

200 anos de imprensa e muitas histórias desde 1808 a 2008

MARTINS, Ana Luiza, e LUCA, Tania Regina de. (orgs.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008, 304 p.

Izani Mustafá¹

O livro “História da imprensa no Brasil”, lançado em 23 de julho de 2008, é organizado pelas doutoras em História Social Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca, ambas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Editado pela Contexto, a obra tem 304 páginas e reúne 11 pesquisas. Cada organizadora escreveu um texto, ao lado de mais nove convidados especialistas, entre eles, jornalistas, professores, sociólogos e historiadores. Os textos estão distribuídos em três grandes partes intitulados: “Primórdios da imprensa no Brasil”, “Tempos eufóricos da Imprensa Republicana” e “De 1950 aos nossos dias”. Todos fazem uma reflexão sobre “o singular e rico fazer histórico da imprensa brasileira²” e buscam “o elaborar uma história sistemática e abrangente do fazer jornalístico no Brasil³”, afirmam as historiadoras já na Introdução: pelos caminhos da imprensa no Brasil.

A diversidade do conteúdo prometida pelas organizadoras é cumprida à risca desde a primeira até a última página. A narrativa da obra cativa o leitor. As histórias relatadas são uma viagem ao longo dos 200 anos de imprensa no Brasil, começando lá nos idos de 1808, quando a corte portuguesa chegou ao Brasil. A partir deste fato histórico o primeiro jornal, o rádio, a televisão, as revistas e o surgimento das novas tecnologias como a internet são contextualizadas com os diferentes momentos políticos, sociais, econômicos e culturais ao quais os brasileiros vivenciaram.

O tempo não precisa estar explícito para se entender a narração. Cada página traz informações contadas de maneiras diferentes para quem já conhece alguns fatos ou para quem desconhece completamente. São detalhes de uma história observada por uma outra perspectiva. Trata-se de uma obra historiográfica para quem deseja conhecer a imprensa no Brasil.

A obra relata a história a partir de registros em documentos e de memórias dos bastidores da imprensa – escrita e falada –, dos personagens poderosos, da

promiscuidade dos governos e do poder público com a imprensa, da censura e das relações ambíguas ou coniventes entre os meios de comunicação e os políticos. São muitas informações interessantes e curiosas, não reveladas naquela época e agora nesta obra divulgadas.

A Parte I que leva o título de “Primórdios da imprensa no Brasil” reúne dois textos. O doutor em História, professor do departamento de História da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e jornalista, Marco Morel, escreve “O surgimento da imprensa periódica: ordenar um espaço complexo”, onde relata sobre o surgimento da imprensa no Brasil em 1808 e a influência da Corte portuguesa para que ocorresse a instalação da tipografia da Imprensa Régia. O que não significa que a imprensa tenha surgido de repente, já que redatores brasileiros conviviam, mesmo informalmente, “com a imprensa de outros países. Foi o caso dos estudantes brasileiros em Coimbra que circulavam pela Europa ou de emissários enviados pela Coroa portuguesa aos quatro cantos do mundo (...)”⁴. Já naquela época, ao lado da imprensa, estavam a censura prévia e o oficialismo. Mas, ressalta ele, esse marco não significa que não existiram outras tipografias no país. Afinal, várias obras foram impressas em diferentes regiões do país. Havia prelos que faziam esse serviço. E as experiências pioneiras – “Correio Braziliense”, “O Patriota” – são reconstituídas por Morel.

A doutora em História Social Ana Luiza Martins traz o segundo texto “Imprensa em Tempos de Império”. Nele, o envolvimento da imprensa com a crise do Absolutismo, com o Segundo Reinado e com as ideologias políticas que predominavam nesse período. Tem informações sobre a Revolução Liberal, a Revolução Farroupilha, os movimentos entre liberais e conservadores e a história do Jornal do Commercio, considerado a principal voz oficial do Império (1826). Era um elo entre as províncias e o governo central e tinha uma função comercial clara perante seus leitores. Ela também menciona outros jornais que criaram novos padrões estéticos, como *O Guarani*, *O Paulistano* e *A Província de São Paulo* (atual *O Estado de S. Paulo*). Cita revistas femininas e folhetins, que conquistavam muitos leitores. “Coube à crônica, porém, exercer papéis múltiplos, ocupando o lugar do artigo de fundo, fazendo às vezes do que hoje se denomina editorial (...)”⁵. Veremos também descrições da imprensa propagandística, do jornalismo republicano, jornalismo abolicionista e como se comportava a imprensa que era oposição, até chegarmos ao fim do Império e entrarmos

para a República, em 1889. A partir daí, o Brasil passa a viver sob um novo regime que se mantém até os dias de hoje.

A Parte II “Tempos Eufóricos da Imprensa Republicana” reúne o trabalho de quatro especialistas. Maria de Lourdes Eleutério, doutora em Sociologia, reconstitui na “Imprensa a serviço do progresso” o período da Primeira República (1889-1930) com diversos exemplos. Foi uma época de inovação tecnológica onde a ilustração com charges, caricaturas e fotografias foram incluídas na imprensa com força total. Um dos marcos é a revista *Kosmos*. Haviam jornais a favor do Império e outros da República, entre todos haviam jornalistas perseguidos, redações invadidas e a censura era permanente. Foi quando surgiu a Associação de Imprensa, garantindo assistência à classe e aos direitos dos profissionais da comunicação. Entre os diversos jornais que surgiram, permaneceu o *Jornal do Brasil* (1891). A imprensa também muda seu ritmo de trabalho e para se tornar ágil na transmissão das notícias, investe na cobertura *in loco*, com o repórter próximo ao fato. A linguagem mais coloquial e a crônica surgem com mais frequência nos jornais e revistas.

No início do século XX existiram milhares de jornais, alguns oficiais, comerciais, diários, semanais, religiosos, infantis. É o que diz Ilka Stern Cohen, doutora em História Social, no capítulo “Diversificação e segmentação dos impressos”. “A variedade de tendências políticas, contudo, não se repetia na aparência material⁶”, ou seja, mesmo com os avanços técnicos, os jornais eram parecidos. E geralmente o mercado superava o idealismo de alguns impressos. A autora destaca o entrelaçamento do jornalismo e da literatura e cita autores que conquistaram muitos leitores como Olavo Bilac, Monteiro Lobato, Menotti Del Picchia. A *Belle Époque* só é deixada de lado com o início da Primeira Guerra Mundial, que influencia a economia de diversos países, entre eles, o Brasil. Entre 1916 e 1925, foi a *Revista do Brasil*, com uma linha editorial voltada para ser um “núcleo de propaganda nacionalista⁷”, que se destacou na imprensa. Mudou nas mãos de Monteiro Lobato, a partir de 1918, ampliando um espaço para a literatura. Logo vieram as revistas ilustradas, com diversos temas, separados por muitas seções. Podemos destacar *A Cigarra* e *Fon-Fon*. O momento também é da *Revista Feminina* (1914-1936), que ditava as normas mais cabíveis para as mulheres da época. Foi um sucesso de vendagem e de valores. Cohen também dá detalhes sobre a imprensa que predominou nas comunidades, entre a classe operária – *A Lanterna*, *A*

Vanguarda (1911) e *A Plebe* (1917) – com conteúdo político. Ao mesmo tempo, existiam revistas e jornais que pretendiam apenas informar com isenção, neutralidade, sem se posicionar a favor ou contra em determinados assuntos, como a *Revista Brasileira* (1934).

Com o professor titular de Teoria Literária da Unicamp, Antônio Arnoni Prado, conhecemos a relação “Imprensa, Cultura e Anarquismo”. O título abre caminho para sabermos mais a respeito de periódicos produzidos por e para anarquistas, revolucionários, comunistas e tolstoianos. Misturavam-se proletários, escritores profissionais, críticos, intelectuais e sociólogos a favor de uma causa. A história da *Kultur*, *Spártacus*, *Renovação*, *A Vanguarda*, *Na Barricada* e *A Vida*, por exemplo, é relatada das páginas 131 a 148 da obra. Como era o processo intelectual e a produção de cada jornal e qual era a repercussão que provocava na sociedade é registrada pelo autor neste texto.

Coube a doutora em História Social Tânia Regina de Luca escrever sobre a “A Grande Imprensa na primeira metade do século XX”, quando as máquinas modernas ocupam seus espaços e surgem novos meios de comunicação na sociedade: cinema, máquinas fotográficas, máquinas de escrever e fonógrafos. A vida fica mais dinâmica e a imprensa ganha novo impulso. É hora da publicidade e das agências norte-americanas ocuparem seus lugares dentro e ao lado da imprensa escrita. Surgem inúmeros títulos: *Diário de Pernambuco* (1825), *Jornal do Commercio* (1827), *Correio Paulistano*, *Diário da Bahia* (1853-1957), *O Estado de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* (1891), *Correio do Povo* (1885) e *Diário de Minas* (1899).

E a história ganha contornos mais políticos quando é relatada no trecho que leva o subtítulo “Imprensa e o movimento de 1930”, com a chegada do presidente Getúlio Vargas a presidência da República. Entram em cena princípios liberais e democráticos e o nacionalismo, as disputas entre patrões e empregados, as influências do comunismo e o anticomunismo, e as propostas do Estado Novo para a nação brasileira, por meios de decretos e de uma legislação originada no autoritarismo e nacionalismo getulista. Um regime de censuras, restrições à liberdade de imprensa e abusos de poder que perdurou de 1937 a 1945.

A Parte III “De 1950 aos nossos dias” tem cinco textos, sendo o primeiro deles “Batalhas em letra de forma: Chatô, Wainer e Lacerda”, escrito por Ana Maria de Abreu

Laurenza, jornalista e doutora em Ciências da Comunicação. De forma primorosa, ela descreve a relação entre esses três jornalistas, responsáveis por importantes veículos de comunicação, respectivamente, Diários Associados, que editava a revista *O Cruzeiro*, *Última Hora*, e *Tribuna da Imprensa*. Todos tendo como pano de fundo os governos de Getúlio Vargas e Juscelino Kubitschek e muitas histórias políticas, de negociações feitas nos bastidores e, depois, muitas vezes, estampadas nas páginas da imprensa. O destaque fica para quem eram os donos desses jornais e revistas e como se comportavam no contexto onde estavam inseridos.

A história das revistas é contada no “A era das revistas de consumo” pelo jornalista e vice-presidente do Conselho Editorial do Grupo Abril, Thomaz Souto Corrêa, que narra o surgimento das primeiras magazines da editora Abril, instalada em São Paulo, contrariando todas as demais editoras que preferiam estar no centro da capital federal, no Rio de Janeiro. Começou editando *O Pato Donald* (1950), *Capricho* (1952) e *Contigo* (1963). As duas últimas ainda estão nas bancas, com uma nova roupagem e uma outra linha editorial. A *Capricho*, por exemplo, que tinha em suas páginas fotonovelas agora é voltada para os jovens. Mas outras revistas surgiram, entre elas, *Quatro Rodas* (1960), com serviço para o leitor sobre estradas e carros. Em 1961, a Abril lança a *Claudia* para concorrer com a *Jóia*, da editora Bloch, que depois se transformou em *Desfile* (1969). Segundo Corrêa, uma revista voltada para o público feminino e inteligente. Possuía uma redação com ótimos jornalistas como Rubem Braga, Marina Colasanti, Fernando Sabino e Vinicius de Moraes. Para completar, a jornalista Carmem da Silva escrevia artigos sobre temas que nem eram tratados na intimidade, quanto mais numa magazine. Ele cita também a *Realidade*, lançada em 1966, que concorreu com *O Cruzeiro*, *Manchete* e *Fatos & Fotos*.

Na página 218 começa a história da revista *Veja* (1968). O objetivo de Victor Civita era oferecer ao leitor informação rápida e mantê-lo bem informado, uma nova forma de encarar a função de uma publicação semanal. Mais tarde chegaram ao mercado outras revistas que também se mantêm nas bancas até hoje: *Isto É*, da Editora Três (1977), e a *Época* da Editora Globo (1998). Mais adiante, ele explica sobre a segmentação das revistas e cita números. Em junho de 2007, por exemplo, a Abril detinha 41% dos exemplares vendidos no Brasil.

Da página 233 a 247, cabe a Flavio Aguiar, professor e editor-chefe da agência de notícias virtual Carta Maior, relatar os fatos marcantes da imprensa alternativa com os jornais *Opinião*, *Movimento* e *Em Tempo*. Mas, alerta o autor, as imprensas alternativas sempre existiram, desde 1808. Alguns jornais duraram mais, outros menos. Pretendiam cumprir a sua missão editorial para ser lido por aqueles que desejavam um veículo isento ou pelo diferente dos existentes. Os alternativos vão além do que se convencionava dizer que são jornais que se opõem a “tendência hegemônica na imprensa convencional brasileira⁸”. O surgimento deles se justifica também pela falta de espaço para os jornalistas e de liberdade para escrever a partir do golpe de 1964. Como a informação era censurada, criaram-se novos espaços para se escrever e dizer o que pensavam grupos de jornalistas. E foi principalmente por causa do Ato Institucional número 5 e da censura mais ferrenha que muitos jornais, cerceados de noticiar determinados fatos, substituíram espaço por receitas de culinária. Segundo o autor, “Censores foram instalados nas redações dos jornais; circulares eram enviadas a elas, dizendo o que se podia dizer e o que não se podia, vetando assuntos, nomes de pessoas e até palavras, como Brizola, Arraes, ‘comunismo’, ‘tortura’, ‘etc’⁹”. Aguiar descreve as características e linguagens adotadas pelos três jornais, inserindo-os nos momentos marcantes da política brasileira. Dois deles acompanharam de perto o surgimento do Partido dos Trabalhadores e das centrais sindicais dos trabalhadores, na década de 80. Foi com a nova Constituição de 1988 e a redemocratização do país que a imprensa alternativa perdeu sentido porque sua articulação, seu fortalecimento e sua sobrevivência se deu principalmente por causa da repressão e da ditadura de 1964, explica Aguiar. Hoje, afirma o autor, a imprensa alternativa está nos sites e blogs, novos meios de comunicação que saem fortalecidos com a nova cultura surgida por causa da internacionalização da mídia.

Sobre as novas tecnologias, quem se aprofunda é Luiza Villanée, jornalista e mestrandia em História pela Universidade de São Paulo. No texto “Revolução tecnológica e reviravolta política” ela descreve cenas de quem viveu na década de 1980 numa redação barulhenta, entre máquinas de escrever e muitos papéis, e se deparam, dez anos depois, com o computador. Um equipamento que era para agilizar a produção jornalística mas, às vezes, causava indignação porque sumia com os nossos textos e tudo por causa de problemas técnicos que não tínhamos controle. E logo veio a internet,

acesso rápido a um mundo até então distante. Estávamos inseridos num cenário cada vez mais complexo e, ao mesmo tempo, a favor profissional de comunicação. Afinal, esse equipamento agilizava o trânsito de informações e o acesso às fontes.

A chegada da informática, conta Villanúa, começou no jornal *Folha de S. Paulo*. Logo outros seguiram essa onda de modernidade como o *Estado de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *Zero Hora*. Nessa Era, também, a cobertura ganhou uma dinâmica diferente e os acontecimentos políticos se destacavam. O Brasil vivia a redemocratização e a imprensa estava na cobertura das *Diretas-Já*, das eleições diretas (1989) e dos escândalos do governo Collor (1990-1992).

O último texto “O meio é a mensagem: a globalização da mídia”, escrito por Cláudio Camargo, jornalista e sociólogo, recupera o pensamento de um dos principais teóricos da comunicação, Marshall McLuhan (1911-1980). O século XXI tornou-se uma nova aldeia global, como ele havia profetizado, e agora por causa da informatização. “A revolução digital rompeu as fronteiras que antes separavam as três formas tradicionais de comunicação: o som, a escrita e a imagem¹⁰”. Estava decretado: a internet era o quarto modo de se comunicar e de se informar. Um dos aspectos negativos dessa nova fase para o Brasil é que a mídia eletrônica fica concentrada com poucos e grandes grupos empresariais da comunicação. Citando Venício A. de Lima, o autor diz que essas mudanças começam a partir dos “anos 1990 quando o Brasil passou a adotar uma agenda agressiva de privatizações e abertura ao capital externo para se integrar ao processo de globalização, as comunicações tornaram-se, a partir de 1995, o paradigma dessa nova política¹¹”. O problema aumenta quando é aprovada a emenda constitucional de número 8 e ocorre a quebra do monopólio estatal das telecomunicações e as “leis que permitem a participação do capital estrangeiro nas áreas de telecomunicações e, principalmente, a Emenda Constitucional n. 36, de 2002, que autoriza a participação de pessoas jurídicas no capital social das empresas jornalísticas e de radiodifusão, inclusive de capital estrangeiro, limitado a 30% do total¹²”. Por causa disso, informa Camargo, ocorrem mudanças nas empresas tradicionais de jornalismo que afetam o controle acionário desses meios. Alguns grupos familiares que detinham o monopólio da grande mídia, exemplifica ele, são a família Marinho (*Organizações Globo*), Frias (*Grupo Folha*) e Sirotsky (*Rede Brasil Sul*). Em 2000, essas empresas registraram uma queda em suas receitas porque a circulação de jornais e de publicidade também diminuiu.

A partir daí, outras transformações ocorreram nos meios de comunicações. Camargo registra no artigo quando o Grupo Folha cria o *Universo On Line* (UOL), marcando assim o ingresso da mídia brasileira na era digital, em 1996. Com Fernando Henrique Cardoso, o país vive seu ápice com a privatização e a imprensa acompanha e estampa tudo nas capas e em páginas e páginas, na imprensa escrita e na internet. Os escândalos pululam e contribuem para alterar a maneira de se fazer coberturas políticas. O jornalista, apoiado pela grande mídia que percebe ser o quarto poder, acaba se transformando num investigador e estampa nas capas de jornais e revistas reportagens mais sensacionalistas do que investigativas, questionadas pelo leitor mais crítico. E esse fenômeno, explica o autor, não é apenas brasileiro, ocorreu nos Estados Unidos após a Guerra do Vietnã e no escândalo político de Watergate. Mais adiante, Camargo chama atenção para esse fato e cita a banalização e “generalização de matérias comportamentais nas grandes revistas, como *Veja*, *Época* e *Isto É* em detrimento das reportagens investigativas que foram a glória das semanais no passado¹³”.

A obra “História da imprensa no Brasil”, lançada em 2008, reconstitui e contextualiza as principais fases da imprensa do país, desde 1808 até 2008, e é, sem dúvida, essencial para pesquisadores, principalmente, das áreas das Ciências Humanas e Sociais, e para leitores curiosos que se interessam pelos fatos que marcaram o país. Os onze autores narram os acontecimentos desse período, cada um com suas características, com uma riqueza de detalhes que certamente irão empolgar quem conhece e quem desconhece alguns fatos históricos. Um livro para ser lido, relido, e para consultado e utilizado como referência bibliográfica para diferentes trabalhos acadêmicos.

MARTINS, Ana Luiza, e LUCA, Tania Regina de. (orgs.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008, 304 p.

Notas

¹ Mestre em História do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC. E-mail: izani@brturbo.com.br

² MARTINS, Ana Luiza, e LUCA, Tânia Regina de. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 9.

³ Idem. Ibidem. p. 9.

⁴ Idem. Ibidem. p. 28.

⁵ Idem. Ibidem. p. 70.

⁶ Idem. Ibidem. p. 104.

⁷ Idem. Ibidem. p. 108.

⁸ Idem. Ibidem. p. 236.

⁹ Idem. Ibidem. p. 238.

¹⁰ Idem. Ibidem. p. 270.

¹¹ Idem. Ibidem. p. 271.

¹² Idem. Ibidem. p. 272.

¹³ Idem. Ibidem. p. 284.

Recebida em abril de 2009. Aprovada em novembro de 2009.