

# O Rio de Janeiro como capital do jornalismo brasileiro

■ MARCELLO ROLLEMBERG\*

**BARBOSA, Marialva (2007).**

*História cultural da imprensa. Brasil 1900-2000*

Rio de Janeiro: Mauad X, 264 p.

## RESUMO

O livro traça um amplo painel da história da imprensa carioca desde a virada do século XIX para o século XX até os primeiros anos do século XXI, mostrando sua influência sobre o resto do Brasil. As inovações tecnológicas e estilísticas da imprensa, assim como as mutações sociais, culturais e políticas tanto do Rio de Janeiro – até 1960 a capital da República – quanto do país, também são analisadas e apresentadas pela autora, compondo uma importante teia social na qual o jornalismo tem um papel preponderante, seja como agente mediador, seja como elemento tradutor da polifonia urbana e representante dos anseios e das aspirações que se apresentam em todas as latitudes do país.

**Palavras-chave:** jornalismo, história, Rio de Janeiro, sociedade

## ABSTRACT

The book shows an important history of the carioca press since the final of the 19<sup>th</sup> century till the beginning of the 21<sup>st</sup> century, showing its influence under Brazilian society as well. The new technology and the style used by the press, also the social, cultural and politics changes in Rio de Janeiro – capital of the Republic until 1960 – and in the rest of the country are analyzed by the author, which compound an important social web. In this web, the journalism itself has an important character to play, as media agent and as translator of the urban polyphony.

**Key words:** journalism, history, Rio de Janeiro, society

\* Jornalista, escritor e professor universitário. Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP.  
[mrollemborg@hotmail.com](mailto:mrollemborg@hotmail.com)

## UMA ÉPOCA DE MUDANÇAS

A CHEGADA DA FAMÍLIA Real ao Brasil – cujo bicentenário tem sido exaustivamente evocado neste 2008 – e o conseqüente início das operações da Imprensa Régia têm sido motivo para inúmeras reflexões acerca do trabalho da Imprensa nesses 200 anos. Livros, seminários e debates – nos quais até a pertinência do diploma de Jornalismo e a modificação da Lei de Imprensa são temas de discussão – pautaram os últimos meses, trazendo à luz problemas e soluções sobre o assunto – nem sempre no mesmo diapasão ou com o mesmo peso. Uma das publicações mais recentes e que oferece um interessante contexto dentro das comemorações do bicentenário da imprensa brasileira é *História cultural da imprensa – Brasil 1900-2000*, de Marialva Barbosa (Rio de Janeiro, Mauad X). Mas, antes de tratarmos da obra propriamente dita, é importante fazer-se uma ressalva: o subtítulo do volume pode induzir o leitor ao erro. Ao anunciar «Brasil 1900-2000», pode-se pensar que a autora trata em seu estudo de vários aspectos da imprensa nas mais variadas latitudes, o que não acontece. Marialva Barbosa ocupa-se tão-somente da imprensa carioca nesse período de um século, não abordando, por exemplo, marcos da imprensa paulista (e brasileira), como a criação das revistas *Veja e Realidade*, do Grupo Abril, nem de periódicos como *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*. Mas, se a pesquisadora limita seu *corpus* de estudo, isso não invalida ou desqualifica seu trabalho. Pelo contrário. Apenas é necessária tal ressalva para que não se busque algo em suas páginas que não poderá ser encontrado.

Posto isso, esta *História cultural da imprensa* cumpre um importante papel, que é o de traçar um painel bem acabado de como a imprensa se estruturou e se modernizou no Rio de Janeiro na virada do século XIX para o XX e como se solidificou ao longo dos 900 até chegar ao limiar do século XXI – prioritariamente a imprensa escrita, sobre a qual a autora deita um olhar mais profundo. E faz sentido ser o Rio a protagonizar tal estudo, posto que era – até 1960 – a capital da República e, para muitos, uma espécie de permanente capital cultural, de onde emanavam e ainda emanam conceitos, modismos e olhares distintos sobre um Brasil que parece ser visto por outras lentes ao nível do mar. Apenas a título de comparação, São Paulo, no início do século passado, tinha uma população menor que a de Cuiabá. E era no Rio que estava uma das principais publicações nacionais, o hoje centenário *Jornal do Brasil* – fundado, é verdade, em 1891, 16 anos depois de a então *Província de S. Paulo*, que viraria o *Estado*, mas à época mais influente que este. E é pela história de modernização do *JB* – e da sociedade da época – que Marialva Barbosa, professora do Programa de Pós-Graduação da Universidade

Federal Fluminense (UFF), começa sua narrativa. Afinal, como afirma a autora, tratava-se, no final do século XIX, de um mundo “(...) que se torna mais compactado, mais próximo e publicizado a partir de uma nova máquina que transforma também as publicações diárias: o telégrafo” (p. 21). Mas não é só isso. O Rio de Janeiro via surgir, com uma rapidez impressionante para a época, artefatos que denunciavam a modernidade que estava por chegar nesse final de *belle époque* tropical. O cinematógrafo, o fonógrafo, o gramofone, os daguerreótipos, o linotipo eram sinais inequívocos de que o mundo não seria mais o mesmo – para melhor ou para pior – a partir de então. E a imprensa carioca, e por extensão a brasileira, iria usufruir dessas novas maravilhas tecnológicas.

Mas no bojo das inovações de caráter técnico – entre elas estavam também modernas impressoras Marinonis, capazes de imprimir maiores tiragens em tempo mais reduzido – houve outra, essa ainda mais relevante e de caráter profissional: o marco fundador da própria figura do repórter como passamos a concebê-la. Se os jornais da época até então primavam pelos comentários, uma herança dos periódicos ingleses do século XVIII, a velocidade com a qual as informações passaram a ser recebidas – via telégrafo – e impressas – por meio das potentes e novas impressoras – obrigou os diários, o *JB* entre eles, a redimensionar o papel de seus jornalistas, numa equação ao mesmo tempo social e mercadológica. É como conta Barbosa, citando texto do *Jornal do Brasil* de 1º. de janeiro de 1901:

(...) A função do repórter cresceu de importância: tudo então concentrou-se nele. Uma notícia abala mais o governo do que 30 artigos e 30 artigos não dão ao jornal a tiragem que uma notícia proporciona. Também, a consequência disso é que já não há jornalistas: todos nós somos, mais ou menos, repórteres e é do sucesso da reportagem que mais nos orgulhamos (...) (p. 23-24).

E é justamente essa nova dimensão profissional e tecnológica que dará o tom à imprensa carioca e à brasileira ao longo de todo aquele século que inaugurava novo calendário.

## NOTÍCIAS E SENSACIONES

A pesquisa de Marialva Barbosa trafega sem sobressaltos por períodos distintos dessa história cultural impressa, na qual tanto a cidade do Rio de Janeiro quanto os próprios jornalistas são personagens indissociáveis. Afinal, se alimentam uns dos outros, criando vínculos sociais – o jornalista, ou melhor, o repórter como mediador dessa sociedade –, culturais e políticos, em seus sentidos mais amplos. E um prato servido diariamente e por um bom tempo a um público

ávido por informações sensacionais – se não sensacionalistas – era a notícia policial. Isso se deu, inicial e principalmente, ao longo das décadas de 10 e 20, num misto de curiosidade sádica e horror cotidiano que, se levava os próprios jornais a um eventual *mea-culpa* pelas publicações que ofereciam, não os impedia de continuar colocando na praça manchetes que vendiam horrores. E que seduziram um rapazote de 13 anos, o jovem Nelson Rodrigues.

Quando começou sua carreira jornalística em *A Manhã*, jornal de seu pai, ele quis justamente trabalhar como repórter de polícia, “um menino à procura de amor”, como ele caracteristicamente sentenciou. A sedução também chegou a João do Rio, Paulo Barreto no registro civil, um dos principais repórteres do Rio nas primeiras décadas do século XX e que dedicava uma especial atenção ao *bas-fond* carioca. Passionalidade, tensão, descrição minuciosa e narrativa que atendesse tanto a realidade quanto a fantasia eram ingredientes constantes nessas reportagens que mexiam com corações e mentes em uma cidade que crescia, graças a incisivas ações urbanísticas, e que se alfabetizava: o censo de 1920 mostrava que 74,2% da população carioca (de um total de 1,2 milhão de pessoas) acima de 15 anos era letrada, apesar de a maioria das mulheres continuar analfabeta.

Foi esse período de efervescência cultural e noticiosa que viu nascer aquilo que seria o primeiro grande império das comunicações no Brasil. Quando o paraibano Francisco de Assis Chateaubriand comprou *O Jornal*, em 1925, dando início ao seu conglomerado de comunicação, que viria a se chamar Emissoras e Diários Associados (com a criação da revista *O Cruzeiro*, em 1928, e da TV Tupi, em 1950, entre outros feitos), ele estava na verdade pavimentando o caminho para o surgimento – como aponta Marialva Barbosa – de outros grandes empresários da cena midiática carioca e nacional, como Samuel Wainer com seu *Última Hora* – à sombra do getulismo repaginado dos anos 50 – e, principalmente, Roberto Marinho, que viria a criar o maior império de comunicação do Brasil, exponenciado a partir da fundação da TV Globo, em 1965.

Mas antes de chegar a momentos mais próximos da nossa história jornalística e social – na qual a televisão ocupa um lugar de destaque, apesar de controverso – Marialva Barbosa aborda outros temas relevantes em seu livro, sempre focando a modernização, seja da sociedade, seja da imprensa. É o caso, por exemplo, daquilo que ficou conhecido como «nova imprensa» a partir dos anos 50, quando Pompeu de Souza introduziu no pequeno *Diário Carioca* mudanças que iriam ecoar por toda a imprensa nacional: a utilização do lide e criação da figura do *copydesk*. O jornalismo brasileiro deixava de ser «europeu», por assim dizer, e passava a adotar uma objetividade americanizada – o

que, na visão de Nelson Rodrigues, era “uma doença grave” (p. 150). Doença da qual, frise-se, o jornalismo brasileiro nunca se curou, para o bem ou para o mal. A autora afirma:

Os jornais, ao priorizarem, a partir daí, um conteúdo enfeixado pela idéia de imparcialidade contida nos parâmetros do lide e na edição, no qual o corpo do *copy-desk* ganha destaque, e ao promoverem a padronização da linguagem, constroem para a imprensa o espaço da neutralidade absoluta. Com isso, passam a ter o reconhecimento do público como lugares emblemáticos para difusão da informação (...) (p. 151).

Essas inovações, como aponta ela, nasceram, na época, de três publicações com tiragens pequenas, mas criatividade diametralmente oposta: o já citado *Diário Carioca*, o então combalido *Jornal do Brasil* – que implementou, graças a Alberto Dines, uma reforma gráfica marcante – e a *Tribuna da Imprensa*, de Carlos Lacerda. São eles que fundamentarão a “mística da modernização” (p. 156) da imprensa nacional.

Além desses aspectos essenciais para a compreensão da história do jornalismo no Brasil, Barbosa aborda em sua obra outros temas que ajudam em muito a compreendermos o próprio papel exercido pela imprensa ao longo de décadas de lutas libertárias, ações sociais e, também, vínculos e relações nem sempre palatáveis com o poder estabelecido. É o caso da historicamente sempre recorrente censura aos meios de comunicação, inaugurada como aparelho de Estado com a criação, em 1939, do Departamento de Imprensa e Propaganda, o famigerado DIP do Estado Novo de Getúlio Vargas, e continuada, duas décadas mais tarde, pelos militares que tomaram o poder após o Golpe de 64 – uma ação política e militar que, num primeiro momento, contou com o apoio de praticamente toda a imprensa carioca, destoando aí apenas *Última Hora* de Wainer. A autora, no entanto, procura em seu trabalho retirar qualquer característica de “idealização” tanto da ação censória durante o período militar quanto da “brava” luta da imprensa pela liberdade de expressão nessa época. Ao fazer tal contextualização e tecer comentários longe do possível maniqueísmo que tende a permear discussões acerca do tema, Marialva Barbosa acaba por indicar os caminhos que pautaram os jornais – como empresas que são – por todo esse século que ela analisa. Se a autora trata de um caso específico em sua fala, essa sentença pode ser vista como mais abrangente: “Como uma empresa que procura aferir lucros e ganhos simbólicos, a imprensa se defronta entre a construção de um discurso que a coloca num lugar heróico e sua própria sobrevivência no mercado jornalístico e de bens simbólicos” (p. 187).

**CONCLUSÃO**

O importante trabalho de pesquisa que Barbosa empreendeu neste seu *História Cultural da Imprensa* toca e aprofunda questões fundamentais para a compreensão do fazer jornalístico no último século e para um melhor entendimento da própria fundação da sociedade brasileira de uma forma mais ampla. Mas sua intenção é ir mais além. As discussões que a autora sugere abrangem uma relação – que não pode de todo ser simplificada – entre emissor e receptor e, principalmente, como se dá a produção das mensagens dentro da experimentação do espaço-tempo narrado. O jornalismo, e sua ação social e midiática, só se efetiva quando jornal e leitor se irmanam como um único ator. É como ela mesma estabelece:

(...) a comunicação só é efetivamente realizada no momento em que o leitor lê essas reportagens, olha as fotografias, manuseia o jornal e o carrega debaixo do braço, comenta o que leu, recorta, rasga ou joga fora, ou seja, quando reconfigura o mundo (...) (p. 244). **M**

---

Resenha recebida em 30 de agosto e aprovada em 29 de setembro de 2008.