada periódico se apropriou particularmente do passado para manutenção de sua identidade narrativa e sua identidade grupal, o **JB** montou-as pelo uso do passado como memória.

A parte mais nobre da edição, a primeira página e as quatro páginas ímpares seguintes, foi integralmente dedicada a editoriais e artigos redigidos por cinco jornalistas: Manoel Francisco do Nascimento Brito, o diretor (editorial na primeira página); Moacyr Andrade; Zuenir Ventura; Benício Medeiros; e Léo Schlafman. Ainda que eles possam ter consultado os arquivos do jornal para pesquisar e escrever, foram suas construções memoráveis, na forma personalística de artigos assinados, que conferiram ao **JB**, de acordo com aquela edição, a autoridade para narrar, produzindo representações de história.

Além disso, durante todo o mês que antecedeu a “Edição do Centenário”, jornalistas, ex-funcionários, artistas, políticos, especialistas em diferentes áreas de conhecimento, publicaram suas “memórias” em forma de depoimento, frases e comentários, como parte das comemorações. É sobre esses aspectos da memória que tratará este capítulo.

### 3.1 INTELIGIBILIDADE IMAGÉTICA

Relacionamo-nos pragmaticamente com o passado pela memória. Ela é o primeiro conector (RICOEUR, 1996), a primeira abertura para o passado, seu primeiro modo de acesso. (BOSI, 2004) Assim como os jornalistas do **Jornal do Brasil**,<sup>55</sup> também se fala aqui a partir de lembranças e experiências, mais precisamente, a partir de experiências comunicativas. A principal é a própria interpretação do material empírico analisado, mas também a lembrança da leitura realizada em 1991. Os vínculos mnemônicos acionados ao rever a edição de cem anos do **JB** microfilmada na Biblioteca Nacional, ou melhor, numa perspectiva mais ativa, a construção de pontes mnemônicas necessárias à conversão daquela edição em algo inteligível diz respeito

---

<sup>55</sup> Experiência comunicativa é também estabelecida na operação historiográfica, já que, afinal, a interpretação do historiador é uma decifração de signos, de comunicação com os mortos, e de decifração de processos comunicacionais que os mortos estabeleceram entre si no passado. Aquilo que dura é algo sobre o qual se conseguiu representar, portanto, a relação com a história possui sempre um caráter comunicativo associado. (BARBOSA, 2008a, *op. cit.*; BARBOSA, 2009b; MENESES, 2009, *op. cit.*)

não somente à memória individual mas sobretudo ao conjunto de interações sociais às quais nos submetemos ao longo da vida, e às quais nossos antecessores também se submeteram.

Assim como a memória é sempre uma perspectiva de diversas memórias coletivas que individualmente se contribui para atualizar (HALBAWACHS, 1990), também as leituras que se realizam do jornal e os significados que o jornalismo teve e tem não se encerram nos indivíduos. Não são eles, isoladamente, que constroem esses significados, mas o fazem coletivamente. Essa seria a essência da polifonia do discurso de Bahktin (1992), sendo a linguagem prática social. Por isso, minha memória individual, usada neste início de capítulo, pode ter alguma pertinência na medida em que dá pistas de vínculos com múltiplas memórias. Dá pistas de meus compartilhamentos com outras memórias coletivas. E, principalmente, ajuda a evidenciar os mecanismos de comunicação que precisei estabelecer para ter sido capaz de dar sentido àquelas páginas.

O melhor conceito de memória que serve aos problemas postos aqui vem de Halbwachs (1990). Isso porque o sociólogo acresce à memória caráter essencialmente social. Ou seja, para ele, não há memória pura. Ela não é patrimônio ou arquivo, mas trabalho social. Uma memória coletiva não é o somatório de memórias individuais, mas a interseção entre elas. É aquilo que se compartilha socialmente.

Sua concepção de memória é fundamental para compreender os processos comunicacionais porque a memória só se socializa, ou seja, só pode ser constituída coletivamente, comunicando-se. Além disso, as formas de comunicação são o primeiro quadro social de memória. A rigor, segundo Bosi (2004), o que Halbwachs estuda não é “a memória”, como entidade abstrata e autônoma, mas os quadros sociais de memória, ou seja, as possibilidades sociais de lembranças e esquecimentos.

Se a memória é um trabalho, é preciso que ela seja atualizada para ser mantida ou transformada. A memória de Halbwachs não obedece à lógica do “arquivamento” ou da “perda”, mas da atualização. Entretanto, é preciso deixar claro que atualização aqui não significa repetição, mas “desvirtualização”, materialização de processos mnemônicos em suportes concretos, capazes de acionar lembranças futuramente.

Para se atualizar memória, são necessários suportes que acionem lembranças e sobre os quais se possa trabalhar: jornais, fotografias, cartas, pessoas que se encontram, histórias que se ouvem, prédios, relíquias, monumentos, filmes, melodias etc. “A memória coletiva tem como

suporte um conjunto de homens, massa de lembranças comuns que se apoiam umas nas outras. Cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva (...) e esse ponto de vista muda de acordo com o lugar que o sujeito ocupa e suas relações com o meio.” (HALBAWCHS, 1990, p. 51)

Portanto, o principal suporte de memória continua a ser os homens e suas ações, o que permite que algumas memórias subterrâneas (POLLAK, 1989) sobrevivam mesmo em condições desfavoráveis, frente a outras hegemônicas. Os grandes jornais seriam suporte privilegiado de memória hegemônica, mas, pelo processo dialógico e polifônico, também se encontram neles memórias subalternas, inclusive pelas zonas de sombra, pelo não-dito. Os jornais fornecem diariamente pontos de ancoragem para as múltiplas memórias coletivas, fornecendo, simultaneamente, um enquadramento específico.<sup>56</sup>

Cada página dedicada a uma década no **JB** trazia reportagens que o jornal julgou representativas e suficientes para sintetizar aqueles anos, atualizando memórias sobre eles. A redação, entretanto, foi adaptada para a linguagem dos anos 1990, sem reproduções literais ou reproduções de páginas inteiras.<sup>57</sup> Também não se verificou se as fotografias sofreram novas edições, mas certamente se pode afirmar que elas foram deslocadas de seu lugar gráfico original, já que não foram reproduzidas as páginas.

Mais do que o deslocamento gráfico, é importante perceber o deslocamento temporal efetuado por essas narrações, sejam elas redacionais ou imagéticas, compondo novas condensações temporais, ou seja, novas inscrições de sentido, acionando todo um novo arco hermenêutico. (RICOEUR, 1994; MENESES, 2009)

Entretanto, ao mesmo tempo em que foram condensações, configuraram também distensões temporais, na medida em foram apresentadas em perspectiva com tantas outras narrativas, formando uma cronologia bem mais ampla do que o noticiário diário costuma articular. Assim, compuseram novos enquadramentos de memória. Ao mesmo tempo em que essas narrativas foram cortes diacrônicos da história, também forneceram a possibilidade de comparações sincrônicas entre diferentes momentos, promovendo o reembaralhamento e a recomposição das memórias acerca desses acontecimentos.

---

<sup>56</sup> Sobre enquadramento de memória, cf. POLLAK, 1989, *op. cit.*

<sup>57</sup> Apenas em algumas páginas foram usadas reproduções originais, mas não no trecho da cronologia década a década.

O jornal ofereceu as páginas correspondentes às décadas como o resultado de um trabalho de enquadramento imagético (MAUAD, 2008), tendo selecionado algumas fotografias para sintetizá-las. Essas páginas foram apresentadas como colagens, quase como álbuns com fotografias e textos de diferentes momentos.<sup>58</sup> Aquele conjunto deveria formar uma síntese narrativa da década a qual a página se referia. Sendo assim, alguns assuntos chamaram mais atenção que outros.

Minha memória foi direcionada para aquilo com que mais me identificava, num diálogo com a proposta do jornal. Ele pode ter dado destaque a um tema que eu não reconheci como interessante, porém minha leitura foi em parte direcionada pela materialidade gráfica do jornal. Esse jogo interpretativo pode ser percebido principalmente em relação às fotografias, mas também às palavras, que são também imagens.

Não sabia que Yuri Gagarin se escrevia assim mas tantos nomes familiares desfilaram sob meus olhos: Tancredo, Ghandi, Collor, com seus marcantes dois “L”, Herzog, Chico Mendes, Zuenir Ventura. Outros nomes não lembrávamos: Proconsult, coluna do Castello, etc.

Cada década possui uma ou duas imagens sínteses que fizeram mais ou menos sentido separadamente, como observado no quadro abaixo:

Quadro 2: “Minhas lembranças”

| FOTOGRAFIA/ ILUSTRAÇÃO   | LEMBRANÇA IMEDIATA  |
|--|---|
| Fernando Collor de Melo  | <i>Jet ski</i> , praia de Ferradura (Búzios)                                    |
| Autoridades atravessando a ponte Presidente Costa e Silva de carro | A própria ponte, a Baía de Guanabara, a mesma fotografia vista em outra ocasião |
| Neil Armstrong   | Yuri Gagarin  |
| Prédio do Congresso em Brasília com tanques militares rondando     | Outras imagens de Brasília do mesmo e de outros ângulos vistas em jornais e TV  |
| Tancredo chorando sobre o caixão de Vargas                         | Risoleta apoiando Tancredo no hospital  |
| Bomba atômica  | Outras imagens da explosão  |
| Dirigível  | Outras imagens de dirigíveis, minha avó   |
| Titanic afundando  | Celine Dion, Titanic hollywoodiano  |
| Ilustração de Antônio Conselheiro                                  | Professor de história Gilberto, Salesiano, “Os Sertões” de Euclides da Cunha    |
| Avenida Central  | Outras fotografias da antiga Avenida Central                                    |

Fonte: Jornal do Brasil, 07/04/1991. Exemplar disponível na Biblioteca Nacional.

<sup>58</sup> O JB já tinha prática em fazer isso, já que, nos anos 1900, publicava “Echos da Semana”, um balanço dos últimos dias recheado de imagens condensadas, como mostraremos na Parte 2.

Note-se que as lembranças imediatas não se relacionaram necessariamente com o tema proposto pelo jornal. A leitura individual dessas imagens depende de um repertório prévio, num jogo dialógico e polifônico. Esse repertório, evidentemente, vai além de nós individualmente. Ele é necessariamente um diálogo com um repertório social mais amplo.

Além de outras operações mnemônicas, chama atenção a lembrança por associação. Por que o Zeppelin lembrou minha avó? Porque ela contou do medo que teve do dirigível quando o viu passar quando era criança. O *jet ski* foi a primeira lembrança acionada pelo ex-presidente Fernando Collor porque em algum momento, durante sua campanha à presidência, assisti na TV a uma reportagem em que ele pilotava um. E a única vez em que vi um *jet ski* foi na praia de Ferradura em Búzios. A voz de Celine Dion foi acionada, evidentemente, devido à associação do naufrágio do transatlântico com a história contada pela produção hollywoodiana, cuja música tema foi interpretada pela cantora canadense.

Do mesmo modo, relacionei Antônio Conselheiro ao livro de Euclides da Cunha porque a ideia mais forte que mantenho de Nordeste é misturada ao sertão e é formada a partir de Cunha. Associei “Os Sertões” ao professor de história no Colégio Salesiano, ainda que Gilberto tenha sido professor de História Geral, não do Brasil. Não foi ele que ensinou sobre Canudos mas é ele que lembro sempre que penso em “História”. Assim, condensei vários tempos, compondo nova temporalidade e nova síntese comunicacional. Operação essa não muito diferente da que os jornais realizam.

Não li “Os Sertões” ao mesmo tempo em que estudei sobre Canudos, nem tive aulas com Gilberto de História do Brasil, mas minha memória produziu uma síntese de tudo isso, projetada, por sua vez, na leitura daquela ilustração de Antônio Conselheiro. E, por fim, ainda misturei novamente aquela síntese, em seguida já parcial, com o sertão mineiro da novela “Dona Beija”, reprisada pelo SBT. A partir de uma única ilustração, atualizei dinamicamente tantas memórias, transfigurando-as em novas.

Quando vi a fotografia de Neil Armstrong, pensei em Gagarin porque é ao russo que associo qualquer astronauta, talvez devido à presença em minha memória da música “You Yuri” do cantor Chico César, que fica repetindo seu nome.

A associação que efetuei entre tantas referências mnemônicas corresponde à armação da intriga. (RICOEUR, 1994) Ou seja, lembrar é já produzir um sentido, uma narração. É curioso o paralelo entre o funcionamento dinâmico da memória e do sistema comunicacional do qual

tomam parte não apenas o que vivemos, mas também o que “ouvimos falar”, sejam referências reais ou ficcionais. (HALBWACHS, 1990) Note-se que participam desse sistema seja o que vimos e ouvimos no face a face, seja o que lemos e ouvimos em jornais, livros, revistas, músicas, enfim, em tantas mídias.

Inclusive muitas de nossas “impressões originais” de memória (BERGSON, 1999), se é que se pode falar numa “impressão primeira” (já que qualquer interação social não se dá sob tabula rasa), vêm dos meios de comunicação de massa, num circuito – aberto – de intensa autorreferenciação. Meneses (2009) destaca inclusive que todo acontecimento, se mediado pelos meios de comunicação, passa a incorporar em si mesmo uma dimensão midiática.

De fato, a lembrança do Collor já era a de uma reportagem televisiva. A imagem da bomba atômica que veio à cabeça foi aquela clássica seqüência televisiva em que se vê o cogumelo de fogo crescendo no céu do Japão. Afinal, não se poderia ter a experiência da bomba de outra forma que não fosse por alguma mediação à distância.<sup>59</sup> A lembrança de Tancredo veio de outra mediação fotográfica, aquela em que sua esposa, Risoleta Neves, abraça-o como se o segurasse pelas costas na cama do hospital, dias antes de ele morrer.

A importância dos meios de comunicação na formação e mediação de nossa memória e da consciência história é tal que prevalecem lembranças relacionadas a eles até mesmo quando se trata de lugares onde se esteve fisicamente. Embora tenha estado em Brasília uma vez, não lembro dessa viagem quando penso “Brasília”. São mesclas de evocações midiáticas que vêm à cabeça. Da mesma forma, jamais lembro da Avenida Rio Branco quando vejo fotografias da antiga Avenida Central. A avenida, a atual, com seu novo nome, e a antiga aparecem em minha memória como descontinuidade absoluta. O vínculo mnemônico que estabeleço é com outras fotografias do Rio antigo. É por mediações tecnológicas exteriores que penso nesses lugares, nessas pessoas, nessas épocas. Não importa se por tecnologias jornalísticas ou de quaisquer outras espécies, como livros de história ou ficção, telenovelas, músicas etc.

---

<sup>59</sup> Os vivos não podem tomar conhecimento da experiência dos mortos, a não ser que morram. Criticando a ineficiência da inflação de memória no comprometimento com um “nunca mais”, Sarlo (2007) fala que os sobreviventes da ditadura argentina não puderam perceber sua total dimensão, porque sua experiência limite seria a própria morte. Ou seja, ela aponta para um paradoxo que a Argentina viveria ao supervalorizar a estratégia da memória em detrimento da história, porque seria preciso ter morrido para estar autorizado a contar a história. Ela critica o excesso de valor dado ao testemunho, em lugar do valor da historiografia, principalmente devido ao caráter passional da memória.

É importante destacar que, do ponto de vista da identidade narrativa “imagética” do **JB**, ele não fez uso de fotografias óbvias. Tratadas como signos, as imagens substituem os acontecimentos (MAUAD, 2008), mas o **JB** descartou as imagens consagradas desses personagens e lugares. Ou porque não subestimou a memória de seus leitores, que seriam capazes de rastrear, em seus “bancos de dados” orgânicos, suas próprias referências sobre tais temas e personagens, de modo a completar a mensagem. Ou porque as grandes imagens-signos desses acontecimentos, personagens e lugares já estavam suficientemente gravadas na memória. Bastava uma evocação sutil, não redundante, para que a comunicação se efetuasse. As fotografias foram materializações de temas, mas acionaram referências mais amplas. Foram suportes de memória que precisaram ser efetivadas pela interpretação do leitor (*mimese* III).

Isso leva a pensar no processo comunicacional como fundamentalmente um processo de memória, tanto de processamento de referências prévias quanto de promoção de novos arranjos de lembranças, produzindo novos significados. Só se é capaz de ler aquelas fotografias porque se conta com um repertório mnemônico que permite a construção de sentido. Esse repertório é a *mimese* I de Ricoeur (1994), base sobre a qual se operam os significados, transfigurando-os num segundo momento (*mimese* III) de ação interpretativa sob o texto e sob o mundo, completando um circuito hermenêutico. Sempre provisório.

### 3.2 A VOZ JORNALÍSTICA

Enquanto o **Jornal do Commercio** montou sua legitimidade sobre o valor que a história lhe conferia e **O Fluminense** o fez com base em tradições, o **Jornal do Brasil** construiu sua ponte de acesso ao passado prioritariamente pela memória dos jornalistas. A ocorrência dos jornalistas na sua edição comemorativa não é exclusiva como personagens, como fizeram o **Jornal do Commercio** e **O Fluminense**, ao homenagear os funcionários exemplares e seus fundadores. No **JB**, os jornalistas apareceram como autoridade em si mesma para lembrar. A voz do jornalista como a verdade. Pretendia-se que sua memória valesse ali como documento histórico por si só. Essa é a principal construção que tentou promover o **JB**, enquanto o **Jornal do Commercio** se fez de baluarte do progresso e **O Fluminense** o guardião das tradições.

Essas construções narrativas corresponderam às necessidades de cada um desses periódicos no momento em que completaram cem anos, portanto não são aleatórias. O **JB** disse que teve jornalistas combatentes na configuração da profissão, que tentaram criar nova simbologia, com a ideia de que o jornalista deveria ser um exercício supraempresarial, autônomo, uma vocação.

Essa ideia, que alimentava o mito da missão romântica do jornalista, foi remarcada ao longo de toda a celebração, inclusive nos exemplares que antecederam à edição comemorativa propriamente dita. Não por acaso, o jornalismo é retratado nesta edição como agente privilegiado da história. O jornalismo, para o **JB**, deveria ser um trabalho missionário, acima de interesses políticos e empresariais. É sobre essa idealização que até hoje se fundamentam parte das críticas às práticas jornalísticas.

Não apenas os jornalistas foram retratados como combatentes, mas o próprio jornal. Na edição centenária e nas comemorações que se estenderam a ela, há inúmeros exemplos como:

Para uma pessoa física, ter problemas com as autoridades em geral resulta num prontuário. Para um jornal, resulta em pedigree. (JB, 09/04/1991, p. 1)

Na verdadeira edição centenária (de 09 de abril de 1991, dois dias depois da publicação da edição comemorativa no domingo, 07 de abril de 1991), o jornal ainda explorou amplamente o aniversário, continuando com a série de depoimentos que já durava um mês. Esses depoimentos mantiveram o caráter memorialístico:

Uma escola de jornalismo e de vida.  
Cheguei ao **JB** pela mão amiga de Odylo Costa, filho. Estou aqui há quase um terço desses 100 anos, ou quase a metade da minha existência. [...] Todo estagiário era obrigado a ler em uma semana uma obra de Machado para ‘aprender a jogar com as palavras’ e Odylo fazia a sabatina aos sábados. [assinado por José Gonçalves Fontes] (JB, 09/04/1991, p. 8)

Foi toda uma mítica sobre ser jornalista e sobretudo trabalhar no **JB** que foi sendo construída. Evidentemente, essa foi uma forma de valorizar o lugar de fala do profissional que representava o **JB** tanto no “mercado das fontes” e quanto no mercado dos leitores. Ou seja, não

somente o público escolhia seu jornal pelo seu valor simbólico mas também as fontes e esse é um fator que não pode ser desprezado no desempenho mercadológico de um jornal.

Numa sequência de páginas sobre as capas, aparece uma (p. 42) dedicada aos “Momentos de combate”. Nela, o periódico monta uma continuidade entre “a desobediência de Rui Barbosa”, antigo diretor, a censura do presidente Floriano Peixoto (1891-1894) em cobrir a Revolta da Armada (1892) e a publicação do título “Gorilas invadem o JB” em 1º de abril de 1964. E ainda com a notícia do AI-5 mesmo sob censura em 1º de dezembro de 1968 e a diagramação da primeira página só em texto, de 12 de setembro de 1973, quando foram proibidas manchetes e fotografias sobre o golpe no Chile.

A partir do **JB** e de outros jornais que traduziram uma “modernidade midiática”, desenharam-se novos valores para o jornalismo ou pelo menos a intensificação de alguns deles, paulatinamente. No **JB**, essa guinada da concepção de “responsabilidade” com a história foi idealizada *a posteriori*. Essa mudança de perspectiva foi entendida como tendo seu momento inflexivo na década de 1950, a partir de um conjunto de nas reformas gráficas, editoriais e empresariais, tratadas como a materialização dessa modernização do jornalismo. Esse debate foi realizado com densidade por Ribeiro (2000), contribuindo para esclarecer as implicações do **JB** na chamada modernização da imprensa assim como na formação do campo profissional jornalístico. (ROXO DA SILVA, 2007)

Portanto, todo um passado de efetiva intervenção na vida cotidiana, como intermediário do povo e defensor de valores monarquistas, foi esquecido na edição centenária em nome de uma nova elaboração do que seria para um periódico intervir na realidade social. Se um jornal é agente da história, passa-se a entender isso como a “revolução” dos anos 1950.

A edição centenária do **JB** trouxe questões profissionais do jornalismo e da própria empresa. Embora o tablóide de **O Fluminense** contivesse reportagens sobre processos internos, descrevendo, por exemplo, o *copy desk* e a fotomontagem, o **JB** pareceu mais tentar envolver o público em questões de natureza profissional. E acentuou muito mais suas posições políticas nos diferentes momentos históricos. Isso tem uma razão de ser: o **JB** tentou construir sua identidade por marca de oposição, fosse a que governo fosse – afinal começou monarquista em plena República -, e principalmente, em relação a outros jornais, procurou oferecer uma visão alternativa da história. (LOPES, 2006) Essa é a marca distintiva, sua autoridade no mercado lingüístico, que pretendeu formar e manter nas suas comemorações.

Em cada página da sequência década a década, destacou uma “Cronologia” na qual misturou fatos da história do Brasil, do mundo e de si próprio.

- 1903 – O JB defende, contra opinião de toda a imprensa da época, a abertura da Avenida Central.
- 1904 – No dia 14 de outubro, é inaugurada a pedra fundamental do prédio da nova sede do JB.
- 1908 – A partir de 1º de agosto, a primeira página do JB passa a ser ocupada totalmente por anúncios classificados.
- 1910 – Em 12 de janeiro, a redação e as oficinas do JB passam a funcionar no novo edifício da Avenida Central.
- 1912 – Compradas três máquinas de escrever em fevereiro.
- 1918 – JB é comprado pelo Conde Pereira Carneiro.
- 1921 – Barbosa Lima é o novo repórter do JB.
- 1922 – JB publica primeira edição extra com noticiário sobre travessia Lisboa-Rio feitas pelos aviadores Gago Coutinho e Sacadura Cabral.
- 1923 – JB publica foto de esporte na primeira página pela primeira vez na imprensa brasileira.
- 1930 – Adeptos da revolução invadem o JB, danificando mesas e maquinas. O jornal deixa de circular por uma semana.
- 1933 – Adota a composição mecânica.
- 1934 – Cecília Meireles começa como colaboradora.
- 1954 – Condessa Pereira Carneiro assume a direção.
- 1956 – Odylo Costa convidado para a reforma.
- 1957 – Em junho, chegam as novas rotativas Hoe.
- 1959 – 2 de junho, concluída a reforma.
- 1961 – Ganha Esso de reportagem “Adote uma criança” de Silvia Donato.
- 1963 – Inaugura a coluna do Castello.
- 1964 – 31 de março – redação invadida por fuzileiros. 1º abril – manchete: “Gorilas invadem o JB”.
- 1967 – JB ganha Esso “O futebol brasileiro – o Ingo caminho da fome À fama”, de João Máximo.
- 1969 – Autocensura substituiu censores.
- 1970 – Duas linotipos automáticas com fita perfurada por microprocessador.
- 1973 – Inaugurada nova sede na Avenida Brasil.
- 1975 – Ganha Esso “As drogas” de Juarez Bahia.
- 1976 – Lança a revista Domingo em 11 de abril.
- 1979 – 6 de agosto – passa a ser feito inteiramente por fotocomposição.
- 1981 – Ganha Esso com as coberturas da bomba do Riocentro.
- 1984 – 9 de abril – Nascimento Brito assume a presidência.
- 1986 – primeiros computadores chegam à redação. 9 de setembro – Lança caderno Cidade. 4 de outubro – Lança suplemento Idéia.
- 1988 – Redação totalmente informatizada.
- 1989 – Esso “O caso Chico Mendes” de Zuenir Ventura e equipe.
- 1990 – Esso com “Candidatura Silvio Santos” de Teodomiro Braga e Teresa Cardoso. 20 novembro – lança caderno “Negócios & Finanças” (JB, 07/04/91, p. 19-39)

Segundo Halbwachs (1990), uma das funções da memória é criar comunidade, ou seja, sentimento de pertencimento. O acontecimento une um grupo em torno de uma referência comum. Esses acontecimentos elencados - os prêmios Esso, as conquistas tecnológicas e mercadológicas - produzem nos jornalistas um sentimento de pertencimento ao **JB** e ao jornalismo em geral. Eles são também mediadores da experiência. Ou seja, os acontecimentos midiáticos operam uma dupla mediação – pelo veículo de comunicação em si e pelo próprio acontecimento, como uma lente através da qual momentaneamente se enxerga o processo histórico.<sup>60</sup>

Na verdade, o jornal tem como seu leitor primeiro a própria comunidade profissional. A partir de uma ideia de jornalismo referendada por ela é que o público leitor mais amplo terá acesso a concepções acerca do jornalismo. É como se a comunidade profissional jornalística encontrasse nessas edições especiais oportunidade de controle dos múltiplos sentidos sociais que o jornalismo poderia ter. E o principal acontecimento, de que trata afinal a edição comemorativa, é o aniversário: acontecimento-fundador de uma comunidade jornalística “**Jornal do Brasil**”, numa esfera menor, e de uma comunidade leitores do **JB**, numa esfera mais ampla.

Não por acaso, o jornal publica, da página 10 à 19, o resultado de uma pesquisa sobre seus assinantes, acerca de seus “gostos, atitudes e opiniões.” Sem produzir grandes textos comentando o resultado, limita-se a publicar gráficos. 62,7% acreditavam que as universidades não deveriam ser privatizadas, 61,3% eram contra a pena de morte, 52,3% já tinha sido assaltados etc. Os dados que mais interessavam: 61,7% disseram que o **JB** era independente e “61% acreditam que o jornal tem mais qualidade que outros meios de comunicação, um bom estímulo para ir em frente, em busca das comemorações de 200 anos de vida.”

Mais importante que o conteúdo das respostas foi sua publicação. Assim o jornal pôde encenar, por meio de mais um recurso, o pacto com seu público. Ao relatar seus gostos e atitudes, estava na verdade desenhando sua própria identidade, ou seja, estava jogando com essa identificação especular.

---

<sup>60</sup> Discutiremos acontecimentos midiáticos na Parte 2. Sobre mediação, cf. MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*. RJ: Editora UFRJ, 2001, 356p.

### 3.3 SÍNTESES DO TEMPO

Ainda que obedecendo à lógica cronológica, o jornal publicou cinco seções temáticas, que, no entanto, corresponderam a quatro períodos da história do **Jornal do Brasil**: a origem (como pré-história), a reforma (como ruptura), anos 1960 e 1970 (resistência) e anos 1980 (consagração). Com essa hierarquização do tempo, ordenando sua história, montou identidades e valores a partir de uma operação “historiográfica” própria.

Com a manchete "O velho e o novo", o encarte especial sintetiza as principais idéias desenvolvidas no editorial de primeira página pelo então diretor, Manoel Francisco do Nascimento Brito. A comparação entre passado e presente é, *grosso modo*, a linha condutora das narrativas que vão surgindo nas 48 páginas sobre a história do jornal e que ajudam a perceber as narrações sobre o fazer jornalístico durante um século.

A prolixia ao narrar sua própria atividade pode ser entendida como renovação de pacto com o público leitor, como quando destaca os principais pontos de venda ou quando perfila seus assinantes. Ao exibir as opções políticas, as considerações sobre a mídia, o comportamento social de seu leitor, o **JB** falava de seus posicionamentos. Estava reforçando sua identidade e seu papel dentre outros meios de comunicação ("jornal com mais qualidade, à frente de rádios, revistas e televisão").

Segundo Barbosa (2007b), a escolha de uma data para comemorar constitui uma estratégia memorável em torno da qual se elaborará uma sociabilidade (em torno do jornal) e uma pedagogia (sobre como usá-lo). O **JB** já teve dois aniversários. Além do 9 de abril, dia do Te-Deum de dom Pedro II, também já comemorou o 15 de novembro (Dia da República), tendo inclusive zerado sua contagem. (LOPES, 2006) Portanto, entre a data-monumento da Monarquia e a data-monumento da República, o **JB** foi construindo sua identidade.

O diário segmentou sua história em quatro fases. Uma "origem", que representa, na cronologia dessas narrativas, os 60 anos anteriores à década de 1950; "a reforma", que significa o período de transição para um novo jornalismo e para o qual não se estipulam nem marcos iniciais nem finais; os anos 1960/70, quando o jornal se tornaria expressão de resistência em favor da liberdade; e finalmente a década de 1980, em que o **JB** se estabilizaria como promotor de justiça. A cada uma dessas fases corresponde um artigo, enquanto o editorial as sintetiza.

Ainda que involuntárias, a segmentação e classificação da história de qualquer coisa em fases podem ser entendidas já como interpretação e apropriação. Na escolha dos temas dos artigos e do editorial, bem como no tratamento década a década dado à história do Brasil, o **JB** criou certa noção de tempo, com basicamente duas fases: entre a “velha” e a “nova”, o marco divisor da reforma.

As décadas foram divididas da seguinte maneira, de acordo com alguns destaques:

1891-1901 – O JB nasceu monarquista para criticar a República. Noticiou a Revolta da Armada em 1893, mesmo sob censura e o editor, Rui Barbosa, era advogado dos revoltosos. Só voltou às bancas [*sic*] no ano seguinte. Acompanha em 1897 a tomada do Araial de Canudos, pelas tropas do Exército [com ilustração de Antônio Conselheiro]

Reproduz texto [atualizado para os padrões de 1991] de apresentação do redator Rodolfo Dantas: “A imprensa da capital é numerosa e esclarecida [...] mas haverá ainda lugar par ao Jornal do Brasil.” Fala da cantoria do novo século: “Lá já alta a madrugada, já havia o JB entrado para o prelo e ainda continuava o regozijo...”

1901-1911 – “Rio se modernizava. O JB também. A cidade vem abaixo, sob comando de Pereira Passos, o ‘prefeito demolidor’, para abrir espaço para a Grande Avenida, a Avenida Central [atual Avenida Rio Branco]. É para lá também que a sede do JB se transfere...”

1911-1921 – 1918 – “Cólera mata 500 num só dia.” [sepultamentos em massa pela cidade]

1921-1931 – Sobre o Zeppelin no Campo dos Afonsos.

1931-1941 – Instituição do salário mínimo, a Intentona Comunista, inauguração do Cristo Redentor e morte de Lampião.

1941-1951 – “Uruguaios cala o Macaranã” e sobre retorno dos pracinhas.

1951-1961 - “Getúlio põe fim à vida com um tiro” e sobre as “forças ocultas” da renúncia de Jânio Quadros.

1961-1971 – “O sonho acabou. Depois do desenvolvimentismo, os anos 60 atingem o Brasil com a força dos tanques”, sobre chegada do homem à lua e sobre o tricampeonato da Copa do Mundo de futebol “Copa fica no Brasil para sempre”

1971-1981 – Atentado do Riocentro.

1981-1991 – “País chora a morte de Tancredo”, “O fim óbvio do Ghandi da floresta” [sobre assassinato de Chico Mendes], sobre inflação “A guerra de Sarney”, sobre a vitória de Fernando Collor de Melo nas eleições de 1989 e sobre a queda do muro de Berlim] (JB, 07/04/91, p. 19-39)

As opções do jornal são bastante diversificadas. Desde as explicações sobre sua origem monarquista até acontecimentos importantes para a história mundial. Desde acontecimentos esportivos a outros de ordem tecnológica, como a chegada do homem à lua e a passagem do Zeppelin pelo Rio, como se verá no capítulo 3 da segunda parte. Algumas décadas foram mais

fragmentadas por vários acontecimentos considerados indispensáveis nessa seleção realizada pelo jornal. Outras foram mais monótonas, do ponto de vista do noticiário. A opção mais importante talvez tenha sido pelo atentado ao Riocentro e pela notícia da morte de Chico Mendes, que se justifica pela participação que o jornal procurou construir sobre esses episódios, como se verá no subitem 3.3.3.

A cronologia é já uma operação historiográfica, ou midiográfica, na medida em que é uma forma de armação da intriga. (RICOEUR, 1994) Esse modelo já foi dominante na historiografia no século XIX e sobrevive como forma privilegiada de apresentar o tempo nos produtos jornalísticos. Essa estrutura temporal de narrar tem por função fornecer uma racionalidade causal aos acontecimentos, inscrevendo-os numa linha imaginária, o que é também uma forma de classificação e de dominação dos sentidos do tempo.

Essa linha cronológica permite que nos localizemos como mais próximos ou mais distantes de um passado ou de um futuro, portanto, também funciona como operação de natureza política. Ao nos localizarmos como distantes, produzimos um outro; ou um mesmo, como próximos. Ou seja, é a cronologia que permite a construção do passado, daquilo que “não é mais”. Todo passado é um outro de si. A função social do passado é justamente ser uma *performance* de si em função de uma distância temporal encenada. (CERTEAU, 2007)

Certeau (*ibid.*) critica a cronologia como a perpetuação da lógica da lei histórica. Ela seria outra roupagem para a velha determinação, a regra. Seria um tipo de organização do tempo que privilegia a determinação, a coerência da intriga onde necessariamente há incoerências e contradições. Se a vida, assim como a narrativa, é feita de concordâncias-discordantes e discordâncias-concordantes (RICOEUR, 1994), então algumas estruturas temporais poderiam privilegiar uma ou outra forma. Essa seria uma das formas de silenciamento de lutas, pelo menos na esfera simbólica da narrativa jornalística.

Ao recortar a história em períodos, a cronologia permite também que se coloque um presente como término de um percurso, como diz Certeau (2007), dando um fim performativo a problemas não solucionados. Ou, o contrário, possibilita a construção de um acontecimento como ponto de partida de um futuro encenado.

O ponto zero da história desses jornais – sua fundação – funciona como pretexto e condição para seu poder de historicização. Em última instância, é isso que essas edições especiais celebram. A narração cronológica (aquela que crê na cronologia como fenômeno, não

como mero recurso narrativo) depende de um “outro” que é seu ponto zero mítico. A narração cronológica do jornalismo depende sobretudo de pontos inflexivos, e esses pontos são fornecidos diariamente sob a forma de notícias. Os jornais produzem inúmeros marcos zeros todos os dias. E o acontecimento midiático é sua peripécia, o corte temporal que permite aos jornais dizer haver um antes e um depois, podendo mudar o rumo da história que eles contam.

O acontecimento fundação é a grande peripécia celebrada, é aquilo que inaugura o poder do jornal de narrar. Ele produz peripécias diariamente, oferecendo a sensação de instaurar novos presentes todos os dias, ao mesmo tempo em que vai produzindo passados.

A lógica de armação da intriga com predomínio do valor da origem (sendo necessários todos os dias novos começos) favorece o valor do jornalismo como forma de narração cotidiana, ao produzir sua necessidade. A consagração desse tipo de interpretação do tempo propicia uma lógica jornalística noticiosa<sup>61</sup> e a importância do jornalista como narrador social.

Portanto, o que se está considerando passado não é um tempo ido cronologicamente mas o resultado momentâneo e circunstancial de um jogo entre aquilo que se narra como “tendo ido” e aquilo que se faz ir, o que são operações diferentes. Existe a operação no plano da linguagem de dizer que algo é passado e outra concreta de fazer as conjunturas e estruturas mudarem. O jornal mexe com a primeira mas interfere também na segunda na medida em que fornece referenciais coletivos com os quais e sobre os quais se interpreta o mundo social, ou seja, os modos como se tem consciência dele e nele se participa.

A definição do corte passado/ presente se dá no nível coletivo, como diz Le Goff (1997d, p. 293) e é também um projeto ideológico. Nela estão embutidas também as noções de futuro. As três são inseparáveis. Nessa ação de transposição diária do presente em passado, os jornais se instauram como referencial coletivo de tempo.

O que importa aqui não é a construção historiográfica do que seja passado, mas justamente o contrário, os cortes temporais realizados no senso comum, esse império do jornalismo. Não se trata apenas de uma operação conceitual, mas de uma questão de cognição do tempo. É evidente, entretanto, que uma depende da outra. Tanto o historiador quanto o jornalista só escrevem com base em certas cognições historicamente possíveis. O quadro social de memória, que permite a construção de lembranças e esquecimentos, pode reduzir ou aumentar essas possibilidades, de acordo com múltiplas pressões sociais sofridas, de acordo com as

---

<sup>61</sup> Lógica noticiosa aqui entendida pelo princípio da novidade. Sobre notícia e novidade discutiremos no capítulo 4.

posições sociais que se ocupam, o tempo e lugares de onde se vem etc. (HALBWACHS, 1952) A grande força dos jornais nos processos de produção de sentidos sociais é justamente o fato de, por sua intensa narratividade, poder ajustar periodicamente os quadros sociais de memória.

Assim, eles estão permanentemente redesenhando o passado e um bom exemplo disso são as edições comemorativas. Se os grupos aos quais nos ligamos nos ajudam a lembrar, essas edições ajudam a lembrar o que é jornalismo, atualizando uma memória do que seja o jornalismo que o **JB** pretendeu perpetuar. Mas esse jogo entre efemeridade e perenidade não diz respeito apenas às grandes edições especiais, repetindo-se no noticiário diário, como se verá na Parte 2.

Por fim, a síntese mais instigante da edição centenária foi a publicação, na primeira página, da reprodução da mesma primeira página com o título “JB chega ao centenário com uma idéia que fica”. Como num jogo de espelhos, lê-se o mesmo texto na reprodução, fundindo dois tempos – o da edição e o da impressão – e produzindo uma estranha sensação. Sensação de pleno domínio do tempo. A eternidade.

### 3.3.1 O corte temporal

Nem sempre o **Jornal do Brasil** falou de si de modo coerente. Existe tanto um problema de referência temporal quanto de atribuição de intencionalidades na produção dessas narrativas. Os dois problemas estão imbricados. Em relação ao primeiro, embora, no editorial da primeira página, Nascimento Brito localize o desencadear da reforma 34 anos antes, ou seja, em 1957, o segundo artigo, "A reforma", assinado por Moacyr Andrade, começa assim: "A reforma do JORNAL DO BRASIL não teve número zero. O que a caracteriza em primeiro lugar é o andamento gradativo." Ou seja, o principal marco histórico apresentado pelo **JB** não tem data certa para começar nem para terminar, o que já é significativo.

Esse corte temporal estendido, gradual, é chamado de "a reforma" ao longo da maior parte da edição mas se caracteriza por muito mais que um conjunto de mudanças editoriais. Trata-se de uma intensa discursividade que se produziu pós-anos 1950 acerca do jornalismo no Brasil. Segundo Roxo da Silva (2007), uma geração de importantes jornalistas se esforçou em construir a idéia de que os anos 1950 inauguraram o que seria o moderno jornalismo brasileiro, sobretudo a partir da definição de critérios identitários em torno da questão da

profissionalização. Implicitamente há a suposição de que teria sido o desencadeador da modernização da imprensa brasileira. Em vários outros momentos, entretanto, a relevância do **JB** é ressaltada explicitamente: "... o segundo [artigo] tem como tema a reforma editorial que revolucionou o jornalismo brasileiro." (JB, 07/04/1991, p. 1)

Figuras 15 e 16



O editorial na primeira página e o artigo sobre a origem. Jornal do Brasil, 07/04/1991, p. 1 e 3.

O mais importante é perceber que esse discurso acerca dos anos revolucionários foi construído *a posteriori*, nos anos 1980, a partir de disputas bastante concretas, inclusive sindical, entre duas gerações de jornalistas em torno dos critérios de profissionalismo que se pretendia desenhar. (*Id., ibid.*, p. 65) O problema da objetividade, por exemplo, surge quando Brito, que é da geração acusada de romântica, diz que, antes de ser notícia, um jornal é opinião, "não adianta tergiversar. Jornal sem opinião é omissão." (JB, 07/04/1991, p. 1)

Andrade elenca no artigo os principais componentes desse processo de reforma: gradativa mudança gráfica, editorial e industrial, com a compra de novas rotativas, a criação de texto-legenda, uma seção exclusiva de esportes e de outra feminina, a mudança no projeto gráfico realizado pelo artista plástico Amílcar de Castro, a retirada de parte dos classificados da primeira

página, restando apenas um "L" do canto superior esquerdo até o canto direito do rodapé, além da criação de um setor de pesquisa e do famoso Caderno B.

O "não-começo" e o "não-fim" que caracterizam a descrição da reforma podem ser considerados a principal senha de compreensão do velho e o novo para o **JB**, que consegue, assim, reificar narrativamente seu poder em 1991, tendo a reforma como grande patrimônio. Ele sugere que sua transformação foi consequência das necessidades da sociedade. Se tudo se transformava, por que não o jornalismo?

Na segunda metade do século tudo haveria de ser novo, como o cinema que se passou a fazer. A música rotulava-se de Bossa Nova. Nova, em breve, seria a capital. A poesia também era neo, neoconcretista. O futebol, velha paixão, renovava-se para alcançar pela primeira vez a culminância do título mundial. (JB, 07/04/91, p. 5)

O único momento da edição em que a idéia de reforma é problematizada é no editorial. Nele, Brito diz preferir o termo modernização, explicitando um sentido que já estava embutido, e que capitaliza ainda mais relevância para o **JB** em referência aquele momento. Associando a reforma a uma consequência "natural", na sua adjetivação sobre o momento histórico que vivia o Brasil, sugere que qualquer outro veículo de comunicação teria tomado frente nisso que ele chama de atitude de modernização e que o fato de o **JB** ter desencadeado o processo foi apenas circunstancial, devido ao fato de ele estar preparado financeiramente para os novos tempos.

Não atribuo ênfase ufanista à reforma do JORNAL DO BRASIL, que, vista de longe, tem o halo lendário das iniciativas que dão certo. Não foi, entretanto, vontade pessoal nem projeto empresarial. Foi muito mais o produto de circunstâncias, entre as quais sobressaem a situação financeira da empresa, com hegemonia no mercado de anúncios classificados, ausência de dívidas e um nome honrado para valorizar a transformação. (JB, 07/04/91, p. 1)

Existe aí uma tensão entre modéstia e o sentido que está sendo explicitado que é o da noção de necessidade, como se houvesse um embrião de novo jornalismo esperando sua maturação e manifestação, que se dariam com o simples passar do tempo. Ou seja, haveria uma espécie de modernidade latente. Mas essa concepção deriva do pensamento que o tempo passa,

quando, de fato, somos nós, narradores da vida, que o fazemos passar. (RICOEUR, 1994) Tal concepção deriva da fundamentação fenomenológica de tempo contra a idéia de tempo cósmico.

Apresenta-se, então, o problema de verossimilhança no plano da coerência. Há, portanto, a questão do autor, do narrador-protagonista e do acontecimento. Uma das condições de verossimilhança é a possibilidade de percepção da autoria. Não necessariamente da autoria atribuída a um indivíduo particular, no sentido moderno, mas pelo menos da função autor. (FOUCAULT, 2000) Assim, o jornal é um autor. De fato, um grupo de profissionais escreve em nome dele (Brito, Andrade, Ventura, todos os repórteres, redatores, fotógrafos etc), mas essa autoria não é plenamente homogênea, com total identificação entre a política editorial dos donos da empresa e os funcionários que escrevem, mas uma composição de fluxos narrativos, inclusive dos leitores. Dessa ordem discursiva, na qual os indivíduos exercem papéis enunciativos, resulta o jornalismo praticado pela função autor **JB**. Assim, a verossimilhança também necessita de uma identidade, sua condição de permanência, ou seja, de uma duração do autor, cuja edição centenária é o emblema.

Uma das primeiras concordâncias narrativas produzidas nesta edição parte do efeito de autoria única em torno do título "Jornal do Brasil", embora tantos sujeitos tenham falado por meio dele em cem anos. Ou seja, um dos efeitos de unicidade narrativa com a qual se preocupava Aristóteles se dá pela função autor. Nesse caso, a edição centenária pode ser entendida como construção em retrospectiva tanto desse autor **JB** quanto de sua obra **JB**.

Ainda contra um totalitarismo enunciativo, recorre-se freqüentemente aos conceitos de polifonia e dialogismo de Bakhtin (1995), para desmontar a pretensa autonomia dos indivíduos em relação ao contexto histórico sociocultural. Entretanto, mesmo diante da complexidade de suas obras, principalmente do russo, que trabalha com a língua como processo social, Bakhtin e Foucault articulam um conceito – discurso – que corre o risco de ser compreendido simplisticamente, mesmo quando adotado o problema da enunciação. O conceito de discurso acaba não favorecendo tanto a aproximação com a história quanto o de narrativa. Isso porque, na narração, a comunicação é um agir mais nitidamente posto no plano temporal. Assim, ao se introduzir o problema do tempo, destaca-se o caráter processual da comunicação e as implicações da narrativa no processo histórico. Reconhecendo o valor das duas contribuições, optou-se pelo conceito de narrativa, ou melhor, narração, para sintetizar os processos sociais de representação do mundo.

Dáí a escolha por Ricoeur. Seu conceito de tríplice mímese deixa nítida a natureza processual da comunicação e sua concepção ficcional de toda narrativa fornece uma ruptura epistemológica que ajuda a minar a base de legitimidade de uma série de "gêneros" ou "ordens discursivas" que se apoiam numa relação pretensamente linear de referencialidade, como muitas vezes se evoca em relação ao jornalismo.

Voltando ao problema da verossimilhança e compreendendo, como Ricoeur (1994, p. 280), que, na composição de uma história, instituições podem assumir a função tanto de personagens quanto de autores, percebe-se que o **JB** é protagonista de suas narrativas especiais. Mas não só ele. Às vezes, as narrativas configuram outro protagonista: uma "entidade de primeira ordem do conhecimento histórico" (*id., ibid.*, p. 274): a sociedade. Essas entidades, que assumem funções discursivas, são postas em relação "artificialmente" a partir de uma lógica probabilística que é a própria composição da intriga, ou seja, a faculdade de imaginar possibilidades históricas e escolher algumas para construir as relações causais, a coerência narrativa, a verossimilhança.

O terceiro ponto referente à composição do verossímil é a construção do acontecimento. Pode-se entender verossimilhança como a composição da concordância dentro de uma obra. Entretanto, a história não avança se não houver peripécias, ou seja, a discordância que a faça avançar. Nesse sentido, o jornalismo pode ser encarado como um sistema de produção de discordâncias que ele mesmo sintetiza, compondo concordâncias. Suas narrativas são sínteses do cotidiano e a edição centenária síntese de cem anos de história. Nela, os acontecimentos eleitos são todas aquelas peripécias que fazem avançar a história, como a reforma.

Aqui já é possível refletir sobre a intencionalidade atribuída ao processo histórico. Dentre as possibilidades do que poderia ter ocorrido, alguns acontecimentos foram eleitos para "acontecer". Quem foi responsável por eles? Quem fez a reforma?

Brito relata as mudanças técnicas, no início, textuais e de diagramação (eliminação de fios entre as colunas, uso de grandes fotografias etc), depois gráficas e comerciais, mas destaca principalmente uma fundamental mudança de caráter editorial: a sensibilização para as questões, valores e expressões de um agente histórico cada vez mais poderoso – a classe média. O diretor diz que morreram as empresas jornalísticas que não tiveram a sensibilidade para perceber os novos tempos – a crescente industrialização, o caráter comercial da imprensa como veículo publicitário, e, sobretudo, a transformação do perfil socioeconômico da população brasileira.

Fica clara sua percepção de que uma determinada classe se expandira na metade do século tanto numérica quanto simbolicamente:

Despertava uma nova classe média, antes constituída de funcionários públicos e empregados de serviços. A classe média passou a fazer a opinião pública sem se dar conta, como o personagem de Molière que fazia prosa sem saber e se espantou quando soube. A classe média, quando percebeu, começou a fazer um novo Brasil. (JB, 07/04/91, p. 1)

A interpretação do crescimento e sintonia com classe média nos anos 1950 pode ser entendida como uma percepção, nos 1990, do estabelecimento de um novo modelo de consumidor, de um novo agente histórico que se fortalecera naquelas últimas décadas de industrialização. Para Brito, os jornais que eram muito mais afinados com o funcionalismo público e com políticos e que não perceberam as mudanças a tempo de se reformularem faliram antes mesmo do período militar. Essa é, na verdade, uma das explicações que vão aparecer no artigo da página 7, assinado por Zuenir Ventura, para a sobrevivência do **JB**. Ou seja, uma atitude tomada no passado, talvez inconsciente, foi interpretada, em 1991, como consequência necessária de uma série de fatos, de uma maneira quase teleológica, como se houvesse um modelo inevitável de modernidade jornalística da qual o **JB** seria o expoente. A reforma seria inevitável porque o jornal soube acompanhar as transformações do país. Quanto maior a simultaneidade dos tempos da história e do jornal, maiores a chances de sobrevivência.

O problema da causalidade histórica é inesgotável. Collingwood (s/d) descreve como se chegou a compreender a "necessidade histórica", identificando em Tácito (55 d.c.) as primeiras tentativas de explicar os acontecimentos, mas atribuindo suas causas à vontade pessoal dos imperadores. Mais tarde, o cristianismo produziu uma reorientação temporal ao adotar uma concepção cronológica de história, mas, neste caso, ainda se atribuía as causas às arquitetadas divinas.

No Romantismo (séc. XVIII), surge a concepção de história como progresso, no sentido de melhoramento da humanidade via educação e uso da razão. Mas foi no final do século XIX que a idéia de progresso se torna um "artigo de fé". Diz ele que "esta concepção era pura metafísica, extraída do naturalismo evolucionista e impingida à história pela índole da época." E

continua: “Tinha as suas raízes, sem dúvida, na concepção setecentista de história como progresso da raça humana na racionalidade e em direção à racionalidade.” (*Id., ibid.*, p. 229)

A interpretação de Brito de que qualquer outro veículo teria feito o mesmo nas mesmas condições soa também como lei de causalidade. E, como lei, poderia se repetir nas mesmas circunstâncias em outro lugar e momento. Pela quantidade de fatores enumerados, recorreu-se a uma relação de causadidade na qual se destacam mais condições necessárias do que suficientes, o que tornaria o vínculo de causalidade ainda mais estreito e, portanto, mais determinista. De qualquer forma, a reforma é construída narrativamente como um acontecimento único na história do **JB**. É sua grande peripécia.

### 3.3.2 Condensação do passado

Coube a Benício Medeiros assinar o artigo sobre o desconfortável passado de um **Jornal do Brasil** monarquista e "popularíssimo". Nele, o jornal rejeita qualquer base positivista, o contrário do **Jornal do Commercio** e do **Fluminense**. O único aspecto a ser glamourizado desse passado é a epopéia da fundação de um periódico naqueles tempos. Intitulado "A origem", na página 3, o artigo é também exemplo de vestígio de uma era na qual domina a lógica do indivíduo subjetivado. O **JB** é comparado a uma pessoa que passou por crises de personalidade mas que acabou encontrando um rumo a medida em que amadureceu. Deste modo, todas as opções do período pré-1950 consideradas equivocadas em 1991 são atribuídas à imaturidade.

Entre as opções consideradas erradas estão o período monarquista ("... depois serenou e tornou-se adepto apenas da legalidade e do bom senso") e a chamada fase pragmática em que os donos, Fernando e Cândido Mendes de Almeida, tentaram fazer com que o jornal se restabelecesse após os prejuízos pelo fechamento durante um ano e 45 dias depois do enfrentamento com o presidente Floriano Peixoto, em 1893.

O relato da fase que consolidou o **JB** soa como pedido de desculpas e merece umas poucas linhas: "Nessa época, o JORNAL DO BRASIL mereceu o apelido de *O popularíssimo*, por dar ênfase às reportagens policiais e manter um pé no sensacionalismo. De qualquer forma, aproximou-se do povo." (*JB*, 07/04/91, página 3, grifo original) Embora esse período não tenha sido muito longo em relação à trajetória do jornal, é um de seus grandes silêncios, mas não o

maior, embora tenha sido aí que o jornal alcançou a maior tiragem da América Latina e que possuísse o maior parque gráfico do Brasil.

Os quase 40 anos seguintes (de 1918 a 1957) não são narrados em nenhum momento textualmente. Todo esse período, que inclui a Era Vargas, só aparece em imagens nas páginas ilustradas na segunda metade da edição e rapidamente na menção, da página 7, aos apoios à posse do vice-presidente João Goulart e à política externa independente do ministro de Jânio Quadros, San Thiago Dantas. Posições aliás, consideradas errôneas pelo jornal em 1991.

Fase ainda mais curta que a do "sensacionalismo" mas não tão velada narrativamente são os primeiros dois anos do jornal, que nasceu para defender a Monarquia. Entrelaçando a vida da República com a do **JB**, como dois irmãos que nasceram quase ao mesmo tempo e que brigavam muito, o artigo afirma que o **JB** passou naquele momento por uma crise de crescimento mas a superou graças a seu caráter, conseguindo manter a coerência. Já a República, que também estava em crise em seus primeiros anos, continuava assim, segundo o **JB**, cem anos depois.

Há outros dois aspectos a serem explorados na narração dessa longa origem estendida que são as idades dos fundadores da empresa (Rodolfo Dantas, 37 anos, Joaquim Nabuco, 42, José Maria da Silva Paranhos, o Barão do Rio Branco, 46) e a idéia de um esforço de superação do seu tempo. Referidas a 1891, as idades significaram, para o **JB** em 1991, o signo da juventude empreendedora, como se esses sujeitos representassem a antecipação do futuro, ou como diz Koselleck (2006, p. 317), a não-contemporaneidade do contemporâneo.

Esse modo de pensar é perfeitamente possível dentro de uma lógica temporal do progresso surgida a partir de um grande conjunto de experiências inéditas desde o final do século XVI, como a revolução copernicana, o descobrimento do globo terrestre e o de populações com diferentes modos de organização, o que foi compreendido como diferentes fases de desenvolvimento. “Um grupo, um país, uma classe social”, continua Koselleck, “tinham consciência de estar à frente dos outros, ou então procuravam alcançar os outros ou ultrapassá-los”. Os dotados de superioridade técnica “olhavam de cima para baixo o grau de desenvolvimento dos outros povos, e quem possuísse um nível superior de civilização julgava-se no direito de dirigir esses povos.” (*Id., ibid.*, p. 317)

Além da idade, destacou-se a energia dos jovens na empreitada da fundação do jornal diante das dificuldades tanto políticas quanto técnicas. Brito, por exemplo, lembra, em tom de

confissão, que a impressão do **JB** não era muito boa, na verdade, até a década de 1950 e que isso vinha sendo negligenciado inclusive dos anais da reforma. História, portanto, que ele diz corrigir.

A primeira *carta* de Nabuco não veio a tempo de sair no primeiro número, porque o vapor atrasou. O equipamento moderno encomendado à prestigiosa Casa Marinoni, na Europa, também não chegara [...]. Na falta de melhor equipamento, o primeiro JB foi impresso numa Alauzet-Express, plana, que entrou em operação às 11 da noite. A luz mortiça do gás acetileno iluminava a oficina, de onde começou a sair um barulho que, àquela hora morta, tomou conta da Gonçalves Dias. (JB, 07/04/91, p. 3)

### 3.3.3 Presente contínuo

Já que se falou em luz mortiça, o terceiro artigo fala das trevas. Se a reforma da década de 1950 é entendida como processo, os anos 1960 e 1970 são configurados como ameaça de pausa. Como o jornal manteve a missão de revolucionar a imprensa durante o período militar? Segundo o artigo da página 7, assinado por Zuenir Ventura, foi justamente no período mais movimentado e rico de sua história que o **Jornal do Brasil** consolidou a reforma, nos anos 1960 e 1970, prova de fogo da qual a empresa saiu vitoriosa. Além disso, há, mais uma vez, o entrelaçamento entre o jornal e o Brasil.

Depois de realizar, no fim dos anos 50, uma reforma cujos efeitos se espalharam aos poucos por toda a imprensa brasileira, o JORNAL DO BRASIL, para consolidá-la, viveu nas duas décadas seguintes alguns dos momentos mais ricos e agitados de sua história – *a exemplo, aliás, do que ocorreu com o país e o mundo*. Graças às conquistas anteriores, que o lançaram na modernidade editorial, técnica e industrial, o jornal pôde acompanhar os *saltos e sobressaltos que marcaram a trajetória do Brasil e do planeta* nos anos 60 e 70. (JB, 07/04/91, p. 7, original sem grifos)

Ventura apresenta a imprensa como instituição impotente frente ao poder repressivo da ditadura, mas, ainda assim, como foco possível de resistência, sobretudo frente à TV, o que sugere mais uma vez uma tentativa de o **JB** se afirmar não somente em relação aos demais impressos mas também aos meios de comunicação em geral. É como se o jornal dissesse que novas tecnologias de informação não substituem o primado da imprensa.

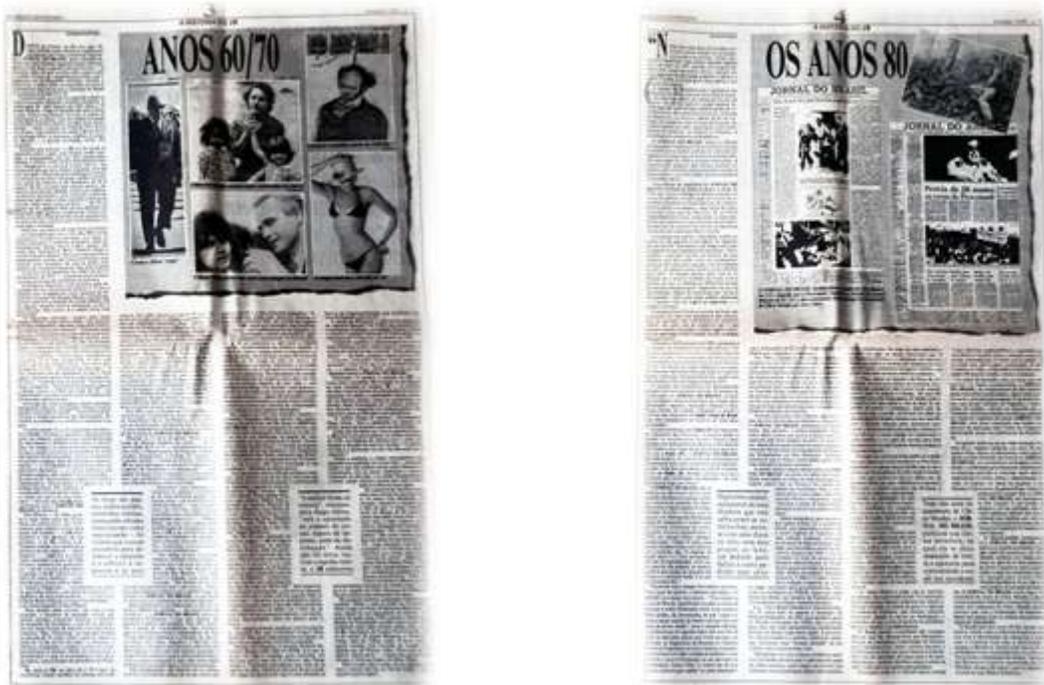
Ele fala em período de luz e sombras e no fato de alguns filmes de diretores como Woody Allen, Copolla e Bergman terem estado em cartaz no final da década de 1970 significava o vislumbre do fim do túnel. Ventura afirma que nem sempre o diário acertou em suas posições, como o apoio ao golpe de 1964, porque acreditava que a continuidade democrática estava ameaçada e que, enquanto fazia oposição política, continuava apoiando o regime nas diretrizes econômicas. Essa última observação talvez significasse a necessidade de um tom de ponderação no anos 1990, como uma forma de afastar uma possível e comercialmente desagradável associação à idéia de jornalismo incendiário, ainda que preservando o legado da imagem de resistência.

Dois edições (14 de dezembro de 1968 e 12 de setembro de 1973) são lembradas como monumento à resistência jornalística. A primeira publicada no dia seguinte à decretação do AI-5, quando a redação trabalhou com a presença de cinco censores e, a segunda, quando foi noticiada em primeira página, sem manchete nem foto, o assassinato do presidente chileno Salvador Allende, driblando e ao mesmo tempo acatando a ordem do governo de não publicar nem foto nem manchete sobre o assunto. As duas edições alimentam até hoje o mito da resistência e a fábula do jornalista esperto que ludibria autoridades ignorantes.

É claro que as edições diárias podem e costumam ser usadas como documentos das épocas em que foram produzidas, onde se podem encontrar tanto discursos explicitamente enunciados quanto rastros daqueles que escreveram, mas também da sociedade na qual estavam inseridos. E, embora cada vez seja menos comum entre historiadores a distinção entre documento e monumento, essas duas “edições de resistência” são celebradas justamente a partir de uma intencionalidade monumental atribuída aqueles anos 1960/70. O **JB** dá a entender que elas já foram publicadas na esperança de que fossem, no futuro, celebradas como emblema de circunstâncias profissionais que não deveriam se repetir, como que produzindo um dever de memória nas gerações futuras. (RICOEUR, 2000)

No entanto, é preciso lembrar que foram os editores de 1991 que acionaram essa memória, que ela não brota do passado, mas precisa ser acionada no presente. Ou seja, em 1991, essas duas edições mantinham algum valor simbólico no contexto da imprensa fluminense, sobretudo para a história do **JB**, ainda que em outro contexto, ou como diz Meneses (2009), num momento de reinscrição de memória.

Figuras 17 e 18



Artigos sobre os anos 1960, 70 e 80. Jornal do Brasil, 07/04/1991, p. 5 e 7.

Segundo o quarto e último artigo, assinado por Léo Schlafman, na página 9, rastros da ditadura avançaram sobre a década de 1980 por meio de atitudes antidemocráticas, como a devassa contábil contra o jornal, ordenada pelo presidente José Sarney ("da qual não se recuperou até hoje"), pelo fato de ter apoiado o parlamentarismo, e a ameaça que sofreu por denunciar o esquema de fraude eleitoral da Proconsult em favor de Moreira Franco contra Leonel Brizola. O **JB** diz também que graças a ele o assassinato de Chico Mendes se tornou escândalo internacional, já que dias antes do crime fora publicada entrevista em que o ambientalista revelava os nomes de seus possíveis algozes.

Mas nenhum episódio é lembrado de modo mais significativo que a bomba do Riocentro. O repórter Fritz Utzeri descobriu a farsa da perícia e a versão do suposto atentado subversivo se tornou insustentável. Com isso, o **JB** demonstrou ter ajudado a sufocar o grupo radical militar que rejeitava a abertura política. Assim, o **JB** sobe ao palco da história, três décadas depois de "a História ter chegado ao Brasil", como dissera Brito sobre os anos 1950.

Portanto, a edição comemorativa coloca como marco fundamental a reforma dos anos 1950. Antes dela, é como a pré-história do jornal. Embora não dê data exata para o início (o ano

de 1957 é referido somente uma vez), toda a construção narrativa da edição coloca aquela década como espécie de real nascimento do jornal, ou, pelo menos, como um momento em que, pela primeira vez, a história do Brasil e de si próprio podem se afinar. Se “a História só chegou ao Brasil nos anos 50”, com a industrialização e a economia de mercado, e o **JB**, entre 1960 e 1979, foi mais vítima, nos 1980, ele toma a dianteira da história. Sua glória não está no passado distante, mas num passado recente.

Em resumo, o **JB** confeccionou um conjunto de narrativas que estabeleceu, de modo geral, a seguinte relação do diário com o tempo histórico: fundar um periódico no século XIX foi um enorme esforço, diante do atraso em que o país estava mergulhado técnico socioeconômico e politicamente; o **JB** funcionou perfeitamente durante mais de 60 anos mas foi somente nos anos 1950 que o país lhe ofereceu chance de empreender todo seu potencial a partir da chamada reforma, que impactou todo o jornalismo no país; finalmente, o jornal poderia deixar sua modernidade latente fluir e transformar o mundo. As décadas seguintes representaram a consolidação da relação do diário com seu público e com o compromisso de intervir na realidade quando julgasse necessário.

Diante desse relato, o **JB** se coloca como ator fundamental dos processos de atualização do fazer jornalístico (e instrumento do fazer histórico), sob a ótica do que há de mais moderno, tendo em vista um permanente aperfeiçoamento sobretudo de natureza política. Esse aperfeiçoamento diz respeito a sua crescente capacidade de prever os acontecimentos e, assim, fazer as melhores escolhas no presente.

Enquanto outros periódicos destacam em suas comemorações as inovações tecnológicas, o **JB** acentua seus erros e acertos nas posições que tomou, de modo coerente com o que disse Nascimento Brito: "jornal é de opinião". É muito mais essa possibilidade de atuar pela expressão que está sendo comemorada em 1991 do que a marcação de uma data monumental em 1891. Até porque a comemoração é, mais do que uma festa coletiva, um recurso publicitário para a empresa e marcação de uma identidade profissional para os jornalistas, ao mesmo tempo em que reafirma um pacto com o leitor.

Entretanto, essa festa do **JB**, materializada na edição centenária, adquire contornos públicos ao oferecer recursos e suportes de reelaboração não somente da memória do fazer jornalístico como da relação do leitor com seu jornal e da sociedade com seu jornalismo, tendo o **JB** como paradigma para todos esses fazeres possíveis.

### 3.4 A EXPERIÊNCIA DO NOVO: PROSPECÇÕES

O ordenamento cronológico do tempo é explorado editorialmente pelo **Jornal do Brasil**, que produz não somente uma retrospectiva durante um mês antes do aniversário mas também se propôs a realizar uma prospecção de futuro no mês subsequente. Ou seja, pegou-se a estrutura temporal do calendário, que permite projetar o tempo para frente e para trás, e condensou-o numa mini linha temporal, num recorte de duração de dois meses.<sup>62</sup> O curioso é que tal projeto não funcionou, talvez por falta de criatividade para esse tipo de pauta. Por volta da terceira semana, a seção “O jornal do próximo século” desapareceu. Entre as “notícias” do futuro estão:

Trens concorrem com avião  
Futuro termina com gravadoras de videodiscos  
Carros velozes e sem gasolina  
O Futura da Volks estaciona sozinho  
As armas para as guerras nas estrelas  
MIT: uma fábrica que cria futuro  
A pistola laser do herói Luke Sky Walker deixará de ser ficção de cinema  
Petróleo termina antes do século 22  
Tempo fechado com furação no século 21  
(JB, de 10 a 19 de abril de 1991)

Notam-se algumas preocupações e principalmente a prevalência da sedução de um imaginário tecnológico. Além de problemas de ordem ambiental e econômica, tais como o fim do petróleo, alternativas de transportes e previsões meteorológicas, esse se tornou um espaço privilegiado onde se utiliza todo um repertório de ficção científica.<sup>63</sup> Surge então espaço para o lúdico, para o cinema de ficção, para os automóveis que estacionam sozinhos, como os carrinhos de brinquedo que piscam e andam por controle remoto e fascinam os meninos. Tudo isso mesclado a um universo literário que pretende ser combativo. O jornal permitiu aí brincar com o imaginário do público. E talvez justamente por tamanha excepcionalidade, a brincadeira não durou muito. Terminou antes do previsto. Brincou-se perto demais com a ficção para um jornal não-sensacionalista. A referência apenas na imaginação, em projeções de futuro, fragiliza o jornalismo.

---

<sup>62</sup> Sobre tempo calendário, *cf.* Ricoeur, 1996, *op. cit.*

<sup>63</sup> Trataremos do imaginário tecnológico no capítulo 5.

Além desse tipo de reportagem prospectiva, o jornal realizou uma enquete com *socilites*, artistas e políticos, que responderam à pergunta “Qual a principal notícia que o Jornal do Brasil vai dar na primeira página em 9 de abril de 2091?”. A própria enunciação da pergunta já é uma proposta de fidelidade ao jornal e ao jornalismo em geral. Acreditando que o jornalismo se perpetuará até essa data, alguns entrevistados deram respostas como: “Descoberta a cura da Aids” (Lucinha Araújo), “Pesquisa demonstra: não há mais fome no Brasil” (Ferreira Goulart), “Encontrada vida em outro planeta” (Bia Lessa), “Encontrada a solução para igualdade [*sic*] dos homens.” (Marcello Alencar) etc. Mais uma vez, assim como em **O Fluminense**, percebe-se o domínio que o público possui da linguagem jornalística adotada pelo **JB**, na forma como espera ler nele as notícias, na forma como crê ser a linguagem jornalística, evidenciando a mútua interferência estética entre público e jornal.

Embora a referência ao futuro seja explícita, não quer dizer que toda relação com o passado e toda narração jornalística não contenha nela mesma (*mimese* II) um espaço de experiência (*mimese* I) e um horizonte de expectativa (*mimese* III). (KOSELLECK, 2006, RICOEUR, 1994) Ao produzirmos sentidos sociais, partimos de repertórios comuns já dados, mas simultaneamente também projetamos futuros. As três dimensões do tempo não se separam. A historicidade dos homens pressupõe um lugar e um tempo, mas nesse tempo esta incluída a relação intrínseca passado/ presente e futuro. Ou seja, está incluído o que entendemos como legado, como presente histórico e como esperança e medo.

No jornal, o futuro, enquanto projeto, é frequentemente acionado quando se fala em “novidade”. O **JB** não deixa de lado o papel das expectativas de futuro nas suas comemorações e ele mesmo se coloca nesse lugar especial. O novo adquire valor.

No **JB**, o futuro diz respeito ao papel atribuído ao jornalismo na sociedade. Destaca-se o papel mais ativo do periódico, sendo representante e vetor do "novo". É interessante comparar como o **JB** se narra em sua edição de 50 anos (1941). Em vez de vetor da modernidade, ele apresentava como a estabilidade, a tradição.

No nosso Brasil onde tudo é novo, onde as instituições adquirem com alguns lustros fóros de tradição, onde as coisas e os homens passam tão depressa, onde a viagem da evolução apaga todos os rastros de tanta coisa e de tanta gente, os cinquenta anos da labuta jornalística, hoje completados pelo Jornal do Brasil, já são por si só um galardão raro, precioso, na vida de uma folha carioca. (JB, 09/04/1941, p. 1)

O **Jornal do Commercio** lança a imaginação para um Brasil-potência, exportador de ferro e papel, que terá seguido palavras de ordem tais como expansão, internacionalização, altíssima velocidade de atualização tecnológica e poucos impostos. O **Fluminense** torce pela integração do estado, ou seja, por um futuro no qual Niterói e o Leste fluminense tenham maior participação na vida política do Rio e, conseqüentemente, que sua própria importância aumente. Enquanto o **Jornal do Brasil** espera fazer história e projeta um jornalismo ativo, decisivo na vida do Brasil.

Não se espera que esses jornais problematizem a multiplicidade de tempos da experiência, até porque suas narrativas já são compostas por essa diversidade, mas, ao produzir histórias de autopromoção, não deixam de apelar a uma determinada arquitetura temporal que os faz necessários. Os jornais trabalham uma ideia de história derivada do senso comum, como seria de se esperar, já que o jornalismo habita o senso comum. O fato é que essa concepção de história favorece a construção de seu valor simbólico.

Desse modo, os jornais aparecem como vetores de uma modernidade programada. Tornam-se necessários. Para que o leitor se sinta moderno, atual, preparado para o futuro, orientado em um mundo prescrito, precisa do jornal. Portanto, o tempo linear progressivo e a ideia de progresso teriam a função, nesses jornais, não só de permitir uma consciência de destaque, de distância temporal em relação a um passado atrasado, mas sobretudo permitir a percepção de que quem avança a história é o jornal. Apesar de marcos temporais como a República ou a Abolição, entre outros, os jornais produzem suas próprias datas limítrofes. Diariamente. E se a noção de progresso produz um sentido de alargamento da diferença entre o espaço da experiência e o horizonte de expectativa, projetado cada vez para mais longe, então o presente é experimentado como transição para a qual o jornal é o condutor, o guia, o mapa. Ao fazer isso, reivindica direitos sobre a história.

O jornalismo se instalaria no cotidiano, portanto, como aquilo que fornece um imaginário que irá ancorar com enorme força simbólica o sentido de atualização da modernidade. Ele daria, com eficiência, a profundidade histórica, podendo oferecer de um dia para o outro o abismo.

Até aqui, discutiu-se três diferentes modos de apropriação jornalística do passado: história, como registro do tempo; tradição, o passado continuado no presente; e memória, como herança privada do tempo. Este capítulo encerra a primeira parte com a reflexão sobre relação

entre acontecimento, memória e narrativa, servindo de ponte para a investigação acerca da necessidade do passado na construção do acontecimento e da notícia, esta como ponto inaugural de novas sequências narrativas, logo temporais.

Na segunda parte desta tese, composta por dois capítulos, trataremos da composição de acontecimentos de ordem rotineira, diferentemente das comemorações e da fundação dos jornais. Será o momento de observar articulações de futuro a partir de grandes acontecimentos (capítulo 5) e de várias espessuras do presente (capítulo 4).

Assim, o próximo capítulo foca a inscrição material do jornal no cotidiano, ao inserir um ritmo de expectativa de novas leituras, conformando uma idéia de novidade. Antes mesmo da noção de notícia como se entende hoje, o princípio da novidade estava embutido no fazer jornalístico, ainda que mesclado a noções de passado. Ao mesmo tempo em que os jornais contavam novidades, promoviam sínteses de passados, com pretensão historiográfica (interpretativa) ou com preocupação de registro.

## PARTE II: ACONTECIMENTOS MUDIÁTICOS E A EXPERIÊNCIA TEMPORAL

Na primeira parte, analisou-se o recurso da comemoração como efeméride especial sobre a qual os jornais elaboraram suas versões de história, o que exatamente foi celebrado e de que forma essa substância foi remetida ao passado. A apropriação da dimensão temporal considerada socialmente idá resultou em três modos de representação do tempo: história, tradição e memória. História com sentido de tempo remoto superado que deveria ser recuperado em virtude de sua função esclarecedora sobre o presente e cujo fluxo temporal poderia ser fixado pelo jornal. Tradição foi entendida como passado continuado no presente, como seu substrato para o qual o jornal seria sua base. E, por fim, memória tratada como tempo não exatamente ausente nem remoto, mantido pelas narrações de homens especiais autorizados a carregar esse legado narrativo porque testemunhas e agentes do processo de modernização do jornalismo.

O **Jornal do Commercio** procurou sua gênese jornalística e marcou sua inscrição como vetor de modernidade e progresso político e econômico. O **Fluminense** se inscreveu na história como portador e guardião de tradições de um estado extinto, não enquanto territorialidade, mas espaço político. E o **Jornal do Brasil** exaltou os homens que nele trabalharam e que em nome dele transformaram a imprensa de tal maneira que tudo o que houvera antes – incluindo ele próprio – tornara-se pré-história do jornalismo.

Assim, cada periódico, a seu modo e em circunstâncias diferentes, produziu sua historiografia em edições de aniversário. Nesta segunda parte, é ainda um sentido de história que está em jogo, porém não remetendo ao passado, mas ao presente e ao futuro.

Para enxergar a contribuição do jornalismo para a percepção social do tempo se faz necessário compreender não apenas os usos do passado mas também as outras duas dimensões. Além disso, as edições comemorativas são um material excepcional dentro da rotina produtiva de um periódico. Logo, o passo seguinte obedece a duas estratégias de abordagem das narrativas jornalísticas: a primeira, no capítulo 4, é construir um grande panorama diacrônico da rotina narrativa dos jornais, de modo a tornar evidentes os movimentos de transformação e permanência de seus diferentes recursos ao tempo. O instrumento para isso será a concepção de notícia, problematizada do ponto de vista apenas temporal, deixando de lado questões que dizem respeito à linguagem e à substância do que é narrado.

A segunda abordagem, realizada no capítulo 5, obedece a uma seleção temática de acordo com eventos que poderiam fornecer forte sentido de futuro. Foram selecionados grandes acontecimentos tecnológicos: experimentos, inaugurações e fenômenos em geral relacionados a novas tecnologias e que tenham sido relatados pelos jornais. Como se tratam de fatos diferentes, em momentos díspares, recorreu-se sempre a um periódico contemporâneo como parâmetro para a análise do objeto empírico principal, lembrando que foram analisadas apenas as coberturas referentes aquele dado evento previamente escolhido. Assim, o **Jornal do Commercio** foi comparado à **Gazeta de Notícias**, **O Fluminense** ao **Jornal do Brasil** e o **Jornal do Brasil** ao **Última Hora**, ou seja, jornais de igual ou maior importância naquelas épocas.

O que une as análises no bloco comum desta segunda parte é o fato de serem atravessadas pelo problema da construção do acontecimento como tessitura de fios narrativos. O capítulo 4 tangencia o acontecimento ao tratar a notícia como geradora de efeito de novidade e/ ou de continuidade narrativa. Já o capítulo 5 é todo dedicado a seis acontecimentos simbólicos que foram trabalhados como utopias comunicacionais: a iluminação pública a gás e a eletricidade, a passagem do Zeppelin, a chegada do homem à lua, a ponte Rio-Niterói e a adoção do telefone no município de Niterói.

No capítulo 4, são esmiuçadas as várias dimensões da experiência temporal que fazem com que o jornalismo seja percebido como narrativa do presente. Segundo Franciscato (2005), o jornalismo opera com uma temporalidade própria que ele conceitua como atualidade. O conceito define a complexa relação entre jornalismo, tempo e narrativa, composta de cinco temporalidades: simultaneidade, que fornece a noção de comunidade; a instantaneidade, como

efeito de compressão do tempo; a periodicidade, que promove a necessidade do jornalismo; a “revelação pública”, que seria o tempo da enunciação; e a novidade, como valor da notícia.

O problema é que a tipologia criada pelo autor dá conta de um tipo de jornalismo de referência praticado sobretudo na segunda metade do século XX, mas traz algumas impertinências se aplicada às experiências jornalísticas do século anterior, ainda que o autor tenha alertando para o fato que os tipos predominaram em diferentes épocas. A dificuldade de aplicação se apresenta principalmente em relação ao valor da novidade na construção da notícia, o que deve ser relativizado principalmente no que se refere ao **Jornal do Commercio** nos oitocentos. O objetivo não é tanto criar uma classificação para as narrativas, mas, ao identificar diferentes relações com o tempo, observar as múltiplas funções e estratégias de usos do jornalismo. Por isso, o capítulo 4 arrisca relativizar essa perspectiva comparando “notícia” e “história”, como duas armações de intriga, e oferece outra tipologia temporal que ajuda na visualização de um movimento mais amplo da representação jornalística.

Arriscamo-nos a imaginar a experiência do leitor a partir do leitor implicado no próprio texto. Notícia no século XIX e no século XX não teriam em comum nem a forma nem a questão do ineditismo, mas o olhar voltado para o cotidiano. O jornalismo vai gradativamente desqualificando a história como narrativa capaz de indicar a mudança. Mais dinâmico, ele se apresenta como a forma de representação capaz de identificar e relatar as mudanças, percebidas como cada vez mais aceleradas. Assim, história e notícia vão se divorciando e o jornalismo faz da história ou um banco de dados do passado ou um *slogan* publicitário.

A tipologia alternativa apresentada no capítulo 4 discorre sobre dois outros modos do tempo – cósmico e histórico -, mas acentua principalmente uma terceira temporalidade que de certa forma se assemelha ao conceito de atualidade de Franciscato e que se optou chamar cotidianidade. Ela é a chave de compreensão da relação entre jornalismo e tempo e corresponde ao conceito de atualidade de Franciscato.

No cotidiano se dá a integralidade da experiência histórica (HELLER, 1992), onde se desenvolve um saber prático que nasce da necessidade e de microrresistências. (CERTEAU, 1994) Ou seja, é o lugar da prática. De certo modo, pode-se definir cotidianidade como a forma historicamente condicionada de emprego do tempo e o lugar de invenção de novos ritmos e durações. Aí entra a principal contribuição “inventiva” do jornalismo para a percepção social do

tempo.<sup>64</sup> Se os ritmos e durações do cotidiano são marcados pelos acontecimentos, os acontecimentos midiáticos desempenham importante participação nessa marcação.

O *status* de um acontecimento como histórico depende do problema investigado pelo historiador *a posteriori*, dependendo de uma série de processos seletivos que ele executa. (CARR, 1996). Entretanto, ele não detém o monopólio da interpretação histórica que pertence a todos. O problema é que, quando se espera que o jornalismo se atenha a narrar o factual, não apenas se reproduz um antigo modelo de escrita da história como se tenta dissolver o indissolúvel: o componente interpretativo de todo ato comunicativo. Assim, existe um falso problema em termos de substância que diferenciaria um acontecimento histórico de um midiático. Ambos pertencem ao domínio da interpretação.

O capítulo 5 evidencia que mesmo os acontecimentos midiáticos possuem uma história, não traduzindo a mesma experiência em qualquer tempo e lugar. Percebeu-se claramente uma distinção na forma de abordagem e de transfiguração do acontecimento pelos jornais no século XIX e no XX. De fato, entender como se dava a experiência desses acontecimentos via jornal é tarefa mais difícil e bem mais arriscada. De qualquer forma, marca-se essa diferença narrativa e se tenta compreender sua razão.

Frequentemente se reduz a definição de acontecimento midiático à ação desencadeada por um ou mais meios de comunicação (RODRIGUES, 1999), mas ela não satisfaz como instrumento desta análise, pois os eventos estudados aqui ocorreram independentemente da intervenção de um veículo. A definição permanece longe de dar conta do atravessamento da dimensão midiática no cotidiano. Isso porque o fato de não terem sido mobilizados pela intervenção de um veículo não significa que seus significados sociais não tenham sido produzidos no processo de interação com os meios.

Ainda assim, é difícil saber o grau de participação das mídias na produção dos sentidos de um acontecimento, já que fazem parte de um sistema cultural mais amplo e complexo, no qual integram interações comunicacionais diversas. É igualmente difícil traduzir a intensidade da experiência desses acontecimentos em termos quantificáveis. Sua única forma de apreensão é narrativa, pela linguagem.

---

<sup>64</sup> Sobre cotidiano e história, cf. DEL PRIORE, Mary. “História do cotidiano e da vida privada”. In: CARDOSO, Ciro Flamarion; VAINFAS, Ronaldo (orgs.). *Domínios da História*. Ensaios de Teoria e Metodologia. RJ: Campus, 1997, pp. 259-274.

O que se está chamando acontecimento midiático é o resultado de uma operação narrativa. É o nó de uma intriga que provoca a intensificação da experiência do tempo, seu adensamento-discordante. (RICOEUR, 1994) Enquanto resultado do jogo entre um fluxo de narrativas e efeitos de ruptura, ele instaura o presente: "o agora existencial", o tempo da preocupação (*id., ibid.*, p. 100).

O acontecimento nada mais é que a peripécia de uma narrativa. Sob a ótica aristotélica, seria a unidade mínima de ação de qualquer história. Mas, para a História, pode ser um conjunto de ações enfiadas também numa unidade mínima de significado. O tamanho desse conjunto vai depender de uma questão de escala: se usando uma perspectiva de curta, média ou longa duração (Braudel, 2007). Além do método interpretativo, dos objetivos críticos, outra diferença entre a operação narrativa do historiador e do jornalista é a diferença de escala. O acontecimento jornalístico é sempre muito curto, até pela necessidade de seu ritmo narrativo periódico, o que não significa que, por efeito de seu fluxo narrativo, o jornalismo também não produza acontecimentos de média duração, como a chamada "violência urbana" no Rio de Janeiro, acontecimento que vem sendo construído já há três décadas, como estudamos em outra oportunidade. (MATHEUS, 2006)

Entretanto, os jornais contextualizavam um pouco mais as notícias no século XIX. Já nos últimos cem anos, a aceleração do cotidiano e da rotina produtiva dos jornais encurtou ainda mais essa escala, embora usem os famosos *box* de memória e infográficos para dar a ideia da contextualização. Essa é uma das diferenças em relação à composição da intriga oitocentista.

Já em relação à experiência do acontecimento midiático a análise se complica bastante, pois é preciso não esquecer o componente da massificação da sociedade, o que levaria a uma gigantesca discussão que fugiria em muito aos objetivos desta tese mas que merece análise detalhada em outra oportunidade. Deixando de lado o fator da massificação, o apoio nas sensações parece ser a grande mudança na experiência do acontecimento via mídia, sobretudo devido ao caráter imagético que ele adquire no século XX. Esse debate aparece no capítulo 5.

O acontecimento é em si já um processo de mediação. Ele catalisa imaginações e significados dos processos históricos, como se visualiza ao estudar os acontecimentos tecnológicos. Eles são também pretextos narrativos, oportunidade de fixação de sentidos e de renovação, porque precisamos deles para narrar o mundo e marcar a passagem do tempo. Assim, enquanto uma grande fonte acontecimental, o jornalismo não poderia ser desimportante.

#### 4 NOVIDADE, NOTÍCIA E HISTÓRIA

Nos capítulos anteriores, o **Jornal do Commercio**, o **O Fluminense** e o **Jornal do Brasil** foram analisados segundo os usos que fizeram do passado em suas edições centenárias. Cada uma constituiu uma síntese de tempos pretéritos, de acordo com fatores próprios a essas empresas bem como a outros mais amplos, oriundos dos contextos de consumo desses jornais. Portanto, até aqui, analisaram-se variadas escrituras de passado em função das apropriações de tempo realizadas por esses diários, tendo em vista diferentes funções simbólicas por eles catalisadas. É hora refletir sobre sua inscrição material no cotidiano.

Conforme dito na introdução, é impossível separar forma de conteúdo, até porque a linguagem já é a primeira materialidade cultural. No entanto, do ponto de vista metodológico, os três primeiros capítulos focaram as formas história, tradição e memória. Por outro lado, não deixaram de constituir uma grande análise do conteúdo das edições comemorativas. Agora se enfatiza o ritmo das publicações.

As concepções de tempo articuladas nas narrativas jornalísticas dependem do ritmo concreto com que são oferecidas e apropriadas. Assim, ganham destaque neste capítulo as ações dos leitores no processo comunicacional, pois um jornal e seus tempos só se tornam inteligíveis devido à ação do leitor sobre o texto: a *mimese* III de Ricoeur (1994). Logo, é preciso primeiro ter acesso ao texto para sobre ele desenvolver a atividade de perceber o que é novo e o que é antigo, o que é notícia e o que é história, o que é jornalismo e o que não é.

Embora o leitor já tenha sido considerado no capítulo 2, quando se adotou o dialogismo de Bakhtin como método para perceber os jogos identitários em torno do jornalismo e do povo fluminense, esse público presumido se torna central neste capítulo, na medida em que é ele que

dá sentido à prática comunicacional, apropriando-se dos jornais.

Além disso, desenvolveu-se uma tipologia dos tempos narrativos espalhados por suas páginas. Diferentemente dos primeiros capítulos, onde se realizaram três análises pontuais de usos do passado, este apresenta uma análise diacrônica que engloba 180 anos de jornalismo no estado do Rio, de 1827 até o início dos anos 2000, a partir do **Jornal do Commercio**, do **Fluminense** e do **Jornal do Brasil**. Neste caso, as reflexões não foram separadas por título, estando, ao contrário, as referências cruzadas, de modo a facilitar a comparação entre elas. A análise foi feita por amostragem, verificando-se exemplares em sequência a cada dez anos aproximadamente. Em alguns momentos, como indicado, foram necessários intervalos menores para verificar algum dado em especial, como explicado na introdução (*cf.* nota 22, p. 16).

Uma das razões pelas quais esses impressos foram percebidos como jornalísticos ao longo de dois séculos diz respeito à mediação temporal desempenhada por eles, tanto como objeto cultural quanto como conjunto narrativo. O que parece óbvio é hoje preocupação pertinente, já que a popularização da forma de comunicação jornalística acabou propiciando um conhecimento bastante amplo de suas práticas, incluindo linguagem e procedimentos. Assim, formas de representação assemelhadas ao jornalismo acabaram apropriadas de múltiplas maneiras, em diferentes instâncias das sociedades. Esse movimento foi incrementado em grande medida pelas novas tecnologias digitais, que agilizaram e baratearam o custo do desejo de ser lido e visto. E, mais recentemente, além das práticas, a legislação também tem favorecido o embaralhamento de fronteiras entre o jornalístico e o não-jornalístico.

O fato é que os jornais, forma material mais tradicional do jornalismo, nunca foram homogêneos, contendo histórias que transitam entre o libelo político, o registro público, a crônica, o folhetim, o entretenimento, a notícia, a ficção etc. Assim, restaram ao jornalismo muito mais definições de condições de existência do que conceituações propriamente ditas.

Rizzini (1946) define como condição necessária para o jornalismo a regularidade das transmissões e a garantia de liberdade de imprensa, mas Messagi (2008) mostra que foi possível exercer função informativa mesmo sob censura nos primeiros anos da estada da corte no Rio. Morel (2005) o condiciona à existência de uma esfera pública, enquanto, para Barbosa (2008a e 2009a), além dessa característica, é fundamental a possibilidade de abstração do pensamento, o que permite dar valor a bens imateriais. Definições quanto à forma são obrigadas a se limitar a período e lugar precisos, pois, quando se amplia o recorte temporal e espacial, a definição não se

sustenta, já que o jornalismo transita por muitas linguagens. A opção é criar um marco para o “advento” do jornalismo e atribuir práticas anteriores a uma espécie de “pré-história” do jornalismo porque elas não se encaixariam no modelo idealizado no presente.

Em relação ao conteúdo o problema não é menor, pois os produtos jornalísticos são diversos. Costuma-se dizer que se trata da transmissão de informações públicas relevantes, mas não se entende o que seja informação, muito menos pública e relevante. Até porque boa parte das histórias contadas nos jornais é privada e relevante é algo bastante subjetivo. Além disso, informação é algo tão vago e tão presente em todos os momentos da vida que é difícil identificá-la, ainda mais atribuí-la à esfera do jornalismo. Uma cor, um suspiro, um traço são informação.

O objetivo deste capítulo é definir jornalismo segundo o viés temporal, tarefa a que se dedicou Franciscato (2005). Ainda assim, a esperança de encontrar uma regularidade nas relações com o tempo que atravessaria o fazer jornalístico ao longo dos últimos 180 anos no Rio de Janeiro é remota. De qualquer forma, se a vertente temporal falhar, opta-se por uma definição mais simples: jornalismo é a experiência comunicacional considerada jornalismo.

Embora pareça fraudulenta, essa definição incorpora a dimensão cultural intrínseca ao jornalismo, o que deve ser levado em conta em qualquer análise de caráter comunicacional. Portanto, neste capítulo, procura-se menos uma definição acerca da forma narrativa jornalística, de sua dívida com verdade, de sua relevância pública, de sua função para a democracia, voltando-se para as características temporais que fazem com que os indivíduos, consumidores diretos ou não, reconheçam jornalismo como jornalismo; não como outra prática comunicativa.

#### 4.1 RELAÇÕES TEMPORAIS

Pioneira no estudo da relação entre jornalismo e tempo, Moretzsohn (2002) enfoca a pressão sofrida pelo jornalista na execução de seu trabalho, regido pela lógica industrial, segundo a qual “tempo é dinheiro”, e as consequências para a qualidade final do produto. Mais importante, porém, é sua reflexão acerca do crescente valor da velocidade, não importando tanto o conteúdo do que é contado desde que apresentado como o mais imediato possível. É o que ela chama, usando vocabulário marxista, de fetichização da velocidade da notícia, que adquire tanto mais valor quanto mais próxima estiver da narração simultânea do desenrolar dos

acontecimentos. Quanto mais o jornalista valorizar a agilidade no seu trabalho, mais eficiente será o efeito narrativo de fazer coincidirem o acontecimento e sua representação midiática.

Trata-se da mediação do tempo social e do intervalo de comunicação. O problema faz retomar os debates de Lacouture (1990) sobre a imediação do processo histórico, no sentido de perguntar se somos capazes de experimentá-lo sem mediação, o que parece impossível. Supor uma história imediata é acreditar que ela possa ser experimentada sem ser atravessada por múltiplas temporalidades narrativas, é considerar que ela possa ser vivida sem nenhum tipo de aparato cognitivo/ interpretativo, seja para imaginar o presente, o passado ou o futuro.

Isso não significa que a sensação de tempo na contemporaneidade não favoreça a percepção do imediato do mundo e do mundo como imediato, o que é realmente um dos mais importantes efeitos sociais do trabalho narrativo do jornalismo. Entretanto, é preciso não confundir o modo como os jornais são feitos e o que narram com as temporalidades que efetivamente se vivem. Ou seja, é preciso não confundir práticas com representações. Certamente, algumas das temporalidades do fazer jornalístico e de suas articulações narrativas coincidem com universos mais amplos, porém não os integralizam.

Além disso, apenas parte das narrativas jornalísticas obedece à regra da velocidade, o que não permite tratá-la como relação temporal definidora do jornalismo. Estão imersas na experiência de seu consumo tanto notícias de última hora quanto “artigos de fundo”, as atuais “matérias de gaveta”, histórias do passado, memórias, além das temporalidades ficcionais das crônicas, folhetins etc.<sup>65</sup> Portanto, os jornais contêm múltiplas articulações narrativas que vão muito além daquelas que valorizam a aceleração.

É o valor da novidade que está embutido na questão da imediatez. Se a história é tratada como linear progressiva, como se discutiu no capítulo 1, os últimos acontecimentos serão os mais novos, os “mais inéditos” numa perpétua atualização numa escala presumida de ineditismo.

Outro autor que estudou o tema e que com Moretzsohn dialogou diretamente foi Franciscato (2005). O autor promoveu amplo debate com uma bibliografia britânica, porém não realizou pesquisa empírica no contexto brasileiro. De qualquer forma, suas reflexões são importantes para as ideias aqui desenvolvidas.

---

<sup>65</sup> “Artigos de fundo” são textos de caráter opinativo, que, normalmente, introduzem uma opinião da própria empresa jornalística sobre um tema do momento. Na contemporaneidade, chamamos o artigo “artigo de fundo” de editorial. Já “matérias de gaveta” são, no jargão jornalístico, aquelas previamente feitas, guardadas, e que podem ser publicadas a qualquer momento, sem prejuízo de seu conteúdo.

Franciscato (*ibid.*) define jornalismo como um tipo de relação social concretizada e significada segundo uma temporalidade que ele chama atualidade, formada, por sua vez, pela instantaneidade, a simultaneidade, a periodicidade, a novidade e a “revelação pública”. Para ele, a experiência do consumo jornalístico reforçou o sentido de presente no processo histórico.

A atualidade seria uma complexa sensibilidade para o presente, não se confundindo integralmente com ele, e formada, em primeiro lugar, pelo instantâneo: um intervalo de ação que ainda não se pode atribuir ao passado nem remetê-lo ao futuro. “Os termos ‘instantâneo’ e ‘instantaneidade’ surgem para reforçar e qualificar tanto o sentido de imediatez ou rapidez de uma ação quanto de vinculação de um intervalo ínfimo de tempo (...) ao momento presente”. (*op. cit.*, p. 113)

Embora assumo que somente o rádio e a TV redefiniram a experiência contemporânea de instantaneidade, Franciscato (*op. cit.*) argumenta que os jornais já vinham promovendo interações sociais sem intervalo significativo antes mesmo de que as tecnologias dessem condições adequadas para isso. O trabalho se dava pela sensação do instante, portanto, por um efeito narrativo. Assim, relatos jornalísticos foram apresentados como próximos à experiência. Usando a classificação crítica de Benjamin (1985) para o narrador, seriam narrativas que parecem fundamentadas na experiência, conferindo ainda mais poder simbólico aos jornais. Tal recurso é acionado quando, por exemplo, um jornal se declara testemunha ocular da história.

O jornalismo acompanhou o desejo de instantaneidade entre os séculos XIX e XX, do qual fizeram parte transformações nos transportes (bicicleta, automóvel), nas comunicações (telégrafo, telefone) e no modo de produção (taylorismo). Assim, os jornais participaram desse processo reduzindo sua periodicidade, adotando horários rígidos de fechamento e principalmente competindo entre si por meio das edições extras. Nos primeiros anos do século XX, o **Jornal do Brasil** já se atualizava a tal ponto que chegou a publicar seis edições diárias. (BARBOSA, 2007a)

Depois da instantaneidade, a segunda temporalidade que compõe a “atualidade” jornalística é a simultaneidade. Há três níveis de densidade no conceito de Franciscato. O primeiro é a coincidência cronológica, a apresentação de acontecimentos diversos, no tempo e no espaço, na mesma página, na mesma edição, sob a mesma data. A operação de “justaposição de conteúdos” dispersos constitui uma síntese espaçotemporal, contribuindo também para noções de territorialidade.

O segundo nível ocorre no plano material quando as pessoas desenvolvem atividades ao mesmo tempo. A leitura de um periódico já é uma delas. Porém mais importante que a concomitância das ações é a consciência desse agir concomitante. Ela pressupõe e desenvolve identidade, constitui um grande ritual midiático. A globalização, por exemplo, apoia-se não somente na percepção de compressão do espaço, pela facilidade de deslocamento (real ou virtual), como depende da simultaneidade como consciência de compartilhamento do tempo.

É claro que esse não é trabalho exclusivo da mídia, mas tal consciência foi reforçada por ela. (FRANCISCATO, 2005; ANDERSON, 2008) Enquanto dom Manuel I fazia filhos e perseguia judeus em Portugal, Pedro Álvares Cabral descobria que havia gente vivendo simultaneamente aos europeus na América. A carta de Pero Vaz de Caminha foi portanto uma mídia que fez com que dom Manuel compartilhasse essa informação. Entretanto, o simples conhecimento e a admissão da existência de diferentes grupos humanos no globo não os transformam necessariamente em comunidade, não os fazem sentir pertencentes à mesma espécie de gente. É o sentimento de simultaneidade, gradativamente desenvolvido tanto via meios de comunicação quanto por outros fatores, que dá condições à consciência de classe, de território, de nação, enfim, de comunidade imaginada, como descreve Anderson (*ibid.*). Especialmente no Brasil, os periódicos foram fundamentais para a coesão das elites dispersas num enorme território e para a formação sentimento nacional.<sup>66</sup>

Finalmente, o terceiro nível de simultaneidade é quando essa arquitetura temporal, para usar termo de Pomian (1984), torna-se autoritária, confundida com um tempo-mundo (CHESNEAUX, 1995), como se só houvesse este. Segundo Franciscato (2005), ao exercer consciência de simultaneidade no ato de leitura com milhares de pessoas e da simultaneidade dos acontecimentos lidos, o leitor está se inscrevendo nesses mesmos eventos de tal ou qual maneira, sob parâmetros fornecidos por seu mediador, neste caso, os periódicos e suas narrativas. Esta é uma das formas mais eficientes de poder simbólico dos jornais.

---

<sup>66</sup> Anotamos aqui a observação de Marco Morel, na qualificação, de que os jornais foram, no século XIX, importante *locus* e instrumento de reelaboração historiográfica, um espaço onde se procurou construir um passado nacional. Sobre consciência nacional, *cf.* CARVALHO, José Murilo. *A formação das almas*. O imaginário da República no Brasil. SP: Companhia das Letras, 1990. PIMENTA, João Paulo G. Spaces of Experience and Historiographical Narrative in the Birth of Independent Brazil. Artigo apresentado no 20th International Congress of Historical Sciences, na University of New South Wales. Sydney, Australia, 03-09 July, 2005. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/dh/pos/hs/images/stories/docentes/JoaoPimenta/Paper%20Sydney.pdf>. Último acesso em: 17/10/2009; MOTTA, Marly Silva da. *A nação faz 100 anos: a questão nacional no centenário da independência*. RJ: FGV, 1992, 129p; e MENANDRO, Heloísa Fesch. *A idéia de nação e o pensamento nacionalista na imprensa da corte*. 1840-1860. Dissertação de mestrado. RJ: ICHF-UFF, 1977.

O problema está em se esquecer que, embora o tempo-mundo seja operador dessa leitura que forma consciência de simultaneidade, ele não elimina as particularidades dos tempos locais. Deste modo, a simultaneidade constitui mais um dos efeitos narrativos jornalísticos segundo o qual não haveria diferença entre os tempos local e universal. Entretanto, o relógio não serve para todos nem mede o mesmo tempo em todo o mundo. Da mesma forma, os jornais não medem as mesmas realidades, nem possuem as mesmas medidas, razão pela qual jamais poderão ser padronizados ou engessados em teorias redutoras.

A terceira característica da “atualidade” jornalística é a periodicidade. Tomando como parâmetro a definição de Rizzini (1946), essa é uma relação temporal que condiciona a própria percepção do jornalismo e traz uma série de implicações não somente para o reconhecimento e o valor dessa prática como também para a percepção da historicidade.

A principal hipótese é que a periodicidade gera expectativa de novas leituras, garantindo, por sua vez, a necessidade do jornalismo. O poder de narratividade cotidiana marcaria o valor do jornalismo como sistema relevante de representação, a ponto de se perpetuar por tantos anos, ainda que de diferentes formas e se valendo de diversas estratégias de legitimação.

Se isso é verdade, a relação temporal mediada por esse tipo de comunicação favoreceria uma consciência histórica bastante particular, característica da Modernidade e de grupos inseridos de determinadas maneiras no mundo social. Toda uma ideia de progresso, de evolução e de superação performática do passado é favorecida por meio da articulação narrativa do tempo que achata as multiplicidades temporais bem como as contradições inerentes ao processo histórico, como se viu no capítulo 1 acerca do **Jornal do Commercio**, onde há a prevalência desse discurso, ainda que refigurado em outras semânticas.<sup>67</sup>

Franciscato (2005) afirma que a periodicidade é a produção da necessidade jornalística. A atividade de gerar narrativas jornalisticamente se distingue de outras produções, como científicas ou artísticas, por se legitimar justamente ao tornar obsoleto o conhecimento, enquanto outras narrativas procuram manter sua validade por mais tempo. É claro que a obsolescência dos jornais é relativa. Já foi mostrado nos capítulos anteriores que eles se vendem muitas vezes como objeto a ser guardado. Além disso, não tanto sua perenidade mas sobretudo sua perecibilidade é o que mais os valoriza enquanto documentos de outras épocas e objeto a ser consumido de imediato.

---

<sup>67</sup> Segundo Resende (2002), o jornalismo também se valeu de pressupostos e valores positivistas. É daí que derivam, para suas articulações textuais, os propositivos ideais de verdade e objetividade, com base na compreensão da realidade como fatos plenamente comprováveis e verificáveis.

Mais uma vez, o conceito de periodicidade de Franciscato (*ibid.*) se decompõe em três níveis. O primeiro é o ritmo concreto de oferta, consumo, circulação e produção de notícias e outras informações por meio de jornais. A periodicidade garante a necessidade das edições seguintes, movimentando todo o circuito de comunicação, que faz com que pessoas se aglomerem ao lado das bancas de jornal todas as manhãs, que faz com que os entregadores saiam pelas ruas todas as madrugadas distribuindo exemplares aos assinantes, que faz com que a cada dia repórteres, gráficos, gerentes comerciais recomecem seu trabalho do zero como se não tivesse havido o anterior.

Numa empresa jornalística, pouca produção é cumulativa. A linha de montagem de um jornal obedece não somente à divisão social do trabalho (repórteres, redatores, editores, gráficos, vendedores de anúncios) mas sobretudo à divisão social do tempo em dias, semanas, meses, de acordo com a periodicidade do veículo. Talvez seja a temporalidade jornalística mais concreta.

A segunda implicação da periodicidade diz respeito à conformação da notícia. Ela lhe dá forma e por ela se consegue perceber o que é novidade nas narrativas jornalísticas, ao mesmo tempo em que relaciona essas histórias às anteriores. A periodicidade é o que promove efeito de ruptura de uma edição para outra ao mesmo tempo em que garante o vínculo entre todas as edições, como se um jornal fosse uma grande narrativa.

A terceira consideração sobre a periodicidade é que ela é um sistema estruturante de relações sociais. Trata-se do ordenamento do tempo, do “encaixe” das ações numa cronologia predeterminada. Assim, o jornal fragmenta o fluxo do tempo em recortes temporais de acordo com seu próprio ritmo produtivo (diário, semanal, mensal). É claro que este não é um trabalho exclusivo dos jornais. A vida social possui vários ritmos. Enquanto o trabalho é marcado em grande parte pelo dia e pelo mês (no Brasil) ou pela hora (nos Estados Unidos), a administração pública pelo ano fiscal, a indústria têxtil pela sazonalidade da moda, o jornalismo fornece seu próprio sistema de periodização da vida social.

O quarto tempo da atualidade é a “revelação pública”, que é, na verdade, o tempo da enunciação que, por sua vez, mobiliza outras ações decorrentes do conhecimento do que foi lido. O ato enunciativo tem poder de presentificar ações pretéritas, principalmente ao apresentá-las como atualidade, sob o rótulo de novidade. E finalmente a quinta temporalidade jornalística a que Franciscato (2005) se refere é o efeito narrativo da novidade. Sobre ela trata o subitem a seguir.

#### 4.1.1 Novidade

Tanto no senso comum quanto no meio acadêmico, associam-se os conceitos de jornalismo e notícia, o que não coincidem. Exatamente por isso se foca neste subitem a notícia como problema de ordem temporal. Isso porque é ainda mais comum admitir que notícias contenham novidades.

Franciscato (*ibid.*) explica que aquilo que se chama novidade pode ser na verdade duas coisas distintas: um relato sobre algo que surgiu ou foi feito recentemente, ou um relato propriamente novo de algo já existente ou realizado. Ou seja, tanto o fenômeno narrado quanto a narração podem ser inéditas, singulares, originais. É claro que se poderia entrar no debate sobre a singularidade de cada enunciação e então a segunda explicação do autor cairia por terra, já que toda narrativa é em última instância inédita. Também um historiador diria que os fenômenos nunca poderiam ser totalmente novos porque a vida social é feita de rupturas, mas também de continuidades, a partir da realidade que os precedeu. Mas, deixando de lado discussões teóricas da análise do discurso e da História, o importante é a construção da notícia enquanto novidade *no* ato de leitura.

Segundo Franciscato (*op. cit.*), a notícia possui sentido aproximado daquilo que é novo. Assim, os jornais atenderiam a um anseio por novidades que, em parte, fora alimentado por eles mesmos. O mundo moderno viveria um fetiche geral de novidade, um deslumbramento com a própria capacidade de ver e conhecer o novo (na verdade, de atribuir valor de novidade às coisas à volta). Assim se produz grande tensão entre os jornalistas e outros atores sociais, pois, sendo o que irrompeu nas páginas, a novidade jornalística é algo muito particular. Essa tensão implica a disputa de autoridade entre diferentes atores em produzir relatos legítimos sobre a realidade.

A análise de centenas de exemplares do **Jornal do Commercio**, do **Fluminense** e do **Jornal do Brasil** torna evidente que a ilustração pela história, um fetiche no século XIX no Brasil, foi substituído pela ilustração pelo novo, embora a sedução pela história pareça estar voltando. Ainda segundo Franciscato, a busca jornalística pelo novo é um modo particular de interpretar a realidade, que acaba fragmentando narrativamente o processo histórico. Assim, é a própria enunciação jornalística da novidade que gesta e dá materialidade a ela pela linguagem. A partir daí, os acontecimentos narrados poderão ser efetivamente reconhecidos publicamente

como novos. Ou seja, os jornais promovem a escritura e ao mesmo tempo a inscrição efetiva do novo, para usar as categorias de Meneses (2009).

A discussão é importante tanto para se fazer a crítica da fonte jornalística (jornal como fonte, não das fontes de um jornal) quanto para se problematizarem relações comunicacionais com o jornalismo (o que se espera socialmente dessa prática comunicacional).

Ao observar jornais antigos, tem-se a sensação que as categorias cognitivas do presente não são muito eficientes para decifrar aquelas páginas. Não apenas devido a outros vocabulários e formas de expressão, mas principalmente porque os parâmetros que orientam nossa leitura hoje são diferentes. Assim, seguindo a lógica de interpretar notícia como novidade, o primeiro impulso foi interpretar que notícias, historiografia e textos políticos ainda não tinham sofrido diferenciação, não tanto do ponto de vista editorial, gráfico e redacional, mas sobretudo do ponto de vista de seu *status* comunicativo.

Esses rótulos, evidentemente, não estavam explícitos, nem hoje estão, sendo muito mais projeções teóricas acadêmicas do que algo imanente aos textos. Entretanto, o material político sobreviveu com o nome de “opinião” e precisou ser separado da notícia. Esta, por sua vez, foi elevada a uma categoria privilegiada no jornalismo, tornando-se sua metonímia. Tanto é assim que hoje, no senso comum, noticiário e jornalismo são categorias quase indiferenciadas.

Já a “historiografia midiática” se misturou em parte com a “opinião”, na medida em que se trata de um momento de reflexão explícita da realidade. Mas as interpretações de uma época considerada socialmente ida, tão comuns aos periódicos do século XIX, foram muito reduzidas, salvo ocasiões excepcionais, como nas edições especiais analisadas na Parte 1.

Embora exista algo que a chancela do que é “histórico” lhe confere, o jornalismo é considerado fundamentalmente uma narrativa do presente e que constrói o presente. (FRANCISCATO, 2005) Por isso, realizou-se uma distinção grosseira entre notícia (narrativa do presente) e historiografia (narrativa do passado, ainda que elaborada por um jornal), procurando um momento de diferenciação entre notícia e “historiografia midiática”.

A busca foi se tornando cada vez mais labiríntica, pois se verificaram, desde 1827, tanto uma preocupação com retrospectivas e sínteses explicativas aparentadas aquilo que se entende por historiografia quanto um forte senso de novidade, que se atribui à notícia. Ou seja, para uma criatura situada em 2009, essas categorias estavam mais embaralhadas no século XIX e início do XX do que se imaginava.

O problema foi que se partia de um anacronismo. Estava-se criando uma identidade noticiosa com o tempo imediato, inédito, que não era característica do conceito oitocentista de notícia.

Um dos erros mais freqüentes num trabalho de historicização é projetar expectativas e significados do presente no passado (JASMIM e FERES, 2006). Segundo Koselleck (*apud id., ibid.*), existem quatro situações a ser consideradas: a) quando o fenômeno e seu conceito se mantêm estáveis; b) quando mudam harmonicamente; c) quando o fenômeno permanece estável no tempo mas seu conceito muda; e d) o fenômeno muda mas o conceito permanece o mesmo.

A consagração da notícia, da forma como se concebe hoje, remete mais drasticamente à década de 1950, embora referendada *a posteriori* na de 1980 (RIBEIRO, 2000). De fato, o conceito não possuía, no século XIX, o mesmo significado de hoje. Segundo o dicionário Moraes e Silva (1813), notícia era sinônimo de conhecimento, informação no sentido de erudição. Portanto, nada indica que houvesse necessidade de estar associada a novidades.

De qualquer forma, mesmo depois do apelo pela história dos conceitos, manteve-se a hipótese da vinculação do sentido de atualidade embutido na notícia, já que a forma como ela era articulada na época talvez possa enganar leitores habituados aos *leads* e *subleads* atuais.

A manutenção da hipótese inicial, com alguns novos cuidados, deu-se porque o interesse era perceber não tanto o significado exclusivamente linguístico da notícia (tanto sua formulação estética quanto semântica) mas sua dimensão temporal. Segundo Koselleck (*apud* MOTZKIN, 2006), os conceitos possuem uma história não somente por suas variações semânticas mas também devido a sua variabilidade temporal. Eles carregam camadas temporais de significados. Além disso, os conceitos, sobretudo referentes ao pensamento político, remetem a uma extensão temporal (intervalo projetado) e a uma intensidade da experiência.

Assim, os sentidos que os conceitos adquirem num determinado contexto dependem da profundidade temporal a que se referem (tanto em direção ao passado quanto em direção ao futuro) e do grau de intensidade da experiência a eles associado. Essa teoria é fundamental para pensar a experiência jornalística e sua relação com a tão propalada aceleração na Modernidade.

Notícia e história estavam misturadas, inclusive porque, segundo Schiavinatto (2008), as fronteiras dos saberes, no século XIX, não estavam cristalizadas. Sequer “história” possuía o caráter atual de processo social, como se verá no item seguinte. Tratava-se simplesmente da “narração de sucessos civis, militares ou políticos”. (Moraes e Silva, 1813)

Por exemplo, o texto que noticiava o aniversário de 20 anos de dom Pedro I trazia a interpretação de várias possibilidades para os rumos do país a partir do nascimento do herdeiro de Pedro I e analisava também o papel do imperador e de dom João na história recente. Era uma mescla de análise política, história e notícia. Messagi (2008) detectou a mesma “mistura de gêneros” na **Gazeta do Rio de Janeiro**: notícias factuais no texto laudatório de comemoração de aniversário de dom João.

É importante perceber que, numa época em que a notícia, tal como elaborada hoje, não era modelo narrativo para o jornalismo (pelo menos não prioritário, como sua marca narrativa identitária), um esforço de "historicização" não pode ser compreendido à parte da prática cotidiana num jornal. Buscar a separação entre notícia e um "contar a história" seria atribuir ao jornalismo do século XIX expectativas e modos de leitura do século XX.

O desafio ao estudar como se dava a percepção de notícia no século XIX no Rio é recuperar “o leitor em atividade”, como diz Darnton (1990). Segundo o historiador, “a leitura não é simplesmente uma habilidade, e sim uma maneira de *fazer sentido*” (p. 159, original sem grifo), ou seja, um modo de comunicação.

A principal estratégia metodológica aqui desenvolvida é analisar o leitor implicado no texto, com o auxílio da teoria literária. É isso que, de certa forma, faz-se com a ajuda de Ricoeur (1994) e de seu conceito de tríplice mimese, segundo o qual o leitor já está condensado na narrativa (*mimese* III na *mimese* II), e o que se fez no capítulo 2 com o conceito de dialogismo de Bakhtin (1995).

Para entender como o público lia o **Jornal do Commercio** no século retrasado é preciso um esforço de deslocamento em direção a nós mesmos enquanto "outros". (RICOEUR, 1991b) Esse deslocamento, entretanto, é sempre inviável em última instância, pelo menos enquanto se pretender reconstituir o passado como se deu. Mas um esforço de interpretação é sempre possível, de modo a tentar relativizar as supostas certezas de hoje.

#### 4.1.2 Notícia e história

Desde seu primeiro ano (1827), o **Jornal do Commercio** publicou balanços comerciais, resumo das variações cambiais, atividades portuárias, oscilações de preço dos principais gêneros

comercializados na época, entre outras informações. Nos primeiros anos, esses balanços se limitavam às atividades do último mês. Aos poucos, o cálculo se ampliou para as médias anuais, divulgadas em dezembro ou em janeiro do ano seguinte. As informações deviam ser fundamentais para que os comerciantes locais planejassem suas atividades, ou seja, elas possuíam um caráter instrumental explícito. Entretanto, essas revisões econômicas viriam a ser acompanhadas de análises pretensamente historiográficas na década de 1830.

Enquanto a última página era ocupada por quadros com todas as médias dos preços que vigoraram no ano anterior, a primeira trazia uma "análise de fundo": "Avoa fugitivo o anno de 1835", dizia a edição de 02/01/1836. O jornal descreve a situação política nas "principais nações", explorando as consequências dos movimentos liberais de 1830.

Todos os anos eram apresentados como muito especiais, talvez como forma de justificar a "presentividade" do jornal, e, em vários momentos, o diário explica como entende o seu papel frente aos acontecimentos e à história, como na edição de 1º e 2 de janeiro de 1840:

#### ANNO DE 1839

Não passará de certo desapercibido nos annaes da humanidade o anno que ainda hontem terminou, e cujos principais acontecimentos devemos aqui esboçar. *Não he tenção nossa usurpar o buril da história*, nem, engolfando-nos em sublimes, philosophicas considerações, proclamar o já sedição apophthegma – o presente, filho do passado, está prenhe do futuro -, e dahi, erguendo temerário vôo, mostrar a filiação dos acontecimentos, e olhos fitos no que foi, vaticinar o que ha de ser; não, tão immodestas não são nossas pretenções, *contentamo-nos com a ingloria fadiga de reunir*, de modo que hum lanço d'olhos possam ser abrangidas, *as occurrencias que mais influenciarão na sorte*, quer da humanidade em geral, quer ainda na de qualquer das nações que, por mais avultarem no mundo ou por mais prezas comnosco se acharem pelos laços de reciprocos interesses, mais merecem nossa atenção. (Jornal do Commercio, 1º e 2/01/1840, original sem grifos)

Ao enunciar seu papel, bem como o que dele se diferenciaria a historiografia, o jornal propõe que o jornalismo desempenhe uma função registradora dos acontecimentos, estes, por sua vez, como dados que vão brotando da realidade.

Excusado nos he *reproduzir* aqui os acontecimentos a travez dos quaes foi esse acto consummado. As paginas do Jornal do Commercio ahi estão que pelo mundo, e debaixo das impressões do momento e da actualidade os narrão... (Jornal do Commercio, 1º, 2/01/1841, original sem grifo)

O fascinante é que a construção simbólica (de ser quem escreve a história) não contradiz a gradativa valorização da atualidade e da novidade. Em vez de competir com o historiador e lhe roubar o buril, o jornalista resolve que vai contar a história antes que ela tenha se tornado passado. Quando tiver ido, a realidade já será objeto de disputa de múltiplas interpretações. Enquanto relato do presente, mantém-se sob seu domínio. O jornalismo foi investido desse poder não por contar o novo unicamente, mas por fazer a inversão do valor do passado pelo valor do presente imediato. Por isso, ele precisou também fazer representações de passado.

Ladeados por representações do passado recente, apresentado como história, aparecem nas passagens de ano anúncios das famosas Folhinhas Laemmert, calendário temático do ano seguinte. A presença desses elementos que evocam idéias de passado e futuro sugere que o consumo diário de um periódico fornece mais do que informação: fornece a própria marcação cotidiana do tempo.

Os retrospectos anuais ganham destaque na década de 1840, sendo transformados em suplementos de duas páginas encartados nas edições regulares. Esse impulso registrador se exacerba na década de 1870, quando os suplementos passam a ser editados a cada dez dias, contendo as correspondências acumuladas nos dias anteriores. Na década seguinte, os suplementos desapareceram. Uma das hipóteses é que o desaparecimento se deu porque a lógica de aceleração foi incorporada à rotina produtiva graças à adoção do telégrafo em 1876. Entretanto, as retrospectivas virariam mania no século seguinte. Em janeiro de 1948, por exemplo, o **Jornal do Commercio** publicou “Os Grandes Acontecimentos de 1947”, separados mês a mês, ocupando metade da primeira página. Além de manter lógica semelhante aos “O ANNO DE 1839”, continua garantindo espaço especial para esse tipo de passado recente.

Retrospecto Commercial  
Publicação anual do Jornal do Commercio  
Está circulando o volume LXIII relativo ao ano de 1936.  
À venda no balcão do Jornal do Commercio  
preço 25\$000 pelo correio mais 1\$000  
(Jornal do Commercio, 19/10/1937, p. 1)

É evidente que, para esse periódico, os retrospectos possuem caráter especial devido a seu perfil econômico, logo, os balanços comerciais são uma espécie de subproduto com o qual seu leitor conta. Mas o caráter especializado da publicação não reduz a importância que o noticiário

da vida diária recebe em suas páginas e uma demanda por narrar o presente, embora menor que nos outros dois periódicos.

Percebeu-se nessas retrospectivas um crescente esforço de atualização e conformação dos textos a partir da lógica da novidade, antes mesmo que novas tecnologias de comunicação, como o telégrafo, pudessem fornecer condições para a aceleração do ritmo dessa atualização. O **Jornal do Commercio** chegava mesmo a publicar boletins redundantes - "Tudo na mesma" (Suplemento ao n. 101, *Jornal do Commercio*, 03/04/1877) – e seus suplementos continham os "Telegramas de última hora" no pé da página 2, relatando as notícias mais recentes divulgadas pelos jornais europeus. Isso não era tudo. Depois dos "Telegramas de última hora", ainda vinha a coluna "Post escriptum". O ultra-atual.

Há aí a indicação do valor da novidade e da atualização produzida com a tecnologia possível da época. Ou seja, embora a tecnologia de emissão - a impressão - fornecesse o condicionante de um tempo diário, as narrativas condensavam outros tempos do fazer jornalístico naquele momento, o que incluía a espera dos pacotes. Além disso, a expectativa de atualização se sobrepunha aos limites técnicos. O que se percebe é uma gradativa contração da extensão do tempo da notícia, remetendo a momentos cada vez mais rasos temporalmente.

Por outro lado, seria anacronismo perceber na atualização desses boletins o mesmo valor de atualidade como se entende hoje, já que o espaço do papel ia sendo preenchido conforme as informações chegavam. A hierarquia dos textos obedecia a outra lógica, portanto, a outra inteligibilidade do jornal. O agrupamento das histórias se dava prioritariamente por critérios cronológicos, indicando-se data e local de origem do texto, até porque a maior parte era compilação de outros veículos ou correspondência, como explica Messagi (2008) acerca da **Gazeta do Rio de Janeiro**.

Os suplementos eram dedicados a informações do exterior. Às vezes o jornal elaborava texto próprio, outras vezes dava a entender se tratar da transcrição literal de cartas, destacando local e data originais, como recurso de verossimilhança. Grande parte das informações era transcrição de periódicos europeus. Era prática comum e bem aceita ser compilador de outros veículos sem ter que disfarçar que se estava fazendo isso, como hoje. Também as cartas dos correspondentes chegavam pelo principal meio de comunicação entre Brasil e Europa: os navios. Como cabeçalho, encontrava-se a informação de como tinham chegado as notícias ao país: "Pelo pacote John Elder", "Pelo pacote Habsburg", "Pelo pacote Neva".

Segundo Messagi (*ibid.*), os suplementos, assim como as edições extras, eram prática comum no início do século XIX para aproveitar a informação acumulada entre uma publicação e outra. Haveria não apenas um desejo de publicar o mais atual mas principalmente de tudo publicar, de acumular nas páginas o fluxo da história. As pessoas que faziam o **Jornal do Commercio** estavam fortemente marcadas por uma responsabilidade registradora, devido à visão que tinham de história e do papel do jornal.

Tendo nascido primeiro o desejo de tudo publicar ou de publicar as “últimas novas”, o fato é que o valor do novo como forma particular de narrativa jornalística foi realmente se tornando mais comum. A percepção da novidade, então, não dependia das tecnologias de transmissão, nem de técnicas redacionais, mas da relação permanente do leitor com a rotina narrativa do jornalismo, ou seja, com a inserção periódica do jornal no cotidiano e das expectativas mais gerais da sociedade em relação ao jornalismo numa certa época. Assim, o mesmo *status* da notícia que foi sendo conformado pode em algum momento se diluir, dependendo da relação com o tempo que se experimenta.

Ainda que o hiato entre um acontecimento e sua configuração narrativa pela mídia fosse mais alargado do que hoje, parece fácil imaginar que o comerciante-leitor do **Jornal do Commercio** no século XIX não precisasse de *lead* e *sublead*, nem do boletim da Band News que anuncia que "Em 20 minutos, tudo pode mudar", para perceber as notícias fresquinhas. Até o pesquisador, inserido no seu próprio tempo, conforme estabelece contato periódico com os arquivos do jornal, torna-se capaz de perceber quais eram “as novas” naqueles imensos relatórios que a princípio parecem as edições do **Jornal do Commercio** de há 180 anos.

Não que houvesse um embrião da notícia no século XIX, com estatuto e forma que adquiriria, sobretudo a partir da década de 1950 no Rio de Janeiro (RIBEIRO, 2000), mas a percepção de ineditismo e do noticiário jornalístico não é estabelecida unicamente por deliberação profissional nem somente por fatores tecnológicos. Ela depende de todo o circuito de comunicação e do contexto nos quais as pessoas que fazem e consomem um jornal estão inseridas, o que inclui o ritmo com que elas acionam esse circuito na sua vida prática.

À medida que o intervalo de projeção da notícia é encurtado, ampliando a expectativa de novas leituras atualizadas e conseqüentemente a necessidade do jornalismo, ao mesmo tempo, tem-se a sensação que a intensidade da experiência cotidiana aumenta. É o que se sente frente à crescente precividade do conteúdo das narrativas jornalísticas. As temporalidades que regem o

cotidiano vão ganhando espaço e intensidade nesses impressos, enquanto as narrativas de passado vão perdendo espaço. Embora o **Jornal do Commercio** publique o movimento dos portos e variações cambiais desde seu primeiro número, afinal, esta era sua finalidade, o tempo cotidiano vai sendo acentuado ao longo do século XIX e principalmente no XX. O movimento fica mais evidente em periódicos não especializados como o **Jornal do Brasil** e **O Fluminense**. No item a seguir, constrói-se a ideia do cotidiano como um tempo especial, jornalístico.

## 4.2 MEDIDAS DO TEMPO

A experiência do jornalismo engloba mediações temporais que incorporam diferentes sistemas de medição. Medição e mediação são operações muito semelhantes. Além de serem artefatos de contagem do tempo, no sentido de transposição dos dias, os jornais também articulam representações de tempos pretéritos e narram experiências de presente.

A partir de uma tipologia do uso do tempo pelo **Jornal do Commercio**, **O Fluminense** e **Jornal do Brasil**, destacam-se: a) um tempo cosmológico (incluindo sua versão mítica), usado para medir a passagem do tempo; b) um tempo historiográfico ou midiográfico, cujo uso é mais restrito, porém não menos importante para conferir certo valor simbólico à prática jornalística; c) e finalmente um uso cotidiano, mais perecível, que caracteriza mais acentuadamente o jornalismo integral. (GRAMSCI, 1995)

### 4.2.1 Cosmologia e cosmogonia

As marcas do tempo são especialmente sensíveis nos jornais. O processo de significação de suas narrativas depende do vínculo à data, ou seja, à medição da duração. A correspondência de uma edição a um intervalo de tempo é fundamental na feitura de um jornal. Suas narrativas não são soltas, como as ficcionais, para serem apreendidas com liberdade no tempo. A inteligibilidade jornalística depende de sua localização na duração. Ou seja, seu tempo contado depende intimamente do tempo do contar. (RICOEUR, 1994)

Nem sempre a organização dos tempos do contar e contado foi como hoje. O **Correio Braziliense** (1808-1822), por exemplo, publicado em Londres e enviado ao Brasil por navio, era datado de acordo com o início de sua confecção, não com a publicação. Seu editor (na época se dizia redator), Hipólito da Costa, recolhia informações e escrevia nos 15 primeiros dias e passava os outros 15 fechando o jornal e o imprimindo. Só a impressão levava 32 horas. Depois disso, o jornal, que mais parecia um livro, ainda precisava ser embarcado e passava dois meses em trânsito até chegar à costa brasileira. Ou seja, sua datação correspondia a três meses antes da circulação. (MESSAGI, 2008)

O **Fluminense** publicava em 1898 a coluna “A SEMANA”, que, contrariando o nome, não obedecia ao intervalo cronológico de sete dias, contendo informação tanto anterior quanto das semanas seguintes, como uma espécie de programação de pauta do jornal.

A marcação do tempo foi se tornando função essencial dos jornais, a ponto de lhes ser dada credibilidade para datá-lo. Lembre-se que guerrilheiros fotografavam o sequestrado ao lado de um exemplar do dia, na época da ditadura militar dos anos 1960-1970, para assegurar que estava vivo. A própria assinatura do periódico é um contrato que depende de datação para garantir seu período de vigência. As referências à passagem do tempo vão desde matérias, charges e artigos especiais de final de ano, à data diária no alto de página, previsão do tempo, efemérides em geral até o horóscopo.

Em 1904, a obsessão com a precisão do tempo era tamanha que **Jornal do Brasil** publicava uma lista de correspondência do dia aos calendários muçulmano, chinês, copta, positivista, além, é claro, dos nascimentos e ocultos do sol e da lua diariamente, entre outros exemplos óbvios de fornecimento de sentido de passagem do tempo cósmico: “1º de maio: 122º dia do ano e 1º dia do 5º mez.” Também as datas das correspondências (carta de 26 de março de 1877 publicada na edição do dia 3 de abril) davam ideia do deslocamento de Portugal ao Brasil e evidenciavam o circuito de comunicação em que os jornais estavam inseridos.

Tal obsessão persiste até os anos 2000 no **Jornal do Commercio**, que relaciona a edição às datas correspondentes com precisão: “3, 4 e 5 de agosto de 2007, fim de semana” ou “14, 15 e 16 de junho de 1997 – domingo, 2ª e 3ª feira.” Em seu primeiro ano (1827), vinculava seu tempo ao tempo do Império, destacando no alto da página: “Sexto anno da Independência”. O **JB** também publicava: “Edição da manhã, sabbado, 9 de fevereiro de 1901 - anno 40”. Ou seja, importava também capitalizar simbolicamente a própria contagem.

A confiança na marcação do tempo *no* jornal e *pelo* jornal fica evidente no episódio:

Horário errado anula concurso do município

Erros na informação do horário – o início era às 10 h e não às 13 h – e dos locais do concurso para agente educador da prefeitura, divulgados pelo jornal *Folha Dirigida*, levaram o secretário municipal de Administração, Augusto Werneck Martins, a anular as provas ontem e a marcar novo concurso para os 25 mil candidatos, no dia 4 de agosto.

– Não é normal uma abstenção de 40% dos candidatos por causa da má orientação de um jornal que se diz especializado, acusou o secretário.

Ele mandou abrir inquérito para apurar prejuízos da prefeitura, pois candidatos revoltados quebraram janelas em escolas e fecharam o trânsito perto da Universidade Gama Filho, na Piedade. (JB, 22/09/2001, p. 1)

Esta chamada de primeira página mostra o quanto a subordinação do tempo cósmico aos tempos do jornal se dá não sem conflito. A rigor se trata de ritmos diferentes que se chocam, ao mesmo tempo em que são subordinados ao ritmo jornalístico. Moretzsohn (2002) mostra o conflito entre o tempo da produção jornalística e o tempo do desenrolar dos fatos. Seifert (2004) expõe o choque entre esse mesmo ritmo jornalístico e o do trabalho da Justiça.

Várias durações são disputadas como tempo de significação social: desde os místicos até os do trabalho, passando pela fantasia. Desde os folhetins, que obedecem a outras periodicidades e que instauram outros tempos ficcionais, até os ritmos da natureza, com as previsões meteorológicas, tábuas de marés, e os tempos zodiacal e religioso.

Mesmo antes dos modernos cálculos meteorológicos, o **Jornal do Commercio** mantinha, em 1877, nota de primeira página com a descrição do clima no dia anterior: “Choveu às 7h”. O mesmo fazia **O Fluminense**. No dia 5 de julho de 1898 fez 20 graus no Fonseca, em Niterói: “Temperatura no Fonseca (dentro de casa): Min. 20 graus. Máx. 21 graus.” (O Fluminense, 05/06/1898, p. 1)

Apareceram inúmeros exemplos de uso cosmológico e cosmogônico do tempo (o que seria sua versão mística). Separou-se a amostragem em cinco tipos: marcadores da vida biológica (aniversários, comemorações, obituários, bodas), marcadores da vida mística (calendários religiosos, zodiacais), tempos ficcionais (folhetim), ciclos cósmicos (estações climáticas, calendário gregoriano), e tempo histórico/ memória (efemérides e comemorações).

Observa-se que os usos desses tempos não produzem significações exclusivamente cosmológicas, sendo esta divisão apenas recurso explicativo. Por exemplo, o tempo histórico,

que serve para dar sentido às ações do homem no tempo, com sentido de apreensão do passado, funciona como tempo físico naturalizado. Por isso, alguns “tempos” que se estão destacando aqui aparecem em mais de uma categoria.

No **Fluminense**, a passagem da vida biológica tem lugar especial no caderno “Pingo de Gente” (que oscila entre duas fases como tablóide separado e coluna no “Segundo Caderno”), dedicado ao público infantil e publicado aos domingos. Nele, são publicadas, na “Galeria de Sócios”, fotografias de crianças que recebem carteirinhas do jornal e ganham o direito de enviar desenhos a ser publicados na coluna “Arte dos artistas”. Além de fidelizar público futuro, **O Fluminense** acaba assim atendendo à vaidade dos pais de ver a imagem de seus filhos estampada no jornal, além produzir um efeito de registro do tempo, pois fixa num instante da duração o crescimento infantil e o desenvolvimento de suas capacidades motoras e intelectuais ao desenhar.

A morte não poderia ficar de fora. Desde as imprevistas, contadas nos crimes e tragédias, até as mortes dos anônimos nos avisos fúnebres, e sobretudo dos ricos e famosos, destacadas nos obituários, o que os três periódicos sempre mantiveram, assim como as notas sociais, destacando casamentos, aniversários, bodas: “Parabéns. Hoje faz annos a menina Maria Augusta, dilecta filha do sr. Bernardino da Silva Carvalho.” (Jornal do Commercio, 01/09/1898, p. 1)

Chama atenção a recente contabilidade dos mortos. Enquanto as mortes são pontuais por quase dois séculos, em 1971 (22 de janeiro, p. 1) o **Jornal do Brasil** contabilizava 20 crianças por dia vítimas de doenças em decorrência do “violento calor”, mas, no início dos anos 2000, os jornais já contam às dezenas a mortalidade no trânsito nos finais de semana e em decorrência de conflitos armados no perímetro urbano. Assim como media a experiência urbana cotidiana, a morte media também o tempo histórico quando os jornais narram biografias de “grandes vultos”.

Tanto o **Jornal do Commercio** quanto o **Jornal do Brasil** mantiveram espaços dedicados à religiosidade, sobretudo católica, embora o **Jornal do Commercio** também criticasse a lógica religiosa, principalmente em seus momentos mais entusiastas do positivismo, como nestes exemplos de 1907.

JESUS CHRISTO: um novo modo de encarar a sua individualidade histórica [praticamente história do cristianismo, sobre sacralidade da Bíblia, seus autores, comparação entre os evangelhos] (Jornal do Commercio, 4/07/1907, p. 8)

Por que a imprensa catholica é inferior à imprensa liberal e tem na Allemanha circulação menor do que a imprensa dos outros partido? (Jornal do Commercio, 6/07/1907, p. 2)

Ambos publicaram colunas que tinham por função manter como referência o calendário religioso: “Notas Religiosas” no **JB** e “VIDA CATHOLICA” no **Jornal do Commercio**. Embora as colunas articulassem questões espirituais especificamente (Quanto pesa a alma? Entre 11 e 45 gramas – Jornal do Commercio, 21/07/1907, p. 2; Predestinação, elevação sobrenatural do gênero humano), eram majoritariamente dedicadas à hagiografia. Como uma efeméride católica, contavam a história do santo do dia, além da agenda de missas e reproduções de homilias. No **JB**, essas “Notas Religiosas” foram publicadas até pelo menos os anos 1950. Já **O Fluminense** mantinha uma coluna espírita e dava espaço a outras denominações religiosas:

Mãe Luisinha [responsável pela ala das baianas desde 1959] fez oferendas, jogou búzios e confia num grande desfile da [Acadêmicos do] Cubango (O Fluminense, domingo e segunda, 7 e 8/02/1988, p. 1)

São Sebastião para os católicos e ‘Oxossi’ para os umbandistas, São Sebastião foi festejado ontem nesta Capital e na Guanabara, de onde é padroeiro (O Fluminense, quarta-feira, 21/01/1971, p. 1)

Outra importante marcação temporal é a sazonalidade do sistema produtivo, expressa sobretudo nos anúncios: “Encomende seu modelo Ford 1946!” ou “Uma cousa espantosa! Leão de Ouro - Temos um grande e colossal stock de lança-perfume, serpentinas, confettis, calças brancas, pimpões ...” (O Fluminense, 17/02/1928, p. 4) O anúncio dos artigos de carnaval e do novo lançamento da Ford evidencia que as estações, as festas anuais e os ciclos produtivos funcionam como medidas do tempo, ou seja, como forma de dominá-lo.

Para Le Goff (1997c), quem domina o tempo domina as pessoas. “A divisão do tempo é uma das concepções mais ousadas e mais úteis do espírito humano”, disse o relator do projeto de criação do calendário revolucionário francês, sendo os recortes unidades de tempo que funcionam como quadro referencial para as ações. (*Id.*, *ibid.*, p. 264) O principal quadro, no mundo Ocidental, é o calendário gregoriano. Os jornais estão subordinados a esse ritmo, mas, ao definirem sua periodicidade, criam um ritmo próprio.

É importante destacar que, mesmo sendo diário, um jornal não reproduz exatamente o calendário gregoriano. Segundo a Associação Nacional de Jornais (ANJ), considera-se diário o periódico que circula pelo menos três vezes por semana. Lembre-se também que nenhum dos três jornais aqui analisados saiu sempre os sete dias da semana, embora fossem considerados diários. O **Jornal do Commercio** chegou a condensar sábado, domingo e segunda-feira numa só edição, O **Fluminense** condensa domingo e segunda e o **JB** “pulava” a segunda-feira nos anos 1930. Portanto, o próprio *status* “diário” é um efeito narrativo sintetizado nas edições.

A íntima relação entre jornalismo e tempo já se expressa em seu nome (*journal – journée – jornada*): Diário de Rio de Janeiro (RJ: 1821-1978), Diário Mercantil, Diário do Vale (Volta Redonda), Diário de Natal, Diário de Pernambuco, *Newsweek* (EUA), para citar alguns.

Diante da importância de marcar o tempo e se apropriar do calendário gregoriano, as empresas jornalísticas imprimiam e/ ou revendiam folhinhas. O **Fluminense** anunciava em 1928 (03 de janeiro, p. 1): “Recebemos lindas folhinhas para o corrente anno, das importantes casas comerciaes seguintes: Da Typographia e Papellaria Jeronimo Silva; Da Alfaiataria Regina (...); Da Casa Floresta (...).” O **Jornal do Commercio**, como já dissemos, vendia as famosas Laemmert no século XIX e, em 1948, imprimia sua própria: “Como acontece todos os anos, com a edição de hoje será distribuída a folhinha do JORNAL DO COMMERCIO, sem que por isso haja alteração no preço habitual da folha.” (Jornal do Commercio, 1º/01/1948, p. 1) O jornal continuava custando Cr\$ 0,60 o exemplar avulso (aos domingos era 0,70) e ainda oferecia o brinde. Ou seja, durante muito tempo a obtenção das folhinhas podia ser associada ao jornal. Ao revendê-las, também configurava função prestadora de serviço: fornecer um objeto de primeira necessidade.

Além de objeto físico, os calendários são sistemas de significação dos quais os jornais se apropriam para construir sua inteligibilidade. Assim, eles próprios se tornam objeto e sistema cultural de temporalização, objetivando o sistema calendário. Constituem-se em organizadores dos múltiplos quadros temporais justamente por se apropriarem de tantos diferentes e, sobretudo, por fazerem a ponte entre os tempos cotidianos e históricos. (*Op., cit.*)

Gradativamente foi se atribuindo aos jornais uma função-calendário. Enquanto folhinhas figuram nas paredes das cozinhas, nas portas de geladeira, nas mesas dos escritórios e na versão digital em aparelhos celulares e no computador, funcionando como calendário privado (assim

como os almanaques), os jornais desempenham a função calendário público. Mas não só isso, a mídia em geral funciona muitas vezes efetivamente como relógio. (BARBOSA, 2007b)

A “revista mensal” publicada pelo **Jornal do Commercio** em 1838 também não deixa de ser marcação de tempo, não só memória e história. Mesmo as famosas “Efemérides do Barão do Rio Branco”, publicadas pelo **JB** desde o segundo número, assim como outras efemérides mantidas por esses jornais (“Saiu no JB há cem anos”, “O Jornal do Commercio publicava na edição de 2 de agosto há 150 anos:”), garantem não apenas função memorialística mas acabam também indicando a passagem do tempo.

A efeméride é um recurso curioso, pois torna o passado vinculado à atualidade. Trata-se de um recurso para tentar pautar um assunto. Assim, algo circunstancial recebe aura de ineditismo graças à marcação do tempo, podendo ser assim convertido em notícia como no exemplo: “50 anos de Hollywood tropical. A Atlântida reúne um acervo de 62 filmes com o melhor da chanchada.” (JB, Caderno B, 21/07/1991, p. 8) Simplesmente se queria falar da produtora, mas, na falta de adequação aos “critérios de noticiabilidade”, usou-se o tempo cósmico como pretexto, subordinado-o ao jornalístico.

Quem consegue impor seu sistema de temporalização tem vantagem sob os demais. Le Goff (1997c) mostra como o catolicismo se apropriou com incrível habilidade dos calendários pagãos e descreve a invenção de instrumentos de medição do tempo, como, por exemplo, o século, adotado pelos historiadores no século XVIII como forma historiográfica de contar o tempo. Da mesma forma, a periodicidade de um jornal constitui o instrumento de dominação do tempo pelo jornalista e o jornal como instrumento de dominação do tempo pela sociedade. Tanto historiador quanto jornalista acomodam narrativamente coisas e pessoas na duração. Também para jornalistas e historiadores, os acontecimentos são âncoras para essa acomodação, como se verá no capítulo seguinte.

É verdade que a crescente complexificação das sociedades contemporâneas, com a experiência de múltiplos ritmos, extrapola a resposta que um jornal impresso pode dar, já que seu tempo é fixado pela impressão. Por outro lado, sua leitura sempre recoloca a comunicação em novo fluxo, dá partida a novos processos, e sua periodicidade marca um ritmo social.

#### 4.2.2 Explicando o passado

Já se relatou amplamente uma forma fundamental de narrar o tempo de maneira “historiográfica” na primeira parte quando se tratou das comemorações. Essa maneira de representar o passado chancela os jornais como defensores da memória do país e registradores do tempo, pressupondo certa concepção de história. Aos jornalistas a semelhança com o trabalho do historiador confere poder especial, aproximando-os idealmente de um intelectual paradigmático, intérprete privilegiado do passado e do presente.

Em 27 de abril de 1888, **O Fluminense** anunciava vender por 1\$000 o exemplar especial “O Abolicionismo Perante a História ou O Diálogo das Três Províncias” (p. 4), que apresentaria uma síntese do problema. Durante o mês que antecedeu a abolição, o jornal publicou diariamente editoriais refletindo sobre as novas perspectivas econômicas.

Embora a abolição fosse um problema do presente, observa-se a pressa do jornal não só em interpretar os acontecimentos no seu desenrolar como em produzir um material mais perene. A oportunidade de capitalizar simbolicamente aquele momento e de se tornar seu intérprete privilegiado fica evidente na reprodução integral na primeira página do dia 16 de maio de 1888 da Lei Áurea.

Cem anos mais tarde, o diário ainda explorava o fato de ter reproduzido a Lei, referendando a iniciativa dos jornalistas do passado na edição centenária (1978) e na de 130 anos (2008). Ou seja, a urgência em enxertar sentido histórico ao presente, da qual Nora (1976) acusava a mídia nos anos 1970, talvez seja mais antiga ou constitua uma operação característica e definidora do jornalismo. Assim como tem pressa em sentenciar suspeitos de crimes (SEIFERT, 2004), também tem em interpretar a história.

O **Jornal do Brasil** não havia completado um ano de circulação e já promovia sua coleção como registro relevante que deveria ser comprado e preservado. Anunciou a venda de uma compilação de seus textos:

Biblioteca do Jornal do Brasil

Brevemente começaremos a editar em elegante volume in-8, nitidamente impresso em excelente papel e ao preço uniforme de 3\$ o volume (2\$ para nossos assinantes), o melhor de nossa colaboração estrangeira e nacional, sob o título geral de ‘Biblioteca do Jornal do Brasil’

O primeiro volume está no prelo e terá por título Dom Pedro II e conterà todos os artigos publicados em nossa folha sobre o falecido ex-Imperador. A este seguir-se-hão: *Chronicas litterarias* por Theophilo Braga, *Dia a Dia, chronica alegre dos acontecimentos diários*, *Ephemerides* brasileiras pelo Barão do Rio Branco, *A Amazônia* por José Veríssimo e successivamente *os magníficos trabalhos expressamente para este jornal escriptos por Schimper*. (JB, 30/12/1891, p. 1, original sem grifos)

Desde seu primeiro ano, o **JB** trabalhava para que se atribuísse valor de perenidade a seu produto, acrescentando valor simbólico extra ao título. Fica evidente no trecho acima uma intenção registradora do tempo que se confundia com a ideia de história. Porém, ao lado de registros históricos e literários, supostamente não condicionados por um instante determinado de leitura, o jornal ofertava compilações de seu material mais perecível e mais dependente do cotidiano: “as crônicas alegres dos acontecimentos diários.” Elas eram apresentadas numa coluna cujo nome já materializava a temporalidade do cotidiano: “Dia-a-dia”.

Também valorizando seu material diário, acrescentou à coletânea os textos redigidos por Schimper especialmente para o **JB**.<sup>68</sup> Além disso, a operação mercadológica (de publicar as coletâneas) evidencia a sensibilidade do jornalista para sua historicidade, ao selecionar relatos que, sob seu ponto de vista, mereciam ser eternizados.

A concepção de história como registro da passagem do tempo se repete em inúmeros exemplos nos três jornais, o que leva a crer que esse não fosse simplesmente um modo de pensar no século XIX, mas uma concepção que oferecia “uma função” especial ao jornalismo e que parece ter sido diluída ao longo do XX.

Entretanto a “função historiográfica” continuaria por algum tempo. Em 1904, o **JB** publicou sínteses semanais, os “Echos da Semana”, aos domingos, da mesma forma que o **Jornal do Commercio** lançara seus suplementos quinzenais nos anos 1840-1870.

Aquele maio de 1904 foi exemplar da função historiográfica que o **JB** se atribuía. Fora mandado à Espanha um enviado especial para acompanhar o funeral da rainha Isabel II. Então o jornal explorou intensamente esse material.

No dia 4 (p. 3), publicou página inteira com cinco ilustrações que dão bem a ideia do que se entendia por história. São ilustrações estáticas que não fornecem nenhum sentido de tempo, com exceção da dicotomia simples jovem/ velha. As legendas dizem: “Isabel II em 1860”,

---

<sup>68</sup> O jornal não explica quem é o autor. Supõe-se ser o botânico Andreas Franz Wilhelm Schimper, morto em 1901.

“Isabel II em 1885”, “retrato enviado por Isabel II á sua nora, a Rainha Maria Cristina”, “Isabel II preparando-se para o acto de abdicção”, “Isabel II em seus últimos dias”.

Com exceção da última, que apresenta uma idosa caricata aos olhos de 2009, as anteriores são totalmente redundantes. Parece que o esforço era apenas registrar e exibir capacidade gráfica, não importando se aquilo acrescentava algo ou não à compreensão do episódio. Tratava-se de outra sensibilidade para o tempo e, conseqüentemente, narrativa.

É importante ressaltar que a rainha da Espanha para o **JB**, assim como a Abolição para **O Fluminense**, não era “coisa do passado”. Era notícia fresca, a ponto de o jornal mandar um correspondente especial, mas o tratamento dado ao material era em parte “historiográfico”, com análise do passado e das perspectivas para a Espanha com Afonso XIII, em parte descritivo da cerimônia fúnebre. Também é necessário lembrar que o **Jornal do Brasil** explorava fartamente a vida das famílias reais, as grandes celebridades da época, o que era fundamental para o periódico, talvez muito mais por ele ser popular do que por ser monarquista.

No 13 de maio, celebrou a “libertação da nossa Pátria do jugo da escravidão negreira” (p. 1), analisando que a data “completou a obra do 7 de setembro.” Dizia assim que “as duas datas que se unificam, que se não podem separar, representam ambas acontecimentos que diretamente influíram para a construção do nosso organismo de nação livre e independente.” Também comemorou o “96º aniversário da Imprensa”.

A respeito dessa criação, diz o padre Luiz Gonçalves dos Santos nas suas memórias do Brasil, p. 80: “O Brasil, até o feliz dia 13 de maio de 1808, não conhecia o que era typographia: foi necessário que a brilhante face do Príncipe regente nosso senhor, bem como o refulgente sol viesse vivificar este paiz, não só quanto á sua agricultura, commercio e industria, mas também quanto às suas artes e sciencias, dissipando as trevas da ignorância, cujas negras nuvens cobriam todo o Brasil e interceptavam as luzes da sabedoria.  
(JB, 13/05/1904, p. 1)

O mesmo trecho seria reproduzido na edição centenária do **Jornal do Commercio** em 1927. Portanto, as efemérides, embora funcionassem como marcação de um tempo cíclico, podiam ser também oportunidade de apresentar interpretações sobre o passado, usadas tanto isoladamente quanto vinculadas a análises mais amplas.

As “Ephemérides Brasileiras”, escritas pelo Barão do Rio Branco, lembravam no **JB** o que acontecera no Brasil a cada dia nos anos anteriores. A lógica persiste nos jornais até hoje nas colunas ao estilo “Há 50 anos”.

Ephemerides Brasileiras

2 de novembro de 1615 – N’este dia completou-se a capitulação do forte de São Luiz do Maranhã, ficando De La Ravardiére entendido de que deveria entregá-lo “com toda a artilharia... [veja 31 de outubro a 2 de novembro] (JB, 27/11/1891, p. 2)

Na sequencia, outras notas referentes a 4 e 6 de novembro, ou seja, as datas das edições atuais e antigas não coincidiam sempre, o que não diminuía a inteligibilidade de sua forma de organização do tempo e da história. Até pelo menos 1945 as efemérides do Barão do Rio Branco, que já havia morrido em 1912, ainda eram debatidas e corrigidas no **JB**, segundo pesquisa de membros do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, e servem até hoje como referência.

O recurso da efeméride para lembrar o passado pode ser interpretado como uma apropriação, pelo jornal, do tempo cósmico, pois se trata originalmente de um conjunto de cálculos astrofísicos. Adotar o conceito de efeméride, como marcação abstrata do tempo físico, e aproximá-lo do tempo do jornalismo é dar ao leitor a garantia de que é tão certo o jornal estar nas bancas na manhã seguinte quanto a própria certeza da existência da manhã seguinte. São formas abstratas de mediação do tempo: um físico, outro jornalístico revestido de histórico.

Apresentar uma coluna exclusiva com efemérides confere a elas caráter mais autônomo em relação às demais narrativas, como nem sempre funcionou, a exemplo do editorial sobre a queda da Bastilha, na celebração do 14 de julho, que **O Fluminense** aproveitou para apresentar sua análise “historiográfica” da Revolução Francesa (14/06/1898). As efemérides serviam como pretexto para discorrer sobre algum assunto e, como já assinalado, como neste caso, inclusive sob uma perspectiva historiográfica ou memorialística.

Esse foi e é seu principal uso: para comemorações em geral, como discutidas nos primeiros capítulos. Elas aparecem tanto nas edições especiais quanto nas regulares, a partir de aniversários de morte e de nascimento (efeméride pessoal), celebrações de grandes datas históricas, entre outros recursos de atualização.

A pretexto do aniversário de 20 anos de dom Pedro I e sem deixar de descrever os festejos na cidade, o **Jornal do Commercio** analisou:

Há pouco nascemos para o mundo, há pouco pertencemos á história; e entretanto *a ampulheta dos povos*, nesse tão curto período de vida, deparará com mil grandes acontecimentos, descreverá mil crises funestas por que havemos passado, e depois *a posteridade nos julgará*. (Jornal do Commercio, 05/12/1837, p. 1, original sem grifos)

Mais uma vez a história é retratada como ampulheta. Lembremos que a mesma representação é utilizada na edição de 180 anos (2007), como dito no capítulo 1, ou seja, 170 anos depois. Observa-se que o texto se refere ao passado recente (a Independência) mas também aponta previsões futuras ao imaginar que a posteridade julgará a nação. E continua sobre dom João, embora o aniversário fosse de seu filho:

[Dom João...] morreu longe de nós pela liberdade de outro povo [...] e a história escreveu sobre a lousa “Duas corôas teve, duas corôas abdicou: a dous povos deu liberdade, a dous povos assegurou huma bella e duradoura existencia, mimoseando-os com dous filhos de seu amor; pela liberdade viveu e por ella morreu!” (Jornal do Commercio, 05/12/1837, p. 1)

O trecho se encaixa bem no modelo de texto laudatório a que se refere Messagi (2008). E continua criticando o que se pode deduzir que fossem as recentes revoltas separatistas e os ideais republicanos. Como os argumentos não foram explicitamente apresentados, só se pode deduzir os assuntos, mas, certamente, o leitor da época sabia do que tratavam porque ele vivia a história e acompanhava sua narração cotidiana de acordo com o ritmo da periodicidade do jornal. Quanto mais se acompanha a narratividade de um jornal, mais facilmente inteligível ele se torna, pois sua narratividade é já um processo.

Depois que elle abandonou-nos á nossa inexperiencia, homens no Brazil se levantarão, doidos ambição, e de egoísmo; apregoarão diversas utopias políticas, que illudirão os incautos e os fascinarão; convidando o povo à desordem, á anarchia e á separação, regarão a terra que os vira nascer com o sangue de seus próprios irmãos. (Jornal do Commercio, 05/12/1837, p. 1)

A passagem de ano também funcionava como efeméride para se produzir material voltado para o passado, de caráter analítico, como mostrado no subitem 4.1.2 (Notícia e história), e como neste exemplo a seguir (já citado no capítulo 1), publicado depois de quase duas páginas inteiras que tentavam simplesmente dar conta da história do mundo. Aí está mais uma evidência do projeto monumental do **Jornal do Commercio**, mesmo em suas edições regulares, não apenas nas comemorativas. Sua disposição para tudo narrar corresponde à de se tornar um grande monumento narrativo, como explorado no primeiro capítulo.

#### O ANNO DE 1840

Se na história da humanidade alguns annos passarão sem deixar vestígios que os recommendem á attenção da posteridade, se os actos que nelles se realisão tem por sua insignificância , por sua nenhuma influencia sobre a sorte das nações de ficar em terno esquecimento, outro tanto não há de acontecer ao anno de 1840. Poucas nações o virão passar sem que nelle extraordinários acontecimentos viessem influir em seus destinos, e se em muitas dellas a guerra civil, e a guerra estrangeira não chegarão a ensanguenta-las, no menos tristes annuncios fizerão receiar que fosse profundamente alterada a paz do mundo. (Jornal do Commercio, 1º e 2/01/1841, p. 2)

Além de todas as efemérides, a principal continua sendo a coluna “Memória”, que lista acontecimentos noticiados pelo jornal 50, cem e 150 anos antes e que conseguem transportar o leitor para outro universo, sensação promovida pela representação (como ação narrativa) do passado enquanto história.

#### MEMÓRIA

O Jornal do Commercio publicava na edição de 2 de agosto:

#### HÁ 150 ANOS

Anteontem, por volta das 19h30m, foi preso por dois pedestres o capoeirista Raphael, que estava armado com uma navalha. Ele foi preso na Rua São Joaquim, mas quando os três chegaram ao Largo da Carioca os pedestres foram atacados por mais seis pretos que dominam esta mesma luta. Eles conseguiram, na luta, soltar o dito Raphael e fugiram em seguida. Neste conflito um dos pedestres ficou ferido. Que haja providência contra esses desordeiros. (Jornal do Commercio, 3,4 e 5/08/2007, p. A-18)

A efeméride foi selecionada por José Pinheiro Júnior, fato raríssimo o de identificar o responsável pela coluna. Observa-se que o texto reproduz a maneira antiga de escrever, o que

nem sempre ocorreu. Muitas vezes, as notícias eram reescritas, ao modo contemporâneo, para facilitar a compreensão. Por outro lado, perdiam parte do sabor do tempo.<sup>69</sup>

O texto remete a outro mundo. Enquanto narrativa, abre uma fenda para o passado, como um túnel do tempo. Assim, somos capazes de imaginar tanto o universo do capoeirista com nome de pintor italiano, os conflitos nas ruas do Rio, quanto o universo da produção jornalística, que fez com que se selecionasse esse episódio para ser notícia em 1857 e efeméride em 2007. Isto é, um mesmo acontecimento muda de estatuto comunicativo em 150 anos. Ele é despojado de sua densidade ao ser articulado como passado. Por outro lado, enquanto referencial, o acontecimento nunca é o mesmo, pois a situação comunicacional já é outra. Embora tenha acontecido efetivamente, só poderá ser experimentado 150 anos mais tarde enquanto narração. Só a narrativa poderá lhe abrir a porta e o fazer *durar*.

Ao mesmo tempo em que a narrativa condensa várias ações que duraram intervalos diferenciados (o caminhar até o Largo da Carioca, a prisão, a briga, a fuga), criando uma concordância, ela também se distende no tempo, já que a comunicação efetivamente *durou*. Ou seja, ela foi reacionada na primeira publicação, na primeira leitura, na apropriação de Pinheiro Júnior, na transcrição aqui, e na leitura que neste instante se desenrola. Várias dimensões temporais são produzidas e experimentadas ao narrar. (RICOEUR, 1994)

Nem sempre houve necessidade da efeméride como gancho para um texto “historiográfico”, como o exemplo abaixo, cujo autor descreve a descoberta de um documento:

Um episódio político no Primeiro Império - correspondência entre as Câmeras Municipais de Rezende e São João do Príncipe

Corria tranquilo o anno de 1829, oito annos depois da proclamação da Independência do Brasil, e quase um anno após a carta da lei de 1º de outubro de 1828, parecia que as agitações políticas estavam arrefecidas com as providências Governamentaes surgindo é certo, d'aqui e d'ali factos interessantes para a história da nossa vida política, posto que não houvessem bandos organizados com programmas definidos.

*É sem dúvida no segredo dos archivos municipaes que se pode estudar a história do passado, n'um simples registro, ás vezes, se mostra o valor dos acontecimentos que, realisados, seriam paginas interessantes da independencia de acção da nossa vida agitada n'aquella época, em que o Império ainda não se havia consolidado completamente.*

---

<sup>69</sup> Por essa razão, optou-se não atualizar nem a grafia, nem o léxico, nem a gramática, nem corrigir os erros, de modo que o leitor tenha sensação semelhante a da autora ao olhar os microfilmes na Biblioteca Nacional, incluindo a dificuldade de interpretação.

*Revolvendo maços amarellados, livros esquecidos e abandonados de há cento e tantos annos passados, nos vêm ao conhecimento notícias do que n'aquelle tempo os homens dos Conselhos regionais já se manifestavam com certo prestígio por sua autonomia: é no asylo d'esses archivos abandonados, repetimos, que se encontra farta messe para o estudo das nossas cousas e da nossa gente, é naquelle refugio que dormem esqueletos manuscritos das gerações de outrora, que muitas vezes nos custa recompol-os com fidelidade. Ali achamos mais de um titulo esclarecedor dos serviços prestados à nação pelos nossos avoengos. Nictheroy, Luiz Ascendino Dantas (Jornal do Commercio, 1/10/1937, p. 2, original sem grifos)*

A publicação de tal exaltação ao documento e ao trabalho quase arqueológico do historiador complexifica a relação entre jornalismo e história. Ao mesmo tempo em que o autor exhibe seu apreço pelos arquivos, o fato de o texto ter sido publicado no jornal lhe acrescenta um papel nesse processo de produção de conhecimento. O mais interessante é que o próprio jornal se torna documento, não só quando reconfigura o passado mas quando narra o presente. Ao selecionar o que contar e ao dar sentido ao cotidiano, já está construindo legado para o futuro.

Portanto, os jornais narram muito mais do que aquilo que é sentido como presente. Narram também o que é considerado ido e o que se imagina que virá. Eles colaboram em grande parte para a construção e consolidação de diferentes versões do passado. A abordagem “historiográfica”, ao remeter o leitor a tempos pretéritos, é muito mais comum nas páginas de um jornal do que se imaginava inicialmente. A presença do passado está não apenas nas efemérides, mas também nas contextualizações dos acontecimentos e nas memórias coletivas compartilhadas pelos leitores que fazem com que o jornal seja inteligível.

“Povo julga Lampião. Plebiscito dirá se cangaceiro foi herói ou bandido.” (JB, 22/09/2001, p. 4) O debate sobre o julgamento de Lampião foi transferido para as páginas do **JB**, num *box* no alto direito. O texto aciona por si só o conhecimento popular de história a partir de uma memória comum. Com foto de Lampião e a legenda explicativa (e que localiza no tempo) “Lampião morreu em 1938”, a reportagem falava da proposta de instalação de uma estátua do cangaceiro em Serra Talhada (PE). A secretaria municipal de Cultura estava promovendo um plebiscito para saber se o povo queria o monumento, porque acreditava que estimularia o turismo. Por outro lado, parte dos moradores não queria. O juiz José Machado Azevedo achava que a reabilitação de Lampião seria um incentivo à criminalidade. O ex-combatente, adversário de Lampião, José de Souza Magalhães, pensava o contrário: “para o que vejo hoje, Lampião era um santo”.

Esses elementos de memória, trazidos para as páginas do periódico, vão fazendo com que ele se torne uma mistura complexa de tempos, portas para várias temporalidades, sempre ordenadas por sua narratividade. Para ser compreendido, ele precisa de uma “costura” com as memórias dos leitores. Sem elas, não faria sentido. Daí o fato de o historiador recorrer aos jornais. É possível seguir os fios de múltiplas tramas de significação que, embora estivessem fora do jornal, na vida social, possuíam laços com o impresso. Pontos num bordado em papel.

Ou seja, é possível afirmar que os jornais são documentos das tramas sociais, o que inclui evidentemente as tramas comunicacionais. Eles são vestígios de processos que se deram em outra época, ao mesmo tempo em que, enquanto documento de passado, instauram novos processos, ou seja, continuam sendo laços de nova comunicação, fazendo-a durar. Esses jornais atestam não apenas como o público se relacionava com os títulos, mas sobretudo como as sociedades carioca e fluminense comunicavam e sob que forma estabeleciam seus contatos sociais. Neste caso, a forma em questão é aquela reconhecida como jornalística.

Também a simultaneidade dos tempos, como experiência moderna descrita por Anderson (2008), fica nítida em vários momentos, principalmente nas coberturas de guerra, de terrorismo, atentados, golpes de estado, a partir da correspondência e das agências internacionais, mais no **Jornal do Commercio** e no **Jornal do Brasil** do que no **Fluminense**, com cobertura mais local. O **Jornal do Commercio** manteve colunas fixas sobre temas circunstanciais em destaque, como hoje se faz com rubricas<sup>70</sup>: “NO EXTREMO ORIENTE”, “A SITUAÇÃO NA HESPAÑA”, nos anos 1930. Por outro lado, como se verá no subitem a seguir, será no periódico de Niterói e no **JB** que o cotidiano será mais acentuado, embora o **Jornal do Commercio** também tenha narrado a dinâmica da cidade e da vida diária.

#### 4.2.3 Cotidianidade como tempo jornalístico

O terceiro tipo de tempo usado nos jornais é a própria cotidianidade. A vida diária, na sua dimensão mais intensa, o presente pragmático, explode principalmente nas páginas de **O Fluminense** e no **Jornal do Brasil** desde o século XIX. Ela dá o ritmo das narrativas e marca a perecibilidade dos jornais. Licitações de serviços públicos, assassinatos, navalhadas, notícias

---

<sup>70</sup> Rubrica, no jargão jornalístico, é um rótulo classificatório que une várias reportagens sob um mesmo tema.

marítimas, suicídios, ataques piratas a cargueiros na costa, leilões, casamentos, aniversários, obituários, notas sociais, câmbio, classificados, “raptos e defloramentos”, campanhas assistencialistas, medidas administrativas para garantir a qualidade da carne são exemplos desse conteúdo dos dois jornais entre as décadas de 1890 e 1920.

Fica patente a presença de algo que hoje poderia ser compreendido como noticiário. São preocupações as mais imediatas e pragmáticas possíveis: os classificados – alguém precisa vender alguma coisa e alguém precisa comprar –, a escala dos comissários de polícia de plantão nas delegacias, o resultado do turfe e do jogo do bicho – se alguém jogou, é preciso aplacar a expectativa mais imediata de saber se ganhou –, a programação dos cinemas – também uma forma de planejamento do uso do tempo –, entre tantos outros exemplos.

O anúncio da ampliação da Estrada de Ferro Central do Brasil, que ganharia uma quarta linha, pelo **JB**, por exemplo, é, em 1897, motivo de capitalização simbólica, como se o valor do “furo” e da exclusividade já estivesse presente ainda que derivado puramente de uma pragmática, o que é, afinal, o que importa quando se trata o jornalismo como prática social: “O público teve hontem conhecimento, por intermédio somente do Jornal do Brasil, de que esta importantíssima repartição vae ser dotada de um melhoramento de alta importância.” (JB, 04/04/1897, p. 1)

Mas a cotidianidade não poderia ser descrita mais literalmente do que pela precividade da carne na coluna do **JB** “O BIFE”, espécie de boletim de matadouros, onde se anunciavam diariamente as rezes abatidas, onde e por quanto comprar. Talvez a inscrição do jornalismo no cotidiano não possa ser mais claramente compreendida do que por esse exemplo. Imaginam-se os senhores consultando os jornais para saber se suas famílias poderiam consumir carne aquela semana e indo rapidamente comprá-la antes que o tempo a apodrecesse.

Aquilo a que se está chamando cotidiano é um conceito complexo que, embora muitas vezes seja erroneamente tratado como “rotina”, inclui rotina, mas incorpora também a reflexão acerca da realidade e sua efetiva transformação. Optou-se pela definição de Heller (1992, p. 17): “Cotidiano é a vida do homem inteiro”.

É no cotidiano que se faz a história, onde o homem experimenta sua integralidade, tanto com seus hábitos mais firmemente estabelecidos quanto com as surpresas que os outros e que suas ações produzem no curso de sua própria vida e na dos demais. Ou seja, é no cotidiano, incluindo todas as dimensões da vida social, que as rupturas e continuidades são tencionadas na experiência imediata e distendidas na duração. Usando Ricoeur (1994), é onde condensamos

e/ou expandimos o tecido temporal da experiência. É no cotidiano que fazemos história ao agir, ao sofrer a ação dos outros, ao nos omitir ou simplesmente quando não tomamos conhecimento de um sem número de realidades alheias. Ou seja, a integralidade do processo histórico não poderia se dar em outro lugar que não *no* cotidiano.

A dimensão do fazer histórico é explicada de maneira simples por Heller (1993) ao afirmar que todos somos historiadores, teóricos e filósofos da história na medida em que contamos histórias, analisamos as histórias que vivemos, vemos e ouvimos e interpretamos essas histórias, apropriando-as a nossa maneira. Portanto, o processo histórico, como ato comunicacional, não poderia ficar mais evidente:

Dar sentido a alguma coisa significa mover os fenômenos, as experiências e similares, para dentro de nosso mundo; significa transformar o desconhecido em conhecido, o inexplicável em explicável, bem como reforçar ou alterar o mundo por ações significativas de diferentes proveniências.<sup>71</sup>

Também fica patente que é no cotidiano que se processa a comunicação, como ato de dar sentido, o que se dá na duração. Neste caso, interessam os atos interligados e coletivos de criar sentidos socialmente, ou seja, interessa a comunicação enquanto trabalho de natureza social.

Mantendo a coerência com a compreensão de comunicação como processo, visualiza-se jornalismo como uma atividade social cujo valor não é tributável somente de significados recentes ou deliberações profissionais, sindicais, empresariais, acadêmicas, legais etc. É preciso buscar outros *status* que esse modo de interação social foi adquirindo ao longo do tempo para perceber os resquícios, as sobreposições, as transformações, as substituições, as radicais rupturas entre diferentes modos de fazê-lo e seus diferentes usos sociais.

A notícia, uma de suas principais marcas narrativas atualmente, aparece no passado como efeito da percepção de novidade dentro do fluxo comunicacional cotidiano, muito mais do que em decorrência de uma questão de forma – embora ela seja importante. A notícia, como experiência particular do tempo, foi sendo reforçada e separada de análises “de fundo”, que davam um panorama mais profundo temporalmente.

Assim, o leitor foi se satisfazendo com significados mais imediatos, enquanto o valor de perenidade do jornal foi sendo diluído. O passado foi se tornando mais raso, com pouca

---

<sup>71</sup> HELLER, Agnes. *Uma teoria da história*. RJ: Civilização Brasileira, 1993, p. 85.

profundidade temporal (o que não significa que se tenha hoje menor capacidade de compreensão da própria historicidade).

A análise do **Jornal do Commercio**, do **Fluminense** e do **Jornal do Brasil** deu a entender que a historiografia funcionava como signo ilustrativo, exibicionismo de conhecimento que foi gradativamente perdendo o sentido de passado e projetando cada vez mais interesse para o presente e para o futuro.

A presença do cotidiano, como dimensão pragmática do presente, ocupa a maior parte dos três jornais. Ela está na urgência da morte, em crimes e tragédias, no fascínio pela tecnologia como antecipação de futuro, nas atividades comercial e industrial, como ritmo do trabalho e da oportunidade capitalista, na programação cultural e seu modo de ordenamento do tempo, nos dramas da vida urbana, nos conflitos geracionais explicitados nas reportagens de comportamento, e também nos anúncios publicitários, que fornecem intenso senso de presente. Todos esses assuntos deram aos jornais um sentido de urgência de ação.

Por exemplo, a programação cultural. O **Jornal do Commercio** publicava o cardápio do “Hotel do Universo”, cujo prato mais cobiçado, ao que parece, era a sopa de tartaruga, no ano de 1847. O leitor poderia marcar ou não o jantar, mas ele sabia que o anúncio servia para aquilo e que outras pessoas poderiam pensar no mesmo passeio. A proposta de programação do tempo podia se dar nas colunas especializadas em rádio (“Notas Radiofônicas”, de Silvio Moreano, no **JB**, anos 1940), televisão, teatro, cinema (incluindo os cinejornais), veículos imensamente populares em sua época, como demonstra a quantidade e detalhamento das colunas.

Outras colunas davam a dimensão do cotidiano, a começar, pelos nomes: “Gazetilha”, “Várias Notícias”, “Telegrammas de Última Hora” (no **Jornal do Commercio**), além da autoevidente “PHENOMENOS DA ÉPOCA”. Trata-se de espaços de variedades, que narravam a pulsação da cidade. Os telegramas, embora fossem na sua maioria do exterior, sobre temas distantes, não deixavam de fornecer um senso de urgência. Mesmo sentido tinham os “Telegrammas” no **JB**, que contava com as também autoevidentes “Conjuntura”, “Dia a Dia” e “Diário da Cidade”.

O **Fluminense** contou com “MISCELLANEA”, “NOTICIÁRIO” e “Plantão de O Fluminense”, que tinha mais claramente a proposta de ser sentinela da cidade. Na cidade funciona o espaço de relações, onde o cotidiano se desenrola, com base em múltiplas referências imaginativas, entre elas, o jornalismo, ao criar uma cartografia própria. (MUSSE, 2008) A

cidade se desenha em suas páginas, por exemplo, pelos endereços descritos nas reportagens, mas também nos endereços de casas comerciais desaparecidas ou mesmo nos lugares físicos transformados, e, sobretudo, nos lugares imaginados.

O ritmo da vida urbana emerge nas colunas “Ronda das ruas” (do **Fluminense**, anos 1970), “Na polícia e nas ruas” e “Achados e perdidos” (do **JB**). Ou em “Palpitando” (**Fluminense**) e “A BICHARADA” (**JB**), ambas com o resultado do jogo do bicho na virada do século XIX para o XX. O **JB** possuía setorista na Central do Brasil, responsável por alimentar a nota “Hóspedes e viajantes”, que informava diariamente sobre quem chegava e partia da cidade, descrevendo os acompanhantes, qual o destino e até o que iam ou vinham fazer. Assim, “Hóspedes e viajantes” dava um panorama do mundo dos negócios, pois muitas vezes os viajantes chegavam para fechá-los, do convívio social em geral e da dinâmica populacional.

Acompanhado de sua esposa, partiu hontem para Valença, no Estado do Rio de Janeiro, Dr. Fernando Gomes [...]  
Chegaram hontem de Matto Grosso, a bordo do Chile [...], o Sr. General [...]  
(JB, 13/02/1901, p. 2)

A vida privada do doutor Fernando ganha assim visibilidade nas páginas impressas pelo fato de ele ter estado na Central do Brasil. Na estação ferroviária acontece o choque entre as duas tipologias de narrador de Benjamin (1985): o viajante e o velho. O primeiro recolhe histórias no deslocamento; o segundo, pela memória de quem fica. Neste caso, o jornal é o velho enraizado em sua cidade, fazendo de sua coleção o arquivo de memória de onde extrai novas histórias e é precisamente por isso que celebra seus cem, 130 ou 180 anos.

O texto mostra também que o que, em princípio, parece prática antiquada faz lembrar as atuais reportagens sobre “saída de feriadão”, com a diferença apenas na escala da observação. Isso é, passou a interessar mais, do ponto de vista da cobertura, o deslocamento em massa na cidade, enquanto no início do século passado se observava o detalhe.

A urgência está também nos avisos de telegramas retidos, de cartas perdidas e até no incômodo de um aparelho telefônico com defeito:

Noite e dia batendo  
Um telephone do outro mundo

O assignante do aparelho 3096 reclama que o mesmo costuma bater noite e dia sem que ninguém fale. Cabe a administração tomar as devidas providências. O aparelho estará maluco? (O Fluminense, 3/04/1938, p. 1)

Os três periódicos fazem ver que as consequências sociais da velocidade do trabalho jornalístico vão além da possibilidade ou não de acesso a reportagens de qualidade, como aponta Moretzsohn (2002). Se a pressa marca o jornalismo talvez seja menos pelo curto tempo de apuração e mais devido ao efeito narrativo de urgência que a própria informação impõe, de acordo com a demanda do leitor. Urgência essa, aliás, amplamente explorada pela publicidade e pelo jornalismo quando pressupõe mobilização pública. (FRANCISCATO, 2005)

**O Fluminense** parecia possuir relação bastante íntima com seu público, pois as atividades mais prosaicas, e nem por isso menos urgentes e necessárias, encontravam referencial em suas páginas. Além da programação cultural e das notícias de crimes, outras informações dão bem a dimensão do fator ação: a publicação das colunas “Polícia”, que, em vez de contar crimes, continha a escala de plantão dos comissários em cada subdelegacia ou zona ou distrito. Isso significa que não só o delegado poderia consultar para onde deveria ir como o cidadão saberia a quem procurar diretamente se precisasse da polícia.

Também publicava os anúncios com a escala de médicos de plantão nas farmácias. Além de se consultar com os farmacêuticos, a população do início dos 1900 procurava os médicos que montavam consultórios e se revezavam nas farmácias em Niterói. Os anúncios apresentavam os nomes dos médicos e suas especialidades, de modo que o leitor pudesse planejar a ida ao especialista certo, no endereço, dia e horário corretos.

Sofrimento das Senhoras. Tratamento e consultas pelo Dr. João Tavares, na Pharmacia União, á rua Marechal Deodoro, n. 77, das 2 ás 3 da tarde. Telephone 754. (O Fluminense, 29/02/1928, p. 1)

Este exemplo dá a entender que se tratava de um anúncio pago pelo médico, mas havia outras listas de médicos e farmácias que ora pareciam ser anúncios dos médicos, ora das farmácias, embora eles contivessem as mesmas informações. De qualquer forma, o efeito no consumo jornalístico é semelhante, embora o leitor da época talvez conseguisse distinguir se era anúncio pago por um ou por outro ou o dado era ignorado porque não fazia diferença.

A vida urbana sempre traçou as páginas dos jornais. Denúncia contra a Cantareira que estaria transportando passageiros em barcas destinadas a animais, a crise de abastecimento que ficou conhecida como “o caso da carne verde”, transbordamentos de esgoto, enfim, os dramas diários estavam intimamente ligados à narrativa do **Fluminense** e do **Jornal do Brasil**:

Há dias, conforme fazemos todos os domingos, tivemos oportunidade de focalizar com relativa abundância de detalhes, isto é, tanto quanto nos permitia o espaço de que dispomos, as irregularidades e as dificuldades que enfrentam com raro estoicismo os habitantes do tradicional e populoso subúrbio de Inhaúma. (JB, 2/12/1951, p. 4)

O texto foi acompanhado de uma fotografia em que se contam 18 meninos, com a seguinte legenda: “As crianças de Inhaúma precisam de escolas”. Chama atenção a persistência do fascínio pela tecnologia gerações mais tarde. Quem trabalhou na reportagem sabe que, nos subúrbios, onde houver uma câmera haverá meninos. A presença do fotógrafo interfere na imagem. Independentemente do que estivessem fazendo, se era ou não horário de escola, os meninos se aglomerariam na frente da câmera, servindo de imagem para reforçar o argumento do repórter de que aquela gente estava à toa.

A elaboração da reportagem, como retrato (literalmente) da cidade na sua cotidianidade, fixa um instante da duração, instante esse que evidencia a própria relação do jornalismo com a sociedade. Isto é, um jornal não é “documento” simplesmente porque reproduz papéis oficiais, falas e narra e constrói acontecimentos, mas sobretudo porque constitui vestígio de interações comunicacionais que se deram no passado, como esta entre os 18 meninos e o fotógrafo.

Ou seja, o jornalismo acaba sendo uma atividade que provoca a interação e a construção de documentos daquela interação que se deu. É realmente um instrumento de mobilização pública, já que promove ou media interações sociais, como no caso das enquetes do **Fluminense**:

O FLUMINENSE foi às ruas ouvir a população sobre a questão. É justo ou não que moradores transformem uma via pública em rua particular, restringindo o acesso das pessoas? (O Fluminense, 4/04/1998, p. 8)

Franciscato (2005) tem razão ao afirmar que o jornalismo reforçou a experiência do presente ao fazer a atenção se voltar para a observação e reflexão de temas banais. Ao manter um

intenso ritmo de trocas lingüísticas (e simbólicas), intensifica a experiência de uma multiplicidade de presentes possíveis.

Mais uma vez, são várias temporalidades que se encontram no ato de ler a fotografia ou a enquete. Esse encontro, que é a coincidência narrativa (o próprio ato de compreensão, ou seja, de interpretação) de que fala Ricoeur (1994), dá-se não apenas quando temos consciência de estar olhando para o passado mas também quando olhamos o presente. O reconhecimento do tempo depende de referências comuns, propriamente temporais, que múltiplos elementos, muito além do tempo verbal, fornecem. Já se relatou em outro momento que passado, presente e futuro aqui não dizem respeito à flexão verbal mas ao reconhecimento do tempo, mecanismo que se vê claramente na publicidade e na linguagem usada na cobertura policial, como mostrado no subitem seguinte.

Antes disso, lembra-se que também se encontrou nessas páginas o tempo da experiência ficcional: aquele da imaginação mais básica necessária à inteligibilidade da cidade, do cotidiano, dos crimes, das reportagens sobre a vida diária, das tragédias, quanto o da imaginação presente nos folhetins, nas fotografias dos “musos” da guerra e das misses, nas charges, como as famosas de Bambino, do **JB**, além dos poemas sobre os mais variados temas publicados no **Fluminense** ao longo de pelo menos seus primeiros 50 anos.

#### 4.2.3.1 Os crimes e a publicidade

A maneira de contar os crimes e a qualidade deles, as doenças e os modos de tratá-las, os anúncios publicitários, tudo isso abre diálogos com outros tempos. Para se estabelecer a comunicação, via jornal, é preciso em primeiro lugar reconhecer aquilo do que falam. O reconhecimento é uma identidade momentânea que se dá no tempo. Trata-se de uma diferença. (RICOEUR, 2004) Só reconhecemos algo porque sabemos ser aquilo diferente de outras coisas. É preciso estar ciente do que possa ser a Pomada Lugolina, a Neurocleina Werneck, o Lombricol, o Creosgenol entre tantos outros miraculosos remédios:

Licor Depurativo de Tayuyá, de São João da Barra. Aleijados, reumáticos, syphiliticos, darthorosos, feridentos, os aleijados curam-se.

Lombricol – é este o Lombrigueiro que deveis dar aos vossos filhos. De efeito incomparável, sem nenhum perigo para as crianças. Não é irritante e não exige dieta. Nas boas Pharmácias.

A Saúde é o Baluarte da Vida. Ser forte! Vigoroso! Energico! Possuir bella e invejavel cor rosada. Ter bom Estomago e bom appetite!! Digerir bem todos os alimentos É ter saúde e ser feliz. Fortificante Marciaes – enriquecem - de glóbulos vermelhos.

Creosgenol, o tonico dos pulmões. Bronquite, Tosse, Grippe, Tuberculoso e todas as moléstias dos pulmões.

Um conselho de amigo, se quereis que vossos filhos nasçam forte e sadios purifica vosso sangue com o poderoso depurativo Licor Tibaina de Granada.

Tosse, bronquite, influenza, anti-catarrahal de Granada.

Clycosol – sarnas, comichões e erupções no corpo. É o melhor remédio para acabar com as espinhas, os pannos e manchas no rosto; máu cheiro nos pés e dos sovacos, as aphtas e o mau hálito. Do Pharmaceutico Luiz Duarte

Estes anúncios publicados no **Fluminense** entre 1900 e 1930 garantiam o reconhecimento e a proximidade do leitor com seu jornal enquanto traziam para suas páginas as últimas novidades em matéria de drogas. Curiosos são os tipos de males para os quais eram recomendadas. Além da obsessão com energéticos e depurativos, os principais medicamentos combatiam males constrangedores para ser tratados com naturalidade: “dores das hemorroidas”, “gonorrhoea”, Beri-Beri, “mau cheiro dos sovacos”, entre outros. Não que os problemas não sejam ainda comuns, mas a abordagem publicitária em parte mudou.

O jornal podia simular preocupação com a saúde do público assim como promovia um efeito de intimidade. Ou seja, mesmo sendo narrativa pública, o diário compartilhava dos dramas privados das famílias. Autorizado pela intimidade a oferecer remédio contra lombriga, podia publicar um anúncio com ilustração constrangedora. Lombricol vinha desenhado embaixo de mulher com uma toalha no braço, olhando para baixo e exclamando algo aberto à imaginação. Também podia falar sobre controle de natalidade:

Capsulas de Apiol - Sabina – Arruda – sevenkraut (à venda em pharmácias e drogarias) [ilustração de mulher por trás tapando a boca de homem assustado] Não tema... Uma senhora intelligente toma esta formula todos os mezes. Cápsulas-Sevenkraut (apiol-sabina-arruda) este medicamento é o melhor que

existe para suspensão, atrazo, faltas etc. restabelece as regras em poucas horas. Dist. Allemã. (O Fluminense, anúncio de abril de 1938)

Antes mesmo de a reportagem se voltar para o interesse da vida diária, quem primeiro deu a dimensão cotidiana nos jornais foram os anúncios publicitários, especialmente a programação cultural, com sua marcação “HOJE”. O advérbio que mais claramente designa o agora de um jornal diário começou a aparecer nos anúncios dos espetáculos. O que pode parecer óbvio forneceu os primeiros movimentos de presentificação das tramas no jornal.

Circo Gymnastico – *novidade*, grande regozijo popular (Jornal do Commercio, 1/04/1877, p. 8, original sem grifo)

111 Rua da Assembléia 111

*Primeiro* Bazar do Império

Fundado em 1874

Atacado e a Verejo

Artigos para uma casa de família (Jornal do Commercio, 8/05/1887, p. 8, original sem grifo)

Cia e ópera cômica

O mais extraordinário sucesso da *atualidade*

Dirigida por Adolpho A. de Faria

O Galho de Ouro (Jornal do Commercio, 8/05/1887, p. 8, original sem grifo)

O Milagre de Nossa Senhora da Penha

No Imperial Theatro S. Pedro de Alcântara

Extraordinário acontecimento theatral

Estrondosa *novidade*! (Jornal do Commercio, 7/05/1887, p. 8, original sem grifo)

O *primeiro* estabelecimento óptico no Império

Instrumentos de astronomia, mathematica, navegação, physica, engenharia, agrimensura, electricidade e phantasmagoria. Rua do Hospício n. 71 (Jornal do Commercio, fevereiro de 1857, original sem grifo)

Em todos esses anúncios há a indicação de tempo imediato e sentido de urgência. “Atualidade”, “primeiro”, “novidade” estão lá para marcar a qualidade de ineditismo dos produtos e serviços ofertados como valor positivo. Esse movimento foi mais intenso e claro na publicidade e só posteriormente no noticiário. O fato é que o jornal, também enquanto produto, valeu-se dessas associações das publicidades que ele carrega como um discurso próprio de “segunda mão”, ou como discurso citado (BAKHTIN, 1995), como desenvolvido no capítulo 2.

Figura 19



Uma das colunas mais populares do JB: crimes sensacionais presentificam a experiência  
Jornal do Brasil, 06/08/1931, extrato da p. 13

A publicidade acrescenta ao jornal valor de ineditismo e fornece uma sensação de urgência e presentificação para além do próprio noticiário, como também as datas no alto das páginas, como visto no subitem 4.2.1 (Cosmologia e cosmogonia). Mas não só isso. Esses anúncios são também exemplo da marca das sensações no jornalismo. Afinal, o circo promove regozijo, a ópera, além de atual, é extraordinária, a peça teatral é estrondosa como aquilo que fere os ouvidos, o estabelecimento ótico oferece instrumentos que ampliam não somente o alcance do olhar, mas a própria extensão do corpo, que mede, com instrumentos de agrimensura, espaços que braços, palmos e pés não dariam conta de abarcar.

Tanto o desenvolvimento de novos recursos da medicina (a anestesia) e de novos equipamentos tecnológicos, quanto os grandes feitos históricos e o mais prosaico dos anúncios estão neste diálogo entre os jornais e seu público:

Angú  
Hoje domingo  
Vende-se na rua da Princeza n. 47 (O Fluminense, julho, 1888)

Embora o angu ainda seja amplamente vendido e anunciado nas ruas, outros tipos de consumo desapareceram. A qualidade não só dos modos de consumo mas daquilo que é efetivamente adquirido também marca os tempos, como a obsessão pelas máquinas de costura nos anos 1930 e pelos pianos nos anos 1940, como a oferta válvulas de rádios e de curso de datilografia, totalmente desaparecidos, oferta de sombrinhas, luvas, chapéus, de curso de música em 1827 pelo **Jornal do Commercio**, a intensa oferta de engomadeiras, o que dá a ideia da necessidade de tal profissional em 1897, além de bens e serviços cujo consumo ainda precisavam ser consolidados, como os velocípedes (bicicletas) e os serviços bancários:

Cuidado com os ladrões – Traga sempre consigo um talão de cheques, evite assim o roubo e a perda. Deposite hoje mesmo suas economias em um Banco de sua confiança – Banco de Crédito do Estado do Rio – juros de 5% a 6% ao ano, com retiradas livres. R. Coronel Gomes Machado 68. (O Flumiensne, 2/03/1928, p. 1)

A argumentação do **Fluminense** sobre a necessidade de se usar um banco parece inacreditável hoje, quando essas instituições dominam a vida econômica até das classes trabalhadoras. Os classificados dão bem a dimensão dos consumos que desapareceram ou se modificaram. O **Jornal do Commercio**, por exemplo, teve como uns de seus primeiros anúncios e entre os mais populares nos seus primeiros anos a venda de livros, ao que parecem, usados. Assim, o jornal funcionava como um meio de escambo de mercadorias perenes e difíceis de ser encontradas nos anos 1800. O mesmo jornal ofertava em 1847 “daguerreotypo”, além dos leilões de lotes de escravos e de aluguel humano:

Aluguel de ama de leite (limpo e puro) parda e fôrra. Rua do Hospício n. 52.  
Aluga-se ama de leite preta com muita saúde. (Jornal do Commercio, 9/01/1847, p. 1)

Essas narrativas fornecem não apenas a dimensão das prisões do tempo mas também da possibilidade de imaginar o futuro, como neste caso:

### A mulher do século XXI

Podemos, sem contestação, afirmar que a mulher do século XXI, será, sem tirar nem por, um homem, excepto nas proeminências que lhe reservou a natureza, os únicos atractivos que ellas conservam com egoísmo desmedido [sobre uso das calças] [...] Viajarão em pé no estribo dos veículos e terão de assumir graves responsabilidades na vida social, inclusive a de ganhar com o suor do seu rosto o pão que o diabo amassou para sustentar o marido que ficará em casa sem emprego amamentando as creanças. (O Fluminense, 6/03/1928, p. 2)

O curioso é que em quase nada errou o autor. Por outro lado, os jornais exibem as prisões do tempo, ou os quadros sociais de memória (Halbwachs, 1990), segundo os quais crianças negras, por exemplo, podiam ser chamadas de piolhentas:

Ás pessoas de côr pedimos usar o OLEO – INDÍGENA – PERFUMADO. Recommendado como preventivo, e aconselhado com resultados positivos para extincção da caspa e lêndeas de todos os parasitas do couro cabelludo, tão freqüentes na infância. Dá perfume agradável, e preço baratíssimo. (O Fluminense, 2/06/1918, p. 3)

Dentre todos os assuntos sobre a cidade e a vida cotidiana, talvez a cobertura policial seja a mais persistente e numericamente mais importante no **JB** e no **Fluminense**, que são jornais integrais, ou seja, de carácter geral, diferentemente do **Jornal do Commercio**, especializado em economia. As notícias vão desde atropelamentos (desde os tempos dos bondes), roubos e golpes, até crimes sexuais. Aporte do corpo no presente e recurso de presentificação, as sensações atravessam toda a experiência narrativa desses dois periódicos, principalmente na primeira metade do século XX.<sup>72</sup>

### Desrespeito a uma senhora

#### O patife foi preso

A viúva Maria Magdalena [...], de 41 annos de idade, residente á rua Visconde de Sepetiba n. 14 B, estando hontem a procurar casa, passou na Rua Indígena, onde o pintor José Carlos [...] se achava trepado a uma escada, pintando exatamente uma casa vasia.

---

<sup>72</sup> Não se afirma que esses dois periódicos tenham deixado de acionar as sensações depois dos anos 1930, o que esta pesquisa não pretende responder nem possui elementos para isso. Apenas se ressalva a grande recorrência de reportagens sensacionais nesse período proporcionalmente ao tamanho dos jornais. O JB é reconhecidamente considerado “popularíssimo” no início dos anos 1900, entre outros fatores, por ter abusado do sensacionalismo. (BARBOSA, 1996) Sobre estratégias sensacionalistas em jornais “não-sensacionalistas” cf. Matheus (2006).

O pintor promptificou-se a acompanhar a senhora, desmanchando-se em amabilidades. Ao chegarem a um quarto do interior, elle passou a chave na porta e atrevidamente atirou-se contra a senhora, que gritou por socorro e reagiu, conseguindo livrar-se das garras do patife.

O audacioso pintor foi preso e contra elle está instaurado inquérito na Delegacia da 3ª Circumscrição. (O Fluminense, 2/03/1928, p. 1)

#### Árabe sedutor

Infeliz moça – no Barreto

O árabe Antônio [...], estabelecido com armarinho no porto do Barreto n. 4, 5º distrito, procurou anteontem, á noite, a polícia central a quem se queixou contra o seu patrício Felipe [...], que accusa de haver seduzido, com promessa de casamento, a menor Maria [...], de 17 annos de idade e irma do queixoso.

Vendo sua victima em estado de gravidez, Felipe fel-a tomar vários remédios, afim de provocar aborto dando em resultado a pobre moça adoecer e ficar em estado grave, tornando-se necessário a intervenção cirúrgica, afim de que a creança, com setes mezes, fosse retirada.

Diante da gravidade do estado da infeliz moça, o deshumano causador da sua desgraça fugiu. (O Fluminense, 30/10/1908, p. 2)

#### Na polícia e nas ruas

Jogador, seductor e pervertido

A polícia tem em mãos um scelerado

É um typo asqueroso, repugnante, Arlindo [...], que dá pelo appellido de “Arlindo Pé de Ouro” [...] Há muitos annos, Arlindo Pé de Ouro não sabe o que é trabalhar. Vive de comissões do “jogo do bicho”, que vendo no largo do Campinho, onde reside.

Durante muitos annos, viveu amancebado com a preta [...], tendo ultimamente ofendido a filha da amante, [...], de 14 annos, também de cor preta.

Não ficou ahi a façanha do arrojado indivíduo. Illudindo a menor Olga, de 17 annos de idade, de cor prêta [...], há duas, sob promessa de casamento [...], maltratou-a também. (JB, 4/06/1921, p. 9)

Paixão sinistra

A vingança do bombeiro

A morte do rival nas sombras da noite. (JB, 5/04/1911, p. 7)

#### Na polícia e nas ruas

As aventuras rocambolescas do facínora ‘Paulo Carvoeiro’

Ruidosa e dramática prisão desse condemnado foragido, num mattagal de S. João de Merity

Porque untava as balas da pistola com sabonete

O livro de orações no bolso do malfeitor (JB, 20/05/1930, p. 11)

#### Na polícia e nas ruas

Um crime impressionante

Matou o próprio pae com a cumplicidade materna e de uma irmã

A polícia de Bom Jesus de Itapaboana, no Estado do Rio, acaba de apurar impressionante crime allí occorrido em fins do mez passado e que o correspondente do ‘O Estado’, de Nictheroy, assim resume:

[descreve a história do colono João, de 45 anos, morto com a própria garrucha 450 pelo filho mais velho, João Junior, de 18 anos, a mando da mãe “Virginia de tal” e de acordo com a irmã, Nelzina, de 14 anos]

Declarou, ainda, que resolveu consummar esse acto, que o revoltava, porque seu pae, esquecendo-se de seus deveres de chefe de família e de cidadão, vinha desde há cinco mezes atraz attentando irrefreadamente contra a castidade de Nelzina, tornando-se, com esse procedimento, indigno, repudiado por todos da família e mal visto pela visinhança. (JB, 6/08/1931, p. 13)

Seriam as tais promessas de casamento recurso do jornalista para proteger a desonrada de vexame maior ao ter sua história contada pelo jornal? O mais curioso desses relatos é não tanto a qualidade dos crimes em si, que em parte mudou, já que, por exemplo, crime de honra acabou, mas a maneira de narrá-los.

Atropelado por um auto

Na fuga o chauffeur ia fazendo outras victimas

Hontem, á tarde, na alameda S. Boaventura, em frente á avenida 18 de Março, foi atropelado pelo auto de praça n. 26, guiado pelo chauffeur Francisco (...), o carregador Honorio Tinoco, de cor preta e 24 annos, residente no Campo do Ypiranga, em S. Gonçalo.

Honorario, além de contusões e escoriações generalizadas, soffreu, ao que parece, fractura da base do craneo e após receber os primeiros curativos do Prompio Socorro, foi recolhido ao Hospital S. João Baptista. (O Fluminense, 2/03/1928, p. 1)

Roubaram, intitulado-se agentes de polícia agindo em S. Gonçalo

Os ladrões estão presos

A polícia desta cidade tem em mãos uma quadrilha de ladrões que, intitulado-se agentes do Corpo de Segurança da Polícia, praticaram um assalto e roubo. (O Fluminense, 2/03/1928, p. 1)

Esses exemplos mostram que alguns crimes são rigorosamente os mesmos que hoje, mas não sua representação pelos jornais. Sua linguagem faz emergir o passado, mas também faz com que nos distanciemos dele, tornando-nos outros enquanto futuro do passado. Pela linguagem, sabe-se que décadas foram transcorridas entre o “chauffeur” e o “motorista”, entre o “ordenado” e o “salário”, entre a “colocação” e o “emprego”, entre as “regras” e a “menstruação”, entre a possibilidade da oferta de um remédio contra piolhos para “pessoas de côr” e a possibilidade da existência da Lei Afonso Arinos. Por outro lado, eles mantêm um diálogo com as sensações, mobilizando-as na percepção e experiência da cidade. Nada mais concreto para a experiência do

tempo que o corpo, o primeiro veículo de acesso à cidade. É ele que faz com que o tempo se encaixe no espaço e se viva a integralidade do cotidiano.

O conflito dos tempos aparece nas reportagens sobre comportamento e moda, uma constante nos três jornais que, primeiro, descreviam as *toilettes* parisienses e, mais tarde, a adoção de “modernidades”:

#### Unisex moda no Liceu

Unisex foi a solução encontrada pela direção do Liceu Nilo Peçanha para resolver o problema da minissaia que tantas confusões causou. Agora, a partir do início das aulas, em março, alunos e alunas poderão comparecer de blusa de malha branca, com mangas e gola azuis e calça comprida tipo “lee”. O diretor do LNP só tomou a decisão, mudando um tradicional a *[sic]* 16 anos, depois que ouviu comissão de pais de alunos. Tanto os alunos do sexo feminino, quanto os rapazes, consideraram a mudança “muito pra frente” e esperam que seja adotada por outros diretores de colégios da cidade, “pois poderemos causar inveja a nossos colegas”. (O Fluminense, 24/01/1971, p. 1)

Pressionado pelos tempos, a escola cedeu à “modernidade” das calças jeans para evitar mal maior: as minissaias, consequência de novas dinâmicas identitárias daquela geração:

[continuação da p. 1] Ocorre, porém, que as môças, ao sair de casa, aplicavam um estratagema para ficar na moda: dobravam as saias na cintura até ficarem 20 centímetros acima dos joelhos. Depois, desfaziam as dobras, sem que suas famílias notassem. (O Fluminense, 24/01/1971, p. 2)

Outro tema que fazia emergir das páginas impressas não apenas o passado mas a própria dimensão histórica é a tecnologia: materialização, assim como o objeto jornal, da urgência e do valor do ineditismo. Ela sempre foi descrita de forma maravilhosa: o primeiro foguete à lua, o primeiro satélite, o primeiro vôo comercial, a anestesia, o antibiótico, a informática, o genoma humano, e, como não poderiam ficar de fora, os relógios.

#### Casio coloca voz da amada no seu relógio

A crescente sofisticação que a informática e a miniaturização dos componentes eletrônicos está trazendo à indústria de utilidades e à indústria relojeira não pára de surpreender os olhos dos consumidores que a cada dia são apresentados aos mais surpreendentes e bizarros equipamentos portáteis para facilitar sua vida ou simplesmente para solicitar sua curiosidade.

A indústria Casio Computer Co, do Japão, está lançando no Brasil uma série de despertadores de cabeceira que se constituem num verdadeiro filão para empresas que procuram brindes criativos e que funcionam também como cartão de visitas sofisticados para abertura de novos canais de negócios. Um dos relógios, o VM-300, tem um alarme diário para acordar o cidadão com a voz de sua amada, através de um mecanismo que permite gravar mensagens de até 30 segundos, o tempo médio de um spot de televisão ou de rádio... [descreve dinossauro que ruga, outro que dá a hora simultânea das principais capitais do mundo] (Jornal do Commercio, 7 e 8/06/1987, p. 2, grifo original)

A reportagem do **Jornal do Commercio** condensa o fascínio pela tecnologia, neste caso do relógio que fala. O que parece tão distante pela forma como foi narrada também angustia por se perceber que se trata de um ano tão recente. Talvez a aceleração das invenções faça parecer que é a história que corre. Se há experiência de aceleração, talvez tenha sido o próprio jornalismo que contribuiu para a sensação, como se verá no capítulo 5.

Figura 20



Profusão de “hojes”: apelo de urgência na publicidade cultural  
 Jornal do Brasil, 1º/04/1877, extrato da p. 8

#### 4.3. APÊNDICE

Quadro 3: Tipologia dos tempos nos jornais

|  | <b>Jornal do Commercio</b>  | <b>O Fluminense</b>  | <b>Jornal do Brasil</b>   |
|--|---|--|---|
| Tempo cósmico (físico, místico, ficcional) | Mortes como evidência da passagem do tempo, memória “Há 50 anos” assinatura do jornal, comemorações (1º vôo), datação “sexta anno da Independência”, inventário dos mortos, folhetim (periodicidade dentro de outra periodicidade), meteorologia (década de 1870), tudo com data, precisão das datas “dia tal do corrente”.   | Temperatura, poemas (muitos, desde o primeiro ano até anos 1920), poemas com temática política, amorosa, de exaltação, congratulações, comemorações do dia dos mortos, agradecimento aos santos, coluna espírita, reprodução das marchinhas de carnaval, horóscopo, fotos de “musos” da guerra, previsões místicas para o resultado do campeonato de escolas de samba, dia dos santos e orixás, aniversários, obituário, notas sociais (aniversários), venda de folhinhas.   | Previsão do tempo, marés, descrições atmosféricas em geral, horóscopo, obituario (evidência da passagem do tempo), “Saiu no JB há cem anos”, nome do jornal (Revista Domingo), “edição da manhã”, efemérides (carnaval, primavera etc), <b>Secção Religiosa</b> (santo do dia etc), “Façam seu pedido – Modelo Ford 1946”.  |
| Tempo histórico                            | Os mortos como “grandes vultos da história”, Memória “Há 50 anos”, anúncio de inéditas tecnologias como proposta do que viraria “histórico” (iPhone subestimado, primeiro satélite americano), datação “sexta anno da Independência”, fascículos e edições especiais de história, previsões econômicas, recessão, progresso, simultaneidade da guerra, das bolsas, do capitalismo, comemorações (primeiro vôo comercial no Brasil, centenário de Deodoro da Fonseca, de Couto de Magalhães), debates contextuais (acusação angolana de apoio ao colonialismo português na África), retrospectivas (“História do levante | Análises históricas (“O abolicionismo perante a história ou o diálogo das três províncias” – suplemento vendido separadamente já no ano de 1888, queda da Bastilha, Sete de Setembro), comemorações em geral (dia da Bandeira, dia do trabalhador, 250 anos da Igreja de São Lourenço, centenário de Luís Carlos Prestes, descobrimento do Brasil), a vida universitária (teses etc), análises macroeconômicas, proposta de desfusão (escola de samba debate), contextualização das reportagens, análises comportamentais, coluna “ <b>VARIEDADE</b> ” (história de vultos da história local, João Henrique Pestalozzi). | Simultaneidade do terrorismo, das guerras, “anacronismos” e “arcaísmos” da história, comemorações (reconstituição do vôo de Santos Dumont, 50 anos da Atlântida como “gancho”, centenário de Prudente de Moraes), “Saiu no JB há cem anos”, julgamento público de Lampião, funeral de D. Pedro II, casamentos reais, suplementos da semana, as análises das guerras, crimes famosos que viram história urbana, análises sobre “razões do atraso”, o ineditismo como gancho, “História da medicina”, traslado do corpo de Isabel e D’Eu, até a década de 40 títulos usam mais substantivos, <b>Ephemerides Brasileiras</b> , do Barão do |

|                 |  |  |  |
|-----------------|--|--|--|
|                 | <p>húngaro no relatório da ONU”, “os grandes acontecimentos de 1947” – mês a mês), debates sobre guerras, análises históricas (o que representa o nascimento do filho da Rainha?”, análise das ações do imperador, “aspectos geraes da colonização systematica no Brasil”), retrospectivas analíticas mais amplas, previsões e metas econômicas (mais no século XX), memória fúnebre, ephemerides (1927), jornalista como historidador.</p>  | <p>Rio Branco (debates e correções ainda em 1945, entra na coleção “Biblioteca do Jornal do Brasil” já em 1891), “Imortalidade de Guimarães Rosa começa hoje”, “Palácio Tiradentes perde no abandono glória do passado” (passado como “gancho” para denúncia de deteriorização), publicações especiais de história (sobre dom Pedro II, coletânea de Dia a Dia, “chronica alegre dos acontecimentos diários”.</p>  |  |
| Tempo cotidiano | <p>Mortes como fenômeno do cotidiano, novas tecnologias (“locomotivas velocípedes” - bicicletas) e os grandes feitos do homem (lançamento do primeiro satélite americano - cujo foguete explodiu), os fenômenos climáticos que atingem o dia-a-dia da população (alerta de enchentes), crises econômicas, leilões, overnight, commodities, renda fixa, variações cambiais, bolsas (jornal como instrumento da para o dia a dia do comerciante e empresário), greves, o sonho da casa própria, congelamentos, reajustes, financiamentos, recessão, movimento das alfândegas e arrecadação, futebol e esportes em geral, as doenças e males que acometiam a população e a preocupavam em cada época, os “furos” e a exclusividade do jornal, <i>fait divers</i> em geral que narram o prosaico de modo mais evidente, anúncio de chegada de cartas, roubos, a moda, os decretos imperiais, novas</p> | <p>Remédios e inventos, dia a dia administrativo, problemas de abastecimento de gêneros alimentícios (“o caso das carnes verdes”), denúncias de transporte irregular pela Cantareira de passageiros em barcas de carga animal, resoluções da Assembléia, classificados, atas de assembleias e clubes, resultado do jogo do bicho (coluna <b>Palpitando</b>), casamentos, aniversários, leilões, notas sociais, obituário, situação do café brasileiro na Europa, escala das farmácias de plantão, campanha de ajuda aos pobres, cobertura sindical, a vida universitária, debate sobre impostos, crimes em geral, obras públicas, programação carnavalesca, as guerras, contabilidade acelerada dos crimes, enquetes, escola de samba debate desfusão, aumento das tarifas de transporte, sindicalismo, moda, comportamento (conflitos de geração), acidentes,</p> | <p>Promoções de supermercado, liquidações, oferta de “colocação” - emprego, de cursos, obituário (quem morre a cada dia), cobertura do Diário Oficial, movimento das bolsas, as doenças, “a agitação das ruas”, “política do dia”, funeral de D. Pedro II, “edição da manhã”, suplementos da semana, crimes, carnaval, piadas nas charges, a moda, novos remédios milagrosos, novas tecnologias de higiene (sabões para banho, etc), reforma do ensino, brindes promocionais, convocação de reuniões, assembleias, atividades sindicais, de clubes recreativos, dissídios, reivindicações populares, má condições dos trens, a rotina de correr e risco de atravessar a linha, programação dos cinemas, do rádio, do teatro etc, anúncios de concursos públicos, publicação de editais, catástrofes, comunicados de guerra, instruções em geral (sobre</p> |

rotas dos correios, “revista mensal” da economia no Império, ineditismo como valor publicitário (“o primeiro estabelecimento de óptica do Império”, “primeiro bazar do Império”, “o mais extraordinário sucesso da atualidade”), debates sobre medicina, o “frescor” das notícias marcado pela data (“dia tal do corrente”), comunicados aos servidores públicos (gripe asiática nos 1940 não seria desculpa aceita para faltar o serviço), os circos na cidade, convocação de reunião de clubes, de moçonarias, a rotina detalhada de tudo e tudo com data precisa (que vai se flexibilizando no século XX), as tragédias mais narradas eram da Europa, possivelmente porque não havia cobertura local, colunas cujo nome davam a dimensão do cotidiano e da imediatez do presente: **Gazetilha, Várias Notícias, Telegrammas de última hora, PHENOMENOS DA ÉPOCA.**

atropelamentos, promoções, liquidações, leilões, seção **MISCELLANEA**, coluna **NOTICIÁRIO, Ronda das ruas, Plantão de O Fluminense, Hóspedes e viajantes, Polícia** (com escala de plantão dos comissários em cada subdelegacia ou zona ou distrito), anúncios com escala de médicos de plantão nas farmácias, **Notícia de polícia em Occurencias.**

plantio de feijão, higiene na criação dos porcos), classificados, acidentes, norma para recolhimento de lixo, o sensacional, boletim do turfe, comunicados de anunciantes e publicidade em geral, reconhecimento pela tecnologia (anúncios de eletrodomésticos), a partir da década de 50 títulos passam a priorizar o uso do verbo, destacando as ações, crimes, notícias marítimas, resultado jogo do bicho, esquema de trânsito para a Missa do Galo, pesquisas de opinião (década de 1980), programação dos cinejornais que contavam histórias da bomba atômica, julgamentos de guerra, descrição de maravilhas tecnológicas misteriosas e fascinantes, colunas que dão idéia de cotidianidade: **Conjuntura, Telegrammas, Echos da Semana, Na polícia e nas ruas, Achados e perdidos, Diário da Cidade, Dia a Dia, Hóspedes de viajantes.**

Fonte: Jornal do Commercio (1827-2007), Jornal do Brasil (1891-2001), O Fluminense (1878-2008). Disponíveis na Biblioteca Nacional.

## 5 VISÕES DE FUTURO, OFERTA DE UTOPIAS

Nos primeiros capítulos, foram analisadas narrativas que condensavam o passado dos jornais e da história do país, publicadas sob a forma de comemorações. Observou-se como o **Jornal do Commercio**, **O Fluminense** e o **Jornal do Brasil** se representaram e capitalizaram o passado na construção de sua identidade narrativa. Foi possível perceber o valor de que esses periódicos revestiram os “tempos idos”, assim como os sentidos de história mais favoráveis a sua atividade, do ponto de vista comercial e simbólico.

No capítulo anterior, também se explorou o uso do passado, porém a atenção foi voltada para as representações de história e passado em geral produzidas longe de datas especiais. Perceberam-se tanto a permanência de um sentido de história como progresso quanto alterações no valor jornalístico do passado nos últimos 180 anos. Se historiografia (ainda que não científica, mas midiática) e jornalismo se misturavam até pelo menos os anos 1930, após esse período o valor da história foi sendo diluído e subordinado a outras temporalidades do jornalismo. Assim, a história continua a ser usada como artefato jornalístico (por exemplo, a seção móvel “História” do **Globo**), porém se encontra mais diluída no cotidiano. É inegável que o presente adquiriu maior espessura narrativa nos jornais em detrimento de articulações mais ambiciosas sobre o passado entendido como história.

Agora é hora de observar as noções de futuro com que os três periódicos trabalharam. Não se vai realizar uma pesquisa panorâmica, como no capítulo 4, onde se destacou a multiplicidade dos tempos jornalísticos. Ao contrário, este capítulo analisa articulações pontuais, realizadas em momentos em que grandes acontecimentos impuseram sua narratividade. Foram acontecimentos de natureza simbólica, em vez de eventos políticos aos quais frequentemente se

associa a história. A passagem do dirigível Zeppelin pelo Rio, a chegada do homem à lua, a primeira ligação telefônica interurbana entre Niterói e Rio, a inauguração da Ponte Presidente Costa e Silva (Rio-Niterói), a iluminação elétrica em Campos dos Goytacazes (a 286 km da capital Rio de Janeiro) e na Estação Central da Ferrovia Dom Pedro II foram, além de tecnológicos e, por que não políticos, grandes acontecimentos simbólicos.

O objetivo na escolha desses acontecimentos foi evitar reproduzir a ideia comum, reificada pelos jornais, de história como coleção de acontecimentos políticos centrados nas ações de grandes personagens. Ainda que tendo protagonistas importantes, como dom Pedro II, ou o coronel Mário Andreazza, ministro dos transportes quando da inauguração da Ponte Rio-Niterói, esses acontecimentos mobilizaram um imaginário técnico, do qual os jornais se apropriaram. Foram acontecimentos que adquiriram significado social graças a sua conversão midiática (com exceção dos eventos do século XIX, cujas características são diferentes).

Assim, este capítulo encerra um percurso no qual se procurou refletir sobre as articulações entre jornalismo e tempo. Da mesma forma em que os capítulos iniciais trazem uma interpretação acerca dos usos do passado, este apresenta os usos do futuro. Não se afirma que deliberadamente editores, redatores e repórteres tenham pensado nisso. Apenas se procura inferir acerca dos efeitos simbólicos de narrativas que procuravam valorizar o jornalismo como forma de comunicação social portadora de certo *status* representacional.

Com isso, espera-se contribuir com uma perspectiva do significado de que o jornalismo foi revestido nas sociedades carioca e fluminense, usando como recurso a análise da articulação temporal da narrativa. Evidentemente, esta dimensão não dá conta das inúmeras respostas possíveis, apenas oferece uma versão para o entendimento do fenômeno jornalístico, como prática comunicacional, a partir da densidade e profundidade das camadas de seus significados nas suas múltiplas relações com os tempos sociais.

Para isso, norteia este capítulo a questão: por que os jornais converteram esses “acontecimentos tecnológicos” em acontecimentos midiáticos? Ou seja, se, no circuito comunicacional entre os jornais e o público, as coberturas de grandes feitos tecnológicos agregaram valor simbólico aos periódicos e ao jornalismo em geral. Se é verdade, como fizeram isso e que noção de tempo foi acionada. Sem dúvida, há uma dimensão ainda mais complexa que é o grau de dependência da experiência do acontecimento à mediação dos meios de massa, mas

esta análise fugiria à proposta deste trabalho, cujo recorte é especificamente a relação do jornalismo com o tempo.

Se os capítulos 1, 2 e 3 mostraram a conversão do passado histórico em passado midiográfico e o capítulo 4 mostrou a apropriação do cotidiano como matéria fundamental para os jornais, este evidencia diferentes valores que foram agregados ao significado do jornalismo, tributários de uma ideia de futuro.

Está claro que a consciência histórica carrega referências de passado, presente e futuro e que, em todo ato comunicacional, as três dimensões da historicidade são articuladas para que se efetue alguma inteligibilidade, fazendo com que a interação social se efetive e algum sentido seja produzido, ainda que momentâneo. Assim, não é difícil perceber que a condição dialógica do discurso já contém noções de presente, passado e futuro, pois a comunicação se dá em processo.

Para que um discurso seja dialógico, é preciso que haja consciência de discursos anteriores e expectativa de posteriores: a antecipação de Bahktin (1995). Igualmente, elaboramos nossos discursos em função do que conhecemos ou imaginamos de nossos interlocutores, o que Bourdieu (2008) chama de *habitus* lingüístico, ou melhor, um saber prático sobre as competências lingüísticas dos outros e de seus modos de apropriação. Assim, o discurso se dá a partir de códigos e expectativas prévias, mas também a partir de antecipações da reação dos interlocutores potenciais, pondo em diálogo múltiplas falas não apenas sincronicamente (polifonia) mas também diacronicamente (dialogismo).

O mesmo caráter processual está no conceito de narrativa de Ricoeur (1994), para quem o ato mimético é um arco hermenêutico que engloba a condição do que se vive (*mimese* I), a elaboração representacional dessa condição (*mimese* II) e a posterior interpretação dessa representação (*mimese* III). Fazemos esse circuito não apenas quando literalmente narramos algo, mas também ao viver, pois, para Ricoeur, estar vivo é dar significado à vida, portanto, é um ato comunicacional em si. Por isso, para o filósofo, viver é narrar e narrativa é vida.

A necessidade de vínculos com o passado para a significação do presente é marcada no conceito de tradição de Ricoeur, conforme explicado no capítulo 2. Para ele, a forma de encadeamento de uma interpretação numa série histórica depende do que ele chama de “tradicionalidade”. Além disso, a própria interpretação se apoia em narrações já feitas, nas “coisas já ditas”. (*Id., ibid.*, p. 380)

Figura 21



Construção da expectativa. Jornal do Brasil, 18/05/1930, extrato da p. 8

Também Chartier (2007) apresenta seu conceito de representação (ato de dar sentido) segundo uma noção processual com base no tripé representação, prática e apropriação, esta última, na verdade, um novo ato de representação, como o arco hermenêutico de Ricoeur.

Portanto, se existem inúmeras teorias que dão conta desse movimento processual de significação, no material empírico aqui analisado ele ficou perfeitamente claro. Mais evidente impossível. Para que uma nova tecnologia fosse significada no ato da interação jornalística, foi preciso que se acionassem referências anteriores, fornecidas, em grande parte, pelos próprios periódicos. Mas esta descoberta veio ao acaso. Mesmo considerando que a consciência de presente, passado e futuro é condição para a comunicação, seja de que espécie for, o objetivo inicial era localizar, nos três jornais, narrativas específicas que montassem visões de futuro. Para isso, foram selecionadas coberturas de alguns acontecimentos que possibilitavam aos jornais criar grandes intrigas acerca do futuro. Mas, diante delas, a condição processual da comunicação gritou e se percebeu ser impossível gerar alguma inteligibilidade acerca de qualquer acontecimento sem referências prévias. Sobretudo diante do “sonho, da chimera, da illusão” tecnológica, ainda mais necessários se fizeram os jornais com suas referências de passado, para dar materialidade lingüística ao futuro.

Imaginava-se inicialmente que esses acontecimentos tivessem sido oportunidade para que os jornais projetassem utopias, como forma de ação política, como descreve Bourdieu (2008), porém o sentido encontrado foi mais complexo. Além de pretexto para imaginar futuros, eles foram também articulados como materialização do futuro de homens do passado, como se os jornais dissessem: "o futuro chegou". Eles propiciaram uma leitura que os ligava por uma linha imaginária comum, fazendo de um a antecipação do outro. Essa articulação foi verificada entre a chegada do homem à lua pelo **Jornal do Brasil** em 1969 e a passagem do dirigível Zeppelin pelo Rio de Janeiro em 1930; entre a inauguração da Ponte Rio-Niterói pelo **Fluminense** em 1974 e a primeira ligação telefônica de Niterói para o Rio em 1892; e entre a inauguração da iluminação pública em Campos em 1883 e a iluminação da Estação Central da Ferrovia Dom Pedro II em 1879 pelo **Jornal do Commercio**.

Ao contar a alunissagem, o **Jornal do Brasil** já tinha imaginado a conquista do espaço pelo dirigível Conde Zeppelin 39 anos antes. Também **O Fluminense**, 82 anos antes da inauguração da ponte, já tinha sonhado com uma passagem mágica para o outro lado da Baía de Guanabara ao contar do primeiro telefonema para o Rio. O **Jornal do Commercio** descreveu o

“arrojado commettimento” da iluminação elétrica em Campos apenas quatro anos depois da primeira experiência carioca, na Central do Brasil. Os bicos de gás, por sua vez, já tinham sido considerados “um oceano de luz” que inundara a cidade 25 anos antes.

## 5.1 IMAGENS DO ALTO: DO ZEPPELIN À APOLO-11

Nenhuma das três empresas jornalísticas soube capitalizar melhor seu periódico com grandes coberturas do que a “Sociedade Anonyma Jornal do Brasil S/A”. O domínio dos céus a partir da tecnologia recebeu atenção especial nas coberturas da alunissagem em 20 de julho de 1969 e da passagem do Zeppelin pelos céus do Rio em 25 de maio de 1930. Comum às duas foi a construção do acontecimento não tanto pelo fato em si, mas pela crescente expectativa criada com antecedência, além, é claro, do sentido de ineditismo inerente aos dois. Ambas as coberturas forneceram ao público nova dimensão do familiar, tornando-o estranho e surpreendente.

De repente, a lua passa a ser referida como uma estranha superfície pedregosa e escura que em nada faz lembrar a ancestral e brilhante esfera branca no céu. Tanto foi assim que o astronauta Edwin Aldrin<sup>73</sup> escolheu explicar o que viu informando que não havia uma cor específica predominante na superfície lunar, preso talvez que estivesse ao imperativo da referência a seu antecessor, Gagarin, que dissera que a Terra é azul. Assim, explicar o acontecimento era inseri-lo numa série, num contexto, de tal modo que Aldrin se sentiu obrigado a mencionar a cor, o que deve ter sido especialmente importante nas duas ocasiões – tanto 1961 quanto em 1969 -, quando os aparelhos televisivos eram em preto e branco.<sup>74</sup> Além disso, o público dependeu das edições extras dos jornais, repletas de fotografias, assim como de outros recursos de oralidade<sup>75</sup> que ajudassem a imaginar a cena. De fato, não importa se Aldrin e Gagarin deliberadamente arquitetaram e ensaiaram o que diriam, apenas se evidencia nosso

---

<sup>73</sup> Segundo astronauta a pisar em solo lunar, depois de Neil Armstrong, que disse “Um pequeno passo para o homem, um grande salto para a Humanidade”.

<sup>74</sup> As primeiras transmissões em cores ocorreram nos Estados Unidos, em 1969 (BRIGGS & BURKE, 2004, *op. cit.*), porém não a transmissão interespaçial da alunissagem. Além disso, é de se imaginar que no início a tecnologia fosse inacessível para a maior parte do público. No Brasil, a primeira transmissão de TV em cores foi em 1972. Sobre a cobertura televisiva da chegada do homem à Lua, *cf.* BARBOSA, Marialva C. “A narrativa, a experiência e o acontecimento fundador de novos regimes de visibilidade da TV brasileira.” *In:* Revista Tempo, nº 17, 2004, pp. 153-172.

<sup>75</sup> Oralidade aqui secundária *cf.* LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática.* SP: Editora 34, 1993, 203p.

irremediável enredamento comunicacional no sistema de uma época, o que levou os astronautas, pela versão do jornal, diante de tamanho feito tecnológico, a observar em primeiro lugar algo tão prosaico quanto a cor.

Também o estranhamento esteve em 1930 na passagem do Zeppelin. A cidade do Rio de Janeiro teve sua superfície alterada por um “immenso charutão dos ares” que ocupou estranhamente um pedaço de céu entre o mar e a montanha, além da oferta de vistas da cidade nunca antes experimentadas. Portanto, nas duas coberturas, a imagem teve importância fundamental, não apenas como estratégia editorial, mas também porque os próprios acontecimentos tinham por elemento chave a transfiguração de imagens consagradas do familiar: a lua e o céu. Ao transfigurar esse olhar para o alto, o jornal construía seu próprio lugar de explicação, a partir de uma utopia comunicacional.<sup>76</sup> Oferecer nova imagem da cidade era oferecer nova possibilidade de representação, a chance de introduzir o desvio na continuidade das expectativas. Em resumo, era a experimentação da cidade – e da história - pelo sensacional.

### 5.1.1 Convergência comunicacional

Há semanas fazendo a cobertura, a missão espacial passou a ser manchete diária em 16 de julho de 1969, embora a alunissagem só acontecesse quatro dias depois. Foram vários os recursos utilizados na cobertura e na capitalização dos acontecimentos: reproduções de textos do **New York Times**; reportagens com base em informações das agências internacionais (**UPI** e **AP**); um caderno especial na edição regular de 20 de julho, domingo, data da alunissagem, junto com uma edição extra à noite; reportagens temáticas no “Caderno B”; infográficos; reportagens especiais locais; destacamento de “equipe especializada na redação” entre outros recursos editoriais como o cabeçalho “Vamos à lua com o JB”, que sintetizava a proposta editorial.

Esse cabeçalho acompanhou toda página que contivesse qualquer assunto referente à lua, até no “Segundo Caderno”, mesmo que a reportagem não tivesse diretamente a ver com a missão espacial. Por exemplo, uma matéria sobre a lua como símbolo feminino, tendo como pretexto a

---

<sup>76</sup> Sobre o assunto, cf. o conceito de utopia comunicacional de BARBOSA, Marialva C. “Televisão e usos do passado: a construção da utopia comunicacional”. In: TARGINO, Maria das Graças; CASTELO BRANCO, Samantha; CARVALHO, Cristiane Portela de; MAGALHÃES, Laerte. Comunicação, educação e cultura na era digital. Intercom: Nordeste. Teresina (PI): EDUFPI, 2009b, pp. 12-28.

alunissagem, também foi enquadrada com o cabeçalho “Vamos à lua com o JB”. Ele continha uma pequena ilustração a partir do desenho estilizado da lua e da Terra em perspectiva, sendo o planeta e seu satélite circundados por um fio imitando a trajetória da Apollo-11. Porém, a visão subjetiva de quem olha a ilustração é de quem está na lua. Curiosamente, uma das fotografias feitas pela NASA posteriormente possui o mesmo ângulo e o mesmo enquadramento antes imaginados na imagem do **Jornal do Brasil**.

Figura 22



A rubrica usada no cabeçalho da cobertura da chegada à lua

Em geral, as reportagens descreveram os perigos secretos na lua, os preparativos em Cabo Kennedy, a trajetória da nave, seu funcionamento, a roupa espacial, como era a alimentação, a preparação da saúde dos astronautas, além de o jornal publicar artigos de especialistas todos os dias, fossem da ANAE (como o jornal chamava a NASA), vendidos pelo **New York Times**, fossem de cientistas brasileiros. Enfim, todo tipo de curiosidade se tornava facilmente pauta para o jornal, mas também movimento da imprensa em geral, dada a magnitude do acontecimento. A chamada publicitária da revista **O Cruzeiro** naquela semana foi “O Cruzeiro leva você à lua antes dos astronautas. O que está acontecendo está em O Cruzeiro”, e da revista **Veja** foi “Se alguém lhe pedir a lua, dê Veja”. Também agências publicitárias em todo o mundo exploraram o tema em seus anúncios, conforme relatou o **JB** em reportagem no “Caderno B” (JB, 16/06, 1969, p. 1). A editora Civilização Brasileira publicou “A lua já não tem mistérios. E a Terra, você conhece bem?”.

Figura 23



Edição de domingo com anúncio da extra. Jornal do Brasil, 20/07/1969, p. 1

A título de comparação, observou-se também o jornal **Última Hora**, para que se pudesse melhor visualizar o que era característico do comportamento jornalístico em geral frente àquele evento e o que era próprio às articulações particulares do **JB**, o que interessava mais, na medida em que este diário era o recorte.

Mais popular naquela ocasião, o **UH** também começou a cobrir a chegada à lua com semanas de antecedência, porém com mais destaque. A missão espacial virou manchete dia 14, dois dias antes do **JB**, e assim permaneceu até a volta da Apollo-11 no dia 22. O jornal lançaria quatro edições extras.

Semanas antes do pouso lunar, o jornal de Samuel Weiner começou a publicar o “Jornal da Lua”, seção diária sobre o tema. Havia também a seção “Mundo Moderno” com freqüente referência à missão espacial. Todos os passos foram acompanhados na primeira página: “Começa a contagem para o pouso lunar” (dia 10), “Cabo Kennedy conta os segundos para o vôo da alunissagem” (dia 11), “1) Mundo em romaria a Cabo Kennedy: faltam 4 dias, 2) Astronautas sob minucioso exame já podem viajar, 3) Nôvo satélite dá ao Brasil direito de ver a façanha” (dia 12), “Disparo soviético 72h antes da Apollo-11. Robô-Mistério da URSS à lua” (dia 14, já manchete), “Homem-lua pronto: ‘Não temos medo’” (dia 15, com letras garrafais), “À lua. Boa viagem” (dia 16), “Homens-lua avançam. Até aqui, tudo OK – dizem a mais de 100 mil km da Terra” (dia 17), “Homem pisa na lua mais cedo” (dia 18), “Amanhã é o dia D” (dia 19), “Andaram! O homem está na lua. A terra está em festa” (dia 21, extra 1), “A lua conquistada: foi um passeio. Pularam dançando no Mar da Tranquilidade” (dia 21, extra 2), “Êles voltam à Terra com pedaços da lua. Pularam e dançaram no ‘Mar da Tranquilidade’” (dia 21, extra 3), “Eles já estão voltando. Robô misterioso desceu. TENSÃO.” (dia 21, extra 4), “‘Estamos voltando’” (dia 22).<sup>77</sup>

Assim como no **JB**, a cobertura no **UH** teve a conotação evidente de conquista da humanidade, mas também de conflito espacial entre as duas grandes potências da época – EUA e URSS. Isso fica claro na tensão provocada pela proximidade da nave Luna 15 para o **JB**, ou Lunik-15, para o **UH**. Possibilidades de conflito foram exploradas pelos dois jornais ao especularem sobre o que a nave soviética fazia lá, inclusive com ilustrações indicando posição e trajetória das espaçonaves, a que distância estava uma da outra, dando a ideia de que a URSS pretendia com o robô Luna-15 ofuscar o brilho da missão tripulada americana. Assim, os jornais celebravam o feito ocidental ao mesmo tempo em que acionavam os riscos, a tensão e o medo de uma guerra espacial. Entretanto, foram reportadas felicitações soviéticas ao governo americano.

Se a grande narrativa da guerra fria foi, ao lado da conquista humana sobre a natureza, uma das intrigas que permearam a construção midiática da alunissagem, por outro lado, o desenho editorial dos dois jornais fez com que suas abordagens fossem necessariamente diferentes, ainda que semelhantes em muitos aspectos.

---

<sup>77</sup> O Última Hora não era publicada aos domingos, porém na edição de segunda-feira, dia 21, afirma que “em menos de 24 horas, da noite de domingo às 16h30 de ontem, por quatro vezes o UH foi às ruas com a cobertura completa do desembarque.” Entretanto, todas as edições extras foram datadas de 21 de julho, segunda-feira.

Figura 24



Última Hora, 21/07/1961, edição extra 2, segunda-feira, p. 1

Em primeiro lugar, é preciso lembrar que as coberturas não tinham como ser muito divergentes, já que a maior parte do material era comprada de agências internacionais. Ainda que incorporado ao perfil narrativo (editorial) de cada jornal, a possibilidade de diversificação frente a este material tinha limites. A dependência de matéria prima das agências provocou pelo menos uma situação anacrônica. A publicação de farto material sobre as famílias dos astronautas, do tipo “o que as esposas fazem sem os maridos”, com forte conotação moral, fazia muito sentido para o contexto cultural americano mas soava estranho para os padrões brasileiros. Mesmo aproveitando esse material, o **UH** atenuou o excesso de sexismo. Já, no **JB**, com perfil inclusive bastante feminista, o material sobre as esposas ansiosas e solitárias deve ter provocado estranhamento, como uma espécie de inadequação cultural.

A grande semelhança entre as coberturas dos dois periódicos é que a chegada do homem à lua foi um acontecimento essencialmente visual e, mais que isso, ele existiu socialmente devido à visibilidade midiática. Foi o grande acontecimento midiático do século XX, assim como

o ataque ao World Trade Center é, até o momento, o maior do século XXI. Mas a alunissagem não foi o primeiro nem o último do século passado. Lembre-se das Olimpíadas de Berlim, em 1936, e mesmo da viagem do Zeppelin em 1930, guardadas as devidas proporções, e da Guerra do Golfo, em 1991.

A condição visual da alunissagem é tão forte que se fetichiza. A imagem adquiriu naquele momento valor em si ao ponto de dar lugar a um episódio até cômico a nossos olhos hoje. Tanto o **JB** quanto o **UH** publicaram fotografia de Pat Collins, esposa de um dos astronautas, mostrando ao fotógrafo uma folha de papel com um borrão. A legenda precisava explicar que aquele borrão branco na mão da sorridente esposa era seu marido. Portanto, a imagem a que o público carioca teve acesso foi de quarta mão: a reprodução da fotografia da agência americana que fotografou na mão da mulher a reprodução da transmissão televisiva de Michael Collins na lua. E quando chegou a esta pesquisadora, no microfilme da Biblioteca Nacional, de quinta mão, já não se consegue distinguir nenhuma forma humana, mas a legenda está lá para garantir o *status* emblemático ao borrão histórico.

Mas as semelhanças terminam aí. Ao **UH** parecia não fazer muita diferença o acontecimento em si, desde que fosse passível de sensacionalização. O jornal já contava com uma tradição de construir grandes acontecimentos sensacionais. Por exemplo, curiosamente, a alunissagem quase foi ofuscada pela internação da namorada de Mick Jagger e por uma série de reportagens sobre a psicanálise (“Como penetrar no reino de Freud”), que por pouco não ocuparam tanto espaço quanto a missão espacial. Enquanto o **JB** publica um “Dicionário Espacial”, com termos como “capsula”, “satélite estacionado”, “selenografia”, “acelerador ou arrancador”, o **UH** publica um “Dicionário da Neurose”, com termos como “castração”, “bloqueio”, “ego”, “complexo”, como que para ambientar e explicar ao público leigo sobre o que de mais chique havia na época: fazer psicanálise.

A narrativa do **UH** era mais sequencial, a ponto de colocar numeração nos títulos e fotografias, talvez porque direcionada a um público menos letrado. Os títulos eram bem mais curtos, eficientes sínteses narrativas de um mundo oral: “Robô-mistério”, “homens-lua”, “Dia D”, “Não temos medo”, “Tudo OK”, “Boa viagem”, “TENSÃO”, “Pularam dançando”.<sup>78</sup> Além

---

<sup>78</sup> Sobre oralidade no jornalismo impresso, cf. DIAS, Ana Rosa Ferreira. *As marcas da oralidade no jornalismo popular*. SP: Editora Cortez, 1996.

de usar letras garrafais nas manchetes, o **UH** apresentou muito mais fotografias e as ilustrações foram mais realistas que as estilizadas no **JB**.

Embora o **UH** tenha realizado uma cobertura divertida, o **JB** foi mais eficiente na conversão da alunissagem num acontecimento narrativo seu, embora **O Fluminense**, em menor proporção, tenha feito o mesmo em relação à inauguração da ponte. Já o **Jornal do Commercio** não contava com lógica histórica para fazer da iluminação pública um acontecimento midiático no contexto comunicacional oitocentista. O **JB** realizou uma cobertura mais técnica, com mais detalhes científicos, inscrevendo-se como o “explicador” da navegação espacial.

Foi descrita cada ação de Armstrong, como se dava a comunicação com a nave, “como se dirige uma nave espacial”, além de haver ilustração de quase tudo: do acampamento, do módulo lunar, da separação da Apollo-11 do foguete Saturno-5, da trajetória diária, com a localização da Apolo e o percurso que fez, com linha contínua, e que faria, com linha tracejada. Além disso, era publicado diariamente, hora a hora, tudo o que acontecera no dia anterior, o que estava previsto para o corrente, as alterações, o que estava previsto para o dia seguinte. Tudo isso diariamente atualizado, para que o leitor contasse com uma espécie de diário de operações da NASA. Também foi publicado um mapa da superfície lunar, com explicação sobre seus mares, crateras e baías, no domingo, no Caderno Especial, todo ele dedicado à descrição do desenvolvimento da aeronáutica, de maneira teleológica, como se tudo tivesse sido feito até então em função do “mais longo vôo da humanidade”. Esperava-se, com isso, estimular os estudos e o interesse pela ciência, como se dizia na página 11:

Uma nova concepção do universo surge com a conquista da Lua. *Da mesma forma que o descobrimento do Nôvo Mundo* trouxe uma reformulação dos conceitos sociais e culturais do século XV, o desembarque em um novo planeta devolverá à educação o papel de reajustar o homem de hoje a seu mundo de amanhã. [Desencadear processo de adaptação do homem ao novo mundo que ele mesmo criou.] (JB, 20/07/1969, p. 11, edição extra, original sem grifo)

Observa-se, junto ao imaginário técnico, a analogia com o descobrimento da América, como o grande parâmetro interpretativo para a conquista da lua. As comparações a que se recorrem para compreender e dar sentido a um acontecimento revelam a consciência histórica de uma época e das pessoas que representaram aquele fato. Assim, a analogia da alunissagem com a chegada dos espanhóis à América é um processo de significação que procura dar sentido

semelhante a ambos os feitos, gerando o reconhecimento de algo inédito, isto é, dando condições representacionais de apropriação de algo ainda sem sentido social determinado (que, na verdade, nunca é determinado, mas que no momento de seu desenrolar talvez parecesse ainda mais ameaçador). Ao voltar sua narratividade para o tempo presente, o jornalismo fornece rápidas interpretações, “imediatizando” a história, em proporções de larga escala social. As referências passadas, disponibilizadas por meio dessa prática comunicacional, funcionam como ancoradouros de significações no presente.

Por meio do jornalismo, também se realizam misturas não apenas entre várias temporalidades mas também entre vários imaginários, como na cobertura da alunissagem, na qual a imaginação técnica foi misturada a um saber popular acerca do passado, sobretudo sobre as grandes navegações, o descobrimento etc.

Tudo leva a crer que o poder jornalístico de “imediatizar” a história deriva de seu poder de datação, conforme se explorou no capítulo anterior. E a datação jornalística, por sua vez, só pode ser instrumentalizada como marcadora da vida cotidiana devido à periodicidade de um jornal. Se uma edição tem na data uma espécie de âncora temporal, isso possibilita ao jornal fazer com que sua narratividade distenda ou comprima o tempo, busque passados ou projete futuros, em espaços de experiência mais ou menos densos, em horizontes de expectativas mais ou menos amplos, para usar os conceitos de Koselleck (2006).<sup>79</sup>

*O homem ocupa os novos mundos*

Thomas O. Paine - Diretor da ANAE

Apesar de o velho presságio de uma sociedade estática e monolítica, concebida por George Orwell no seu **1984**, ainda nos perseguir, a Apollo-11 poderá abrir para a humanidade uma nova e dramática perspectiva para 1984. O homem agora pode navegar no *novo oceano espacial*, pode, enfim, fazer sua primeira descida no mais próximo de uma *infinidade de novos mundos*. Tal como *nos tempos da descoberta da América*, a ocupação desses *novos mundos no espaço* pode reabrir o caminho para uma humanidade pluralística. (JB, 18/07/1969, p. 9, original sem grifo em itálico)

O texto do diretor da NASA é mais um que sinaliza para a interpretação que se procurava dar à alunissagem como novo colonialismo espacial e que encontrava voz no jornal. A utopia

---

<sup>79</sup> Já tínhamos, em parte, verificado na dissertação de mestrado que o jornalismo alarga e comprime as referências de tempo de modo a produzir determinados significados à experiência do medo e da violência urbana na cidade do Rio de Janeiro, ao juntar vários episódios num mesmo acontecimento ou ao filiar um novo caso de violência numa série escolhida pelo jornal, narrada a partir da mesma estrutura.

sufocante de Orwell não se concretizaria, dando lugar ao otimismo frente a novas conquistas, como a do continente americano no século XV. A chegada do homem à lua foi uma grande oportunidade de convergência, num único acontecimento, de imaginários religioso, tecnológico e comunicacional. Assim, a inédita experiência de ir à lua dava possibilidade de imaginar a descoberta de infinitos novos mundos, cada qual tão impactante para as consciências quanto foi a da América para o homem europeu. Isso porque havia três linhas gerais de argumentação e explicação de tal evento: o passado dos grandes conquistadores e precursores da aeronavegação, a onipresença de Deus e o futuro das telecomunicações. A essa síntese de argumentos e imaginários se está chamando convergência comunicacional.

A referência ao passado continua na reportagem sobre “as rotas pioneiras”, uma homenagem a Santos Dumont e uma tentativa de vincular o grande feito a alguma contribuição brasileira: “Santos Dumont deu o primeiro passo a 20 de julho de 1903” (JB, 20/07/1969, p. 8). A reportagem trazia uma ilustração esquemática com desenho idêntico da trajetória da Apollo-11 entre terra e lua e do 14-Bis entre a torre Eiffel e a Île de France, cruzando o espaço e o Sena, fazendo, assim, coincidirem as duas experiências, que se deram, para felicidade do pauteiro, na mesma data. Tal espécie de “efeméride espontânea” foi usada para equivalência, na narrativa, entre os dois feitos, equiparando a complexidade tecnológica do voo de Dumont à ida a lua, cada um correspondendo ao desafio de sua própria época. Desse modo, mais uma vez, vê-se o testemunho de uma perspectiva histórica, por analogia, de uma forma de historicizar, ou seja, de historiografia do cotidiano.

O Papa Paulo VI aparece como importante personagem, o que não ocorre no **UH**. No **JB**, ele funciona como uma espécie de consciência trans-histórica, capaz de validar ou não a experiência, como quando pede para se reze pelos astronautas e elogia a missão, mas recomenda que “se previna contra a idolatria materialista”. A convergência entre os imaginários tecnológico, religioso e comunicacional se dá, por exemplo, na fotografia do Papa assistindo à transmissão televisiva da alunissagem no Vaticano e pedindo para que lembrassem a criação divina. Ou, ainda, na fotografia do traço do foguete Saturno-5 no céu, com a legenda: “Um sinal no espaço”. A fotografia do sinal de fumaça – mesmo sinal que indica que “*habemus papam*” - poderia ser interpretada como sinal divino ou sinal de rádio (a própria foto convertida em sinais eletromagnéticos, já que foi transmitida por radiofoto da **UPI** de Cabo Kennedy). O mesmo ocorre quando o Papa afirma que o voo “nos força a encarar o alto, além do campo terreno, a

recordar a imensa e misteriosa realidade em que se desenvolve nossa pequena vida” (17/07/1969, p. 11). O “alto” que se deveria encarar poderia ser tanto a morada de Deus quanto o espaço onde navegam foguetes, satélites e sinais de telecomunicação.

As agências internacionais haviam explorado a dicotomia “profana/ sagrada” do acontecimento quando, por exemplo, produziram material sobre a última refeição dos astronautas, o que podia ser associado à última ceia. O **JB** insiste nesse imaginário quando produz títulos como “Homem põe seus pés na Lua assim como na Terra” (JB, 21/07/1969, p. 25), o que poderia ser uma nova versão para a oração “assim na terra como céu”. Na edição extra do dia 20, por exemplo, a agência de publicidade MPM publica o seguinte anúncio, captando a dicotomia sagrado/ profano:

A Humanidade peca. No Dia do Descanso, o homem trabalhou. Conquistou o mundo. Dois deles colocam seus pés na Lua. Um terceiro acompanha de perto. Outros três bilhões de homens tomam consciência de sua grandeza – mais do que nunca, com os pés na Terra. A conquista da Lua reformula tudo: *a maneira de sonhar, de pensar, de se comunicar*. Vinte de julho de 1969. É domingo. No Dia do Descanso, o homem realizou seu mais importante trabalho. Graças a Deus. (JB, 20/07/1969, edição extra, p. 9, original sem grifo)

A publicidade, com sua imensa habilidade para detectar as sensibilidades de uma época, indica nesse texto que para cada forma de sonhar exista uma forma de comunicar e vice e versa. Assim, sonho e representação caminham lado a lado. Quando um sofre um grande impacto, o outro precisa ser ajustado. Se a alunissagem concretizou o quase inimaginável, os jornais forneceram simultaneamente uma representação verossímil, capaz de funcionar como âncora de significação. Ou seja, mais uma vez, “immediatizou” a história.

O diferencial do **JB**, sua marca, são as grandes reportagens, capazes de fazer um retrato circunstancial de um problema, como a publicada nas páginas 26 e 27 da edição regular do dia 20, domingo: “Carrapateira tem ciúmes da Apollo-11”, assinada por Mário-Lúcio Franklin e Rubens Barbosa, enviados especiais a Carrapateira, na Paraíba, município mais pobre do país segundo o jornal.

Com o intuito de perceber como era apropriada a experiência da alunissagem naquele local, a reportagem foi apresentada como o retrato da cidadezinha de 1.600 habitantes, sem água, nem luz, nem telefone, nem escola, nem assistência médica. Mais precisamente, da sede do

município, uma vila com 600 habitantes, que pareciam caber todos numa fotografia do **JB**. “Quando enguiça o pequeno motor a diesel que fornece uma luz precária a Carrapateira, é a Lua que ilumina a cidade”.

Com fotografia dos sertanejos praguejando, a coordenada<sup>80</sup> tinha o título “A filosofia dos rudes”. As opiniões iam de “O mundo vai acabar.”, “Deus não consente isso.”, “O homem não tem poder.” até “Tudo é mentira.” e “Eu acho difícil o hõmi ir na Lua.”, entre outras reproduções dos modos de falar dos sertanejos, de forma a deles criar distanciamento, já que normalmente os jornais corrigem as falas dos entrevistados. A reportagem começa assim:

Ano lunar 1: Carrapateira, no Estado da Paraíba, tem ciúme da Lua. Deus a colocou no vilarejo para torná-lo mais bonito. Abalada na sua fé sertaneja, a vila de 600 habitantes, sede do município mais pobre do país, teme a conquista da Apollo-11: *a Lua, implicitamente, é seu território sentimental*. (JB, 20/07/1969, p. 26, original sem grifo)

Se a lua é de Carrapateira, que a ilumina nas noites claras quando o único gerador falha, então a missão espacial é ameaça à compreensão de mundo de seus moradores, que talvez preferissem que a conquista da lua se mantivesse inverossímil. Porém, “os ecos da conquista que lá chegaram” - muito provavelmente pela boca dos próprios repórteres – despertaram todo tipo de interpretação, algumas muito diferentes do jornal. Outras nem tanto. De qualquer forma, a notícia foi transfigurada narrativamente pelos entrevistados, que falaram da descrença de tamanho feito humano frente à dimensão sagrada da lua. A função primária da lua, iluminar, estava em xeque com a notícia de seu domínio sob pés humanos. Seu ângulo mudou: de habitante do alto para solo marcado por uma pegada.

O resultado do empenho na produção do material e no estímulo à curiosidade se deu ainda no domingo, com o sucesso da edição extra, que, segundo o jornal, desapareceu em minutos. O **JB** fez de si mesmo matéria de reportagem, ao publicar numa metanarrativa na segunda-feira, dia 21, a prova fotográfica da transformação daquela edição dominical em “Documento Histórico”, assim nomeada na página 24:

---

<sup>80</sup> No jargão das redações, coordenada é um texto graficamente evidenciado como secundário que faz parte da reportagem, geralmente complementando ou detalhando um aspecto da informação principal.

#### Documento Histórico

Notícia a qual ninguém ficou indiferente: a edição extra do Jornal do Brasil com o relato completo da alunissagem esgotou nos 31 pontos de venda espalhados pela Guanabara e Estado do Rio. Os leitores do JB, momentos após a descida do módulo lunar, já disputavam os exemplares da extra na porta do Jornal, onde dois jornaleiros colocaram uma banca. (JB, 21/06/1969, p. 24)

Junto ao texto, duas fotografias. Numa, encontra-se um rapaz oferecendo o jornal num café. Na outra, a fila de gente aguardando a edição extra em frente ao **JB** e, acima de suas cabeças, pendente no umbral da porta, um relógio!

#### 5.1.2 Um novo ângulo do Rio de Janeiro

Antes de o foguete Saturno-5 cruzar o espaço em direção à lua, outra forma cilíndrica e tripulada já tinha sido usada na conquista dos céus e de maneira mais íntima para os brasileiros: o Zeppelin. O **Jornal do Brasil** se apropriou da passagem do dirigível pela capital federal publicando reportagens exclusivas, segundo o jornal, enviadas de dentro do balão pela dupla Grace Marguerite Drummond Hay e Karl Henry Von Wiegand. Criou a expectativa do primeiro transatlântico dos céus, inclusive por meio de piadas, como nos textos de Benjamin Costallat, articulista de humor. Mas o momento em que o jornal conseguiu vincular mais eficientemente a experiência da passagem do Zeppelin com seu trabalho de mediação foi a publicação da fotografia tirada do alto do edifício do **JB** na Avenida Rio Branco. A legenda era a seguinte: “O ‘Conde Zeppelin’ voando em direção á barra, sobre o Pão de Assucar, após as ultimas evoluções sobre a nossa cidade. Vista tirada do alto do torreão do ‘Jornal do Brasil’” (27/05/1930, p. 8)

A cobertura acompanha a aterrissagem do Zeppelin em Pernambuco, não sem antes descrever detalhadamente como seria, e falava dos passageiros que embarcariam em Recife: milionários que pagavam pela aventura e que despertavam grande curiosidade como o americano William Leeds. Em entrevista ao jornal, Leeds explicou que o Zeppelin representava a confraternização mundial, “para lavar o sangue e as recordações dolorosas da grande guerra”. Assim, o Zeppelin é representado como aceno de paz da Alemanha, instrumento de diplomacia midiática assim como funcionou a Apolo-11, porém com sentido de vitória americana pela

supremacia tecnológica.<sup>81</sup> O milionário, que fazia todas as viagens de dirigíveis, parecia entusiasmado com as imagens que aeronave proporcionava. Ele era testemunha do fascínio que exercia a experiência de novos ângulos da terra:

*Tudo que se avista de cima nos parece bello. Não sei se pela nossa condição de superioridade. Não há só contemplação, há orgulho também. Esse orgulho que deveriam ter os grandes dominadores antigos. Sua velocidade é a de um trem rapidíssimo. (JB, 16/05/1930, p. 10, original sem grifos)*

Além de, mais uma vez, assim como no caso da alunissagem, aparecer a referência aos grandes conquistadores do passado, o texto destaca a perplexidade diante da nova possibilidade de ver a terra: de cima. Esse olhar de superioridade, segundo Leeds, faz com que o homem tome consciência de seu poder de dominação sobre a terra, isto é, sobre a natureza. Se todo o planeta já tinha sido conquistado, tendo o homem pisado quase todos os pontos, agora era a vez daquilo que estava acima da superfície.

Informações técnicas são subsídios para tornar verossímeis as narrativas sobretudo quando precisam acionar sensações, tornando-as ainda mais intensas. De nada valeriam ao leitor dados como placa e cor de veículos, numa reportagem de acidente de trânsito, não fosse para torná-la mais verossímil. Da mesma forma, Verne (1874) poderia simplesmente ter contado que o Gun-Club<sup>82</sup> mandou um projétil à lua, mas sem cada detalhe técnico e financeiro da missão não haveria sua obra “Da Terra à Lua”. Também o imaginário tecnológico não faria parte de diferentes modos de acionamento das sensações, tão característicos da virada dos séculos XIX para o XX, se todas essas novas formas de representação imagéticas não mobilizassem e promovessem novas formas de conhecimento. (SEVCENKO, 2001)<sup>83</sup> Assim, o Zeppelin, com

---

<sup>81</sup> O conceito de diplomacia midiática é utilizado nas Relações Internacionais e nas Ciências Sociais em geral para definir o trabalho de pressão e influência sobre o imaginário das massas, de modo a potencializar as relações exteriores, ao atuar diretamente sobre a população via mídia, sem passar pelo corpo diplomático. GILBOA, E. Mass communication and diplomacy: a theoretical framework. *Communication Theory*. Volume 10. Issue 3, 2001; GILBOA, E. Media diplomacy: conceptual divergence and application. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 3, pp. 56-75, 1998. VALENTE, Leonardo. *Política externa na era da informação*. O novo jogo do poder, as novas diplomacias e a mídia como instrumentos de Estado nas Relações Internacionais. RJ: Revan, 2007, 190p.

<sup>82</sup> Na obra de Verne, o *Gun-Club* era uma sociedade científica organizada a partir da indústria bélica americana que ficara sem função depois do término da guerra e foi direcionada para o projeto espacial. Cf. VERNE, Julio. *Da Terra à Lua*. Viagem directa em 97 horas e 20 minutos. Lisboa: Imprensa Nacional, 1874.

<sup>83</sup> Sobre imaginário tecnológico, cf. ainda SARLO, Beatriz. *La imaginación técnica: sueños modernos de La cultura argentina*. Buenos Aires: Nueva Visión, 2004; e VIEIRA, Michele. *O rádio no imaginário científico: de tecnologia a meio de massa (1922-1930)*. Material de qualificação de mestrado. Niterói (RJ): UFF, 2009, 72p.

sua visão do alto, transfigurava a concepção de espaço, do céu e da terra, não apenas para aqueles que nele embarcavam, como Leeds, como também para aqueles que o viam do solo ou o imaginavam pelos jornais.

Figura 25



A primeira grande reportagem da passagem do Zeppelin, com fotografias dos correspondentes  
 Jornal do Brasil, 20/05/1930, extrato da p. 7

Nos dias em que cobriu a passagem do Zeppelin pelos céus brasileiros, o **Jornal do Brasil** insistiu no significado diplomático do dirigível no momento pós Primeira Guerra e, principalmente, na oportunidade que o Brasil tinha, com sua passagem, de desenvolver tecnologia para monitoramento climático e serviço de radiocomunicação. O Sindicato Condor havia montado um serviço radiográfico em endereço cedido pela Companhia Brasileira de Eletricidade da Siemens Schuckert S.A. especialmente para atender às necessidades do Zeppelin.

A estação de transmissão ficava no telhado do Banco Germânico na Rua Primeira de Março, e havia outra de recepção no Arpoador. A Confeitaria Colombo forneceu “os víveres” enlatados, perfeitamente vedados, como destacava o jornal, já que não havia caixas frigoríferas nem fogo a bordo. Observa-se a mesma curiosidade com a alimentação no caso da Apollo-11.

Finalmente, a aeronave transatlântica partiria da base de Friedrichshafen, na Alemanha, dia 18 de maio, às 17 horas, o que foi reportado assim, no dia 20 pelo **JB**:

A grande trajetória do ‘Conde Zeppelin’ rumo ao Cruzeiro do Sul  
O que significa a actual viagem da aeronave alemã  
As impressões transmitidas especialmente para o ‘Jornal do Brasil’ do jornalista internacional que tem feito todas as viagens do ‘Conde Zeppelin’ e da escritora e figura de grande relevo na sociedade londrina, Lady Drummond Hay e Karl H. von Wiegand.  
Dia 18 (bordo do dirigível Conde Zeppelin) – Acabamos de partir no meio de aclamações vibrantes de uma multidão incalculável, que se encontrava reunida no aeroporto de Friedrichshafen, *tomada da maior curiosidade que se pode imaginar*, afim de fazermos a primeira viagem, e pela vez, na história da aviação, á América do Sul, em dirigível. Em viagens anteriores, nunca tínhamos atravessado a linha equinocial, demandando as regiões que são illuminadas pelo Cruzeiro do Sul. [...] com hurras que se ouviam no campo. [Nunca] fizeram viagem ao redor da terra por terras frias e ao mesmo tempo a primeira travessia aerocommercial do atlantico. [...] Passaram domingo ultimo por esta capital o piloto Mermoz e os seus companheiros, o navegador Dabry e o operador Gemie [radiotelegraphista]. (JB, 20/05/1930, p. 7, original sem grifo)

A curiosidade devia ser tanta que, já que nem todos podiam embarcar, enviavam correspondências em seu lugar. Assim, os selos viajantes se tornavam extremamente valorizados, enriquecendo as coleções dos filatelistas.

O imaginário da conquista do “alto” estava presente na cobertura, como demonstra a charge de primeira página com o texto:

- Até logo!  
- Não. Até já! Vou comprar uns cigarros ‘alli”, em Paris, e já volto. (Jornal do Brasil, 15/05/1930, p. 1)

Também no dia 24, os quadrinhos na primeira página brincavam com as noções de fantasia e realidade do leitor, como a possibilidade de voar para outras terras, e a premência do trabalho e do transporte terrestre comum do dia a dia.

Sonho, chimera, illusão, ideal...

1º - Que Delícia! Mettido num Zé Pelino, andar por ares e ventos, *fazendo figas nos arranha-céus!*

2º - *Conhecer de perto, num punhado de horas, todas as cinco partes do mundo e adjacencias* [ilustrado com bonecos latino, asiático, africano e europeu]

3º - E um bello dia ir mais longe, aos *outros planetas*, bem *perto do infinito* e afastado dos homens!

4º - Você está *no mundo da lua?* Vista-se, que são horas de apanhar o bondinho de tostão... (JB, 24/05/1930, p. 1, original sem grifos)

Observa-se que os quadrinhos foram publicados depois que o dirigível já tinha passado, e que, portanto, era preciso voltar à rotina, voltar à terra. A possibilidade de imaginar passeios perto dos arranha-céus, de conhecer outros povos, estava ao lado da utopia de “ir a outros planetas”, “perto do infinito”, enfim, “no mundo da lua”. As sensações, tão características do jornalismo naquele momento mas também de uma série de tecnologias, tais como o elevador, o telefone, o automóvel, o avião, forneciam nova inteligibilidade ao mundo, como moderna forma de experiência, sobretudo pelas sensações proporcionadas pelas imagens. (CHARNEY e SCHWARTZ, 2004) Portanto, tem-se a sensação como mediação, passando necessariamente por uma nova imagética, como demonstra Louzada (2009) acerca dos anos 1950, momento de consolidação do fotojornalismo de sensações no Rio. Mais uma vez, fica evidente que a utilidade do jornalismo está muito além de “informar” de maneira pretensamente racional.

Nestas duas coberturas, as imagens proporcionadas por novas tecnologias “de voar” funcionaram como materialização de utopias que começaram comunicacionais antes de serem técnicas, ou que pelo menos foram comunicacionais em concomitância com o desenvolvimento tecnológico, ainda que essas imagens tenham sido conhecidas apenas em imaginação. Como mostra Sevcenko (2001), novas tecnologias levam a novo dimensionamento do corpo e do espaço e, conseqüentemente, essa dimensão inclui a consciência histórica – o lugar que se ocupa no espaço e a duração que se ocupa no tempo. Ou seja, elas fornecem novas sensibilidades para o tempo e o espaço. As novas imagens proporcionadas por essas tecnologias são materialização comunicacional de utopias e forçam por sua vez uma mudança de mentalidade que os jornais procuravam não apenas explicar mas mergulhar efetivamente nesse fluxo de sensações, passando a operar por elas. Assim, o modo de construção do noticiário na virada do século vai se apoiando cada vez mais no imperativo das sensações e dele não mais se dissociou ao longo do século XX.

Na mesma página na edição de 24 de maio, o **JB** apresentou uma imensa ilustração que vinculava o acontecimento às grandes conquistas da aeronavegação, com imagens dos “pais da aviação” Bartholomeu de Gusmão, Santos Drumont, Julio Cesar, Augusto Severo e do próprio Conde Zeppelin. A expectativa da passagem do dirigível foi tema favorito de Benjamin Costallat, que captou o lado risível da experiência:

Por esses dias, o ‘Conde Zeppelin’ passará pelo céu claro do Brasil. Será uma visão nova. Como que a de um imenso charutão que tivesse cahido de um planeta fumador. O charuto transatlântico trará da Europa e da América o que de mais notável tem a Alemanha na sua cultura e na sua sciencia [, honrando o sonho de Julio Verne.]

[...] Há, porém, como todas as cousas, um lado cômico. Nós aqui não estamos habituados a receber ‘Zeppelins’. É uma visita honrosa mas incômoda, pois exigem comparecimento numeroso a sua chegada. 300 homens são necessários para segurar nas cordas. Eles serão fornecidos pelo Exército e já estão treinando a técnica de segurar Zeppelins. Aquelle mastro humano de seissentas mãos terá que ficar seguro ao bojo o imenso charutão dos ares. Elles pedem, por meu intermédio, que os oradores sejam breves e as manifestações curtas. Benjamin Costallat (JB, 10/05/1930, p. 5)

Pode-se afirmar com certeza que, dentre o noticiário destes seis acontecimentos tecnológicos, a passagem do Zeppelin constituiu um divisor nos padrões de cobertura jornalística. Isso porque os jornais do século XIX, **Jornal do Commercio** e **O Fluminense**, não poderiam ter tratado a iluminação pública e a ligação telefônica como grandes acontecimentos midiáticos. Esses “melhoramentos” foram discretamente noticiados. Somente no século XX é que as grandes conquistas tecnológicas seriam apropriadas como experiências atravessadas pelos meios de comunicação de massa. E uma das primeiras grandes apropriações foi a da passagem do Zeppelin, pelo menos da forma como o **Jornal do Brasil** o fez.

O Brasil e a navegação aérea

*O homem e a conquista do espaço*

A viagem do ‘Conde Zeppelin’ ao nosso paiz, além dos resultados práticos decorrentes do seu primeiro cruzeiro pelo Atlantico Sul, e consequentemente, do estudo das condições atmosfericas de uma futura linha regular de dirigíveis entre a Europa e o nosso Continente, vem nos recordar os longos cyclos históricos em que o espírito humano se preocupou com a conquista do espaço [...]

O Brasil está tão *estritamente ligado á história do vôo humano* que seria impossível evocar de boa fé os precursores e os realizadores do grande sonho da

humanidade, sem lembrar os nomes de Bartholomeu de Gusmão, Julio Cezar Ribeiro de Souza, Santos Dumont e Augusto Severo, para não fallar senão daquelles que alcançaram notoriedade... (JB, 25/05/1930, p. 7, original sem grifos)

Além da construção da expectativa frente ao acontecimento da passagem do Zeppelin, com referências a ele semanas antes, a cobertura ocupou bastante espaço no jornal para os padrões da época. Esta reportagem acima, por exemplo, preenchia toda uma página, ainda com duas fotografias da tripulação dentro da cabine. Ela ainda informava que o Zeppelin passara às 24h30 ao largo da Barra rumo ao Sul “devendo amarrar no Campo dos Affonsos *hoje* às 8h” (grifo nosso). Ou seja, já usava um importante recurso de atualização textual: dizia o que estava para ocorrer no dia corrente de “validade” da edição. Assim, ao forjar a urgência da notícia,

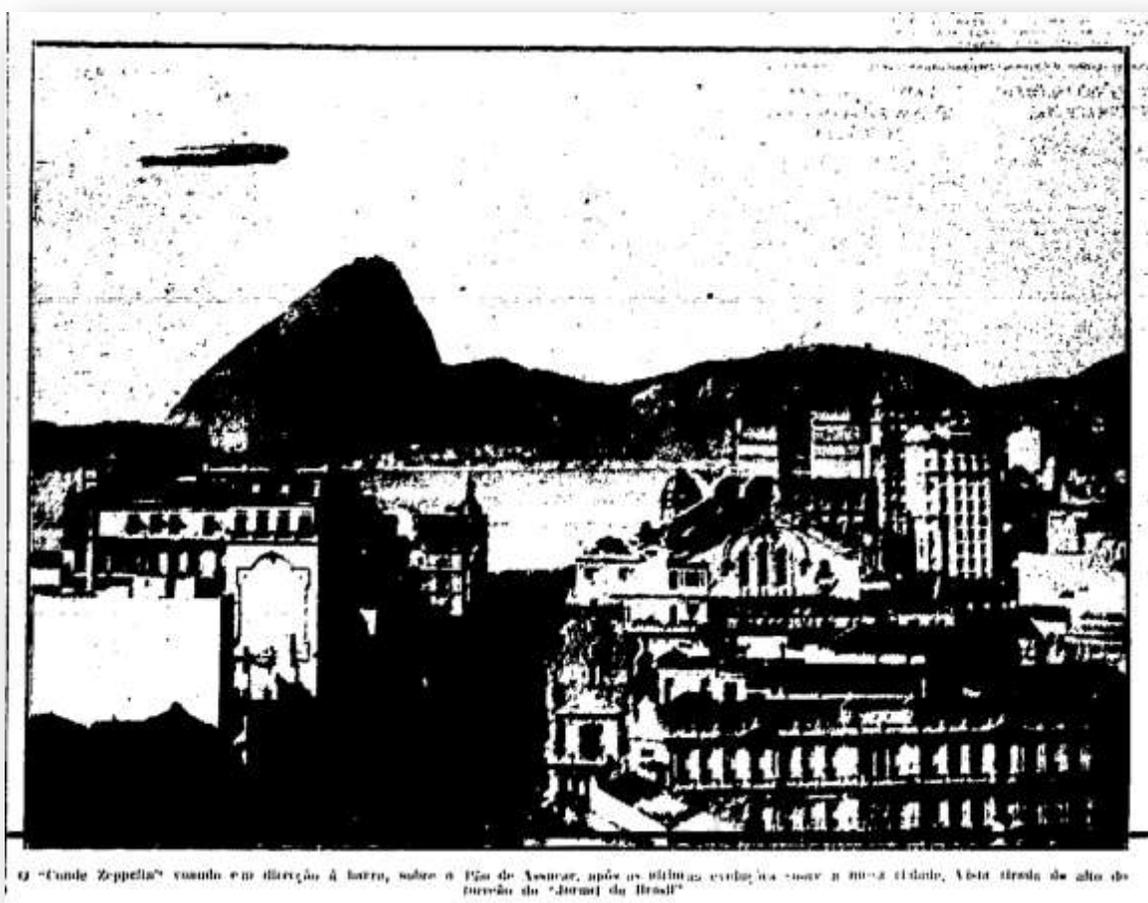
Figura 26



Alto de página com duas fotografias de dentro do Zeppelin. Jornal do Brasil, 25/05/1930, extrato da p. 7 reduzia a perenidade do exemplar, conferindo-lhe um sentido de imediatez do qual os acontecimentos do século XIX não eram revestidos nos atos narrativos dos periódicos.

Assim, a diferença entre os relatos das inovações tecnológicas no século XIX e o que se pode chamar de acontecimentos midiáticos do XX não está tanto no fato de o evento ter sido promovido pela mídia (RODRIGUES, 1999) ou o fato de ser transmitido ao vivo (KATZ, 1999), mas, primeiro, pela construção da expectativa, e, segundo, pela ancoragem nas sensações, e sendo essa experiência sensacional fundamentada acima de tudo na imagem.

Figura 27



Do prédio do JB na Avenida Central: fotografia do estranho objeto voador  
Jornal do Brasil, 27/05/1930, extrato da p. 8

Não por acaso, a edição do **JB** do dia 27 de maio teve duas páginas inteiras dedicadas ao Zeppelin, com destaque para uma fotografia do dirigível sobrevoando a cidade com a legenda: “Vista tomada de aeroplano na manhã de domingo” (p. 7).

O conde Zeppelin evoluindo sobre a nossa capital  
Correspondencia directa de bordo do ‘Conde Zeppelin’ especialmente para o  
“Jornal do Brasil” (JB, 27/05/1930, p. 7)

O texto narra que, temendo frustração, as autoridades brasileiras perguntavam se o Zeppelin “ia mesmo amarrar”. Enquanto o piloto explicava que dependia das condições climáticas, os brasileiros pediam que não deixasse de “amarrar”. Quando finalmente o balão desceu, comemorou-se. O texto descreveu a tensão da aterrissagem, já que os militares que segurariam o Zeppelin por um momento não entenderam se era ou não para pegar a corda, o que podia por em risco tanto a segurança do Zeppelin quanto a possibilidade de segurá-lo. Assim, a tripulação, nervosa, fazia gestos para que os militares entendessem o momento exato de pegar

Figura 28



O momento de tensão na descida: uma das quatro fotografias da edição de terça-feira  
Jornal do Brasil, 27/05/1930, p. 7

nas cordas. Sua hesitação talvez se devesse à perplexidade diante daquele imenso e nunca antes visto ou imaginado “charutão”. Ao ler o texto, o leitor segura a respiração diante da possibilidade de que o Zeppelin não tivesse descido. Em seguida, o sangue sobe para o rosto com raiva da estupidez dos soldados que poderiam ter posto a perder a “histórica” aterrissagem. E, finalmente, sente-se piedade dos mesmos soldados, pois se imagina que tenham ficado abobados, de boca aberta, hipnotizados e fascinados pelo gigantismo do dirigível.

A página 8 mostra os tripulantes posando para fotografia ainda em Recife e, na outra imagem, já citada, o Zeppelin na enseada de Botafogo. Em seguida, a crônica:

A cidade e a visita do ‘Conde Zeppelin’

A vinda do Conde Zeppelin á nossa capital constitui, sem dúvida, *um dos espetáculos mais empolgantes a que jamais assistiu a população*, tornando-se por isso mesmo, [sic] *o assumpto predileto de todas as rodas*. (JB, 27/05/1930, p. 8, original sem grifos)

Segundo o jornal, não se falava outra coisa. A visão do Zeppelin no céu foi um espetáculo tecnológico em si, materialização da utopia da conquista do espaço tantas vezes imaginada, porém, daquela vez, com a ajuda de outra tecnologia não tão nova: a impressão.

## 5.2 DO IMATERIAL AO SONHO EM CONCRETO

Em geral, a perplexidade marcou as grandes reportagens sobre a adoção de novas tecnologias, fossem aeronaves, redes telefônicas, iluminação pública ou mesmo uma ponte. No caso do **Fluminense**, a inauguração da ponte Rio-Niterói foi um acontecimento de importância decisiva para a cidade, de certa forma antecipado pela primeira ligação telefônica. Comum às duas tecnologias - a estação telefônica e a estrutura em concreto armado - estava a conquista do mar, assim como o Zeppelin e a Apollo-11 representaram a conquista dos céus. Para os niteroienses, a Baía de Guanabara devia ser um miniatlântico a ser cruzado para um novo mundo e cuja conquista foi sonhada por cem anos, já que a travessia marítima era considerada um grande transtorno.

**O Fluminense** trabalhou a ponte e o telefone como concretização da união ideal com a antiga capital federal. O Rio representava, para Niterói, o modelo mais próximo e possível de modernidade e civilização (como uma espécie de colonialismo regional), ainda que houvesse consciência, como indicam os jornais, de que a proximidade com a capital implicaria transformações físicas e culturais em parte indesejáveis.

### 5.2.1 “O futuro se fez ponte”

A travessia “a pé enxuto” parece ter convivido com o imaginário popular de ambos os lados da Baía por mais de um século, desde as primeiras idealizações acerca de uma ponte, ainda na “era” dom Pedro II. Quando se lêem os jornais antigos, a impressão é que, principalmente em Niterói, a imagem mental de uma ponte sobre a Guanabara foi um mito. Sua presença fantasmagórica parece ter servido, por várias gerações, como parâmetro interpretativo de outras formas de comunicação – físicas ou não – tal como o telefone. A ponte sempre fora ficção, bastante real em imaginação, até que finalmente, em 1974, fez-se concreta (em concreto).

No princípio *ninguém acreditava* que aquelas pilastras que avançavam preguiçosamente mar adentro *se concretizassem em uma Ponte*. Os pessimistas *transferiam a sua conclusão para as gerações futuras* e afirmavam convictos: *É obra para os meus netos!*

Mas quando ela se espichou resoluta [...] passou a ser *o tema obrigatório de todas as conversas*. (O Fluminense, 3 e 4/03/1974, Suplemento Especial “A Obra do Século”, p. 4, original sem grifos)

O texto constrói a ideia de que sempre houve a consciência da ponte, porém como projeto para o futuro, coisa “para os netos”. Quando começou a ser construída, no final de 1968, emergiu como parte das conversas cotidianas. Isso permite dizer que, segundo a narrativa do jornal, o acontecimento “ponte” não se resume ao dia da inauguração mas que ele *durou* alguns anos. Se a ponte ocupou a preocupação das pessoas por seis anos (na verdade quatro desde as pilastras efetivamente começarem a ser erguidas), então ela constituiu um acontecimento de seis anos. Mesmo sendo aquilo que se desenvolve na curta duração (BRAUDEL, 2007), ou, usando Ricoeur (1994), no tempo da ação, que é o presente, o tempo da preocupação (da ocupação), um acontecimento possui duração relativa em referência à narrativa que se monta, seja um historiador ou um jornalista. Frente aos cem anos em que a ponte habitou o horizonte de expectativa dos moradores de Niterói, seis ou quatro anos de construção física significaram realmente curtíssima duração. Ou seja, se o acontecimento é uma peripécia que se dá numa grande narrativa, além de momento de adensamento da experiência, de nó temporal, ele também possui um mínimo de distensão no tempo, do contrário, sem espessura, não existiria. Além disso,

antes de ser ponte, foi materializada em conversa. Foi uma utopia comunicacional (BARBOSA, 2009b).

*‘Ver a Ponte e depois morrer’* deve ser a máxima de alguns sonhadores que *se empolgaram com as reportagens divulgadoras da obra* [...] Uma senhora que viu a Ponte de perto disse *‘não acredito que ela exista realmente’*. Acha que *não passa de um sonho, de uma ilusão. – É como nos filmes dos homens que foram à Lua. A gente vê e tem a certeza de que é truque dos americanos – disse.* (O Fluminense, 3 e 4/03/1974, Suplemento Especial “A Obra do Século”, p. 4, original sem grifos)

A máxima “Ver a Ponte e depois morrer” e a incrédula que comparou a ponte à chegada à lua podem perfeitamente ter sido inventadas pelo repórter, mas também foram uma articulação narrativa possível, verossímil, a partir da captação de um sentimento coletivo naquele momento.<sup>84</sup> O mais curioso é a comparação da cética, que viu e ainda assim não acreditou, talvez porque a ponte fosse mais real enquanto ficção ou porque sua construção real faria desmoronar um imaginário urbano, lugar onde os moradores talvez preferissem mantê-la, junto com a alunissagem e muitos outros mitos, num grande depósito de fantasias tecnológicas.

“Tudo pode acontecer. Um dia, quem sabe? Lançaremos uma ponte entre esta cidade e Niterói, uma ponte política, entenda-se, nada impedindo que também se faça uma ponte de ferro. A ponte política ligará os dois Estados, pois somos todos fluminenses, e esta cidade passará de capital de si mesmo a capital de um Grande Estado único, a que se dará o nome de Guanabara.” Crônica “A Mudança da Capital”, de Machado de Assis, publicada em A Gazeta de Notícias, de 7 de julho de 1896. (O Fluminense, 3 e 4/03/1974, Suplemento Especial “A Obra do Século”, p. 3)

**O Fluminense** fez referência ao imaginário captado por Machado de Assis e publicado na **Gazeta de Notícias** e ainda disse que a ideia não era original de 1896, pois em 1875 já se falava numa ponte, e “em 1882 o presidente da província, Gavião Peixoto, determinou a obra, mas virou piada ‘A Ponte Impossível’”. Assim, o jornal atribuiu ao passado a longa construção

---

<sup>84</sup> “Ver a Ponte e depois morrer” pareceu uma frase exagerada. Para mim, era inverossímil que alguém depositasse tamanha expectativa no que, a meu ver, era simplesmente a construção de uma ponte. Não alcançava o que ela representou para os moradores de Niterói e o tamanho do desafio tecnológico e financeiro também. Assim, foi surpreendente ouvir minha avó confirmar o sentimento no qual se estruturou tal frase ao contar que o que seu irmão, Atílio, doente, mais lamentava era morrer antes de ver a ponte pronta.

da possibilidade da ponte, como viabilidade narrativa. Ou seja, a ponte mesma é uma narrativa, é a *mimese* II de Ricoeur, ligando o passado ao futuro. Enquanto texto, ela é mediadora de gente, que a atravessa fisicamente, e de histórias, que se constroem sobre ela. Antes de se tornar concreto, já havia se materializado em falas, como na reportagem na página 12, sobre antigas formas de travessia.

Vapor substituiu escravo em 1835

A primeira travessia Rio-Niterói terá sido feita por um índio, por um francês ou por um português? quem sabe? na tentativa de talvez salvar a vida ou por mera curiosidade turística. O meio utilizado – rústica piroga, um tronco de árvore ou mesmo em braçadas valentes – também é uma incógnita. Depois vieram os tupinambás, os jesuítas, e a travessia da Guanabara passou a ser rotineira viagem marítima. Em 1819, dom João VI teria ido à aldeia de índios de São Lourenço [região que corresponde ao município de Niterói] em galeões reais [...] Índios barqueiros e remadores eram remunerados. Até 1835, pequenas embarcações tripuladas por escravos que passaram a substituir os índios. 60 barcos mais ou menos saíam de Niterói para Botafogo ou São Cristóvão. A travessia levava duas horas. [...] três embarcações a vapor foram postas em tráfego em 14 de outubro de 1835, [e a travessia] levava 30 minutos, [com saídas] às 6 h da manhã e 7 h da noite.

A opção imperial era túnel ferroviário – em 1876, dom Pedro II concecionou [sic] fazê-lo e explorá-lo por 50 anos aos Hamilton Lindsay Bucknall... (O Fluminense, 3 e 4/03/1974, Suplemento Especial “A Obra do Século”, p. 12)

Mais uma vez, a título de comparação, analisou-se o **Jornal do Brasil** para perceber o que foi próprio da cobertura do **Fluminense**, e quais intrigas faziam sentido para um conjunto mais amplo de pessoas. Embora **O Fluminense** tenha sido extremamente oficioso, promovendo uma grande propaganda do governo militar, ele parece não ter exagerado no grau de expectativa acerca da ponte se observada a cobertura do **JB**. Com a reportagem de capa do “Caderno B”, o título “A Ponte: Realização de um sonho centenário” e assinada por Álvaro Cotrim (Alvarus), o jornal começa se referindo à “história dos sonhos”.

Mirabolantes e indecisos foram os projetos que os habitantes do Rio e de Niterói acompanharam na expectativa de *se verem livres da obrigatória* travessia marítima entre as duas Capitais. (JB, 03/03/1974, Caderno B, p. 1, original sem grifo)

A superação da travessia marítima, ao que se vê, era o grande desejo a que todas essas tecnologias procuravam atender e tal representação coincide com aquela elaborada pelo jornal. O texto continua falando na dúvida entre um túnel submarino ou uma ponte, assim como ocorreu no **Fluminense**. Também como no jornal de Niterói, que cita Machado de Assis, o **JB** vai buscar em Angelo Agostini a gênese imaginativa da ponte. Ele publica uma fotografia da ponte real ao lado de uma ilustração de Agostini feita para a **Vida Fluminense** em dezembro de 1871, em que se vê um trem passado em cima da ponte sonhada. A legenda dizia:

*O sentido premonitório dos caricaturistas numa espécie de quadrinhos, com a melhor antevisão gráfica das transformações por que passariam a Corte, inclusive aquela que ao tempo deveria ter sido considerada utopia – uma ponte ligando o Rio a Niterói. (JB, 03/03/1974, Caderno B, p. 1, original sem grifos)*

A ponte é descrita como o futuro que um dia foi utopia. A reportagem capturou e sintetizou um sentido geral construído na interpretação não apenas na inauguração mas em todos estes acontecimentos tecnológicos: que as novas tecnologias de transpor o espaço, fosse a Baía de Guanabara, fosse a atmosfera terrestre ou o espaço sideral, serviam antes de tudo para transpor o tempo. Na página central, 8 e 9, “Um longo caminho do sonho à realidade sonhada durante quase 100 anos”, embaixo de uma foto noturna, em formato de tira, da ponte iluminada. “Abandonando o vasto campo da imaginação onde permanecera por quase um século, o projeto começou a tomar formas reais em 1968,” dizia a legenda.

Não à toa, Julio Verne, George Orwell são evocados nessas coberturas, não somente como autores de formas ideais de governo dos homens – sejam sufocantes ou libertadoras –, mas porque a tecnologia é revestida de um sentido utópico, como forma ideal de governo do tempo, do espaço, enfim, do cotidiano.

O termo utopia, o não-lugar, foi cunhado por Tomás Morus (1478-1535) ao descrever a ilha de Utopia, um território fictício conquistado pelo rei Utopus e habitado pelos utopianos. Modelo ideal de República, Morus (2007, p. 154) afirma que ele mais deseja do que espera ver as coisas de Utopia realizadas nas cidades de sua época. Ou seja, ela já possui em Morus o sentido da irrealização. Mas aí não está sua fraqueza, pelo contrário. A utopia é pura potência criativa, possibilidade latente, tanto que tal estilo literário se caracterizou por detalhadas descrições de ambientes imaginários, igualmente como as reportagens descrevendo

detalhadamente o Rio de Janeiro para que o niteroiense pudesse visitá-lo, como a Atlântida de Bacon (1988) ou a Pista de Pouso N. 1 de Orwell (2000).

Figura 29



Obelisco da praça do pedágio na capa do caderno especial sobre a inauguração da ponte  
O Fluminense, 03/03/1974, p. 1

A utopia introduz uma brecha no tempo. Sua função é a exploração de mundos possíveis e essa possibilidade se dá primeiro na imaginação. Ela é uma estética política. Daí a conclusão de Barbosa (2009b) acerca do caráter essencialmente utópico da comunicação, na medida em que fornecemos representações para o possível. Antes de realizar alguma coisa é preciso ter condições de poder sonhar com ela (o que não quer dizer que basta sonhar, de uma forma idealista). Essa possibilidade se faz no processo comunicacional.

Assim como a comunicação, a utopia é um permanente “em realização”, como diz Ricoeur (1991a, p. 454), daí seu caráter futurista, como força motivadora. As utopias obedecem a uma dinâmica temporal. Cada uma possui uma perspectiva temporal histórica correspondente.

Segundo a teoria do poder de Ricoeur (*id.*, *ibid.*), parte da dinâmica do poder deriva da dialética da imaginação, cujos pólos são a ideologia e a utopia. Elas são duas formas de variação imaginativa que se complementam e concorrem. Enquanto duas formas de impostura, a ideologia

legítima, a utopia causa estranhamento. Enquanto ausências, uma se volta para o passado; a outra, para o futuro. A ideologia gera identificação com a ordem, a utopia introduz o desvio. Assim como para Morus se tratava do não-lugar, para Ricoeur a utopia é o nenhures.

Embora ideologia e utopia sejam imaginações incongruentes em relação à realidade – porque a ideologia diz ser o que não é e a utopia quer ser o que diz – ambas são recursos de identidade, sendo que a utopia gera identidade por prospecção, daí possuir um sentido embutido de futuro. Ela é projeto ou programa, ainda que nunca realizado. Assim, as pessoas se movem socialmente em função dos sonhos, o que se assemelha ao que Sevcenko (2003) relata como sendo a história das frustrações, ou seja, a história das buscas não necessariamente exitosas.

Existe também um paralelo entre o par ideologia/ utopia de Ricoeur (1991a) e o espaço de experiência e o horizonte de expectativa de Koselleck (2006). Um se dirige ao passado, o outro ao futuro. O primeiro é o que está consolidado, o segundo é o que faz construirmos o possível. Assim, a utopia é o futuro eternamente adiado, porém único remédio possível contra a ideologia, segundo Ricoeur.

Portanto, a ponte Rio-Niterói, que tinha sido utopia por cem anos, passou a ser ideologia, dentro da lógica dialética da imaginação. Passou a representar “a integração nacional” do discurso oficial. No **Jornal do Brasil**, a cerimônia de inauguração entrou num “pacotão” de inaugurações de Médici naquele dia. A manchete não foi exclusiva sobre a ponte, o que já dava uma dimensão secundária ao acontecimento, evidenciando que ele tinha muito mais importância para o lado Leste da Baía. “Inauguração de obras traz Médici ao Rio”. O *lead* foi “O Presidente Médici chega hoje ao Rio para visitar a Central de Abastecimento do Grande Rio (Ceasa)...”

Se no **JB** havia uma ponta de crítica, já o editorial reproduzia o significado que os militares queriam dar e que foi encampado totalmente pelo **Fluminense**: que era “marco irreversível na integração urbanizadora que aproxima as duas cidades” (JB, p. 6). Segundo o **JB**, “a Ponte tende [tendia] a acelerar o processo de integração da área metropolitana do Grande Rio”. (JB, p. 6) O **JB** considerava a ponte a “maior obra de arte em tamanho”, mas não a chamava de “a obra do século” como **O Fluminense**.

Saudação da multidão na praça do pedágio  
Médici inaugura Ponte em festa para 10 mil pessoas  
O Presidente Médici inaugurou ontem a Ponte Presidente Costa e Silva em duas etapas: a primeira, como Governador Chagas Freitas, no acesso carioca,

cortando uma fita simbólica e o segundo, diante de cerca de 10 mil pessoas, do lado fluminense, depois de um discurso do Ministro dos Transportes, Sr. Mário Andreazza [...] Uma multidão invadiu a pista [...] num ambiente de festa e percorreu algumas centenas de metros da Ponte, guiada pelo esquema de policiamento. (JB, 05/03/1974, p. 5)

Já **O Fluminense** cobriu a inauguração em grande estilo, com o suplemento especial “A Obra do Século” no domingo e a edição extra vespertina de segunda-feira, dia que não costumava sair. A manchete foi: “Enfim, a ponte”. No discurso reproduzido de Andreazza, imagens como “estrada sobre as águas” e “monumento à revolução”, enquanto os anunciantes bajuladores celebraram “a passarela da esperança”.

Com esta edição extra, O Fluminense oferece a seus leitores uma visão detalhada e atual da inauguração da “Obra do Século”, após a completa cobertura de que foram encarregados os nossos companheiros Luiz Fernando Miguel, Antônio Francisco de Moraes, Glaucy Pinheiro, Jurandir Noé da Costa e Gílson Monteiro. (O Fluminense, 4/03/1974, edição extra, p. 1)

O auge da cobertura estava na página 5 com duas grandes fotografias: numa, um aglomerado de gente e veículos na praça do pedágio, exatamente como o **JB** descreveria apenas em palavras no dia seguinte, e a legenda: “Hoje festa, amanhã tráfego.” Na outra, o desfile presidencial em carro aberto. Uma infindável fila de carros oficiais, com batedores, descendo das nuvens, tendo à frente o Rolls-Royce de Médici, e, na pista ao lado, um caminhão apinhado de repórteres na caçamba e fotógrafos dependurados até na janela da boléia. A imagem onírica, de Médici descendo do céu por uma ponte, indo em direção a Niterói, sintetizou a forma áulica com que **O Fluminense** tratou a inauguração. Ele fez a ponte parecer uma obra para os niteroienses, como se dissesse “os militares olharam para Niterói”. A maior parte da cobertura adotava totalmente o discurso oficial integrador do país, fosse por meios físicos, tais como estradas e pontes, fosse pelos meios de telecomunicações. No editorial de domingo, a posição fica evidente:

Um caminho para o Brasil todo

A Ponte Costa e Silva, integrada ao traçado da BR-101, depois de ser uma expectativa de cem anos, é, por sua vez, geradora de expectativas, estas a respeito dos destinos dos Estados do Rio e da Guanabara. Na realidade, já antes dela as especulações sobre uma possível fusão das duas Unidades Federais

esteve inúmeras vezes na ordem do dia; sua construção significa apenas um recrudescimento de boatos.

Ela é a ligação “a pé enxuto” entre os Estados, e para os partidários da medida *representa a consumação da integração física, precursora da integração política*. Vencendo o mar, obra de determinação, imperativo nacional, facilitará a circulação de riquezas e integrará mais eficientemente centros produtores e consumidores. *Longe de ser apenas a “Ponte Rio-Niterói”, a Ponte Costa e Silva é um caminho para o Brasil todo*, como é a estrada de que faz parte, e sua função não pode ser entendida apenas como elemento para ligar, integrar e fundir quem está separado pela baía de Guanabara.

Na história da fusão, cujos capítulos são numerosos, a ponte projetada e sonhada por três gerações tem servido frequentemente de ponto de referência para a fusão. “Quando a ponte estiver pronta”, frase que figurou em discursos de muitos políticos. (O Fluminense, 3 e 4/03/1974, Suplemento “A Obra do Século”, p. 2, original sem grifos)

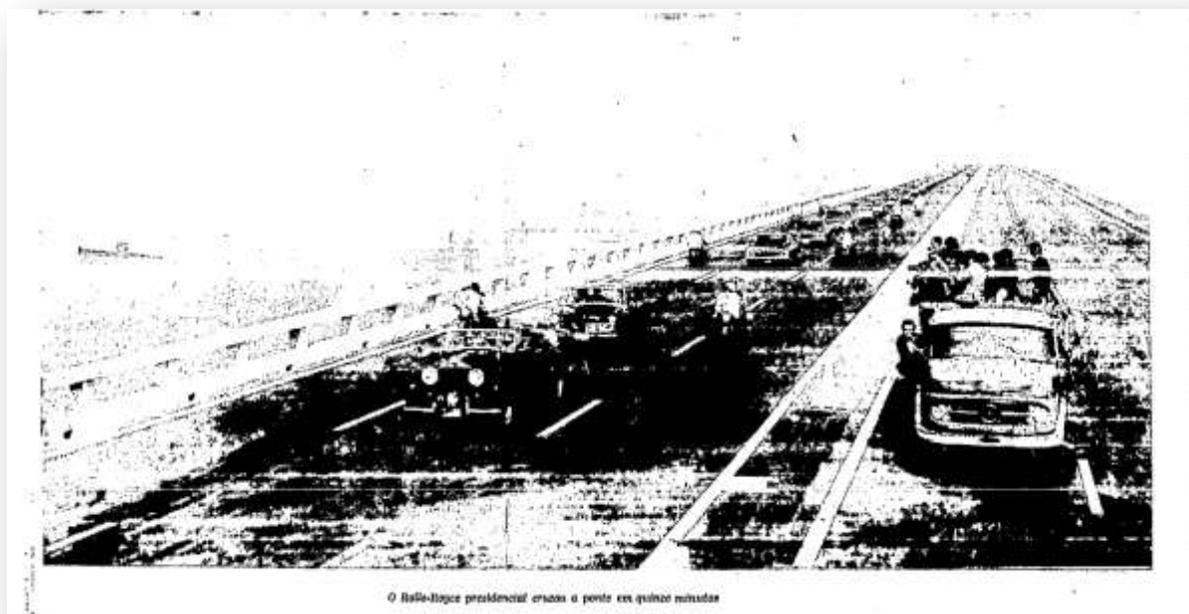
A intriga procura transformar a utopia da ponte como recurso pragmático de trânsito entre duas populações numa ideologia legitimadora do projeto militar de integração nacional. Na prática, trata-se do mesmo objeto ponte, porém seu significado social estava em disputa.

Figura 30



A multidão aguardando na praça do pedágio. O Fluminense, 04/03/1974, edição extra, extrato da p. 5

Figura 31



A comitiva oficial e os repórteres. O Fluminense, 04/03/1974, edição extra, extrato da p. 5

O editorial continua lembrando que a contigüidade física entre os dois Estados evidentemente existia, mas que a ligação direta entre as duas capitais, em especial vencendo o mar, possuía uma simbologia especial. Por outro lado, não se deve ignorar que, mesmo reproduzindo o discurso oficial sobre as justificativas e significados da ponte, sentimentos mais ancestrais também estavam lá, ainda que apropriados pelo regime militar.

*O futuro se fez ponte*

No passado, ela *foi sonho, projeto e dúvida*. Foi *um amanhã improvável*. Mas era necessidade de integração. Imperativo de desenvolvimento. E o presente trouxe ao País os brasileiros capazes de enfrentar o desafio: a Ponte Presidente Costa e Silva concretizou-se, para permitir a circulação de riquezas, incentivar a produtividade, e ensejar, num mundo onde a comunicação e os transportes crescem de importância, as ligações indispensáveis ao progresso. *A Ponte é um futuro onde as esperanças são realizadas*. Com sólidos alicerces de confiança em um sistema de Governo que tornou verdade a ponte entre um sonho passado e um porvir de plenitude. [anúncio da Associação Comercial e Industrial do Estado do Rio de Janeiro] (O Fluminense, 3 e 4/03/1974, p. 15, original sem grifos)

Entretanto, até hoje, quando se diz “Ponte Rio-Niterói” ou simplesmente “a ponte”, sem lembrar a infeliz época de seu batismo, é outra apropriação que se efetua pela comunicação.

### 5.2.2 Estação telefônica

Telephone  
De Edison a famosa descoberta  
- O telephone está na Praia Grande<sup>85</sup>  
Quem tiver seu recado, prompto o mande  
Que elle chegar á ex-Côrte é cousa certa!

Mas oh! que idea a mente me desperta!  
Quem segredo tiver que canto ande  
Já mexerico aqui, Jesus’ se expande  
Com telephone, então, línguas, alerta!

Já fallaveis, eu sei, à bocca cheia  
De cousas d’arte? não, da vida alheia  
Da vil malidicencia no trombone

A pelle de ninguem era poupada,  
Si a intriga andava já desenfreada,  
Quanto mais hoje tendo o telephone!<sup>86</sup>  
(O Fluminense, 19/07/1892, p. 1)

Até pelo menos 1940, **O Fluminense** recorria à poesia como forma de crônica do cotidiano, como nesta que especula sobre o aumento da fofoca, graças ao novo meio de comunicação. Na verdade, os poemas podiam tanto ser enviados por leitores e colaboradores formais, com temática de amor, pedidos de desculpas, fúnebres, quanto podiam repercutir notícias recentes, como foi o caso deste publicado no dia seguinte à notícia do primeiro telefonema interurbano para o Rio. Na verdade, o suposto ineditismo do feito não é mencionado em nenhum momento. Pelo contrário, o narrador explica que ao chegar à estação telefônica, o Sr. Legge, “distincto e honrado capitão de mar e guerra reformado”, já estava ao telefone, só não se sabe se em contato com o outro lado da Baía. Somente a revista comemorativa de 130 anos (11 e

---

<sup>85</sup> Antigo nome da cidade de Niterói.

<sup>86</sup> Assinado por Fritz, que não se sabe se era um leitor ou articulista.

12/05/2008) narra o ineditismo do telefonema interurbano e que fora o diretor do jornal, Francisco Rodrigues de Miranda, o narrador a fazer a tal ligação.

#### ESTAÇÃO TELEPHONICA

Foi hontem franqueada ao publico a estação telephonica, n'esta capital, á rua Visconde do Rio Branco, n. 61, serviço de que é concessionado o Sr. capitão-tenente Orozimbo Muniz Barreto.

A inauguração de todo o serviço será relisada logo que se achem promptas e ligadas todas as linhas.

Esse melhoramento, que *é prenuncio de muitos outros que devem provir da felicidade e rapidez das comunicações da nossa cidade com a Capital Federal*, deve-se em grande parte á perserverança e ao espírito de iniciativa que tanto distingue o incansavel capitão-tenente Orozimbo.

Accedendo ao convite d'este cavalheiro apresentamo-nos na estação telephonica ás 2 horas da tarde, onde fomos recebidos com toda a delicadeza e amabilidade.

Estava então o aparelho occupado com o Sr. Legge, distincto e honrado capitão de mar e guerra reformado de nossa marinha. (O Fluminense, 17/07/1892, p. 2, original sem grifos)

Prenúncio de melhoramentos futuros, o telefone seria importante veículo de comunicação com a capital federal. Entusiasmado com a possibilidade de “união fraternal e recíproca comunhão de interesses” com os jornalistas cariocas, o narrador conta ter telefonado para a redação do jornal **O Paiz**, colocando-o como representante tanto dos demais homens de jornal da época quanto do próprio povo carioca.

Logo após despedido, falamos com o Sr. Orosimbo [*sic*], que se achava na estação central, *para nos pôr em comunicação com a redacção d'O Paiz*, a quem passamos este recado: “O Fluminense, jornal desta cidade, *congratula-se, por intermédio da illustrada e patriotica redacção d'O Paiz, com seus confrades de imprensa da Capital Federal pelo estabelecimento de uma estação telephonica em Nitheroy, que nos unirá em fraternal conversa e recíproca comunhão de interesses.*”

Em seguida recebemos como resposta iguais felicitações e agradecimentos da redacção d'O Paiz. (O Fluminense, 17/07/1892, p. 2, original sem grifos)

Assim, aproveitando o telefonema, ou justamente com esta finalidade, o narrador passa a **O Paiz** notícias das eleições na província, indicando, assim, não apenas uma nova tecnologia à disposição dos habitantes de Niterói, mas também uma nova prática jornalística – a apuração por telefone. **O Paiz** efetivamente publicaria no dia seguinte o resultado da votação.

Por ultimo mandamos ainda este recado á mesma redacção: “O resultado da eleição hoje realisada aqui para um deputado estadual, até agora conhecido, nas secções de Nictheroy e S. Lourenço, foi este: Barão de Palmeiras - 91 votos e Alfredo E. George – 107, não havendo eleição no 3º districto, que comprehende Santa Rosa e Icarahy.

Recebemos os agradecimentos e tornamos a rectificar os mesmos.

Apesar da resaca que devia embarçar um pouco o cabo telephonico ouvimos bem as palavras que nos eram transmitidas da Capital Federal em resposta ás nossas. (O Fluminense, 17/07/1892, p. 2)

Assim, o diretor de **O Fluminense** repassou ao jornal da capital o resultado das eleições. Também achou importante ou interessante contar a seus leitores do uso que o novo equipamento estava tendo, como para falar com bancos e casas comerciais. Explicou ainda que o serviço telefônico era cobrado por palavra (\$500 por palavra falada e outros \$500 por palavra de resposta), e que o pagamento se fazia adiantado, o que leva a crer (inclusive pela maneira como ele reproduziu a conversa) que se devia escrever o recado previamente e apenas lê-lo no aparelho, reproduzindo as práticas da telegrafia. Ou seja, a potencialidade do sistema como meio de conversa não tinha sido inventada ou percebida, fosse por limites técnicos ou culturais. E, finalmente, Miranda conta da inauguração, com “doces e bebidas finas”.

Depois de nós outras pessoas serviram-se do apparelho telephonico e transmittiram recados para bancos, casas commerciaes etc, sempre com feliz resultado.

Felicitando-os e a todos os habitantes d’esta cidade por tão importante melhoramento, agradecemos a gentileza e attenção que nos dispensaram os empregados aqui do serviço telephonico, o que prova ainda o zelo e cuidado que tem o Sr. Orozimbo na escolha do seu pessoal.

A todos os presentes esteve franca *uma mesa de doces e bebidas finas*.

Nutrimos esperanças de, brevemente, annunciar a inauguração de todos os serviços telephonicos no Rio de Janeiro e São Paulo e *todas as cidades no percurso das estradas de ferro, e que não se acham mais distantes de nós do que Bruxellas e Londres de Paris*. (O Fluminense, 17/07/1892, p. 2, original sem grifos)

Se antes as cidades se uniam pela ferrovia, o telefone fez alterar a experiência do espaço e os critérios de julgamento das distâncias. Estar fisicamente unidas por uma linha de trem passa a não ser mais suficiente e a distância é equiparada à distância entre Bruxelas, Londres e Paris. A rigor, não importam os quilômetros mas a distância comunicacional. Se é possível falar com outra cidade, então ela é próxima.

O imaginário técnico é também fruto de uma imaginação comunicacional. Cada novo meio de comunicação promove novas relações sociais, conforma novos parâmetros de sociabilidade, construindo e confirmando imaginários. Assim, as técnicas, sobretudo as comunicacionais, assim como os acontecimentos, funcionam como catalisadores de imaginários, ao que chamamos de convergência comunicacional.<sup>87</sup>

É evidente que o modo de narrar o primeiro telefonema interurbano em Niterói estava longe do que se vê hoje, com os meios de comunicação de massa se apropriando de maneira orgânica dos grandes acontecimentos ou mesmo transformando aqueles não tão relevantes em verdadeiros espetáculos midiáticos. Mas aqueles tempos eram outros e a adoção do telefone se encontrava discreta em meio a outras notícias. Sequer o feito em si pode ser facilmente reconhecido no texto pelos leitores de 2009, o que não significa que o leitor de 1892 não o conseguisse, como já se discutiu no capítulo anterior. Esta pesquisadora mesmo não teria enxergado a notícia do grande acontecimento tecnológico se não tivesse lido sobre ele na revista de 130 anos do **Fluminense** de 2008, cuja inteligibilidade linguística lhe é reconhecível.

Tanto entusiasmo de um lado da Baía parece não ter tido a mesma receptividade do lado Oeste, pois não se localizou que tenha havido a reprodução da conversa em **O Paiz**, obviamente, porque a ligação era mais significativa para a província, merecendo portanto notícia em **O Fluminense**. Apenas o anúncio do novo serviço telefônico se encontrava nos dois periódicos. A crônica de José Fino, publicada em **O Paiz**, dois dias depois do tal telefonema, é mais um testemunho do horror que se tinha da travessia marítima da Baía. Horror esse que só seria aplacado com a inauguração da ponte, 82 anos mais tarde.

Quis meu anjo da guarda que “até hoje nunca me assaltasse o espírito a tenebrosa lembrança de ir morar na Praia Grande”. [...] Deus me conserve com estas boas idéas e da tentação de um dia transferir a minha residência para a Praia Grande me livre. Amém.

*Enquanto, para ser seu habitante, for preciso fazer viagem marítima, na dependência das barcas Ferry, ao alcance de uma resaca inesperada, sujeito aos horários e esperas de 20 minutos – desejo conservar-me a distancia respeitosa, sempre venerando e admirando a Praia Grande como se admiram todas as coisas grandes... mas de longe, guardando os efeitos da illusão de óptica. José Fino (O Paiz, 18/07/1892, p. 1, original sem grifos)*

---

<sup>87</sup> Vieira (2009, *op. cit.*) descreve que o rádio confirmou um imaginário que relacionava técnica a progresso e modernidade, estando presente como imaginação antes de 1923, ou seja, antes de ser usado como veículo de massa.

O cronista relata os “inconvenientes das barcas”, fala que o niteroiense pagava quatro vinténs pelo incômodo da travessia e conta da ressaca do dia que anterior – a mesma que Miranda relatou ter revirado os cabos telefônicos no fundo da Baía – “que sacudiu os intestinos dos passageiros das miniaturas de arcas de Noé” (parte da ironia acerca do arcaísmo do transporte). O curioso é que hoje são necessários os mesmos 20 minutos para a travessia aquaviária e, embora os intervalos de espera sejam de 10 minutos nos horários de *rush*, em parte do dia continuam sendo os incômodos 20 minutos denunciados por José Fino há 118 anos. Isso leva a questionar se realmente vivemos o tal adensamento da Modernidade ou se a verdadeira aceleração não se deu lá no final do XIX. Mesmo num tom irônico, os 20 minutos de José Fino não poderiam sequer ter sido pensados como longo e inconveniente intervalo de espera se já não se experimentasse então a aceleração do tempo.

É o caráter presentista do jornalismo, que contamina os estudos de comunicação, que nos leva muitas vezes a deixar de relativizar o que entendemos por inédito e esquecer a intensa experiência de aceleração a partir dos anos 1870, com a segunda revolução industrial, ou Revolução Científico-Tecnológica, como descreve Sevcenko (1998).

### 5.3 RIO INUNDADO POR UM OCEANO DE LUZ

A narratividade dos jornais diários integrais fornece a sensação de permanente atualização da história, sobretudo devido a seu modo narrativo periódico. Somado a isso, eles trabalham com a noção de progresso, que, por sua vez, atualiza-se em noções de modernização e desenvolvimento, oriundos de uma grande matriz conceitual de “civilização”. Ao mesmo tempo, os próprios jornais estão imersos nessa ideologia do progresso, e articulam os acontecimentos de forma que pareçam encadeados numa linha evolutiva de “melhoramentos”.

Para o **Jornal do Commercio**, o lampião a gás tinha uma notável diferença em relação aos candeeiros e inundaria as ruas da cidade de um oceano de luz. Vive-se a cada tempo o mais incrível dos tempos, característica tão particular do homem moderno para o qual o jornalismo se apresenta como forma adequada de comunicação, para esse tipo de sensação e de consciência histórica. Trata-se de uma narrativa do presente não porque fala do presente, mas porque favorece um sentido “presentista” de história.

Naquele jornal, era rotineiro que no século XIX os relatos sobre adoção de novas tecnologias recebessem o prático título de “Melhoramentos”, substantivo que, em si, já carrega um sentido histórico e um juízo de valor, como conceito de movimento do qual fala Koselleck (2006), neste caso, um valor positivo. Um desses melhoramentos foi a instalação de lampiões a gás em algumas ruas do que hoje é o Centro.

Rio de Janeiro

Communicados

ILLUMINAÇÃO A GAZ – Começou ante-hontem nas ruas S. Paulo, Sabão, Rosario, Ouvidor, Direita e largo do Paço. Todas essas ruas se apinharão de povo. Não se ouvia senão uma observação: *Como é que estivemos privados por tanto tempo deste immenso melhoramento!*

Em verdade o contraste que apresentarão os antigos candeeiros de azeite ao lado dos brilhantes lampeões de gaz *tornava ainda mais notável a diferença da luz.*

A distancia em que se achão os novos lampeões parecem [sic] a todos bem calculada. Nas praças que não tem no centro ruas illuminadas, como o largo do Paço, seria conveniente collocar um grande facho. As luzes lateraes não chegão ao centro por fortes que seião. (Jornal do Commercio, 26 e 27/03/1854, p. 2, original sem grifos)

Assim como o trapezista de Kafka (1991), que de repente decide não poder mais viver com apenas uma barra, exigindo do dono do circo um segundo trapézio, os personagens do **Jornal do Commercio** também deixaram de se satisfazer com a tecnologia disponível. Era necessário imaginar outras mais complexas, como as acrobacias mais elaboradas do trapezista kafkaniano.

A notícia do novo melhoramento na infraestrutura da cidade ocupou exatamente três parágrafos da coluna “Rio de Janeiro” com o título geral “Communicados”, espaço muito pequeno para os padrões do **Jornal do Commercio**. Mas, na mesma coluna, algumas notícias depois, continuou o assunto, desta vez um pouco mais longa e assinada ao final “Publicola”. Somando os dois trechos, o tema ocupou menos de uma coluna:

MELHORAMENTOS MATERIAES – A ILLUMINAÇÃO A GAZ

Ante-hontem, anniversario do juramento da constituição do império, *vio a cidade de S. Sebastião do Rio de Janeiro a introdução de um grande melhoramento.* Os lampeões do fétido azeite de peixe, donde partia lúgubre clarão, começarão a ser substituídos pelo gaz *que inundará ruas e praças com um oceano de luz.*

Era tempo de *imitarmos as cidades da Europa e da América que nos precederão nas carreiras da civilização*. O que diria o estrangeiro que aportasse às nossas praias vendo que a rainha da América Meridional apresentava durante as noites o triste espetáculo de uma *necropolis*? [...]

Não havia mais suplício do que ser obrigado a encerrar-se n'uma calmosa noite de verão entre as quatro paredes de uma casa, para cuja construção não foi certamente consultado o grão de temperatura em que vivíamos, a nossa situação tropical.

[trecho com teoria sobre construção]

O Brazil é um paiz novo: cheio de vida, *cheio de futuro: revela que rompamos com as velhas tradições dos tempos coloniaes, e trilhemos com coragem a estrada do progresso*.

[Trecho no qual pergunta para quê a necessidade de iluminação a gás e responde:]

Tardia seria nossa civilização se tivéssemos de percorrer todos os tramites seguidos pelos povos do velho continente. Deveremos estabelecer uma linha regular de paquetes á vela antes de empregarmos o vapor.

[e continua defendendo “espírito de associação e empresa” etc] (Jornal do Commercio, 26 e 27/03/1854, p. 2, original sem grifos)

Mesmo antes da moda positivista, o discurso do progresso, como justificativa para medidas políticas e administrativas (incluindo infraestrutura urbana), é associado “à introdução do grande melhoramento”. Os bicos de gás iluminariam “a rainha da América Meridional” no caminho para a civilização, deixando para trás seu passado colonial. A referência à oposição entre luz e trevas também é evidente, ao classificar a capital às escuras de “necrópolis”.

Vinte e cinco anos mais tarde, o **Jornal do Commercio** noticiaria a primeira experiência de iluminação elétrica no Rio sem muitos detalhes nem destaque. Uma das razões pelas quais não se pode afirmar que as narrações desses acontecimentos tenham a mesma dimensão das grandes coberturas de hoje diz respeito exatamente ao espaço, que traduz, quase sempre, a importância que um periódico dá ao assunto. Por outro lado, como dito anteriormente, citando Messagi (2008), o modo de ordenamento dos textos jornalísticos no século XIX não obedecia à mesma inteligibilidade de hoje. Portanto, não se sabe exatamente o grau de relevância dada ao episódio, mas é certo que não se pode falar em “acontecimento midiático” nos moldes de hoje.

Primeiro porque o ineditismo e a novidade não eram valores tão relevantes à notícia, como se viu no capítulo anterior, já que ela possuía muito mais o sentido de conhecimento, de erudição. Segundo porque a experiência jornalística obedecia a outra lógica no sistema comunicacional da época, segundo a qual a mídia não tinha papel tão preponderante no cotidiano quanto adquiriu nas primeiras décadas do século seguinte. Se por um lado não se podia

considerar a sociedade enquanto massa, também é certo que não se podia falar nas sensações como mediadoras primordiais das notícias, que eram muito mais baseadas em reflexões históricas, políticas e literárias. Isso só mudaria aos poucos nas últimas décadas do século XIX e as primeiras do XX.

O texto ocupa pouquíssimo espaço para os padrões do **Jornal do Commercio** então: apenas 15 cm da coluna “Gazetilha”, onde se encontrava boa parte do que hoje se entende por noticiário, já que o periódico era majoritariamente ocupado por reproduções de atas das sessões da Assembléia, decretos e documentos oficiais em geral. Dentre os assuntos da “Gazetilha”, a agenda do imperador era material privilegiado, pautado quase diariamente.

Iluminação pela luz eléctrica – Realizou-se hontem, ás 8 ½ horas da noite, na augusta presença de SS. MM. Imperiaes, a experiência da illuminação eléctrica na estação central da estrada de ferro D. Pedro II.

Já alli se achavão os srs. Ministro da agricultura e do Imperio, Visconde do Bom-Retiro, director da estrada Dr. Passos e seus ajudantes, Dr. João [...]

Chegando Suas Magestades, dirigirão-se logo para a sala da machina, que foi examinada por S.M. o Imperador e pelo ministro [...]

A illuminação do vestibulo, saguão e plataforma de passageiros é feita por seis focos de luz eléctrica, equivalentes a cerca de 600 bicos de [Carcel].

O termo de comparação é uma lâmpada Carcel, capaz de consummir por hora 42 grammas de azeite de colza refinado.

Estes focos são alimentados por duas correntes de electricidade dinamica provenientes de duas machinas magnético-electricas de Gramme, das quaes uma funciona como [ilegível] e a outra como reguladora e distribuidora das correntes, augmentando ao mesmo tempo sua intensidade.

Por intermédio de uma árvore de transmissão estas machinas recebem movimento de um locomovel de força nominal de sete cavallos.

A distribuição da luz se faz por meio de conductores de fio de cobre perfeitamente isolados por uma camada de guetta-percha, dividivos em dous circuitos, alimentando cada um dos lampeões.

[continua explicando cada circuito, os lampeões, as despesas com o gás, o que parecia ser uma grande preocupação ou justificativa para a adoção da novidade]

Quando for applicada a toda estação a economia será enorme, tanto mais econômica quanto mais importante for a instalação[, podendo chegar a 50%]

Da sala das machina, Suas Magestades dirigirão-se ao saguão, onde forão apagados os bicos de gaz e os da plataforma. Illuminarão-se de repente os globos [ilegível] e uma luz só deu claridade a todo o saguão, para o qual são necessarios mais de dez bicos de gaz.

A illuminação da plataforma foi examinada [por dom Pedro]. SM o Imperador disse que tem lembrado por varias vezes a conveniencia dos pharões electricos, principalmente na ilha Rasa.

Ás 9 ½ horas da noite Suas Magestades retirarão-se, parecendo satisfeitos com a experiência. (Jornal do Commercio, 22/02/1879, p. 2)

O relato do experimento foi absolutamente seco. O redator se limitou a dizer que dom Pedro II pareceu satisfeito, dando preferência aos aspectos técnicos.

Quatro anos depois da iluminação elétrica da Central do Brasil e 29 depois dos primeiros lâmpões em ruas do Centro, novamente a caça à luz, como meta de civilização, vem à tona, desta vez em Campos dos Goytacazes, município no Norte do Estado do Rio. O **Jornal do Commercio** acompanhou a “Viagem Imperial” para a inauguração da iluminação pública. Como era de costume, o diário cobria a agenda imperial e, daquela vez, enviou correspondente para acompanhar dom Pedro II em todas as suas paradas e na inauguração. Ou seja, daquela vez, houve uma espécie de preparação do acontecimento devido ao envio do correspondente. No dia 22, publicou na “Gazetilha” texto de 20 cm:

#### A luz electrica no Brazil

*Já tiverão noticia os nossos leitores de haver dado resultado satisfactorio a experiencia definitiva da illuminação da cidade de Campos por meio da luz electrica. [...] Ao próspero município de Campos caberá a honra de haver sido o primeiro no Brazil a utilizar a electricidade na illuminação de uma cidade.*

Este arrojado commettimento, a que não foi obstáculo a indiferença incrédula com que era para ser recebida a notícia do projeto, será certamente lembrado no futuro *como padrão de amor ao progresso e na confiança nas conquistas da sciencia. Dia virá em que o systema empregado em 1883 na cidade de Campos parecerá tão rudimentar quanto nos parece hoje a memorável experiência pela qual H. Dayey, há 53 annos, produzio pela primeira vez a nova luz [...] Seção quaes forem, porém, os progressos da luz electrica, a bella tentativa de Campos marcará época na história do emprego da electricidade.*

*A glória da primeira applicação indistustrial da luz electrica no Brazil cabe á directoria da via férrea de D. Pedro II. A idéa de illuminar por aquella luz estação central da principal via férrea da América do Sul foi sugerida [...]*

As primeiras experiências, feitas a 21 de fevereiro e 12 de março de 1879, não derão resultado satisfatório, assim por falta de aptidão do pessoal como principalmente por não possuir a estrada aparelho próprio a regularizar o trabalho das machinas. Após experiencias posteriores em que se logrou corrigir os defeitos manifestados nas primeiras a estação central da ferrovia D. Pedro II começou a ser illumorada a 1º de outubro de 1879, por seis focos dos systema Jaclochkoff [continua explicando o sistema, insiste na economia de gás, descreve outras experiências como as do Barão de Capanema em 29 de julho de 1881 de illuminar metade dos jardins do Campo da Acclamação e, também do Barão de Capanema na virada de 1881 para 1882 de illuminar o edifício da agricultura, assim como a narra que o edifício do paço municipal estivera a pouco tempo illumorado com quatro lâmpadas Siemens que ficaram acesas por algumas noites]. *Taes são as primeiras tentativas para introdução da luz electrica no Brazil.* (Jornal do Commercio, 22/06/1883, p. 1, original sem grifos)

O valor do pioneirismo, tributário de uma noção de história linear, fica explícito na disputa em torno das primeiras experiências de iluminação e na angústia acerca da precisão da datação. É evidente que, hoje, a distância temporal exata entre as primeiras experiências com a luz elétrica não faz diferença, mas, para o ritmo narrativo do jornal, era importante marcá-la em relação à narratividade do periódico, cujos leitores “já tinham tomado notícia dos resultados satisfatórios”. O curioso é que tal articulação se aproxima do valor do ineditismo ainda que esse caráter não fosse destacado normalmente da rotina narrativa do jornal, mas que neste caso foi objeto de disputa pelo fato de o “grande feito” não ter se dado na capital. Também chama atenção a consciência da condição provisória de tal sistema de iluminação. Parece que o redator já vivia imerso na expectativa de permanente obsolescência, pois tinha confiança nos “progressos da luz” e acreditava que a experiência pareceria rudimentar no futuro.

Mais uma vez aparece o problema do progresso, seja como ideologia, legitimadora, seja como utopia, motivadora. A confiança na ciência é traduzida no serviço ao progresso, consagrando assim uma visão de história linear, sem crises ou rupturas, sem desmontes de antigas estruturas, apenas como continuidade evolutiva. Deste modo, evidencia-se uma incrível persistência do modelo interpretativo da história como movimento progressivo dentro das intrigas jornalísticas, o que se tem mostrado desde o capítulo 1. Esse movimento também indica a permanência daquilo que Sevcenko (2003) identificou como o sentimento de missão do qual se imbuía o intelectual pós-geração 1870 e que militava nas letras, incluindo nas letras dos periódicos, na esperança de aperfeiçoar os espíritos e os governos.

Portanto, ao elencar exemplos anteriores, o **Jornal do Commercio** mapeava a conjuntura urbana na capital, exatamente como fazem hoje os periódicos quando elaboram “boxes de memória”. Estão, com isso, tentando oferecer um quadro de contextualização, bastante simples, mas que é entendido dessa forma pelos editores. Inserir um acontecimento numa série ou destacá-lo conforma certos significados possíveis para ele. Entre a compressão e/ ou a distensão do tempo, entre a inserção numa sequência ou seu destaque, o acontecimento é significado em função do passado ao qual é referido e à profundidade temporal que é relacionado.<sup>88</sup>

---

<sup>88</sup> Em outra oportunidade, estudamos a experiência do medo na cidade do Rio de Janeiro a partir da construção de uma ideia de violência urbana por O Globo cujo significado social era ancorado na seleção de episódios prévios com sentidos consolidados por meio do próprio jornal. (MATHEUS, 2006, *op. cit.*)

Nos dois dias seguintes, o diário publicou apenas um breve relatório de viagem, informando a chegada e saída do imperador de Cantagalo, até que, no dia 25, informou ter recebido do correspondente alguns telegramas, o último deles efetivamente reportando a inauguração e único no qual o **Jornal do Commercio** fez qualquer referência ao povo:

Campos (24 de julho, ás 8 horas e 10 minutos da noite) – Às 7 horas, SM o Imperador dignou-se de fechar o circuito electrico, ficando assim illuminada toda a cidade. *É grande o entusiasmo do povo campista, que acclama os augustos imperadores.* (Jornal do Commercio, 25/06/1883, p. 1, original sem grifo)

O confronto da cobertura do **Jornal do Commercio** com a **Gazeta de Notícias** evidencia o quão monarquista era o primeiro, para quem dom Pedro II era protagonista das narrativas, a ponto de o povo ficar de fora da maior parte de suas narrativas. Nos testes com iluminação elétrica na Central do Brasil, o imperador é apresentado como totalmente secundário na articulação da **Gazeta de Notícias**, enquanto a sensação que se tem no **Jornal do Commercio** é que a cerimônia foi feita exclusivamente para a vistoria de dom Pedro II.

#### A ILLUMINAÇÃO ELECTRICA

*A grande questão scientifica atualmente se agita na Europa e nos Estados Unidos é a que procura resolver o problema da illuminação pública e particular por meio da luz electrica.*

A parte mais séria do problema é a divisibilidade de luz e essa ainda por ora não é conhecida, attribuindo-se todavia a Edison, auctor do phonografo, a sua descoberta ainda não revelada, que o saibamos.

Aproveitando das experiências já feitas principalmente em Pariz, o Sr. Dr. Passos entendeu que devia fazer applicação d'essa luz á estação central e plataforma da estrada de ferro.

Foi hontem ás 8 ½ horas da noite inaugurada essa illuminação, na presença de Suas Magestades Imperiaes, do sr. presidente do conselho, ministro do imperio, director e engenheiros da estrada de ferro, muitas pessoas de elevada posição e muitíssimos [ilegível] que alli concorreram attraídos pela curiosidade.

O resultado foi excellente. A luz dá [ilegível] claridade que se [ilegível] lua cheia n'uma noite perfeitamente limpa de nuvens.

Em seguida publicamos os esclarecimentos que a respeito da nova illuminação, [sic] nos foram obsequiosamente fornecidos pela directoria da estrada de ferro, e mais adiante uma notícia á respeito do contracto que a municipalidade de Pariz fez para applicar a mesma illuminação á diversas praças e ruas d'aquella cidade, depois de ter ouvido uma comissão de engenheiros.

[a partir daqui repete o texto igual ao do Jornal do Commercio]

“A iluminação do vestíbulo, saguão e plataformas de passageiros da estação central da estrada de ferro D. Pedro II, [sic] é realizada por seis focos de luz electrica equivalentes a cerca de 600 bicos de Carcel\* [nota de rodapé: O termo de comparação é uma lâmpada Carcel capaz de consummir por hora 42 grammas de azeite de colza refinado]  
Esses focos são alimentados por duas correntes [...]  
Por intermédio de uma árvore de transmissão [...]  
A distribuição da luz se faz por meio de conductores de fio de cobre [...]  
Cada circuito é regido por um commutador de duas direcções, destinado a manter interrompida a corrente [...]  
Os lampeões são do systema Jaclochkoff [...]  
Acham-se distribuídos da seguinte maneira [...] supportados por lyras de bronze e ferro e antigos consolos dos lampeões de gaz [...]  
[repete a teoria da economia de gás]”  
*A notícia da que em relação a luz electrica em Pariz, [sic] é a seguinte: [...]*  
(Gazeta de Notícias, 22/02/1879, p. 1, original sem grifos)

A primeira diferença entre as duas coberturas é que a **Gazeta de Notícias** contextualiza espacialmente o acontecimento se referindo à iluminação pública na Europa e nos Estados Unidos, tratando a eletricidade como a grande vedete científica no mundo naquele momento. A **Gazeta** coloca a inauguração na estação ferroviária na mesma reportagem sobre a luz elétrica em Paris. Mas o que chama mais a atenção são as semelhanças. A parte da explicação técnica é rigorosamente idêntica nos dois jornais, o que faz supor que os redatores copiaram as mesmas informações talvez do “avô” do *release*. Tudo leva a crer que os técnicos da ferrovia tenham preparado um material informativo explicando o funcionamento do sistema de iluminação e distribuído aos correspondentes dos diferentes jornais, presentes à cerimônia. Seria quase impossível que os redatores de diferentes periódicos tenham copiado de forma idêntica alguma explicação oral que possa ter sido dada pelos engenheiros no momento. O mais provável, pela forma da escrita, é que simplesmente tenha sido copiada de outro texto escrito, sendo que a **Gazeta de Notícias** teve o cuidado de colocar o texto entre aspas e o **Jornal do Commercio** o usou como se fosse seu.<sup>89</sup>

Tal fato apenas evidencia que as práticas jornalísticas nascem das múltiplas necessidades de comunicação no cotidiano, e que, por mais que se tente normatizá-lo, é a dinâmica cultural, incluindo as disputas pelas normas, que lhe dá forma. Se é verdade que os engenheiros prepararam uma espécie de ancestral do *press kit*, é verdade também que eles não foram

---

<sup>89</sup> Ainda que hoje os repórteres combinem entre si os *leads* e dados quantitativos para fechar um consenso acerca do fato relatado, dificilmente o texto redigido sai idêntico.

ensinados a fazer isso; eles inventaram isso. Ou seja, se o jornalismo é um modo de interação social que inclui fontes, repórteres e demais consumidores, ele é construído nesta relação comunicacional por todos os agentes envolvidos, submetidos às dinâmicas culturais de uma sociedade. E, dentro dessa dinâmica, a dimensão temporal da cultura não pode ser ignorada.

A poética de todas essas imagens (oceano de luz, charutão dos céus) traduz não apenas a retórica característica das diferentes épocas mas também os recursos imaginativos com que trabalharam os redatores e suas transfigurações em textos jornalísticos. Assim, os jornais captam as estruturas de sentimento de uma época (WILLIAMS, 1989), porque feitos nela, sendo, portanto, mediadores das consciências históricas daquele momento. Um historiador sabe disso muito bem, tanto que os usa como fonte, mas muitas vezes o teórico do jornalismo ignora que um jornalista só conta o possível de sua época, embora faça parte desse trabalho imaginar outras.

As páginas dos jornais contêm muito mais sensações do que informação. A precisão ou não do conteúdo vai depender do grau de aceitação pública daquela narratividade, do grau de verossimilhança que seus autores conseguiram produzir, ou seja, do *habitus* linguístico naquele mercado simbólico. Portanto, a normatividade do jornalismo sempre terá limites, pois ele será sempre mais amplo que sua norma. Como mediação, ele também está em jogo em cada ato enunciativo. Não são apenas os fatos e suas representações que mudam, mas o próprio jornalismo. Seus significados são também postos em jogo a cada edição, a cada novo veículo, a cada nova prática, desde as experiências mais alternativas até a grande imprensa consagrada, o sistema de representação jornalístico possui também múltiplos significados.

Parte desses significados é produzida a partir da referência de mediação temporal que o público e a sociedade em geral enxergam no jornalismo. Se é vetor de progresso, se é âncora de tradições, se é a materialização da modernidade em celulose, se é um marcador do tempo, se é depositário do passado, se pedestal de consagração do presente ou lugar de se testar e experimentar antecipadamente o futuro, tudo isso está em jogo. Portanto, o jornalismo serve para muitas coisas. Informar é apenas parte delas.

A leitura dessas coberturas de grandes acontecimentos tecnológicos faz crer que foi comum a todo esse período a operação narrativa de converter a tecnologia em código de medição/ significação do tempo, entre outras razões, porque elas ajudam a transpor o tempo e o espaço, dando a sensação de domínio sobre essas dimensões. Ao lado das grandes mediações tecnológicas do tempo e do espaço, há a mediação simbólica exercida pelos jornais pela

narrativa. A codificação do tempo pela tecnologia não se caracteriza por um fenômeno exclusivo jornalístico, mas por uma dinâmica comunicacional própria à Modernidade. Entretanto, os jornais se apropriam com frequência desse código – não apenas ao valorizar seus próprios “avanços” gráficos, editoriais, redacionais, empresariais -, mas também na cobertura em geral. Tendemos a confundir novidade tecnológica com novidade histórica e os jornais ajudam muito a gestar a confusão. “Podemos estar no início de uma nova etapa da configuração tecnológica, mas o mundo certamente não começou agora.” (SEVCENZO, 2001, p. 49)

O processo de codificação da história pela tecnologia se deu desde o século XIX (pelo menos no **Jornal do Commercio** e no **Fluminense**), sendo os aparatos técnicos instrumentos para se semantizar o tempo social – atrasado, moderno, obsoleto, novo etc. Acredita-se que o movimento foi especialmente importante nesta ex-colônia, entre outras razões, por promover um efeito narrativo de ruptura, e, certamente, os jornais contribuíram para essa visão. Porém, o trabalho de convergência dessa mediação entre o tempo histórico/ social e o imaginário tecnológico nem sempre promoveu os mesmos ganhos simbólicos para os jornais, ou nem sempre com a mesma eficiência ou se valendo das mesmas estratégias.

A luz elétrica não foi transformada num grande acontecimento midiático como o que foi feito em todo o planeta com a chegada do homem à lua em 1969, ou com a guerra do Golfo em 1991, ou com o ataque ao WTC em 2001. Isso ocorreu não por incompetência do **Jornal do Commercio** mas porque o jornalismo não desempenhava função tal na sociedade que lhe fosse franqueado ser o lugar do acontecimento. Ou seja, o jornal não transformou a inauguração da luz elétrica num acontecimento midiático por excelência.

Por outro lado, não dá para afirmar que o **Jornal do Commercio** não tenha contribuído em nada para a experiência desses acontecimentos, muito menos que não tenha tido nenhum ganho simbólico em 1854, ao contar da adoção da luz a gás, ou em 1897, sobre a eletricidade. Descrever minuciosamente o funcionamento de um sistema ou equipamento é já tomar posse dele de alguma forma. Não tanto ao ser apresentado ao lampião a gás, mas ao entender seu funcionamento via jornal. O jornal vira experto, autoridade para apontar e explicar as novidades. Mais uma vez, juntam-se o valor do progresso, o valor da novidade e a autoridade do jornal para dizer o que é novidade ou não, o que foi progredido ou o que é regresso. Os conceitos de movimento de Koselleck (2006) impregnaram as páginas desses jornais ao longo de todos esses

anos, como um grande código interpretativo da historicidade. Código esse fornecido, operado e ensinado pelo jornalismo que, por sua vez, também está submetido a esse mesmo código.

Assim, a normatividade exercida por meio do jornalismo que serve ao sentido da história também se aplica ao próprio jornalismo – diz como ele deve ser, quais formas de comunicação são atrasadas, modernas, superadas, inéditas etc. Lógica que permite classificar autoritariamente certas práticas como não-jornalísticas ou pré-históricas, enquanto outras são canonizadas como o que há de mais aperfeiçoado e estável (curiosamente o contrário do progresso).

Uma das explicações para a não-conversão da luz elétrica em grande acontecimento midiático é o fato de o **Jornal do Commercio** não ser integral (GRAMSCI, 1995), mas especializado em economia e comércio. Entretanto a hipótese falha se aplicada ao **O Fluminense**, que é afinal um jornal que sempre se pretendeu integral. Se falar em cobertura jornalística nos oitocentos não configura uma impostura histórica, também a cobertura da inauguração da estação telefônica pelo **Fluminense** esteve a milhas de distância da forma histriônica com que se construiriam acontecimentos midiáticos ao longo do século XX.

A chave para a distinção entre os modelos narrativos dos dois séculos tende a ser a questão da massa. Ou seja, a experiência dos acontecimentos como midiáticos seria uma característica das sociedades de massa, mas o conceito é extremamente espinhoso. Entretanto outra chave explicativa, mais fácil e ainda mais evidente, é o fator sensação.

É somente a partir do Zeppelin (dentro o universo de acontecimentos sob estudo aqui) que se reconhece parentesco com a experiência jornalística (e midiática) atual, tendo como grande fator diferenciador do jornalismo oitocentista a questão da sensação e da sensação pela imagem. Ao perceber os movimentos narrativos desses três diários, fica claro que os grandes acontecimentos se tornaram, no século XX, aquilo que ganhou visibilidade midiática, no sentido estreito de imagem e sensação, redimensionando tempo e espaço.

## CONCLUSÃO

Narrar é tramar ações, sentimentos e tempos. É produzir uma concordância-discordante momentânea que se transfigura a cada nova ação de discordância-concordante em processo permanente de significação. Narrativa é vida, composta de muitas temporalidades: ritmos, melodias e velocidades com as quais executamos nossos muitos estar no mundo: vida privada, pública, o mundo do trabalho, evasão, delírio, gozo, dor, enfim.

A narrativa é um desenrolar na duração, dá-se em processo, e, por isso, contém camadas temporais de vários passados, presentes e futuros. Ela introduz formas de viver as diferentes dimensões. E cada ato enunciativo abre nova fenda temporal que nos leva ao passado, ao futuro, e a outros espaços do presente, possibilitando inventar e reinventar mundos.

Com exceção do corpo, que é puro presente, o resto é ausência – seja imaginação acerca do passado ou do futuro. Porém, mesmo o mais ínfimo instante só pode ser apreendido e experimentado se lhe for atribuído um mínimo de espessura. O jeito de fazer isso é narrando, comunicando, representando. A linguagem é o único acesso ao tempo.

Um instante deve possuir duração mínima e então já não é puro presente porque mediado por significados previamente compartilhados. O instante é já ausência narrada, porém presença em sensação. Lágrima, prazer, asco, dor, arrepio não têm passado.

Narrar é produzir significados coletivos, gerar sentidos processualmente. Em síntese, comunicar. Formamos e transfiguramos sentidos nas interações do cotidiano, que se dão em contornos especiais de acordo com os objetivos que conferimos a elas. São as formas de comunicação de cada época.

Todos os homens em lugares e momentos históricos específicos possuem suas próprias formas de comunicação social, por meio das quais produzem os sentidos das coisas. A produção se dá no embate. Desses permanentes conflitos resultam sentidos mais concordantes ou discordantes entre si ou entre anteriores e posteriores, mas são o que garante o movimento do mundo. A narrativa é uma dialética de significação. É o que garante que sejamos capazes de reconhecer e estranhar, que sejamos cínicos e fortes para esquecer e sonhar.

Narrar é transfigurar o viver. Sempre processual, a narrativa condensa duas ausências – a do passado e a do futuro – ainda que não sejam idênticas formas de não-estar. De certa forma, o passado, embora ausente, é mais concreto porque conformou o espaço da experiência, ainda que ele só possa ser imaginado retrospectivamente. Já o futuro é aberto, horizonte de temor e esperança, ainda que, a partir dessas expectativas, aja-se efetivamente no agora.

Portanto, o presente, a rigor, é inapreensível, existindo apenas enquanto sensação. Por outro lado, para que operemos nele e sobre ele, inventamos instrumentos narrativos tais como o jornalismo. Através dele, damos espessura à sensação, criamos consciência do presente histórico que não é o mesmo que o puro instante.

O presente histórico é algo relacional. É o intervalo que a narração demarcou entre o considerado ido e o considerado ainda não chegado. O momento que entendemos estar vivendo e que entendemos poder interferir. É o tempo da ação e da possibilidade de ação. A narrativa estabelece as fronteiras entre o não-mais, o agora e o ainda-não. Entre as muitas formas de narrar o mundo, criamos uma chamada jornalismo que obedece a uma frequência tal que lhe permite ser recurso privilegiado de marcação do tempo. Trabalhamos diariamente por meio do jornalismo – na ponta da produção ou na ponta do consumo - construindo muros entre passado, presente e futuro. Às vezes ampliamos suas fronteiras, às vezes as estreitamos, às vezes simplesmente apagamos partes inteiras, dilatamos outras, sempre de acordo com nossos interesses no presente.

Construímos coletivamente significados todos os dias, em toda a integralidade do cotidiano. Mas em algum momento acrescentamos a ele essa forma de interação social com *status* próprio que nomeamos jornalismo. Essa prática mesma precisou e precisa ser significada como tudo no mundo. Em particular ela tem o fato de ser uma prática de produzir significados. Um trabalho de comunicação que virou mercadoria, missão, e depois profissão. Ou seja, que tem

sua própria história, suas camadas de significação. Esta tese observou algumas delas do ponto de vista das relações temporais em 180 anos no estado do Rio a partir de três periódicos centenários.

A experiência da história e sua consciência, ou seja, a relação que mantemos com o presente, o passado e o futuro e a articulação que estabelecemos entre essas três dimensões estão organicamente vinculadas à comunicação, que encontrou no jornalismo impresso as bases para as mudanças que viriam depois e simultaneamente com outras tecnologias. Seu *status* comunicacional nasceu em suporte papel mas foi em parte carregado para outros veículos. Entretanto, é preciso levar em conta o que os ritmos dos outros meios transformaram a experiência jornalística.

O jornalismo serve para marcar o tempo. Além de criarmos nele uma correspondência material ao calendário abstrato, distribuímos as histórias que acreditamos que merecem ser contadas dentro desses “compartimentos” de tempo, desses intervalos que são as edições. Cada edição introduz nova síntese. Assim, o processo de significação das narrativas jornalísticas não se descola dos ritmos do seu contar. Entre a suposta perecibilidade da notícia e a suposta perenidade da história, indicamos o que é fluxo e fundamento.

Os jornais são reinventados diariamente, daí sua fragilidade que faz com que a tradição jornalística seja tão importante na definição de uma identidade não apenas profissional mas também da narrativa, o que a distingue de outras formas de representação. Porém, mais do que a forma textual, sua identidade se encontra na articulação e relação com o tempo.

O jornalismo é a prática de oferecer cotidianamente uma profusão de marcações temporais – seja para dizer o que é passado, seja para dizer o que é presente ou para indicar com que sonhos se deve sonhar o futuro. Desse jogo narrativo de rupturas e costuras de tempos se vai criando certa consciência histórica, segundo a qual o próprio jornalismo é considerado indispensável. Mais que isso. Ele é inscrito na história como ator – seja como vetor de progresso, defensor da tradição ou liderança modernizante.

O ritmo de sua inscrição no cotidiano lhe dá identidade comunicacional (ou *status* representacional). Historiografia e jornalismo obedecem a ritmos narrativos próprios. A despeito das diferenças de trabalho e de perspectiva crítica, os dois sistemas de representação não são os mesmos porque a consciência histórica nascida da profusão de acontecimentos midiáticos é de um jeito e aquela nascida da interação com a comunicação historiográfica é outra. São naturezas narrativas diferentes.

Acompanhar um jornal qualquer ou mais de um é construir para si certa consciência comunicacional antes de uma consciência histórica. A primeira é condição para a segunda. A comunicação dará o código de interpretação da realidade e da ação sobre ela.

No jornalismo do **Jornal do Commercio** do século XIX, olhar para o passado e olhar para o presente eram operações narrativas mais mescladas, já que não havia a mesma ansiedade em fundar o inédito a cada minuto como hoje. Ainda assim, temas cotidianos fizeram com que a percepção da novidade e a urgência de atualização das informações fossem desenvolvidas ainda que não exatamente sob a forma da notícia atual. No final daquele século, surgem **O Fluminense** e o **Jornal do Brasil**, bastante noticiosos, voltados para questões mais imediatas.

O **Jornal do Commercio** realizava grandes reflexões retrospectivas, havia a obsessão com o resgate do tempo para compreensão do presente mas sobretudo para exibição de conhecimento. Aos poucos, o ritmo da vida social - a partir de transformações no sistema produtivo, da modernização política, da República, das reconfigurações urbanas e demográficas - faz com que se perceba a história ainda como sequência de transformações, porém em ritmo mais acelerado. Com isso, a narratividade jornalística ganha maior espaço e acompanha a aceleração. Não só com edições extras e outros recursos de atualização, mas sobretudo narrativamente, com um olhar mais voltado para a pragmática do dia a dia. É essa característica que lhe dá a feição de narrativa do presente, ainda que também seja feita de interpretações históricas e de utopias de futuro.

Até mais ou menos 1930, retrospectivas, teses, grandes análises, marcas de tempos anteriores persistem. Porém vai se tornando inevitável o divórcio entre presente e passado, entre o que se entende no senso comum como história e como notícia. A “historiografia” escrita pelos jornais permanece enquanto *slogan* publicitário, recurso de contextualização, carimbo de legitimidade a que os jornais recorrem. Para se autorreferenciarem, adotam uma concepção linear, determinista, do tempo, mas, na hora de falar de tudo que não seja eles mesmos, sua narratividade favorece a noção de que tudo mudou, de que tudo pode acontecer de um dia para outro e que a única certeza é que o jornal estará lá para contar.

A maneira de fazer isso é pela produção em série de acontecimentos. Acoroadouros de tempos e significados, catalisadores de imaginários, mediadores da história, os acontecimentos entediam de tanto que acontecem. Eles são a forma mais eficiente de narrar, pois, se narrativa é uma unidade de ação, o acontecimento é sua peripécia.

Porém, entre o acontecimento experimentado via jornal no século XIX e no XX é claro que há diferenças. A primeira é o grau de autoevidência da novidade que no século XIX era suave. Precisava-se do fluxo narrativo para perceber o novo. Hoje as narrativas são mais fragmentadas. Ao longo do século XX, os jornais passaram a apontar muito mais explicitamente aquilo que deveria ser entendido como novidade. “Nunca antes na história deste país”, o bordão altamente midiático do presidente é sintomático da persistência dessa visão popular de história como sequência de ineditismos, visão essa consagrada pelos jornais desde os oitocentos. Essa tem sido a forma midiática de ver a história.

Enquanto estudamos a contribuição do jornalismo para percepção social do tempo, vimos que ela se dá de duas formas: pelas articulações internas das narrativas e pela inscrição material delas no cotidiano. Dessa dupla relação depende não apenas o sentido daquilo que é contado mas do próprio jornal. Vimos que as temporalidades são chave interpretativa de vários problemas de comunicação, em especial relacionados a este objeto tão intimamente identificado com o tempo. Quando analisamos diferentes aspectos das relações do jornalismo com os ritmos sociais, esperamos ter também levantado questões acerca dos processos comunicacionais de maneira mais ampla, procurando entender a produção de sentido na duração.

Essas operações se baseiam em algumas estratégias de uso do tempo: o passado como ancoradouro de legitimidade e também a porção que cabe à construção da notícia, tão associada à experiência do presente, mas cujo sentido só se completa frente a referências pretéritas.

A matéria da qual trata o jornalismo, reconhecido como narrativa do presente, forma-se de múltiplas temporalidades que extrapolam essa dimensão, compondo um todo cotidiano que é feito de várias densidades e profundidades temporais. História, calendários, tempos míticos, ficcionais, utopias compõem a experiência histórica sobre a qual o jornalismo trabalha, sendo uma forma privilegiada de representação dessa mesma experiência, justamente por seguir seus ritmos tão de perto. Sua condição narrativa periódica lhe garante isso.

A inscrição do jornalismo no cotidiano contribui para certas compreensões de história que valorizam a novidade, o efeito de ruptura, dando visibilidade à mudança, ou configurando os acontecimentos enquanto mudança, deixando invisíveis estruturas de permanência.

O risco é crer que uma forma de comunicação que faz sentido para alguns deva ser parâmetro para todos, ainda que vivamos temporalidades tão diferentes. Se a arquitetura temporal é uma configuração cultural, cada grupo humano produz narrativas que articulam

tempos diferentes. Seu valor e significados serão diferentes. Os fios narrativos com os quais tecemos nossas intrigas nunca reproduzem os mesmos nós, os mesmos pontos, não repetem necessariamente os mesmos bordados e costuras em todos os tecidos sociais. Seguimos coletivamente os fios das meadas mas as histórias que escrevemos não poderão repetir as mesmas intrigas se somos grupos humanos diferentes.

Esperamos ter contribuído para compreender que o jornalismo é articulador de temporalidades particulares e que, sendo assim, não serve a todos. Às tiranias do tempo correspondem tiranias comunicacionais.

## OBRAS CITADAS

- ABREU, Alzira Alves, LATTMAN-WELTAN, Fernando, FERREIRA, Marieta & RAMOS, Plínio. *Imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro: FGV, 1996.
- ABREU, Alzira Alves. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008, 330p.
- APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas. As mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói (RJ): EdUff, 2008, 399 p.
- BACON, Francis. *Novum organum* ou verdadeiras indicações acerca da interpretação da natureza. Nova Atlântida. São Paulo: Nova Cultural, 1988, 4ª edição, 272p.
- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1995, 7ª edição.
- 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. “A narrativa, a experiência e o acontecimento fundador de novos regimes de visibilidade da TV brasileira.” *In: Revista Tempo*, nº 17, 2004, pp. 153-172.
- BARBOSA, Marialva C. “O que a história pode legar aos estudos de jornalismo”. *In: Contracampo, Dossiê Histórias e teorias do jornalismo*, vol. 12, 1º semestre, 2005, pp. 51-61.
- BARBOSA, Marialva C. *História Cultural da Imprensa*. Brasil - 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007a, 262p.
- BARBOSA, Marialva C. *Percursos do olhar*. Comunicação, narrativa e memória. Rio de Janeiro: EdUff, 2007b.
- BARBOSA, Marialva C. "Reflexões sobre a imprensa no Brasil de 1808". *In: Estudos em Jornalismo e Mídia*, ano V, n. 2, pp. 91-109. julho/ dezembro, 2008a.
- BARBOSA, Marialva C. “Uma imagem híbrida: comunicação e história.” *In: ARAÚJO, Denize; BARBOSA, Marialva. (orgs.). Imagíbrida: comunicação, imagem e hibridização*. Porto Alegre (RS): Editora Plus. Org., Dez 2008b, pp. 110-139. Disponível em: <http://editoraplus.org/wp-content/uploads/imagibrida.pdf>. Último acesso em: 18/05/2009.
- BARBOSA, Marialva C. “Comunicação e história: presente e passado em atos narrativos”. *In: Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 6, n. 16 (julho 2009). São Paulo: ESPM, 2009a, pp. 11-27.
- BARBOSA, Marialva C. “Televisão e usos do passado: a construção da utopia comunicacional”. *In: TARGINO, Maria das Graças; CASTELO BRANCO, Samantha; CARVALHO, Cristiane Portela de; MAGALHÃES, Laerte. Comunicação, educação e cultura na era digital*. Intercom: Nordeste. Teresina (PI): EDUFPI, 2009b, pp. 12-28.
- BENJAMIN Walter. *Magia e técnica, arte e política*. Obras escolhidas. Vol. 1. São Paulo: Brasiliense, 1985.

- BERGSON, Henri. *Matéria e memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito*. São Paulo: Martins Fontes, 1999, 2ª edição.
- BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar. A aventura da modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1986, 15ª reimpressão.
- BLOCH, Marc. *Apologia da História. Ou o ofício de historiador*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001, 159 p.
- BODNAR, John. *Remaking América. Public memory, commemoration, and patriotism in the 20th century. USA (New Jersey): Princeton University Press, 1994, 296 p.*
- BOSI, Ecléa. *Memória e sociedade: Lembranças de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004, 11ª edição, 484p.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004, 311p.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre (RS): Zouk, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas lingüísticas*. São Paulo: Edusp, 2008, 185p.
- BRANDÃO, Gildo Marçal. *Linhagens do pensamento político brasileiro*. São Paulo: Hucitec, 2007, 220p.
- BRAUDEL, Fernand. *Escritos sobre a história*. São Paulo: Perspectiva, 2007, 2ª edição, 2ª reimpressão, 288 p.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia. De Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004, 377 p.
- BURKE, Peter. *A escola dos Annales – 1920-1980. A Revolução Francesa da Historiografia*. São Paulo: Unesp, 1997, 154 p.
- CADAU, Joel. *Memoire et Identité*. Paris: Presse Universiteres de France, 1998. 225 p.
- CARDOSO, Ciro Flamarion. *Ensaio Racionalistas*. Rio de Janeiro: Editora Campos Ltda, 1988, 117 p.
- CARR, Edward Hallet. *Que é história?* São Paulo/ Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996, 189p.
- CARVALHO, José Murilo. *A formação das almas. O imaginário da República no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- CASTILHO, Márcio. *Uma morte em família. Martírio e autoridade nos 100 dias de cobertura do caso Tim Lopes em O Globo*. Dissertação de mestrado. Niterói (RJ): PPGCOM-UFF, 2005, 143p.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano. Artes do fazer*. Petrópolis (RJ): Vozes, 1994, 5ª edição.
- CERTEAU, Michel de. *A escrita da história*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007, 2ª edição, 3ª reimpressão.
- CHARNEY e SCHWARTZ (orgs.). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naïf, 2004, 458p.

- CHARTIER, Roger. *Formas e sentido*. Cultura escrita: entre distinção e apropriação. Campinas (SP): Mercado das Letras, 2003.
- CHARTIER, Roger. *La historia o la lectura del tiempo*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2007.
- CHESNEAUX, Jean Marie. *Habiter les temps*. Paris: Bayard Éditions, 1986.
- CHESNEAUX, Jean Marie. *Modernidade-mundo*. Petrópolis (RJ): Vozes, 1995, 226p.
- COLLINGWOOD, R.G. *A idéia de história*. Portugal: Editorial Presença, 1997.
- COMTE, Auguste. *Os pensadores*. São Paulo: Abril Cultural, 1978, 318p.
- COSTA, Cristiane. *Pena de aluguel*. Escritores jornalistas no Brasil 1904-2004. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- CUNHA, Euclides. *Os sertões*. Campanha de Canudos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1991, 35ª edição.
- DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette*. Mídia, cultura e revolução. São Paulo: Companhia das Letras, 1990, 330p.
- DEL PRIORE, Mary. “História do cotidiano e da vida privada”. In: CARDOSO, Ciro Flamarion; VAINFAS, Ronaldo (orgs.). *Domínios da História*. Ensaios de Teoria e Metodologia. Rio de Janeiro: Campus, 1997, pp. 259-274.
- DIAS, Ana Rosa Ferreira. *As marcas da oralidade no jornalismo popular*. São Paulo: Editora Cortez, 1996.
- DIMAS FILHO, Néelson. *Jornal do Commercio*. A notícia dia a dia. 1827-1987. Rio de Janeiro: Editora Jornal do Commercio, 1987.
- DOSSE, François. *A História em migalhas*. Dos Annales à Nova História. São Paulo: Edusc, 2003, pp. 393;
- DUPAS, Gilberto. *O mito do progresso*. São Paulo: Unesp, 2006, 309 p.
- EISENSTEIN, Elisabeth. *A Revolução da cultura impressa*. Os primórdios da Europa Moderna. São Paulo: Ed Ática, 1998.
- ELIADE, Mircea. *Mito e Realidade*. São Paulo: Editora Perspectiva S/A, 1972.
- ELIADE, Mircea. *Imagens e símbolos*. Ensaio sobre o simbolismo mágico. São Paulo: Martins Fontes, 2002, pp. 178, 3ª tiragem.
- FENTRESS, James e WICKHAM, Chris. *Memória social: Novas perspectivas sobre o passado*. Lisboa: Teorema, 1992.
- FOUCAULT, Michel. *O que é um autor?* Portugal: Veja, 2000.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *A fabricação do presente*. Como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005, 274p.
- FURET, François. “O quantitativo em história.” In: LE GOFF, Jacques & NORA, Pierre. *História: novos problemas*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976, pp. 49-63.

- GIANNOTTI, José Arthur. “Comte (1798-1857). Vida e obra”. In: COMTE, Auguste. *Os pensadores*. São Paulo: Abril Cultural, 1978, pp. VI-XVIII.
- GILBOA, E. Media diplomacy: conceptual divergence and application. *Harvard International Journal of Press/ Politics*, 3, pp. 56-75, 1998.
- GILBOA, E. Mass communication and diplomacy: a theoretical framework. *Communication Theory*. Volume 10. Issue 3, 2001.
- GINZBURG, Carlo. *O queijo e os vermes: o cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela inquisição*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- GRAMSCI, Antonio. *Os intelectuais e a organização da cultura*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995, 9ª edição, 244p.
- HALBWACHS, Maurice. Paris: *Les cadres sociaux de memoire*. France: Les Presses universitaires de France, Nouvelle édition, 1952, 299p. Disponível em: [http://classiques.uqac.ca/classiques/Halbwachs\\_maurice/cadres\\_soc\\_memoire/cadres\\_sociaux\\_memoire.doc](http://classiques.uqac.ca/classiques/Halbwachs_maurice/cadres_soc_memoire/cadres_sociaux_memoire.doc). Último acesso em: 18/05/2009.
- HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Edições Vértice, Editora Revista dos Tribunais Ltda, 1990;
- HAVELOCK, Eric A. *A revolução da escrita na Grécia e suas consequências culturais*. São Paulo: Unesp, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996, 370 p.
- HEIDEGGER, Martin. *Ser e Tempo*. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 2004, partes I e II.
- HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. São Paulo: Paz e Terra, 1992, 4ª edição.
- HELLER, Agnes. *Uma teoria da história*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.
- HOBSBAWM, Eric e RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. São Paulo: Paz e Terra, 1997, 4ª edição, 316p.
- HOHFELDT, Antônio & BUCKUP, Carolina. *Última Hora: populismo nacionalista nas páginas de um jornal*. Porto Alegre, Sulinas, 2002.
- HUNT, Lynn. *A Nova História Cultural*. SP: Martins Fontes, 2006, 317 p., 2ª edição, 2ª tiragem. Primeira edição: 1992.
- JASMIN, Marcelo Gantus e FÉRES JUNIOR, João. “História dos conceitos: dois momentos de um encontro intelectual. In: JASMIN, Marcelo Gantus e FÉRES JUNIOR, João (orgs.). *História dos conceitos: debates e perspectivas*. RJ: Loyola, 2006.
- JOHNSTON, William M. *Celebrations: the cult of anniversaries in Europe and the United States today*. USA: Transaction Pub, 1991.
- KAFKA, Franz. “Primeira dor”. In: *Um artista da fome/ A construção*. Tradução de Modesto Carone. São Paulo: Brasiliense, 1991, 4ª edição, pp. 9-12.
- KATZ, Elihu. “Os acontecimentos midiáticos: o sentido de ocasião”. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Veja, 1999, 2ª edição, pp.52-60.
- KOSELLECK, Reinhart. *Futuro passado. Contribuição à semântica dos tempos históricos*. Rio de Janeiro: Contraponto: PUC-RJ, 2006.

- LACOUTURE, Jean. "A história imediata". In: LE GOFF, Jacques. *A História Nova*. SP: Martins Fontes, 1990, pp. 318.
- LE GOFF, Jacques. *A História Nova*. São Paulo: Martins Fontes, 1990. 318 p.
- LE GOFF, Jacques. "Memória". In: *Enciclopédia Einaudi*, vol. 1. Portugal: Imprensa Nacional, 1997a, pp. 11-50.
- LE GOFF, Jacques. "Documento/ monumento" In: *Enciclopédia Einaudi*, vol. 1. Portugal: Imprensa Nacional, 1997b, pp. 95-106.
- LE GOFF, Jacques. "Calendário". In: *Enciclopédia Einaudi*, vol. 1. Portugal: Imprensa Nacional, 1997c, pp.260-292
- LE GOFF, Jacques. "Passado/ presente". In: *Enciclopédia Einaudi*, vol. 1. Portugal: Imprensa Nacional, 1997d, pp. 293-310.
- LE GOFF, Jacques. "Progresso/ reação". In: *Enciclopédia Einaudi*, vol. 1. Portugal: Imprensa Nacional, 1997e, pp. 338-369.
- LEACH, Edmund Ronald. "Dois ensaios a respeito da representação simbólica do tempo". In: *Repensando a antropologia*. São Paulo: Editora Perspectiva S/A, 1974.
- LENE, Hérica. *O jornalismo econômico e a reinvenção do Brasil no final do século XX*. Tese de doutorado em Comunicação. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.
- LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. São Paulo: Editora 34, 1993, 203p.
- LOPES, Antônio Herculano. "Do monarquismo ao 'populismo': o Jornal do Brasil na virada para o século XX". In: NEVES, Lúcia Bastos; MOREL, Marco e BESSONE, Tânia. *História e Imprensa: representações culturais e pacíficas do poder*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006, pp.332-345.
- LOUZADA DA SILVA, Silvana. *Prata da casa – fotografos e fotografia (1950-1960)*. Tese de doutorado em Comunicação. Niterói (RJ): UFF, 2009.
- LUSTOSA, Isabel. *Insultos impressos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- LUSTOSA, Isabel. *Nascimento da imprensa brasileira*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001, 356p.
- MARX, Karl. *O capital*. Crítica da economia política. Livro 1. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.
- MATHEUS, Leticia Cantarela. *Elos, temporalidades e narrativas*. A experiência contemporânea do medo no jornalismo de O Globo. Dissertação de mestrado. Niterói (RJ): PPGCOM-UFF, 2006, 143p.
- MAUAD, Ana Maria. *Poses e flagrantes: ensaios sobre história e fotografias*. Niterói (RJ): EdUff, 2008, 262 p.
- MAYER, Arno. *A força da tradição*. A persistência do Antigo Regime. 1848-1914. São Paulo: Companhia das Letras, 1987, 2ª edição.

- MELO, José Marques. *História da imprensa no Brasil: fatores socioculturais que retardaram a implantação da imprensa no Brasil*. Porto Alegre (RS): Edipuc, 2003.
- MENANDRO, Heloísa Fesch. *A idéia de nação e o pensamento nacionalista na imprensa da corte. 1840-1860*. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro: ICHF-UFF, 1977.
- MENESES, Sônia. *A operação midiográfica: 1964, um golpe com três tempos – mídia, memória e esquecimento*. Texto de qualificação de tese de doutorado em História. Niterói (RJ): UFF, 2009, 209p.
- MESSAGI JÚNIOR, Mário. *O texto jornalístico no centro de uma revisão da história da imprensa no Brasil*. Tese de doutorado em Comunicação. São Leopoldo (RS): Unisinos, 2008, 280p.
- MIGNOLO, Walter D. *Histórias locais / projetos globais. Colonialidade, saberes subalternos e pensamento liminar*. Belo Horizonte (MG): Editora UFMG, 2003.
- MORAES E SILVA, Antônio. *Dicionário da Língua Portuguesa*. Lisboa: Typographia Lacérdina, 1813.
- 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.
- MOREL, Marco. *As transformações dos espaços públicos: imprensa, atores políticos e sociabilidades na cidade imperial (1820-1840)*. São Paulo: Hucitec, 2005, 326p.
- MOREL, Marco e SOUZA, Françoise Jean de Oliveira. *O poder da maçonaria. A história de uma sociedade secreta no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- MORETZSOHN, Sylvia. *Jornalismo em tempo real - o fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Revan, 2002, 189p.
- MORUS, Tomás. *A utopia*. Tradução de Paulo Neves. Porto Alegre (RS): L&PM, 2007, 154p.
- MOTTA, Marly Silva da. *A nação faz 100 anos: a questão nacional no centenário da independência*. Rio de Janeiro: FGV, 1992, 129p.
- MOTZKIN, Gabriel. "A intuição de Koselleck acerca do tempo na história." *In: JASMIN, Marcelo Gantus e FÉRES JUNIOR, João (orgs.). História dos conceitos: debates e perspectivas*. RJ: Loyola, 2006.
- MUSSE, Christina Ferraz. *Imprensa, cultura e imaginário urbano: exercício de memória sobre os anos 60-70 em Juiz de Fora*. São Paulo: Nankin; Juiz de Fora (MG): Funalfa, 2008, 344p.
- NEVES, Lúcia Bastos; MOREL, Marco e BESSONE, Tânia. *História e Imprensa: representações culturais e pacíficas do poder*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- NISBET, Robert. *História da idéia de progresso*. Brasília: Editora da UnB, 1985.
- NORA, Pierre. "O retorno do fato." *In: LE GOFF, Jacques e NORA, Pierre (orgs.). História: novos problemas*. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editores Ltda, 1976, pp. 179-193.
- NORA, Pierre. "Entre memória e história. A problemática dos lugares." *In: Projeto História: Revista do Programa de Estudos da Pós-Graduação em História e do Departamento de História PUC-SP*. São Paulo: PUC-SP, 1993.

- ORWELL, George. 1984. São Paulo: Campanha Editora Nacional, 2000, 277p.
- OZOUF, Mona. "A festa. Sob a Revolução Francesa." In: LE GOFF, Jacques e NORA, Pierre. *História: novos objetos*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976, pp. 216-232. (original Gallimard, 1974)
- PEIRANO, Mariza. *Rituais ontem e hoje*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003, 57p.
- PIMENTA, João Paulo G. Spaces of Experience and Historiographical Narrative in the Birth of Independent Brazil. Artigo apresentado no 20th International Congress of Historical Sciences, na University of New South Wales. Sydney, Australia, 03-09 July, 2005. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/dh/pos/hs/images/stories/docentes/JoaoPimenta/Paper%20Sydney.pdf>. Último acesso em: 17/10/2009.
- POLLAK, Michael. "Memória, esquecimento e silêncio" In: *Estudos Históricos* 1989/3. Cpdoc/FGV. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais Ltda., 1989.
- POMIAN, Krzysztof. *L'Ordre du temps*. Paris: Gallimard, 1984.
- POMIAN, Krzysztof. "Coleções". In: *Enciclopédia Einaudi*, vol. 1, *Memória-História*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais Ltda., 1989, pp. 51-86.
- RESENDE, Fernando. *O olhar às avessas – a lógica do texto jornalístico*. Tese de doutorado em Comunicação. São Paulo: ECA/USP, 2002.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart Ribeiro. *A história do seu tempo*. A imprensa e a produção do sentido histórico. Dissertação de mestrado em Comunicação. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 1995.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart Ribeiro. *Imprensa e História no Rio de Janeiro dos anos 50*. Tese de Doutorado em Comunicação. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2000.
- RICOEUR, Paul et alii. *As culturas e o tempo*. Petrópolis: Vozes e SP: Editora da Usp, 1975.
- RICOEUR, Paul. *Ideologia e utopia*. Rio de Janeiro: Edições 70, 1991a, 523p.
- RICOEUR, Paul. *O si-mesmo como um outro*. Campinas (SP): Papyrus, 1991b, 432p.
- RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. Tomo I. Campinas (SP): Papyrus, 1994, 327p.
- RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. Tomo II. Campinas (SP): Papyrus, 1995, 286p.
- RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. Tomo III. Campinas (SP): Papyrus, 1996, 519p.
- RICOEUR, Paul. *A memória, a história, o esquecimento*. São Paulo: Editora da Unicamp, 2007, 535 p.
- RICUPERO, Bernardo. *Sete lições sobre interpretações do Brasil*. São Paulo: Alameda Casa Editorial, 2007, 220p.
- RIZZINI, Carlos. *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil*. Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre: Erich Eichner & Cia., 1946.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. "O acontecimento". In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Veja, 1999, 2ª edição, pp. 27-33.
- ROXO DA SILVA, Marco Antônio. *Jornalistas, pra quê? Militância sindical e o drama profissional*. Tese de doutorado em Comunicação. Niterói (RJ): PPGCOM-UFF, 2007.

- RYAN, Mary. "A parada norte-americana: representações da ordem social do século XIX." In: HUNT, Lynn. *A nova história cultural*. São Paulo: Martins Fontes, 2001, pp. 177-209.
- SALGUEIRO, Valéria. *De pedra e bronze*. Um estudo sobre monumentos. O monumento a Benjamin Constant. Niterói (RJ): Eduff, 2008.
- SANTO AGOSTINHO. *Confissões*. São Paulo: Martin Claret, 2005, 432p.
- SANTOS, Theotônio dos. *A teoria da dependência*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000, 239p.
- SARLO, Beatriz. *La imaginación técnica: sueños modernos de La cultura argentina*. Buenos Aires: Nueva Visión, 2004.
- SARLO, Beatriz. *Tiempo pasado*. Cultura de la memoria y giro subjetivo. Una discusión. Argentina (BA): Siglo Veintiuno Editores, 2007, 168p.
- SCHIAVINATTO, Iara Lis. "Entre os manuscritos e os impressos". In: LESSA, Mônica Leite, FONSECA, Silvia Carla Pereira de Brito. (orgs.) *Entre a monarquia e a república: imprensa, pensamento político e historiografia (1822-1889)*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2008, pp. 13-33.
- SCHUDSON, Michael. *Discovering the news*. A social history of American newspapers. New York: Basic Books, 1978, 227p.
- SCHWARCZ, Lilia Moritz, *O espetáculo das raças*. Cientistas, instituições e questão racial no Brasil. 1870-1930. São Paulo: Companhia das Letras, 1993, 1ª reimpressão, 1995.
- SEIFERT, Priscilla. *Tribunais paralelos: imprensa e judiciário no caso Daniella Perez*. Dissertação de mestrado. Niterói (RJ): UFF, 2004, 184p.
- SEVCENZO, Nicolau. "A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio". In: SEVCENZO, Nicolau (org.). *História da Vida Privada*, vol. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, pp. 514-619.
- SEVCENZO, Nicolau. *A corrida para o século XXI*. No loop da montanha-russa. São Paulo: Companhia das Letras, 2001, 6ª reimpressão, 140p.
- SEVCENZO, Nicolau. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003, 2ª edição, 420p.
- SIQUEIRA, Carla. "A imprensa comemora a República: memórias em luta no 15 de novembro de 1890." In: *Estudos Históricos*, vol. 7, nº 14, 1994, pp. 161-181. Disponível em: [www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/153.pdf](http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/153.pdf). Último acesso em: 26/11/08.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
- SOREL, George. *Les Illusions du Progrès*. M. Rivière, ed. 4eme, 1927.
- TINOCO, Godofredo. *Imprensa fluminense 1826-1963*. Rio de Janeiro: Livraria São José, 1965, 2ª edição.
- TURNER, Victor. *Dramas, campos e metáforas*. Ação simbólica na sociedade humana. Niterói (RJ): EdUff, 2008, 278 p.

VALENTE, Leonardo. *Política externa na era da informação*. O novo jogo do poder, as novas diplomacias e a mídia como instrumentos de Estado nas Relações Internacionais. Rio de Janeiro: Revan, 2007, 190p.

VERNE, Julio. *Da Terra à Lua*. Viagem directa em 97 horas e 20 minutos. Lisboa: Imprensa Nacional, 1874. Disponível em: <http://www.gutenberg.org/files/28341/28341-h/28341-h.htm>. Último acesso em: 29/12/09.

VIEIRA, Michele. *O rádio no imaginário científico: de tecnologia a meio de massa (1922-1930)*. Material de qualificação de mestrado. Niterói (RJ): UFF, 2009, 72p.

WALTER, Eric. *La presse picarde, mèmòire de La Rèpublique*. Amiens: Centre de Recherche Sociologique d'Amiens, 1983.

WEBER, Max. *Conceitos básicos de sociologia*. São Paulo: Editora Moraes, 1987.

WEINRICH, Harald. *Lete: Arte e crítica do esquecimento*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

WILLIAMS, Raymond. *O campo e a cidade*. Na história e na literatura. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

## OBRAS CONSULTADAS

- ABREU, Alzira Alves, LATTMAN-WELTMAN, Fernando & ROCHA, Dora. *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.
- ABREU, Regina. “Entre a nação e a alma: quando os mortos são comemorados”. *In: Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, FGV, n. 14, vol. 2, 1994, pp. 205-230.
- ANDRADE, Lílian Gonçalves de. “Narrativa histórica e narrativa literária: pontos e contrapontos.” *In: Biblos*. Rio Grande, vol. 17, 2005. Disponível em: <http://www.seer.furg.br/ojs/index.php/biblos/article/view/95/49>. Último acesso em: 15/12/2009.
- ARISTÓTELES. *A arte poética*. São Paulo: Martin Claret, 2003.
- BARBOSA, Marialva C. *Operários do pensamento : visões de mundo dos tipógraficos no Rio de Janeiro, 1880-1920*. Dissertação de mestrado em História. Niterói (RJ): UFF, 1991, 331p.
- BARBOSA, Marialva C. “Meios de comunicação, memória e tempo: a construção da "redescoberta do Brasil". Pesquisa de pós-doutorado em Comunicação Social. Laboratoire d'Anthropologie des Institutions et des Organisations Sociales – Laios/ Centre National de la Recherche Scientifique, Paris, 1999.
- BARBOSA, Marialva C. “Temporalidade mundo e temporalidades particulares: o dilema da contemporaneidade. *In: Anuário Unesco UMESP de Comunicação Regional*. São Paulo: UNESCO/METODISTA, Ano III, n. 3, 1999, p. 11-24.
- BARBOSA, Marialva C. “O acontecimento contemporâneo e a questão da ruptura.” *In: Semiosfera*. Rio de Janeiro: Eco-URRJ, vol. 2, n. 1, 2002.
- BARBOSA, Marialva C. “Meios de comunicação no Brasil pós-30: reflexões em torno da historicidade e do papel da imprensa”. *In: UNIrevista*. Vol 3, nº 3 (julho 2006). São Leopoldo (RS): Unisinos, 2006. Disponível em: [http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev\\_Barbosa.PDF](http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Barbosa.PDF). Último acesso em: 28/12/2009.
- BARBOSA, Marialva C. e RIBEIRO, Ana Paula Goulart. ‘Combates’ por uma história da mídia e do jornalismo no Brasil. Artigo apresentado no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba (PR): Positivo, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0144-2.pdf>. Último acesso em: 15/12/2009.
- BARTHES, Roland. [et. alii.] *Análise estrutural da narrativa*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2008, 300p.
- BURKE, Peter (org.). *A escrita da história: novas perspectivas*. São Paulo: UNESP, 1992, 348p.
- CASTILHO, Márcio. *O jornalismo na distensão política do regime militar e a autoconstrução do repórter como investigador policial*. Uma análise das matérias vencedoras do Prêmio Esso. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/castilho-marcio-jornalismo-distensao-politica.pdf>. Último acesso em: 15/04/2008.
- CHARTIER, Roger. *História cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: Difel, 1990.

- DUBY, Georges. “História social e ideologias das sociedades”. In: LE GOFF, Jacques, NORA, Pierre. *História: novos problemas*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976, p. 130-145.
- ENCICLOPÉDIA DELTA UNIVERSAL. Vol. 5. Rio de Janeiro: Delta, 1980.
- FONTANA, Josep. *A história dos homens*. Bauru (SP): EdUSC, 2004, 506p.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. “Journalism and change in experience of time in Western societies”. In: *Brazilian Journalism Research*, vol. 1, Number 1, September, 2005. Disponível em: <http://www.unb.br/ojsdpp/viewissue.php?id=1#Articles>. Último acesso: 26/01/2009.
- HOBBSAWM, Eric. *Sobre a história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, 2ª edição, 2ª reimpressão, 336p.
- JAMESON, Fredric. *O inconsciente político*. A narrativa como ato socialmente simbólico. São Paulo: Ática, 1992, 317p.
- LIMA, Luiz Costa. *Mimesis e modernidade*. Formas das sombras. Rio de Janeiro: Graal, 1980, 287p.
- MAUAD, Ana Maria. *Palavras e imagens de um acontecimento: o incêndio do Gran Circus Norte-Americano*, Niterói, 1961. Artigo apresentado no X Encontro Regional de História (ANPUH-RJ), Uerj, 2002. Disponível em: [www.rj.anpuh.org/resources/rj/Anais/2002/.../Mauad%20Ana%20M2.doc](http://www.rj.anpuh.org/resources/rj/Anais/2002/.../Mauad%20Ana%20M2.doc). Último acesso em: 15/12/2009.
- MENESES, Sônia. *A operação midiográfica: lugares, fazeres e problemas na produção do conhecimento midiático*. Trabalho apresentado na Anpuh 2008. Disponível em: [http://www.encontro2008.rj.anpuh.org/resources/content/anais/1212884750\\_ARQUIVO\\_AOPE\\_RACAOMidiograficacompleto.pdf](http://www.encontro2008.rj.anpuh.org/resources/content/anais/1212884750_ARQUIVO_AOPE_RACAOMidiograficacompleto.pdf). Último acesso em: 15/09/08.
- MOTA, Maria Aparecida Rezende. *Sílvio Romero*. Dilemas e combates no Brasil na virada do século XX. Rio de Janeiro: FGV, 2000, 120p.
- MOTTA, Marly Silva da. “A fusão da Guanabara com o Estado do Rio: desafios e desencantos”. In: FREIRE, Américo, SARMENTO, Carlos Eduardo, MOTTA, Marly Silva da. (orgs.) *Um estado em questão: os 25 anos do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: FGV, 2001, p. 19-56.
- NASCENTE, Antenor. *Efemérides Cariocas*. Distrito Federal: Prefeitura do DF, 1957.
- OLIVEIRA VIANNA, Francisco José. *Problemas de política objetiva*. Rio de Janeiro: Record, 1974, 194p, 3ª edição.
- OLIVEIRA, José Teixeira de. (org.) *Dicionário brasileiro de datas históricas*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2002, 4ª edição.
- RIZZINI, Carlos. *Hipólito da Costa e o Correio Brasiliense*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1957.
- ROXO DA SILVA, Marco. “Quando até Roberta Close foi jornalista: o jornalismo e suas fronteiras.” In: *Lumina*, PPGCOM-UFJF, v. 2, nº 2, 2008, p. 1-16. Disponível em: [www.ppgcomufjf.bem-vindo.net/lumina](http://www.ppgcomufjf.bem-vindo.net/lumina). Último acesso em 15/12/2009.
- SÜSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de letras*. Literatura, técnica e modernização no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1987, 1ª reimpressão, 2006, 170p.

TODOROV, Tzvetan. *As estruturas narrativas*. São Paulo: Perspectiva, 2004, 202p.

VEYNE, Paul Marie. *Como se escreve a história: Foucault revoluciona a história*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2008, 285p, 4ª reimpressão.

### **MATERIAL PESQUISADO:**

(Todo disponível na Fundação Biblioteca Nacional - RJ)

#### **O Globo:**

Edições de julho de 1975 (para verificar comemorações de 50 anos);

#### **Correio da Manhã:**

Edições de maio e setembro de 1908 (para verificar comemorações de cem anos de imprensa);

#### **Gazeta de Notícias:**

Edições de maio de 1908 (para verificar comemorações de cem anos de imprensa);

22 de fevereiro de 1879 (iluminação da Central do Brasil).

#### **Jornal do Commercio:**

Edições de novembro e dezembro de 1827 (para saber como funcionava nos primeiros meses),

Edições de janeiro de 1828 (para verificar se fez retrospectiva),

Edições de janeiro de 1830 (para verificar se fez retrospectiva),

Edições de janeiro de 1836 (para verificar se fez retrospectiva),

Edições de dezembro de 1837 (para verificar se fez retrospectiva, dez anos após lançamento),

Edições de janeiro de 1840 (para verificar se fez retrospectiva),

Edições de janeiro de 1842 (para verificar se fez retrospectiva),

Edições de janeiro de 1841 (para verificar se fez retrospectiva),

Edições de janeiro de 1847 (para verificar se fez retrospectiva, 20 anos após lançamento),

26 e 27 de março de 1854 (instalação de lâmpadas a gás),

Edições de fevereiro de 1857 (30 anos após lançamento),

Edições de fevereiro de 1858 (para quebrar a sequência de dez anos),

Edições de março de 1867 (40 anos após lançamento),

Edições de abril de 1877 (50 anos após lançamento),

22 de fevereiro de 1879 (iluminação elétrica da Central do Brasil),

22, 23, 24, 25 de junho de 1883 (luz elétrica em Campos),  
Edições de maio de 1887 (60 anos após lançamento),  
Edições de junho de 1897 (70 anos após lançamento),  
Edições de dezembro de 1899 (para quebrar sequencia e saber se fez retrospectiva),  
Edições de janeiro de 1900,  
Edições de janeiro de 1901,  
Edições de julho de 1907 (80 anos após lançamento),  
Edições de maio, junho e setembro de 1908 (para verificar comemorações de cem anos de imprensa),  
Edições de agosto de 1917 (90 anos após lançamento),  
Edições de setembro de 1927 (cem anos após lançamento),  
Edição especial de 1º de outubro de 1927 (edição centenária),  
Edições de outubro de 1928 (para verificar se comemorou 101 anos),  
Edições de janeiro de 1930 (para quebrar a sequencia de dez anos),  
Edições de outubro de 1937 (110 anos após lançamento),  
Edições de novembro de 1947 (120 anos após lançamento),  
Edições de janeiro de 1948 (para quebrar a sequência de dez anos),  
Edições de dezembro de 1957 (130 anos após lançamento),  
Edições de fevereiro de 1958 (para quebrar a sequência de dez anos),  
Edições de fevereiro de 1967 (140 anos após lançamento),  
Edições de abril de 1977 (150 anos após lançamento),  
Edições de junho de 1987 (160 anos após lançamento),  
Edições de agosto de 1997 (170 anos após lançamento),  
Edições de agosto de 2007 (180 anos após lançamento),  
Edição especial de 1º de outubro de 2007 (180 anos).

### **O Fluminense:**

Edições de maio e julho de 1888 (dez anos após lançamento),  
17, 19 de julho de 1892 (instalação do telefone),  
Edições de abril de 1897 (para quebrar a sequência de dez anos),  
Edições de julho e setembro de 1898 (20 anos após lançamento),  
Edições de outubro de 1908 (20 anos após lançamento),  
Edições de setembro de 1915 (para quebrar a sequência de dez anos),

Edições de junho de 1918 (30 anos após lançamento),  
Edição de janeiro, fevereiro, março e maio de 1928 (40 anos após lançamento),  
Edições de novembro de 1936 (para quebrar a sequência de dez anos),  
Edições de abril de 1938 (40 anos após lançamento),  
Edições de fevereiro de 1942 (para quebrar a sequência de dez anos),  
Edições de julho, agosto e outubro de 1946 (para compensar porque há intervalo na coleção em microfilme de janeiro de 1947 a dezembro de 1970),  
Edições de janeiro e abril de 1971 (para compensar o intervalo supracitado),  
3 e 4 de março de 1974 (inauguração da ponte),  
4 de março de 1974 (extra sobre inauguração da ponte),  
Edições de maio de 1978, incluindo a comemorativa de 8/9 de maio de 1978 (cem anos),  
Edições de fevereiro de 1988 (110 anos após lançamento),  
Edições de abril de 1998 (120 anos após lançamento),  
Edições de maio de 2008 (130 anos após lançamento, para verificar pelo menos uma sequência no século XXI),  
Edição especial de 8 de maio de 2003 (comemorativa de 125 anos),  
Edição especial de 12 de maio de 2008 (comemorativa de 130 anos).

### **Jornal do Brasil:**

Edições de dezembro de 1891 (ano de seu lançamento, para saber se fez retrospectiva já no seu primeiro ano),  
Edições de abril de 1897 (para verificar mais uma sequência no século XIX),  
Edições de fevereiro de 1901 (dez anos após seu lançamento),  
Edições de maio, julho e setembro de 1908 (para verificar se comemora a imprensa),  
Edições de março e abril de 1911 (20 anos após lançamento e pela popularidade nessa época),  
Edições de junho de 1921 (30 anos após lançamento),  
10, 15, 20, 24, 25, 27 de maio de 1930 (sobre o Zeppelin),  
Edições de agosto de 1931 (40 anos após lançamento),  
Edições de abril de 1941, incluindo a comemorativa de 50 anos (comemorações de 50 anos),  
Edições de outubro de 1941 (50 anos após lançamento, fora da época de comemoração de 50 anos),  
Edições de setembro de 1947 (para quebrar a sequência de dez anos),  
Edições de dezembro de 1951 (60 anos após lançamento),  
Edições de janeiro de 1961 (70 anos após lançamento),

Edições de novembro de 1967 (para quebrar a sequencia de dez anos e pela importância do discurso *a posteriori* de resistência ao regime militar),

16, 17, 18, 19, 20 e 21 de julho de 1969 (sobre a alunissagem),

20 de julho de 1969 (extra sobre a alunissagem)

Edições de março de 1971 (80 anos após lançamento),

03, 05 de março de 1974 (inauguração da ponte),

Edições de maio de 1981 (90 anos após lançamento),

Edições de dezembro de 1983 (para quebrar a sequencia e pela importância do periódico nesta década),

Edições de abril de 1991, incluindo a comemorativa de 7 de abril de 1991 (centenária),

Edições de setembro de 2001 (110 anos após lançamento e para verificar pelo menos uma sequencia no século XXI).

### **Última Hora**

10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21 e 22 de julho de 1969 (sobre a alunissagem), edições disponíveis também *on line* no Arquivo Geral do Estado de São Paulo: [www.arquivoestado.sp.gov.br](http://www.arquivoestado.sp.gov.br).

### **O PAIZ**

18 de julho de 1892 (crônica sobre a travessia para Niterói)

ANEXO







# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)