

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE HISTÓRIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

RADAMÉS VIEIRA NUNES

**SOBRE CRÔNICAS, CRONISTAS E CIDADE: RIO DE JANEIRO NAS CRÔNICAS DE LIMA
BARRETO E OLAVO BILAC – 1900-1920**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito para a obtenção do título de mestre em história.

Área de concentração: História Social

Orientador: Prof. Dr. Guilherme Amaral Luz.

UBERLÂNDIA

2008

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

N972s Nunes, Radamés Vieira, 1983-

Sobre crônicas, cronistas e cidade : Rio de Janeiro nas crônicas de Lima Barreto e Olavo Bilac : 1900-1920 / Radamés Vieira Nunes. - 2008.

194 f. : il.

Orientador: Guilherme Amaral Luz.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Uberlândia

Pro-

grama de Pós-Graduação em História.

Inclui bibliografia.

1.Literatura e história - Brasil - Teses. 2. Literatura brasileira - História e crítica - Teses. 3. .História na literatura - Teses. 4. Barreto, Lima, 1881-1922 - Crítica e interpretação - Teses. 5. Bilac, Olavo, 1865-1918 - Crítica e interpretação - Teses. I. Luz, Guilherme Amaral. II. Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em História. III. Título.

CDU: 930.2:82

Elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da UFU / Setor de Catalogação e Classificação

Sou homem da cidade, nasci, criei-me e eduquei-me no Rio de Janeiro; (...) a nossa cidade não é só a capital política do país, mas também a espiritual, onde se vêm resumir todas as mágoas, todos os sonhos, todas as dores dos brasileiros.

Lima Barreto

Qual de vós, irmãos, não escreve todos os dias quatro ou cinco tolices, que desejariam ver apagadas ou extintas? Mas, ai! De todos nós! Não há morte para as nossas tolices! Nas bibliotecas e nos escritórios dos jornais, elas ficam – as pérfidas! Catalogadas; e lá vem um dia em que um perverso qualquer, abrindo um daqueles abomináveis cartapácios, exuma as malditas e arroja-as à face apalermada de quem as escreveu...

Olavo Bilac

RESUMO

SOBRE CRÔNICAS, CRONISTAS E CIDADE: RIO DE JANEIRO NAS CRÔNICAS DE LIMA BARRETO E OLAVO BILAC – 1900-1920

Este trabalho tem como objetivo principal pensar, a partir dos cronistas Olavo Bilac e Lima Barreto, as concepções de cidade criadas em torno do Rio de Janeiro, que circulavam nas folhas cotidianas da imprensa, através das crônicas, durante as duas primeiras décadas do século XX. Nessa perspectiva, cruzando as leituras e interpretações para perceber a complexidade das posições e os projetos na Capital Federal, intentamos perscrutar pela literatura de crônica, as transformações no campo de atuação dos cronistas, a construção simbólica do espaço urbano como civilizado e moderno, e o papel ativo exercido pela imprensa nesse debate, em sintonia com o cotidiano e as questões em voga. Olavo Bilac e Lima Barreto deixaram, nas crônicas, suas visões sobre um período efervescente da vida carioca, transformaram em texto escrito uma complexa trama de tensões e relações sociais. As crônicas de Lima Barreto e Olavo Bilac revelam forças em luta, projetos conflitantes, projetos vencedores e projetos vencidos, sonhos concretizados e sonhos adiados; aquilo que foi planejado, mas não saiu do papel, o que foi e o que poderia ter sido; desejos, crenças e as relações sociais a partir das quais os cronistas construíram suas experiências vividas. Lima Barreto e Olavo Bilac trataram a cidade e suas transformações cada uma a seu modo, criando, nas folhas da imprensa, a partir da cidade física, cidades desejadas: cidade-capital desejada que remetia também ao que Bilac e Barreto vislumbravam para o Brasil.

Palavras-chave: Rio de Janeiro, Jornalismo, Crônicas, Cronistas.

ABSTRACT

ON CHRONICLES, CHRONICLERS AND CITY: RIO DE JANEIRO ON LIMA BARRETO AND OLAVO BILAC'S CHRONICLES – 1900 -1920

This project has as the main purpose thinking about, from Olavo Bilac and Lima Barreto, the conception of city created around Rio de Janeiro which goes around daily in the press, through chronicles during the first two decades of the twentieth century. From this perspective, matching the readings and interpretations to notice the complexity of positions and projects in Federal Capital, from chronicles' literature, the changes in action of the chroniclers, the symbolic construction of urban space civilized and modern, and the role held by the press in this debate, in line with the daily life and issues in vogue. Olavo Bilac and Lima Barreto left in the chronicles, their vision about a period of life effervescent in Rio, changed into written text a complex story of tensions and social relations. Lima Barreto and Olavo Bilac's chronicles show fight, conflicting projects, winning projects and unsuccessful projects, dreams realized and dreams postpones, what was planned, but didn't left the paper, what was and what could have been; desires, beliefs and social relations from which the chroniclers built their experiences. Lima Barreto and Olavo Bilac dealt with the city and its changes to each their own way, creating, in the press, from the physical city, desired cities: a capital-city referred to Bilac and Barreto what they want to Brazil.

Keywords: Rio de Janeiro, Journalism, Chronicles, Chroniclers.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	06
CAPÍTULO I – LIMA BARRETO E OLAVO BILAC NAS FOLHAS DA CIDADE	14
1.1 - CONTEXTO JORNALÍSTICO EM QUE A CRÔNICA SE CONSOLIDOU	15
1.2 - IMPRENSA, CRONISTAS E RECLAMES	21
1.3 - CRÔNICAS E CRONISTAS NO RITMO DAS MÁQUINAS	43
1.4 - HÁ DE TUDO UM POUCO: CRÔNICAS, CRONISTAS E O JORNALISMO DE <i>VARIEDADES</i>	62
1.5 - NAS VITRINES DA IMPRENSA	75
1.6 - JORNALISMO E LITERATURA: BARRETO E BILAC ENTRE A ARTE E O OFÍCIO	80
CAPÍTULO II – LIMA BARRETO E OLAVO BILAC NA(S) CIDADE(S) DAS FOLHAS	102
2.1 - PENA NA MÃO, OLHOS NAS RUAS, CIDADE NAS CRÔNICAS	103
2.2 - RIO DE JANEIRO ENTRE MORROS E AVENIDAS	113
2.3 - CIDADE INVENTADA: O RIO DE JANEIRO DE FACHADA E ILUSÃO	141
2.4 - EM BUSCA DE <i>SINTONIA</i>	166
CONSIDERAÇÕES FINAIS	185
BIBLIOGRAFIA	188
FONTES	193

INTRODUÇÃO

*À crônica, pois! (...) talvez muito tarde, um investigador curioso, remexendo esta poeira tênue da história, venha achar dentro dela alguma coisa...*¹

Olavo Bilac

*O passado é mesmo um pesadelo. Queria só falar de cousas mais ou menos do presente.*²

Lima Barreto

Com a pena na mão, o olhar ainda desconfiado para a máquina de escrever, os cronistas obrigatoriamente separavam parte do dia para redigir, a qualquer custo, um pequeno texto diário com suas impressões sobre um assunto qualquer do cotidiano. No dia seguinte, ele seria distribuído pelas ruas da cidade, causando ou não eco, após ter sido lido, ou não, por alguns e comentado, ou não, por muitos. Assim era a rotina de quem se dispunha a rabiscar letras para as folhas diárias. Cumprindo religiosamente por anos esse ritual, Lima Barreto e Olavo Bilac deixaram um legado enorme de crônicas que hoje transformamos em fonte de pesquisa, pelo reconhecimento do gênero como expressão de um tempo social, fragmentado nas páginas dos jornais, que desejamos investigar.

Este trabalho tem origem em nossa trajetória acadêmica durante a graduação, quando produzimos um trabalho de iniciação científica³ e uma monografia de final de curso⁴ com preocupações semelhantes. E, em parte, no contato que tivemos inicialmente com as crônicas de Olavo Bilac, publicadas por Antonio Dimas, no livro *Vossa*

¹ BILAC, Olavo. Crônica. In. DIMAS, Antonio (org.). *Bilac, o jornalista: crônicas: volume II*. São Paulo: Edusp, Unicamp, Imprensa Oficial. 2006, p. 227.

² RESENDE, Beatriz; VALENÇA, Rachel (orgs.). *Lima Barreto: Toda Crônica: Volume I (1890-1919)*. Rio de Janeiro, Agir, 2004. pág. 565.

³ Trabalho de iniciação científica PIBIC/CNPq: NUNES, Radamés Vieira. *Jornalismo e literatura: memória e história nas obras O harém das bananeiras e Os anos mais antigos do passado* de Carlos Heitor Cony. 2004. Universidade Federal de Goiás, Catalão, 2004.

⁴ NUNES, Radamés Vieira. *Um homem como nós, mas também diferente: imagens do século XX nas crônicas de Carlos Heitor Cony*. 2006. Monografia – Universidade Federal de Goiás, Catalão, 2006.

Insolência, material de pesquisa utilizado na monografia que escrevemos para o curso de especialização em História do Brasil.⁵ Quando Bilac foi-nos revelado como cronista, através da leitura do *Vossa insolência*, percebemos o quanto suas crônicas se voltavam à cidade e à sua própria atividade como escritor-jornalista, o que nos instigou a desenvolver uma pesquisa acadêmica que enveredasse por este caminho. Pouco tempo depois, com a publicação de *Bilac, o Jornalista*, reunião de praticamente toda sua produção no universo jornalístico, ficamos ainda mais estimulados e iniciamos um projeto de pesquisa utilizando seus livros de crônicas como fonte, projeto que apenas ganhou forma e coerência posteriormente durante as disciplinas e orientações desenvolvidas junto ao programa de mestrado.

Foi durante o processo de amadurecimento do projeto que Lima Barreto incorporou-se à pesquisa. Pareceu-nos importante ter outro ponto de vista sobre a cidade, para não reduzir toda a discussão simplesmente a um escritor, e para mostrar que havia outras formas de pensar e escrever sobre o mesmo contexto, expondo, assim, conflitos de posição entre intelectuais/escritores brasileiros do período. A escolha por Lima Barreto não foi feita aleatoriamente, mas porque esse cronista, em alguns momentos do período estudado, debateu de formas diretas e indiretas, com Olavo Bilac sobre questões tais como: transformação urbana, jornalismo, literatura, política, entre outros temas polêmicos.

No caminho da reflexão, a leitura das crônicas de ambos colocou-nos frente ao nosso objetivo central, qual seja: pensar, a partir dos cronistas Olavo Bilac e Lima Barreto, o espaço urbano do Rio de Janeiro, e a relação da crônica e do cronista com as discussões sobre os rumos da Capital da República em um momento de passagens, durante as primeiras décadas do século XX. Optamos por Lima Barreto e Olavo Bilac devido à ligação de suas obras com a cidade. Eles compuseram uma quantidade considerável de crônicas para a imprensa carioca, formando um conjunto significativo de manifestações intelectuais para a compreensão do período. Por décadas, ambos circularam nos meios editoriais da capital, envolvendo-se com o jornalismo, fosse escrevendo, dirigindo ou analisando periódicos.

No Rio de Janeiro, desembocaram nossas preocupações de pesquisa, em certa

⁵ NUNES, Radamés Vieira. Da crônica à história: Política e Cotidiano nas crônicas bilacquianas 1890-1900. 2007. Monografia – Universidade Federal de Goiás, Catalão, 2007.

medida, motivadas pela importância do espaço e da experiência social urbana vivenciada pelos cronistas. Por ser o centro econômico, político e cultural do Brasil na época e um dos assuntos mais recorrentes entre os homens das letras, o Rio de Janeiro, como cidade, foi não somente “palco”, mas também “protagonista” de muitas crônicas. O período de 1900 a 1920 foi escolhido por ser o momento em que a história da cidade se entrecruzou intensamente com as histórias da imprensa e dos cronistas. Especialmente a partir das reformas urbanas de Pereira Passos e de suas repercussões, da transformação da imprensa e do apogeu da carreira de Bilac e Barreto no ofício de cronista, tem-se o terreno no qual cresceram as preocupações de pesquisa sobre as relações entre a crônica, os cronistas e a cidade, cujos resultados articulam-se neste trabalho.

As fontes que privilegiamos para este estudo são as crônicas de Barreto e Bilac, publicadas originalmente em jornais e revistas e, posteriormente, em livros. Optamos por analisá-las em ambos os suportes, atentando para suas ricas nuances de sentido. Sendo assim, pesquisamos os principais jornais e revistas em que os cronistas trabalharam, disponíveis e acessíveis no arquivo da Fundação Biblioteca Nacional, do Rio de Janeiro. Durante a leitura das crônicas registradas em livro, tivemos certa dificuldade em compreender, precisamente, sobre o que algumas crônicas tratavam, elas pareciam não fazer muito sentido, havia assuntos, pessoas e expressões que não entendíamos a razão de serem citados pelos cronistas, dificultando a análise dos textos. Tal dificuldade nos fez perceber que determinadas crônicas só poderiam ser mais bem entendidas e interpretadas em seu suporte de origem, ou seja, o jornal, por possuírem relação direta com as outras linguagens e características do mesmo. Esse fato nos motivou a investigar as crônicas nos jornais e revistas em que foram publicadas e, assim, chegamos até o acervo da Fundação Biblioteca Nacional, onde estão arquivados quase todos os periódicos em que Lima Barreto e Olavo Bilac publicaram seus textos.

O acervo de periódicos da Fundação Biblioteca Nacional tem catalogado jornais e revistas de toda parte do Brasil, disponíveis para pesquisa em sua forma original, em microfilme ou como cópia digitalizada. Os jornais de maior expressão estão quase todos microfilmados, o que garante mais segurança e durabilidade aos documentos, tornando-os mais acessíveis. Já entre os jornais de menor expressão no cenário nacional, apenas uma pequena parte foi microfilmada, alguns sequer estão catalogados e disponíveis para pesquisa. Sendo assim, durante a pesquisa, tivemos mais facilidade na procura dos jornais em que contribuiu Olavo Bilac, do que os de Lima Barreto. Além do acesso aos

periódicos, a instituição permite também a reprodução do acervo de três formas: cópia eletrostática, microfilme ou cópia digitalizada. Após leitura prévia dos textos já compilados em edições modernas, no formato de livro, fizemos uma seleção das crônicas mais ligadas a nossa proposta e fomos pesquisá-las no espaço em que foram originalmente publicadas, atentos as suas ligações com o suporte. Após esse trabalho, solicitamos cópia digitalizada de parte da documentação, o que permitiu a anexação de imagens dos jornais e revistas que reproduzimos no corpo do trabalho.

Optamos por estudar as crônicas porque, segundo Margarida Souza Neves, *a crônica é sempre de alguma maneira o tempo feito texto, sempre e de formas diversas, uma escrita do tempo*.⁶ Para a autora, os letrados tinham uma função importante na realidade, porque criavam, nas crônicas, metáforas, imagens e representações com o intuito de construir noções sobre a capital e imprimir direção a ela, representações que utilizamos como forma de abordar o passado. Os cronistas deixaram marcas de pertencimento a um espaço-tempo particular, mas, em suas crônicas, está igualmente expresso o desejo e as ambições do vir a ser. As crônicas veiculam discursos e imagens que tratam da cidade, o imaginário e as utopias que se projetam sobre o espaço vivido. Ao mesmo tempo em que trazem à tona imagens do seu presente imediato, também interferem (e buscam mesmo interferir) no contexto que as tornou possíveis.⁷

Nessa perspectiva, não tomamos a representação do mundo como algo separado, isolado ou indiferente a ele, mas como parte constituinte do real, capaz de atuar na realidade e de assumir, em alguns casos, uma expressão maior do que a própria realidade concreta e visível. A população carioca, por exemplo, já dava ar de metrópole ao Rio de Janeiro, mesmo antes da reestruturação acontecer efetivamente. Diante de uma “cidade em obras”, os cronistas lançaram seus olhares e a (re)construiu em forma de crônica. A cidade do pensamento, imaginada pelos cronistas, dá significados à realidade material em que foi construída, postula valores e normas de conduta através de imagens e palavras; seu poder metafórico é capaz de conferir sentido ou atribuir funções a lugares, objetos e personagens. As crônicas de Olavo Bilac e Lima Barreto são ricas em temas e expressam os anseios dos intelectuais e a forma como se relacionavam com a vida e com o mundo. Compondo a sociedade, as crônicas também são, assim como

⁶ NEVES, Margarida Souza. Uma escrita do tempo: memória, ordem e progresso nas crônicas cariocas. In: CANDIDO, Antonio. Et. Al. *A crônica: gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil*. Campinas – SP: Ed. Unicamp/ Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1992. pág. 82.

⁷ PINTO, Júlio Pimentel. *Uma memória do mundo: ficção, memória e história em Jorge Luiz Borges*. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2001. pág. 333.

diversas outras atividades intelectuais e de escrita, instrumentos de atuação política.

Temos, de um lado, Olavo Bilac, cronista de jornais e revistas como *Gazeta de Notícias*, *Kosmos*, *A Notícia*, *O combate*, *A Bruxa*, *Correio do Povo*, entre outros periódicos de renome. Apesar da importância dos jornais para os quais exercia seu ofício de narrar o cotidiano, para a história literária brasileira, Bilac é praticamente desconhecido como cronista, sendo mais lembrado, em nosso tempo, por suas poesias (sobre as quais, muitas vezes, projetam-se juízos de gosto e rótulos pejorativos que não cabem aqui discutir) do que por suas crônicas. O cronista parece ter sido ofuscado pelo poeta. Em 1913, foi eleito como o Príncipe dos Poetas Brasileiros em um concurso patrocinado pela *Fon-Fon* 1913. A memória que prevalece de Bilac associa seu nome à poesia parnasiana por ter sido o porta-voz do movimento no Brasil, mas sua prosa e mundanismo revelam que foi mais do que um poeta parnasiano, marcado como conservador para a crítica modernista e os seus desdobramentos.

Durante seus quase 20 anos de jornalismo, Bilac louvou e escarneceu o Rio de Janeiro. Suas crônicas revelam-no um “opinador” vigilante. Com ironia, deixou seu ponto de vista sobre vários assuntos em voga naquela virada de século: saúde pública, os “rumos incertos” da República, os escândalos políticos, as consequências sociais da abolição, da urbanização, das revoltas e festas populares, da emancipação feminina, da política internacional, do uso de entorpecentes; tudo, enfim, era assunto a ser traduzido em crônicas. Bilac nutria certo desconforto com a cidade do Rio de Janeiro tal como ela era no século XIX, por isso abraçou a idéia de fazer do Rio um lugar “civilizado”; o projeto da Avenida Central era o símbolo da modernidade que transformaria a cidade em uma metrópole; suas crônicas defendiam a reestruturação da cidade. No entanto, mesmo apoiando o projeto, ele denunciava e criticava o processo de urbanização que contrastava com a falta de habitação e os altos preços dos aluguéis.

A partir da administração de Pereira Passos, em 1904, Bilac foi peça fundamental para a disseminação de um discurso nacionalista responsável por criar, como já se nomeou, “uma consciência cívica e urbana brasileira”. Seu nacionalismo exacerbado o levou a se tornar autor do hino da bandeira, elemento essencial para a construção (ou invenção) de um imaginário nacionalista brasileiro. Dedicou boa parte de sua vida a “campanhas patrióticas”, entre as quais se destaca a luta pelo serviço

militar obrigatório.⁸

De outro lado (ainda que nem sempre oposto), temos Afonso Henriques de Lima Barreto ou, simplesmente, Lima Barreto: um “mulato culto”, sem diploma, de origem pobre, dado à bebida e que optou por trabalhar no jornal. O escritor foi, durante muito tempo, ignorado tanto pela sociedade como pela intelectualidade, que o subestimava e o repudiava. Os editores do início do século XX também não davam devida importância à sua produção, que teve reconhecimento apenas postumamente, em meados do século XX, principalmente com a publicação das *Obras de Lima Barreto* (1956) pela Editora Brasiliense, organizada por Francisco de Assis Barbosa, Antônio Houaiss e Manuel Cavalcante Proença. Barreto é lembrado, na história literária brasileira, principalmente por seus romances, como *Policarpo Quaresma*, *Recordações do escrívão Isaías caminha*, *Os bruzundangas*, entre outros. Pouco se sabe do cronista que foi.

Como cronista, Lima Barreto caracteriza-se pela postura militante, através de crônicas voltadas à denúncia de mazelas e a debates polêmicos sobre questões de sua época. Suas críticas eram explicitamente voltadas às práticas de oportunismo político, à corrupção governamental da política de favor e principalmente contra a sociedade elitista, preconceituosa e discriminatória na qual se consolidava cada vez mais uma modernidade, segundo entendia, excludente e autoritária. Suas crônicas foram responsáveis por introduzir a vida do subúrbio nas revistas ilustradas e jornais. Barreto registrou, em seus textos, as primeiras impressões que lhe causavam os acontecimentos políticos, dentre os quais se destacam: a Revolta da Vacina, em 1904, contra a obrigatoriedade da vacinação por Osvaldo Cruz, o Saneamento da cidade e a inauguração da Avenida Central, em 1905. Comentou seu fascínio pelo Rio de Janeiro – principal tema de toda sua vida de cronista – e fez críticas aos “poderosos”, mostrando-se desconfiado diante das modificações que impunham à geografia da cidade. Tratou-se de um escritor indignado, não adaptado e, logo, inconformado com nova realidade vigente na metrópole durante a Primeira República.⁹

Cruzando as leituras e as interpretações destes jornalistas-escritores, pudemos perceber a complexidade da capital do Brasil na Primeira República e as posições divergentes sobre ela. Olavo Bilac era amante do projeto reformista e dos seus

⁸ DIMAS, Antonio. Bilac, o jornalista: ensaios. São Paulo: Edusp / Unicamp / Imprensa Oficial do estado de São Paulo. p. 15, 37, 116.

⁹ MACHADO, Maria Cristina Teixeira. *Lima Barreto: um pensador social na primeira República*. Goiânia: Editora da UFG; São Paulo: Edusp, 2002. p. 68-70.

benefícios, entregando-se como apologista do “novo Rio”. Lima Barreto lamentou e denunciou os supostos atributos da tão sonhada cidade moderna. No entanto, o conjunto das suas crônicas, como será visto nesta dissertação, mostra-nos que essas posições se confundem, em determinados momentos, na formulação da imagem ideal de cidade.

Em suma, foi a partir dessas questões que estabelecemos ligações e relações entre as narrativas curtas, seus autores e a cidade, para tecer nossas *tramas*, também escolhidas e adequadas dentro de um recorte factível, nos termos de Paul Veyne.¹⁰ O estímulo para a estruturação deste trabalho partiu, sobretudo, da leitura das crônicas, que foram elas próprias, na medida em que selecionadas, apontando a organização dos capítulos. Dessa forma, o texto se divide em dois capítulos, que se articulam em torno de temáticas centrais.

No primeiro capítulo, *Lima Barreto e Olavo Bilac nas Folhas da Cidade*, exploramos o contexto jornalístico em que a crônica e os intelectuais em foco se consolidaram e as mudanças a que os periódicos dos grandes centros estavam se submetendo na passagem do século XIX para o século XX. Desta forma, elucidamos como as mudanças são visíveis nos jornais em que Lima Barreto e Olavo Bilac trabalharam e como os próprios escritores, em suas crônicas, perceberam o processo de expansão e transformação da imprensa, um dos aspectos em si das modificações da cidade carioca. As crônicas pesquisadas nos jornais e revistas nos apontaram para a atuação da imprensa como agente modernizador, que incorporou as novas tecnologias e buscou ditar novos valores, hábitos e comportamentos na direção de uma mentalidade dita moderna. Nesse sentido, refletimos sobre a postura que Lima Barreto e Olavo Bilac assumiram no interior desse modelo jornalístico, cada vez mais predominante, e o espaço que suas crônicas ocuparam nele, exprimindo suas concepções acerca do universo em questão. Para isso investigamos a produção dos cronistas no seu espaço de origem, percebendo sua relação e concorrência com os reclames, com os novos equipamentos que dinamizaram as publicações tanto na velocidade quanto no aspecto visual e com as revistas de variedades e seu conteúdo, dedicado a um público diversificado composto por vários tipos de pessoas, independentemente do gênero ou da idade. Por fim, discutimos os debates e as opiniões dos escritores-jornalistas a respeito da profissionalização do trabalho intelectual via imprensa e dos supostos benefícios (quando assim reconhecidos) materiais e simbólicos que ela lhes proporcionava.

¹⁰ VEYNE, Paul. *Como se escreve a história*. Brasília: Ed. UNB, 2002. p. 43-45.

No segundo e último capítulo, *Lima Barreto e Olavo Bilac na(s) Cidade(s) das Folhas*, investigaremos a participação dos cronistas nos debates sobre a suposta efervescência urbanística que acometeu a cidade do Rio de Janeiro a partir da administração de Francisco Pereira Passos. Nosso intuito será perceber como cada cronista construiu imagens diferentes sobre aquele processo pelo qual a cidade passava. O jornal será, neste momento, visto não apenas como meio de os escritores buscarem bens materiais e simbólicos que lhes permitiam sobreviver de seu ofício, mas também como um mecanismo de inserção no debate acerca da transformação da capital do Brasil. Se, por um lado, a cidade se apresenta como o espaço por excelência de difusão dos jornais e revistas, por outro, esses periódicos *projetam* sobre ela demandas de grupos sociais e os seus diferentes projetos, manifestados através, inclusive, de crônicas. Lima Barreto e Olavo Bilac teciam estreitas articulações com as disputas pela cidade; nosso objetivo é clarificar as articulações entre a questão urbana e as crônicas escritas para circulação na imprensa.

Diante da reformulação física (efetivada ou não) do Rio de Janeiro, trataremos as proximidades e divergências dos projetos de cidade e a perspectiva de cada intelectual referente a algumas questões pontuais do período estudado, revelando que as posições assumidas pelos cronistas em seus textos são complexas e, às vezes, surpreendentes. Enfim, pensaremos a reurbanização do centro do Rio na ótica de Lima Barreto e Olavo Bilac, focando especialmente a derrubada do Morro do Castelo, a construção da Avenida Central, a Reforma do Porto e a reforma nos hábitos e costumes. Nesse sentido, analisaremos o momento na carreira dos cronistas em que suas crônicas estiveram no cerne das questões sobre a cidade; questões tais como: o contato entre o subúrbio e o centro urbano no miolo do Rio, para onde convergiam a atenção da nação; o aspecto de fachada das intervenções no espaço urbano e o desejo de colocar o Rio de Janeiro em sintonia com as metrópoles modernas. Nosso intuito é ligar os discursos e imagens criadas sobre a cidade por Lima Barreto e Olavo Bilac, demonstrando como eles estavam atentos ao que se construía e se destruía na *Cidade Maravilhosa*.

CAPÍTULO I

LIMA BARRETO E OLAVO BILAC NAS FOLHAS DA CIDADE

Uma officina de jornal é também uma colméia. Raros são os que a conhecem por dentro. Esses são os jornalistas (...) operosas e industriosas abelhas, fabricantes (...) dos saborosos favos de mel dos artigos literários. (...) É perfeita a comparação entre as abelhas e os jornalistas: porque estes, como aquelas, também possuem ferrão, e não são apenas fabricantes de mel.¹¹

Jornal da Exposição

Quem vive dentro do jornalismo tem a impressão de que está entre lobos; os homens de jornais se devoram.¹²

Lima Barreto

Na via pública, tomando os passeios, lá estavam os vendedores de jornais, atrapalhando o trânsito com o acúmulo de folhas postas à venda, de diversos tipos e donos. Os gritos dos jornaleiros ecoavam pela cidade propagando periódicos e seus atrativos aos transeuntes. Revistas e jornais empilhados transformavam as ruas num imenso mostruário de cotidianos, e, as esquinas mais transitadas, numa verdadeira exposição de impressos.¹³ Assim era a cidade do Rio de Janeiro no início do século XX aos olhos de Lima Barreto.

Era comum se deparar com homens, mulheres e crianças pelas ruas empunhando um jornal ou revista, ou rodas de conversa que, nos ambientes de sociabilidade no espaço público da cidade carioca, comentavam sobre os assuntos do dia, ou mesmo sobre os próprios periódicos. O jornalismo fazia parte do cotidiano dos cariocas, havia

¹¹ *Jornal da Exposição*. Rio de Janeiro, 06/09/1908. p.1. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

¹² BARRETO, Lima. *Correio da Noite*. Rio de Janeiro, 18/01/1915. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

¹³ BARRETO, Lima. Crônica. In. BRESENDE, Beatriz; VALENÇA, Rachel (orgs.). *Lima Barreto: Toda Crônica*: Volume I (1890-1919). Rio de Janeiro, Agir, 2004. p. 144.

se tornado elemento essencial da vida urbana. Na virada do século XIX para o XX, a imprensa ocupava lugar de destaque na opinião pública¹⁴ e se transformava gradativamente, assumindo o caráter de empresa. Os periódicos passaram a conciliar suas ideológicas aos meios de obter recursos necessários à sobrevivência, conciliação feita pelo elo da venda de opinião com a produção encomendada. Tiveram que aprender a orientar a opinião dos leitores e, ao mesmo tempo, prendê-los com atrativos nem sempre condizentes às opiniões defendidas.

Este período que privilegiamos para análise marca o momento de consolidação da crônica jornalística, como uma linguagem necessária na constituição de um periódico. Isso ocorre em paralelo à consolidação de outras linguagens, como a fotografia, a reportagem, a publicidade, a coluna social, o noticiário esportivo, entre outros. As mudanças no conteúdo das folhas impressas, cada vez mais recorrentes, eram oriundas de uma sociedade também em transformação e de um jornalismo que se firmava e se afirmava como imprensa empresa, voltada mais para os lucros do que propriamente para os interesses de cunho político e social. Este conjunto de mudanças, inclusive na imprensa, apontavam para a formação de uma nova sensibilidade do espaço urbano.

Neste capítulo analisaremos a inserção das crônicas de Olavo Bilac e Lima Barreto no contexto do jornalismo na então Capital Federal da nascente República nas primeiras décadas do século XX, explorando a própria postura ética e as concepções dos dois autores em relação àquele contexto.

1.1 CONTEXTO JORNALÍSTICO EM QUE A CRÔNICA SE CONSOLIDOU.

No final do século XIX havia grande quantidade e uma variedade enorme de jornais na capital federal da República. Jornais grandes e pequenos coexistiam com diferenças bastante pontuais. Os jornais pequenos tendiam à transitoriedade e, por isso, se colocavam declaradamente como oposição, sem medo de qualquer perseguição ou violência. Isso ocorreu, por exemplo, durante o governo de Floriano Peixoto, que

¹⁴ MOTA, Maria Aparecida Rezende. *Sílvio Romero: Dilemas e combates no Brasil da virada do século XX*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000. p. 61.

reprimiu todo jornal de oposição ao seu governo. Grande parte dos jornais censurados eram pequenos periódicos, feitos de forma bastante rudimentar por poucas pessoas unidas em torno dos mesmos ideais. Os pequenos jornais não tinham nada a perder, gozavam de independência e não temiam os contra-ataques, nem a ameaça do seu próprio fim. Já os grandes jornais, que se consolidaram com outras motivações e que se constituíram como empresa, diante de situações como a perseguição de Floriano Peixoto, optavam pela omissão. Todo posicionamento era tomado com o fim de garantir sua permanência, pois a imprensa empresa não foi criada somente para defender convicções, ou lutar por uma causa específica.¹⁵

Os pequenos jornais eram predominantes no universo jornalístico brasileiro; principalmente a partir de 1880, eles proliferaram pelas cidades brasileiras, dedicavam-se quase sempre a uma causa única, como campanhas pró-abolição ou pró-República.¹⁶ Foram importantes nos desdobramentos de questões polêmicas do século XIX a que se dedicavam. Mesmo assim, tinham curtíssima duração; como diz Juarez Bahia, as gazetas abolicionistas que se abriram nesse período não sobreviveram à República.¹⁷ Nos últimos anos do século XIX, a imprensa se transformou gradativamente; aos poucos, a imprensa de caráter industrial se sobrepunha à imprensa artesanal. A idéia da imprensa como empresa teve terreno fértil principalmente nas capitais do país. De acordo com Nelson Werneck Sodré:

A imprensa estava também consolidada, a de caráter artesanal subsistia no interior, nas pequenas cidades, nas folhas semanais feitas em tipografias, pelos velhos processos e servindo às lutas locais, geralmente virulentas; nas capitais já não havia lugar para esse tipo de imprensa, nelas o jornal ingressara, efetiva e definitivamente, na fase industrial, era agora empresa, grande ou pequena, mas com estrutura comercial inequívoca. Vendia-se informação como se vendia outra qualquer mercadoria. E a sociedade urbana necessitava de informação para tudo, desde o trabalho até a diversão. Certo, sempre apareciam, e logo desapareciam, jornais que se dispensavam dos grandes compromissos daqueles que haviam atingido o mínimo de estabilidade empresarial. Eram exceções, porém, e a transitoriedade inexorável que os marcava assinalava bem esse traço. Apagavam-se

¹⁵ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4ª edição,. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 1999. p. 259-261.

¹⁶ Catálogo de jornais e revistas do Rio de Janeiro (1808/1889), in ABN, v.85, Rio de Janeiro, 1965; Catálogos de periódicos brasileiros, Rio de Janeiro, Fundação Biblioteca Nacional/ Departamento Nacional do livro, 1994.

¹⁷ BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. São Paulo: IBRASA, 1972. p. 49-50.

*com a circunstância que os motivara.*¹⁸

A passagem do século é marcada pela gradativa decadência do pequeno jornal, com folhas tipográficas resultantes de um empreendimento, muitas vezes, individual e pela ascensão do grande jornal ou empresas jornalísticas. Ou seja, foi um período marcado pela convivência entre dois tipos de imprensa com papéis diferentes e também estruturas bastante desiguais. Aos poucos, consolidou-se a imprensa como empresa de menor ou maior porte. Isso promoveu uma nova relação dos veículos de comunicação com o público, com a política, enfim, com a realidade em que ela atuava. Essa transformação tem relação com as mudanças do país, e as mudanças na imprensa também se apresentavam como parte delas.

Ainda segundo Sodré, com essas alterações, houve uma diminuição no número de jornais com tais características, pois se tornou mais fácil comprar a opinião de um jornal, do que manter um jornal em atividade. Nos momentos de agitação política, os jornais ficavam à espera da melhor oferta. A compra da opinião pelo governo ou por outro poder qualquer havia se tornado comum e um negócio bastante lucrativo. Mas havia também aqueles jornais que faziam oposição aos jornais que se sujeitavam aos poderosos da época, especialmente àqueles que controlavam o cenário da política.¹⁹

As novas condições sociais, na virada do século XX, fizeram com que os periódicos de pouca circulação e de duração mais efêmera fossem praticamente extintos. A tipografia de conteúdo artesanal transformava-se em indústria gráfica; mesmo assim, essa imprensa mais alternativa e artesanal permaneceu por boa parte do século XX, com menor expressão. Em épocas de agitação, sempre apareceram pequenos jornais efêmeros. No entanto, em finais do século XIX, havia chegado a ocasião em que os periódicos de cunho industrial predominaram na imprensa brasileira, situação que já era realidade em outros países. O cenário carioca, por exemplo, vivia o momento oportuno para a consolidação do jornalismo-empresa. Conforme conclui o teórico Juarez Bahia:

Uma imprensa mais participante e também mais consciente é chamada a ocupar lugar fundamental na vida pública do país. Compreendem os editores que o âmbito restrito estabelecido pelo jornalismo sem muitas pretensões, mais literário e mais político, não atende às novas necessidades da sociedade brasileira, que vai

¹⁸ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4ª edição., Rio de Janeiro: Editora Mauad, 1999. p. 275

¹⁹ Idem.

*conhecendo os avanços das comunicações e vai se capacitando da função do jornalismo como veículo de massas. Aceitam, afinal, que a imprensa deve ser instrumento de interesse público e não, exclusivamente, de interesses individuais ou de facções.*²⁰

Os pequenos jornais eram instrumentos de combate quase sempre pertencentes a um indivíduo que arcava com todos os custos de sua produção, feita ainda com métodos artesanais, com o fim de defender convicções, doutrinar e interferir no espaço público, tornando suas propostas conhecidas. No entanto, no início do século XX, as empresas jornalísticas começam a surgir, vendo, no aperfeiçoamento das técnicas de impressão, a possibilidade de venderem periódicos, entendidos como produto de valor no mercado. Visando lucros, parte da imprensa se inseriu no mercado capitalista – bem verdade que de forma um tanto quanto modesta se compararmos com o grau de interesse mercadológico verificável a partir de meados do século XX. Em contrapartida, se compararmos com as práticas vigentes da imprensa em épocas precedentes, quando o fator comercial era ignorado diante da pretensão de divulgar idéias, notaremos o quanto a realidade mudou.²¹

O crescimento da imprensa voltada aos lucros tem relação com as transformações na sociedade brasileira, especialmente nas grandes capitais. O modo de vida urbana no Rio de Janeiro tornava-se cada vez mais veloz e “apressado”: a crescente produção industrial, a entrada de imigrantes, as novidades tecnológicas na área de comunicação e transporte, o aumento gradual do índice de alfabetização, a euforia em relação à política e à economia, tudo isso gerava demanda crescente por circulação de informação. A imprensa estava sintonizada com este contexto, de tal forma que se destacou como o veículo mais eficiente na difusão de informação e orientação cultural, assumindo importante papel e definindo sua função nesse processo de aceleração no dia-a-dia da capital da República.²²

Diante de tal conjuntura, o lucro passou a preponderar na imprensa, determinando e conduzindo os novos caminhos a serem desbravados por ela. O cenário era propício às inovações destinadas especialmente ao aumento da produtividade e do

²⁰ BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. São Paulo: IBRASA, 1972. p. 45-46

²¹ MARTINS, Ana Luiza. *Imprensa em tempo de Império*. In: LUCA, Tânia Regina de; MARTINS, Ana Luiza (organizadoras). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p.63-66.

²² Ver COSTA, Emília Viotti da. *Da Monarquia à República: momentos decisivos*. São Paulo: Ed. Ciências Humanas, 1979.; DIMAS, Antonio. *Tempos eufóricos: análise da revista Kosmos 1904-1909*. São Paulo: Ática, 1983.; NEEDELL, Jeffrey d. *Belle Époque Tropical*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

lucro e à divisão do trabalho; o jornal passou a ser feito por várias pessoas, cada uma especialista em uma etapa; as tiragens tiveram aumento significativo em razão das novas técnicas de impressão, que também tornaram os periódicos mais acessíveis financeiramente. Alguns jornais que circulavam no Rio de Janeiro, como *Correio da Manhã*, *Gazeta de Notícias*, *Correio Paulistano*, entre outros, buscavam, no início do século XX, aprimorar suas técnicas de impressão, perseguindo maiores tiragens. No editorial desses jornais é possível perceber a euforia quando o alvo era alcançado. Veja o editorial do jornal *Correio da Manhã* do dia 5 de abril, de 1905: *Ainda hontem tivemos a prova do quanto vale o esforço e o interesse em bem servir ao público: como no domingo passado a nossa edição esgotou-se completamente, muito embora o sucesso do primeiro número nos houvesse levado a aumentar ainda mais nossa tiragem.*²³

Até mesmo pequenas revistas, como a *Revista da Época*, anunciavam, no editorial, as inovações e a diminuição no valor do impresso:

*Mas, ainda não é tudo; e, como as boas coisas sempre vêm acompanhadas, esta não fugiu ao império da lei geral. Assim é que além de aumentarmos dezesseis páginas coloridas à Revista da Época, resolvemos baixar-lhe o preço do número avulso para 300 réis afim de torná-la acessíveis a todos. Isto prova exuberantemente o desejo de bem servir ao público, pois d'outra forma não se explica essa diminuição(...)*²⁴.

Além da diminuição do valor, outro fator importante para a maior acessibilidade e circulação dos exemplares foi o desenvolvimento do sistema de transportes, que promoveu a distribuição mais rápida dos jornais a lugares cada vez mais distantes. Aliada a tudo isso havia também uma grande preocupação com a aparência visual das páginas para que elas se apresentassem o mais atrativas possível aos leitores/consumidores. As ilustrações tornaram os jornais agradáveis e fascinantes se comparados ao outro modelo de jornal que vigorava até o momento, constituído por páginas repletas de textos longuíssimos.²⁵

No entanto, é importante salientar que mesmo com a gradual profissionalização dos jornais, o caráter opinativo e a capacidade intencional de intervir na vida pública não foram abandonados completamente; ao contrário, continuaram tendo peso decisivo

²³ *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 05/04/1905. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

²⁴ *Revista da Época*. Rio de Janeiro, 03/1904. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

²⁵ MICELLI, Sergio. *Poder, sexo e letras na República Velha*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1977. p. 72

em todas as etapas de produção, pois o objetivo de atrair leitores/consumidores era maior do que simplesmente conquistar fins lucrativos. Havia também um outro tipo de lucro não exclusivamente financeiro, mas político, advindo da conquista ideológica do público, doutrinando-o, divulgando convicções, satisfazendo, defendendo ou atacando os anseios de determinados grupos. Isso demonstra que o modelo jornalístico anterior, ao menos em parte, ainda permanecia na estrutura dos grandes jornais-empresa.²⁶

Porém, todas essas transformações do jornal-empresa fizeram com que o caráter explicitamente opinativo fosse aos poucos substituído pelo jornalismo informativo, ou melhor, pela idéia de que o papel da imprensa era simplesmente informar, transmitindo aos leitores a veracidade dos fatos tal como aconteceram. Esse processo ocorreu no início do século XIX, mas só prevaleceu definitivamente a partir do século XX. Diante disso, a crônica tornou-se o espaço privilegiado no jornal para a fruição menos velada das críticas e das opiniões.²⁷

Olavo Bilac e Lima Barreto participaram do contexto de transformação do jornalismo e de reformulação da cidade. Participaram exercendo o ofício de cronista, dessa forma, eles também escreveram suas impressões e expectativas. Deixaram registradas, nas páginas dos jornais e revistas, como se relacionaram com este contexto. Como observadores da realidade, expuseram suas vontades, bem como o desejo de que essas vontades fossem também a vontade de outros.

Percorrer o desenrolar da vida jornalística nas duas primeiras décadas do século XX, na perspectiva destes dois cronistas, é perseguir o papel que o escritor desempenhava em sua realidade através da crônica. Lima Barreto e Olavo Bilac tiveram trajetórias completamente diferentes, mas se encontraram num mesmo período, cada um em uma etapa distinta de sua vida e carreira. Mesmo assim, suas passagens pelos jornais, nas duas primeiras décadas do século passado, marcaram encontros e desencontros, semelhanças e diferenças nas concepções que ambos tiveram sobre as questões em pauta no momento.

O fato é que o gênero escolhido por eles estava no centro das mudanças no campo jornalístico, concomitantemente com as intensas mudanças nos projetos para o

²⁶ LUCA, Tânia Regina. História dos, nos e por meio dos periódicos. In. PINSKY, Carla Bassanezi. *Fontes históricas*. São Paulo: Editora Contexto, 2006. p.137.; ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. Imprensa a serviço do progresso. In. LUCA, Tânia Regina de; MARTINS, Ana Luiza (organizadoras). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p.108.

²⁷ SUSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de Letras: literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. p. 37-38.

país.

1.2 IMPRENSA, CRONISTAS E RECLAMES

Uma das transformações nos periódicos foi a grande abertura da imprensa para a circulação de anúncios comerciais. No início do século XX, a publicidade tornou-se a principal fonte de recursos da imprensa. Ela se consolidou como ponto decisivo para permanência ou decadência dos jornais e revistas. É interessante notar que isso ocorreu de forma articulada com as transformações na vida urbana, de maneira que as propagandas começaram a ocupar também outros espaços para além dos jornais e revistas, como os muros e locais públicos da cidade. Ceder espaço nos jornais e revistas para os reclames era quase uma obrigação. Grandes ou pequenas, conservadoras ou não, a maioria das folhas impressas se sujeitavam ao “império da publicidade”.²⁸

Os jornais em que Lima Barreto e Olavo Bilac trabalharam não fugiram à regra; alguns com mais anúncios, outros com menos. No entanto, a relação da imprensa com os anúncios possibilitou-nos perceber o potencial dos periódicos, pois, quanto mais reclames tivessem, maiores ou melhores deviam ser a capacidade de circulação, a visibilidade, a estrutura e o poder de atuação na política e na cultura do Rio de Janeiro. Jornais grandes e prósperos viviam da publicidade, carregados de anúncios dos mais variados. O alvo da imprensa, entendida como empresa, era ampliar o ciclo de leitores para aumentar a publicidade e, conseqüentemente, os recursos financeiros. Segundo Heloisa de Faria Cruz:

*Com a virada do século, a propaganda deixa progressivamente o espaço exclusivo das publicações comerciais e articula-se à imprensa periódica de uma forma mais ampla. Nesse processo, o reclame transforma-se numa das formas centrais de financiamento das publicações. O sucesso de um periódico, sua manutenção como uma publicação competitiva e estável, passa a depender cada vez mais de sua capacidade de atrair recursos via propaganda. As publicações vêm a público repletas de apelos ao mercado.*²⁹

²⁸ Idem. p. 59, 70.

²⁹ CRUZ, Heloisa de Faria. São Paulo em papel e tinta: periodismo e vida urbana 1890-1915. São Paulo: EDUC/FAPESP, 2000. p. 156.

A relação da publicidade com o jornalismo foi uma relação de sucesso: ambos eram beneficiados, mas tal relação resistia apenas ante a troca recíproca de vantagens, pois se o jornal não fosse capaz de proporcionar retorno às empresas anunciantes, a união se esfacelava. Ou ainda, se os anunciantes não remunerassem o veículo jornalístico, o espaço nas folhas era vedado. Não havia preocupação alguma dos anunciantes com a intenção do jornal, não havia problema com a tendência do mesmo, pouco importava saber se ele era anarquista, positivista ou republicano. Tanto é que publicidades se repetem em jornais absolutamente distintos como *O Diabo*, *A Lanterna* e a *Gazeta de Notícias*.³⁰ A preocupação era com o poder de alcance que o jornal exercia na sociedade, se ele era muito lido ou não. Ainda de acordo com Cruz, *fabricantes e comerciantes, agentes de um mercado em acelerado desenvolvimento, encontram nos reclames o espaço de visibilidade para seus produtos e serviços*.³¹ Em contrapartida, o veículo de comunicação jornalístico abria espaço nas folhas a qualquer anunciante fiel com as tarifas cobradas, sem fazer distinção quanto à qualidade do produto ou do serviço anunciado e, menos ainda, quanto à índole das empresas ou indivíduos que compravam o direito de divulgação no jornal.

³⁰ *O Diabo*. Rio de Janeiro, 1903. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

A Lanterna. Rio de Janeiro, 20/11/1902. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

Gazeta de Notícias. Rio de Janeiro, 06/09/1903. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

³¹ CRUZ, Heloisa de Faria. São Paulo em papel e tinta: periodismo e vida urbana 1890-1915. São Paulo: EDUC/FAPESP, 2000. p. 153.

credibilidade de um jornal tão dedicado às causas populares. Veja como os anúncios aparecem no *Correio da Noite*:

INDICADOR COMMERCIAL
Não é um simples reclame, pois, nesta secção, só indicamos algumas casas commerciaes que, de facto, estão em melhores condições de servir a população.

A' VICTORIA UNIVERSAL
é a fabrica de roupas brancas, á rua da Carioca n. 21, em frente ao Mercado de Flores, que continúa a vender todos os artigos por preços mais baratos do que em qualquer outra casa.
Este mez, a titulo de bonificação, ao povo, alguns artigos por preços quasi de graça!!..
21, Rua da Carioca, 21
Casa S. Feliciano
RUA DE CATUMBY, 2
TELEP. N. 846 -- VILLA
Em Catumby e suas adjacencias é o mais barateiro, em comestiveis em grosso e a varejo.
Filiaes:
CASA TAMCOY — Rua Frei Caneca n. 230 — Telephone 1.029.
ARMAZEM SANTA CRUZ — Rua Bella de S. João n. 2 — Telephone n. 644 — Villa.
Visitem essas casas antes de abastecer suas despensas!
CRUZ & MOTTA

Ilustração 2 - *Correio da Noite*. Rio de Janeiro, 13/01/1915.

Nesse mesmo jornal, ao lado do *Indicador Comercial*, há também a propaganda de casas comerciais dos subúrbios, o que não era comum na imprensa da época, que era ocupada apenas por reclames voltados para a região central. Mas note-se que os anúncios feitos pelas casas comerciais dos subúrbios são menores e mais discretos que

os outros, indicando que o fator financeiro teve predominância mesmo nos jornais mais alternativos. Outro fator observável é que a fronteira de contato entre subúrbios e região central se deu também na secção de reclames do periódico, expressa na disposição dos anúncios:

NOS SUBURBIOS
As casas commerciaes, pharmacias, gabinetes dentarios, cinemas, etc., que mais vantagens offerecem a população suburbana, são as seguintes:

Casa Aymoré
 Vasto sortimento de calçados, chapéus de cabeça e do sol, de todas as marcas e para todos os preços.
MANOEL BRANDÃO
 Rua Manoel Victorino, 78 — Telefone n. 1.831 — Villa — Engenho de Dentro

Hotel e Restaurant Brazil
 Prepara a preços especiais para o operariado, lanchonete com vinhos verdes, vinhos, etc.
LOURRENÇO & VIANNA
 Rua Manoel Victorino, 155 — Engenho de Dentro

Fabrica "Paraiso"
 Mantém sempre a venda os melhores e mais baratos — Verbas por atacado e a varejo — Vários outros nos cigarros 1414, marca especial da Fabrica Paraiso.
MARIO LEITE DE CARVALHO
 Rua Manoel Victorino, 163 — Telefone n. 1.651-villa — Engenho de Dentro.

HERVÂNIO RIO
S. Cosme e S. Damião
 Completo sortimento de ervas, cascas, raizes, frutos, oleos e outras artizes medicinaes recolhidas directamente da Africa e da Bahia.
 Consultas diarias pelo DR. A. SILVA
 Rua Engenho de Dentro, 17

Ilustração 3 - Correo da Noite. Rio de Janeiro, 13/01/1915. (*Nos Suburbios: As casas commerciaes, pharmacias, gabinetes dentarios, cinemas, etc., que mais vantagens offerecem a população suburbana, são as seguintes.*)

A página de anúncios completa do jornal *Correio da Noite* nos aponta que a vida comercial do Rio de Janeiro se concentrava em torno do espaço reformado, onde as maiores empresas se aglomeravam.

No entanto, este jornal era uma exceção, a regra geral no campo jornalístico era outra. Olavo Bilac, numa crônica que escreveu para o *Correio Paulistano* sobre o modelo do jornalismo moderno no Brasil, definiu a relação de dependência da imprensa moderna com os anúncios. Ele diz que:

*A imprensa não poderia deixar de ser industrializada, num século de tão espalhado e profundo industrialismo. Ainda é possível, graças a todos os deuses, a existência de jornalistas apóstolos e sacerdotes, pregando as boas idéias, e batalhando as boas batalhas, em favor da verdade e da justiça; mas o jornal não pode ser feito, sustentado, e imposto ao público, somente pelos jornalistas. É preciso distinguir. Um jornal é um organismo extraordinário e até absurdo, formado de vários órgãos diferentes, que se conjugam mas se contradizem. Na primeira coluna de um jornal moderno, há o artigo de fundo, em que o diretor sustenta as suas idéias, ou as idéias do seu partido. Mas adiante, há o terreno neutro da colaboração literária, crítica ou política. Mais adiante ainda, há o noticiário, em que impera o repórter, cuja principal obrigação é manter sempre acordada e excitada, com escândalo ou sem ele, a curiosidade do público. E, enfim, há o vasto domínio do anúncio, que é independente e soberano, e onde o dinheiro é rei. Todos esses órgãos funcionam juntos, uma aliança em que não é preciso que haja coerência (...) Mas onde a incoerência e a contradição, num bom jornal moderno, se mostram mais claramente, é na comparação do domínio da redação com o domínio dos anúncios. (...) Sem esse industrialismo, o jornal não poderia viver. Pode existir ainda hoje o tipo antigo e clássico do “jornalista-apóstolo”. Pode existir, e existe. Mas a imprensa não é um apostolado. No meio do noticiário de escândalo e dos anúncios, o artigo do doutrinador é como um púlpito sacro, plantado no meio de uma feira...*³²

Na reflexão sobre a imprensa de seu tempo, Olavo Bilac chama a atenção para a necessidade de não ignorar sua característica industrial e de massa. Ele reivindicava uma ética flexível, que não recusasse determinados tipos de noticiário ou de publicidade, como a dos curandeiros, feiticeiros, videntes, cartomantes etc. Para ele, o jornalismo seguia apenas uma tendência inevitável de acompanhar o processo de industrialização que ocorria no Rio de Janeiro. A distinção feita na crônica entre “jornalismo apostolado” e jornalismo moderno, revela a diferenciação entre as folhas que acompanharam e protagonizaram as mudanças na imprensa e os que, por um motivo ou outro, resistiram às inovações.

O jornalismo “apostolado” “antigo” e “clássico” nunca foi extinto na história do

³² BILAC, Olavo. Crônica. In. *Correio Paulistano*, São Paulo, 24/11/1907. p.1. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

jornalismo brasileiro, ele sempre permaneceu, pois sempre houve bandeiras a serem defendidas; no entanto, um jornal pautado nesse modelo não durava muito, ou porque não conseguia se manter ou porque sua existência deixava de ter sentido. O jornalismo apostolado, representado por pequenos jornais, pequeno não no sentido de ser pouco lido, mas no sentido de ter poucos recursos materiais e técnicos, por muito tempo contrastou com o jornalismo “moderno”. Para Bilac, jornalismo não pode ser feito apenas com boa vontade, idéias e sonhos. Para sobreviver é necessário assumir o caráter de indústria e não se envergonhar de agir como tal, a idéia de pureza no jornalismo é uma ingenuidade. Segundo Juarez Bahia era fácil criar folhas, o difícil era mantê-las, por isso no início do século XX surgiram vários jornais, a maioria de vida efêmera.³³

Lima Barreto, por exemplo, teve uma experiência nesse sentido. Em meados de 1907, ele criou a *Revista Floreal*, uma revista literária cujo objetivo era ser um contraponto a outras revistas que contavam com a colaboração de escritores já consagrados do período, chamados por ele de “mandarins da literatura”. Mas seu objetivo principal era se tornar um escritor consagrado. O caminho para isso era a imprensa, como a grande imprensa não se abria a novos escritores ou eles não se adaptavam a ela, o escritor, juntamente com outros colegas do Café Papagaio, Alcides Maia, Antonio Noronha Santos, Domingos Filho, Fabio Luz, etc., criou a revista para publicar seus escritos e posteriormente facilitar o acesso a um editor.³⁴

A *Revista Floreal* era mantida apenas com a contribuição dos seus próprios redatores; não estavam sintonizados ao “espírito da época”, não se abriram ou não conseguiram se adequar às exigências que orientavam a imprensa moderna e industrializada. A revista sucumbiu no quarto número diante da incapacidade de se manter, já que a mesma não tinha publicidade comercial, nem inovações técnicas, nem variedades.³⁵ Ou seja, era muito pouco atraente aos leitores da época, portanto não era um periódico vendável. Olavo Bilac parecia ter razão: apenas boas batalhas e idéias não eram suficientes para mover um periódico.

A imprensa “moderna” e “industrializada”, na opinião de Bilac, nunca teria coerência, pois mesmo que esta mantivesse características do modelo antigo e clássico, como o poder de doutrinar, de formar a opinião pública, também precisaria abrir espaço

³³ BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. São Paulo: IBRASA, 1972. p. 57.

³⁴ BARBOSA, Francisco de Assis. *A vida de Lima Barreto*. Belo horizonte: Itatiaia; São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1988. p. 133-134.

³⁵ Idem. p. 136

aos escândalos para atrair leitores, e também aos anúncios a fim de garantir recursos. Para o cronista, a falta de coerência não é manter esses diferentes espaços nas folhas, mas sim em relação à hipocrisia de alguns jornais, jornalistas e até leitores em não aceitar os contrastes, necessários, do modelo moderno de jornalismo. Eles exigiam uma ética impossível de ser seguida para os jornais-indústria que quisessem permanecer ativos e atuantes. A imprensa deveria ceder espaço para qualquer anúncio ou propagandas de caráter político, independente das convicções dos dirigentes do jornal, pois só assim ele sobreviveria, já que o mesmo seria resultado da junção desses elementos contrastantes.

No início do século XX, por exemplo, era comum encontrar críticas de jornalistas sobre a proliferação de práticas místicas na cidade do Rio de Janeiro; eles atacavam e denunciavam videntes, cartomantes, curandeiros, considerados charlatões que nada mais faziam do que extorquir pessoas de bem. No entanto, nos mesmos jornais em que se fazia o ataque a essas “crendices” e se noticiava alegremente a prisão dos feiticeiros, também circulavam diversos anúncios de curandeiros, cartomantes, videntes, médiuns, profetas, etc. Veja o que Lima Barreto escreveu em uma de suas crônicas, confirmando esta afirmativa:

*Outra coisa que me surpreende, na leitura de seção de anúncios dos jornais, é quantidade de cartomantes, feiticeiros, adivinhos, charlatães de toda a sorte que proclamam, sem nenhuma cerimônia, sem incômodos com a polícia, as suas virtudes sobre-humanas, os seus poderes ocultos, sua capacidade milagrosa. Neste jornal, hoje, há mais de dez neste sentido.*³⁶

Em outra crônica ele comentou sobre os anúncios, e com ironia detalhou como eles apareciam nas páginas dos periódicos e a eficiência dos curandeiros ocultistas:

Pelino, (...) resolveu consultar um curandeiro. Procurou os jornais, leu os anúncios e visitou então muitos que se anunciavam com grandes gabos. Leu o do professor Im-Ra, sacerdote de magia natural ou ortológica, capaz de dar saúde, beleza, amor, por um processo psicológico ainda desconhecido, etc, etc. Leu outros, mas aquele que mais agradou foi o Ergonte Ribeiro, ocultista explícito, curador de doenças da virtude, por meio (...) de instrumentos mecânicos esotéricos, cuja eficácia estava comprovada com 1452 atestados que

³⁶ BARRETO, Lima. Crônica: Anúncios... Anúncios.... In. RESENDE, Beatriz; VALENÇA, Rachel (orgs.). *Lima Barreto: Toda crônica*. Rio de Janeiro, Agir, 2004. p.244

possuía.³⁷

MOLESTIAS

DE

SENHORAS?



A SAUDE DA MULHER

PREPARADO DE **Bromil** PHARMACEUTICO

Esta preparação CURA radicalmente todas as molestias do UTERO, como sejam: HEMORRAGIAS, FLORES BRANCAS, FLUXO CERVICAL e outras molestias congeneres, acalma os dores e colicas da MATRIZ e regularisa a menstruação, seja ou não abundante o fluxo.

Pelas propriedades tónicas e fortificantes que possui convem a todas as senhoras que soffrem de ANEMIA e CHLOROSE.

APPROVADA PELA DIRECTORIA GERAL DA SAUDE PUBLICA DO BRAZIL

LABORATORIO DA **DAUDT & LAGUNILLA** SAUDE DA MULHER

Rua do Riachuelo, n. 430, RIO DE JANEIRO
(Antiga casa DAUDT & FREITAS, de Porto Alegre)

Inventores dos preparados:
A SAUDE DA MULHER,
BROMIL, BORO-BORACICA E
DEPURATIVO LYRA

GABINETE DE SCIENCIAS OCCULTAS do Prof. George Baçu

RUA VICTORIA, 129 - Telep. Cent.,
2371 - Bragantina 171, S. Paulo - Brazil

Atende a todos os que o procuram das 15 ás 18 horas, á rua Victoria, 129, telep. 2371

Curas importantes tem realisado pelo occultismo, conforme tem comprovado a imprensa paulista. Attestados photographicos e dedicatorias dos curados desta capital acham-se no gabinete do professor BAÇU.

Consultas no Gabinete dias uteis..... 10\$000
Consultas no Gabinete dias feriados..... 20\$000
Consultas por carta para tratamentos a distancia - 0\$000
Chamados a domicilio 30\$000

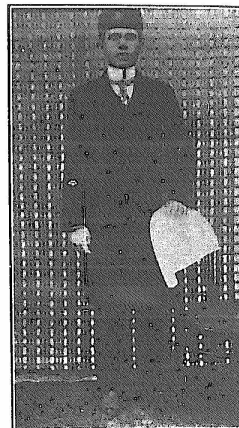
O Professor BAÇU' avisa aos seus amigos e clientes desta capital e do interior, assim como os clientes de todos os estados do Brasil que já está distribuindo os Receptores Indianos, medalhas por todos os cientistas universaes reconhecedores de suas virtudes para os casos da vida terrena, em todos os povos que tiveram a felicidade de os possuir. De milhares de pessoas nesta capital e de todos os logares que o professor tem estado, onde distribuiu os Receptores Indianos tem recebido cartas elogiosas pelos seus efeitos beneficos.

Força dupla - preço..... 20\$000

As instruções acompanham os Receptores, e toda a correspondencia e ped-dos de Receptores acompanhados da importancia em vale postal ou carta registrada, devem ser dirigidos ao

Professor GEORGE BAÇU

NOTA - O professor avisa aos seus clientes que não tem gabinete no Rio nem representação em parte alguma.



Miserias dos grandes homens

Homero viveu pedindo esmolas.

Camões morreu quasi de fome.

Tasso não tinha dinheiro para comprar uma vela, afim de escrever á noite os seus versos.

Cervantes viveu e morreu quasi na mendicidade.

Ariosto queixava-se de não possuir mais que uma capa para cobrir a sua nudez.

Milton vendeu por dez guinéos o «Paraizo Perdido».

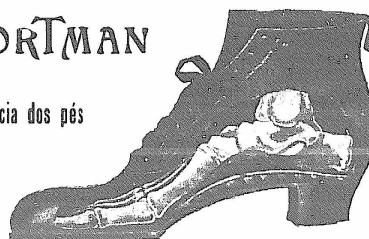
Corneille não teve um caldo em sua casa no dia em que morreu.

Esopo viveu na obscuridade e morreu á mingoa em Delphos (de desastre, dizem outros).

Murillo andava descalço nas ruas de Sevilha.

SPORTMAN

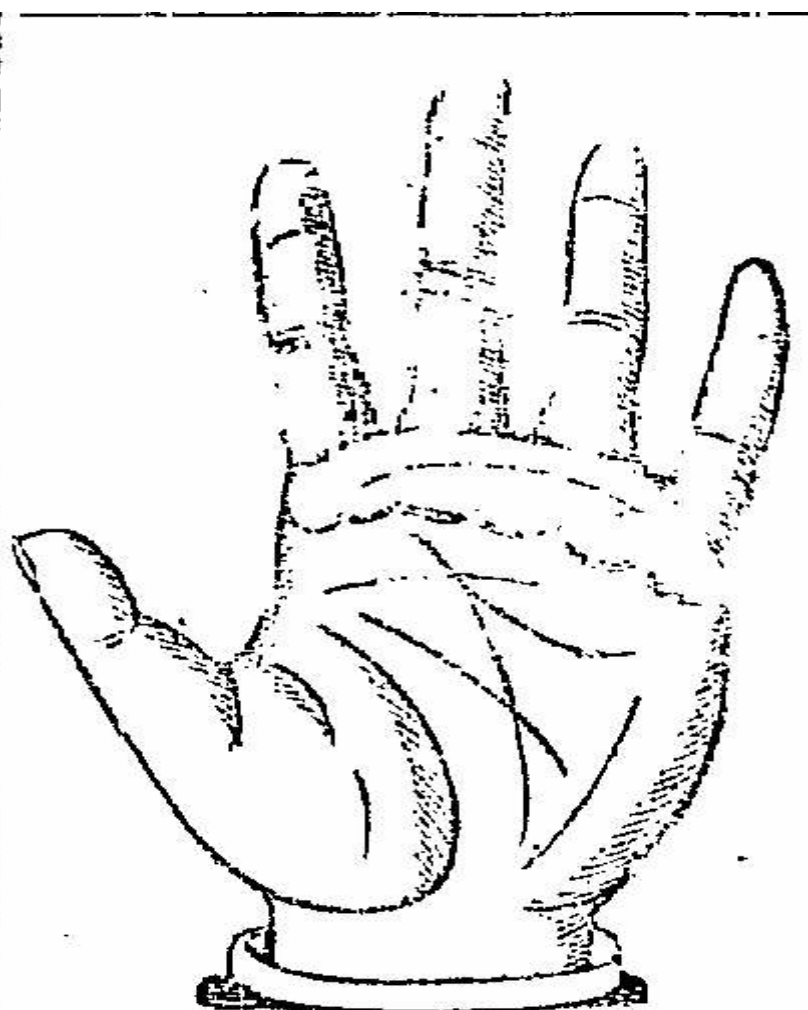
É a delicia dos pés



AVENIDA, 52 000 000 000 OURIVES, 25

Ilustração 5 - Careta. Rio de Janeiro, 07/08/1915. (anúncio de ocultismo no canto direito superior)

³⁷ BARRETO, Lima. *Correio da Noite*. Rio de Janeiro, 17/12/1914. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.



O FUTURO REVELADO

PROF. R. DE VIREMONT se achará em seu escriptorio. Senador Dantas 44, sala de entrada. De 16 do corrente em diante, de 9 às 11 e de 1 às 5 horas. — Preços das consultas 10\$000, de 7 às 9 da noite 5\$000, há consultas nos domingos. Aceita chamados no domicilio. Preços 15\$, por dous 20\$, por um grupo 30\$000.

Ilustração 6 - *Gazeta de Notícias*. Rio de Janeiro, 16/02/1906. (O futuro revelado: prof. dr. de Viremont se achará em seu escriptorio, Senador Dantas 44, sala de entrada. De 16 do corrente em diante, de 9 às 11 e de 1 às 5 horas. - Preços das consultas 10\$000, de 7 às 9 da noite 5\$000, há consultas nos domingos. Aceita chamados no domicilio, Preços 15\$, por dous 20\$, por um grupo 30\$000.)

A imprensa era o principal caminho para que essas práticas viessem a público, aumentando a clientela daquele que tivessem o anúncio melhor elaborado e convincente no Jornal ou revista mais renomado. O periódico tinha o poder de atribuir veracidade

aos serviços e produtos anunciados, levando pessoas a acreditarem nesses profissionais do ocultismo ou profissionais políticos. Outro exemplo é o jogo do bicho, tido, por muitos, como uma das maiores moléstias da sociedade, um vício que deveria ser extirpado. Entretanto, todos os jornais-empresa publicavam anúncios do jogo do bicho e até davam palpites.³⁸ O cronista estava convicto de que a crescente indústria publicitária e os políticos dependiam dos jornais, bem como os jornais dependiam deles.

05 RUA GENERAL CAMARA 06

BUENA DICA



Com toda certeza da hoje um destes bichinhos :


 859

 500

 580

Cigana,

Ganharam hontem :

Antigo...	3263	Gr.	1	Avestruz,
Moderno...	650	"	13	Gallo
Rio...	151	"	13	Gallo
Salteado...	12	"	3	Burro
2º premio.	228	"	7	Carneiro
3º premio.	925	"	7	Carneiro

ANNUNCIOS

Ilustração 7 - *Gazeta de Notícias*. Rio de Janeiro, 16/02/1906. (*Buena Dica: Com toda certeza da hoje um destes bichinhos.*)

³⁸ BILAC, Olavo. Crônica. In. *Correio Paulistano*, São Paulo, 24/11/1907. p.1. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

O purismo de valores e princípios, na imprensa, esfacelava-se gradualmente à medida que o modelo empresarial/industrial se consolidava. Isso não quer dizer que os profissionais do jornalismo, especialmente a redação dos jornais e revistas, não tinham suas convicções e faziam da imprensa um meio de propagá-las. Mas tais convicções e concepções de mundo concorriam com o interesse comercial, que muitas vezes foi priorizado em detrimento dos interesses das outras convicções. Porém esses interesses não eram excludentes, como poderiam aparentar ser, pois quanto maior fosse o potencial econômico e comercial do jornal-empresa, tão maior seria sua influência e poder de alcance para imprimir seus ideais de cultura, política, cidade, etc.

Esse novo modelo de jornalismo faria, forçosamente, concessões ideológicas. A característica de apostolado deixou de ser predominante, o apostolado da direção, redação e colaboradores passou a conviver, sem muita coerência, com a expectativa e gosto dos leitores e com o apostolado dos patrocinadores, fosse do comércio ou da política. A partir de então, a imprensa passou a ter esse tripé de sustentação, alguns jornais dariam maior importância a um ou outro desses fatores, e essa decisão dependia em grande parte do sucesso ou insucesso do periódico em questão.³⁹

Na *Revista da Época*, um dos periódicos em que Lima Barreto colaborou, revista de pequena tiragem e de restrita colaboração, nota-se a preocupação e a importância desse tripé para a sobrevivência do impresso. Numa nota de abertura, a redação comunica aos leitores: (...) *três annos de existência trabalhosa é certo, porém sempre assegurado pelo apoio dos novos assignantes e do commercio, assim como do público em geral*⁴⁰.

Sendo assim, podemos notar que a maioria dos jornais em que Barreto e Bilac escreveram não se fechou aos anúncios comerciais e políticos. Não haveria de ser diferente, Nelson Werneck Sodré percebeu que no período em que esses cronistas atuaram na imprensa carioca, jornais clássicos como o *Jornal do Brasil*, tinham 85% das páginas ocupadas por pequenos anúncios.⁴¹

Havia propagandas com finalidades comerciais, culturais, políticas, etc., com o fim de promover algo ou alguém para a sociedade. Em praticamente todos os jornais que pesquisamos, seja de grande ou de pequena circulação, os reclames comerciais se

³⁹ Idem.

⁴⁰ *Revista da Época*, Rio de Janeiro, 03/1904. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁴¹ SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999. p. 346

repetem, são os mesmos, salvo algumas exceções.⁴² O que altera de um jornal para outro é a quantidade de anúncios, sua elaboração e a posição que ocupa. Além das propagandas políticas, do jogo do bicho, videntes e cartomantes, havia publicidades principalmente de seguros de vida, licores, cervejas, xaropes, elixires, cigarros, charutos, hotéis, restaurantes, dentistas, oficinas tipográficas, roupas, perfumes, gramofones, oficinas de serviços de diversos tipos, fósforos, velas, paquetes...⁴³

A propaganda nos periódicos, especialmente nos de grande circulação, como *Careta*, *Kosmos*, *Jornal da Exposição*, *Gazeta de Notícias*, *Correio da Manhã*, *Fon-Fon*, expressam a sintonia com países estrangeiros nos hábitos e costumes brasileiros. Nos produtos, marcas ou na apresentação do anúncio, era comum encontrar essa sintonia principalmente com Estados Unidos, Inglaterra e França. Na revista *Careta*, por exemplo, há o seguinte anúncio de perfume: *um jour viendra - perfume d'arys o mais luxuoso, adoptado pelas pessoas elegantes, o mais cativante e penetrante*.⁴⁴ Na revista *Kosmos* a sintonia com hábitos ingleses era expressa no anúncio de um chapéu: *os smarts só usam chapéus que têm esta marca*.⁴⁵

⁴² Por exemplo, a propaganda de apólice de seguro – terrestre ou marítimo – da *A Equitativa*, se repetia na *Careta*, *Kosmos*, *Correio da Manhã*, *Correio Paulistano*, entre outros.

⁴³ Os principais jornais pesquisados foram: A.B.C. (1916); Almanak do Tagarela (07/1903); A Lanterna (11/1902); *Careta* (1915 – 1920); *Correio da Manhã* (04/1905 – 06/1906); *Correio da Noite* (14/12/1914 – 31/12/1914); *Correio Paulistano* (10/09/1907 – 18/06/1908); *Diabo* (1903); *Fon – Fon* (04-12/1907); *Gazeta da Tarde* (1911); *Gazeta de Notícias* (07/01/1900 – 25/10/1908); *Jornal da Exposição* (09/1908 – 11/1908); *Kosmos* (03/1904 – 05/1908); *Quinzena Alegre* (1903); *Revista da Época* (10/1903 – 1904); *Revista Floreal* (05/1908); *Revista Contemporânea* (1918). Todos estão no: Catálogo de Periódicos Brasileiros do acervo da Fundação Biblioteca Nacional. Rio de Janeiro.

⁴⁴ *Revista Careta*. Rio de Janeiro, 08/05/1920. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁴⁵ *Kosmos*. Rio de Janeiro, 1905. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

UN JOUR VIENDRA

PERFUME D'ARYS O MAIS LUXUOSO.
ADOPTADO PELAS PESSOAS ELEGANTES
O MAIS CAPTIVANTE E PENETRANTE.



Extracto, Locção, Pó de Arroz, Sabonetes, etc.

ARYS, 3, Rue de la Paix, Paris — e em todas as perfumarias
Agentes exclusivos para o Brasil — **A. J. FERREIRA**
— 113, Rua General Camara, 113 — Rio de Janeiro —
Acha-se á venda em todas as casas de Perfumarias no Brasil

Ilustração 9 - *Careta*. Rio de Janeiro. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

Além disso, a publicidade na imprensa colocava em evidência a região central do Rio de Janeiro na época. Os jornais, comércios, obras públicas, áreas de passeio público tudo se concentrava no espaço principal da cidade, o centro do Rio de Janeiro nas primeiras décadas do século XX. As ruas mais destacadas nos jornais pesquisados foram: rua Ouvidor, rua Dos Ourives, rua Da Quitanda, rua Gonçalves Dias, rua 7 de Setembro. Parecia que toda a vida comercial do Rio se concentrava nessas ruas próximas à Avenida Rio Branco, espaço onde o ideal de modernidade tinha sua maior expressão. O jornalismo era o espaço dos anúncios das ruas, prédios e construções, também arautos da modernização a que se submetia a cidade.

Periódicos de maior circulação, com mais recursos tecnológicos e constituídos como empresa, como o *Jornal da Exposição* e Revista *Kosmos*, além das propagandas comerciais, também faziam propaganda da Avenida Central e da prefeitura do Rio de Janeiro. A Revista *Kosmos*, além dos anúncios que fazia principalmente de produtos específicos para mulheres e crianças, que preenchiam as primeiras e as últimas páginas da revista, possuía, por exemplo, publicidade referente às obras da Avenida Central. Na revista havia propagandas da Prefeitura do Rio de Janeiro enaltecendo obras, atos, e personalidades.⁴⁶

O *Jornal da Exposição*⁴⁷ era praticamente todo constituído por publicidade da Prefeitura do Rio de Janeiro. Os anúncios comerciais dividiam espaço com os anúncios que propagavam os lugares atraentes da cidade. Em todos os números sempre estava estampada, na primeira página, a fotografia de uma personalidade política, ou de algum lugar notável, ou de um grande nome da literatura. Nas últimas páginas do jornal da exposição, o destaque era para propagandas de restaurantes, teatro, cinema, bailes, ou seja, atrações do “lugar modelo” da cidade carioca.⁴⁸ O reclame havia invadido a imprensa não apenas para aumentar o mercado consumidor, mas para reforçar valores, determinar hábitos e influenciar práticas.

O jornal *Correio da Manhã*, nos primeiros anos do século XX, dedicava toda a última página à publicidade, mas nas outras páginas também havia alguns anúncios

⁴⁶ *Kosmos*. Rio de Janeiro, 06/1905.; A revista era um dos principais instrumentos de publicidade da prefeitura e suas obras, ela mesma se definia como o veículo responsável pela: *descrição completa da Capital da Republica histórica, administração, monumentos, bellezas naturaes, dados estatísticos, ilustrações primorosas, trabalho lypographico de primeira ordem(...)*. Além de anunciar na revista, a impressão de obras editadas pela prefeitura do Rio de Janeiro, escritas por Ferreira Rosa, eram feitas pela oficina da *Kosmos*, sob a responsabilidade do editor Jorge Schmidt.

⁴⁷ O *Jornal da Exposição* circulou apenas durante a Exposição Nacional, entre setembro a novembro de 1908.

⁴⁸ *Jornal da Exposição*. Rio de Janeiro, 09-11/1908. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

dividindo coluna com outras linguagens do diário.⁴⁹ O Jornal *Lanterna - Revista de Ciencias, Letras e Arte*, mesmo sendo dirigido por um grupo de acadêmicos, com uma pequena tiragem, fez uso significativo de publicidade, quase sempre no meio ou nas últimas páginas, dividindo espaço com a sessão de crítica literária do periódico. Sobre a publicidade desse jornal, é interessante notar que os anúncios presentes eram de produtos comumente utilizados no universo intelectual. Para citar alguns exemplos: pianos Ronisch, propaganda de licor, cigarros e editoras como a LAEMERT e C. LIVREIROS E EDITORES.⁵⁰

No *Correio Paulistano*, jornal em que Olavo Bilac escreveu a crônica sobre os anúncios, a publicidade estava presente em quase todas as páginas.⁵¹ O jornal diário era publicado com quatro ou seis páginas, destas sempre a segunda, a terceira e quarta eram ocupadas por propagandas que dividiam espaço com informativos, crônicas e folhetim.

A *Gazeta de Notícias*⁵² era repleta de anúncios espalhados por todas as páginas, mas que se concentravam principalmente na última, reservada exclusivamente para tal fim. No *Correio da Manhã*⁵³, a quarta página era toda reservada aos reclames. A revista *Fon-Fon*⁵⁴ abria e fechava seus números com propagandas, normalmente as cinco primeiras e as cinco últimas páginas eram dedicadas aos reclames. A pequena revista humorística e de crítica, em que Lima Barreto escreveu, *O Diabo*⁵⁵, teve também forte presença publicitária. Na revista *Careta*⁵⁶, as propagandas ocupavam normalmente as dez primeiras páginas e as duas ou três últimas.

Com o desenvolvimento da indústria de reclames e o surgimento de profissionais da propaganda que transformaram os anúncios, surgem vários jornais e revistas como *A Bruxa*⁵⁷, por exemplo, criada por Olavo Bilac juntamente com Julião Machado, com a finalidade de veicular propaganda comercial. Surgem também outros pequenos periódicos que se mantiveram em funcionamento em razão dos anúncios. O tempo de existência do periódico dependia, em parte, da quantidade de anunciantes que possuía e

⁴⁹ *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 04/1905-06/1906. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁵⁰ *A Lanterna*. Rio de Janeiro, 11/1902. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁵¹ *Correio Paulistano*. São Paulo, 09/1907. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁵² *Gazeta de Notícias*. Rio de Janeiro, 08/01/1905-24/12/1905. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁵³ *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 04/1905-06/1906. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁵⁴ *Fon-Fon*. Rio de Janeiro. 04-12/1907. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁵⁵ *Diabo*. Rio de Janeiro, 1903. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁵⁶ *Careta*. Rio de Janeiro, 27/03/1915 – 18/12/1915. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁵⁷ *A Bruxa*. Rio de Janeiro. 05/02/1897. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

da fidelidade desses para com o veículo em que seu estabelecimento se fazia conhecido. Mas isso não era suficiente; caso o periódico não tivesse outras linguagens que atraíssem leitores, o mesmo não teria grande aceitação do público, conseqüentemente, deixava de ser interessante para a indústria de reclames.⁵⁸

Havia periódicos, como a *Revista Tagarela*, em que Barreto colaborou, que eram criados exclusivamente para a propaganda comercial. Grande parte dela era dedicada a anunciar produtos, serviços e marcas. Os redatores da revista a definiam como *Semanário crítico, humorístico, ilustrado e de propaganda commercial*. Essa revista fazia anúncio dela mesma a patrocinadores em potencial, no intuito de atrair comerciantes dispostos a investir no projeto. Observe o anúncio que circulava em seus números: *Chamamos a atenção do commercio para o systema inteiramente novo dos anúncios que por preços reduzidos publicamos na Tagarela*.⁵⁹

Com as mudanças na imprensa e na sociedade, os jornais e revistas transformaram-se em produtos de consumo. Nesse sentido, a redação dos periódicos parecia fazer propaganda dos próprios periódicos. Era essa uma das estratégias para aumentar o número de vendas e manter a fidelidade dos assinantes e investidores. As qualidades e novidades eram sempre anunciadas no próprio jornal como uma espécie de propaganda para chamar a atenção dos leitores, ampliando a visibilidade e a credibilidade do mesmo.

*A brilhante defesa que o valente Correio da manhã tem feito em prol da construção de casas nas zonas fabris, é um serviço de tanta magnitude que nenhum operário pode, sem incorrer numa clamorosa injustiça, deixar de sentir-se satisfeito e agradecido por tão grande obsequio. É sem duvida alguma resultado dessa defesa, a iniciativa do Dr. Pereira Passos, adquirindo os terrenos precisos e mandando nelles construir os primeiros grupos de habitações operarias...*⁶⁰

Outro exemplo é o da *Revista da Época*:

*Devíamos principiar pedindo alvíssaras aos nossos leitores pela excelente notícia que hoje temos a fortuna de lhes dar. Realmente o caso não é para menos, visto que no empenho que temos sempre mostrado de melhor quando possível a Revista da Época, tornando-a cada vez mais digna de sympathia que lhe é dispensada...*⁶¹

⁵⁸ SUSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de Letras: literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. p. 62.

⁵⁹ *Revista Tagarela*. Rio de Janeiro, 07/1903. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁶⁰ *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 04/04/1906. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁶¹ *Revista da Época*. Rio de Janeiro, 03/1904. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

Os jornais e revistas assumiam esse aspecto de mercadoria, que poderia ser tanto vendida como comprada. Vendida aos leitores e comprada pelos comerciantes, mas principalmente pelas facções oligárquicas detentoras do cenário político. Os periódicos se esforçavam para manter o equilíbrio do tripé de sustentação do jornalismo.

Não era tão comum, mas havia também periódicos que não davam tanta importância à publicidade e praticamente se fechavam a ela. Era o caso da revista *Quinzena Alegre*, que tinha pouquíssimos reclames e parecia não fazer questão de aumentá-los. A postura que a revista assumia de críticas esnobes, não era de quem estava interessada em atrair pessoas dispostas a comprar um espaço em suas páginas. *Quinzena Alegre* fazia críticas aos burgueses, homens de negócio, magistrados austeros e outros homens aliados a uma literatura e ao jornalismo ligado ao governo e ao mercado. A revista, crítica e humorística, assumia o papel de oposição à grande imprensa carioca. Na nota de abertura é perceptível o descaso da revista em se enquadrar ao padrão do momento:

*Hás de notar que não te chamamos ainda de leitor amável nem dissemos que vínhamos preencher uma lacuna... e agora já é tarde para emendarmos a mão, numa phrase chilra de lisonja improducente. E vá, para que não te amofines, um cumprimento a garroche, desrespeitoso e grotesco, no piparote que te atirarmos à pança com a familiaridade de um amigo velho. Ora viva, seu coisa!*⁶²

O tripé de sustentação da revista tinha uma das escoras maior que as outras. A escora correspondente à opinião dos idealizadores da revista, com maior expressão, se sobrepôs às outras, não permitindo o equilíbrio que o contexto exigia dos impressos que almejassem vida longa; equilíbrio este definido por Olavo Bilac como *incoerência e contradição*.⁶³

Nem Lima Barreto nem Olavo Bilac se importavam com o domínio dos anúncios; ambos entendiam a necessidade deste para o novo modelo de jornalismo. Tanto é que escreveram pouco sobre isso e, nas poucas vezes que escreveram, trataram os anúncios como algo próprio da imprensa, ou como uma necessidade da qual não se poderia abrir mão. Mesmo Lima Barreto, um dos principais críticos da grande imprensa, não utilizou a crônica para criticar algum periódico em relação aos anúncios comerciais.

⁶² *Quinzena Alegre*. Rio de Janeiro, 1903, p. 1. Acervo Periódicos Raros - Fundação Biblioteca Nacional.

⁶³ BILAC, Olavo. Crônica. In. *Correio Paulistano*. São Paulo, 24/11/1907. p.1. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

Barreto era contra o domínio político na imprensa, era contra jornais e revistas que dedicavam páginas inteiras à apologia de algum nome ilustre da política, não concordava com a idéia de que a imprensa, além de fazer propaganda comercial, fizesse propagandas políticas. Barreto não tolerava a subordinação da imprensa e dos intelectuais que nela trabalhavam às demandas políticas.⁶⁴ Já Olavo Bilac aceitava isso com facilidade, pois entendia que o periódico é maior do que qualquer propaganda política e que isso fazia parte da incoerência da imprensa que a mantinha viva.

A publicidade não era questão de sobrevivência apenas para o jornal, era também para todo aquele que se dispunha a viver da pena. Fossem poetas, repórteres, cronistas, desenhistas, redatores, todos transitavam, além da sua área específica, pelo universo da publicidade. Olavo Bilac, como bom conhecedor do mundo das folhas, apesar de sempre demonstrar a separação da crônica, sonetos e folhetins como o campo da literatura na imprensa distinto de outras linguagens, deu toques literários ao estilo jornalístico, emprestando seu talento a outros gêneros. Bilac não poupava esforços para agradar a clientela, estava sempre pronto a escrever qualquer outra linguagem que constituísse o universo do jornalismo, sem fazer caso do conteúdo ou da forma. Para ele, se bem pago, tudo era válido na imprensa. Para o cronista:

Ninguém escreve unicamente pela satisfação de escrever. Quem assina estas linhas já uma vez disse, num soneto, que não fazia versos

*ambicionando
das néscias turbas os aplausos fúteis;*

mas isso foi uma descaradíssima mentira rimada. Quem escreve, quer os aplausos fúteis das turbas néscias, e quer ainda ver pago o seu trabalho, não só em louvores, mas também em dinheiro. Escrever por escrever, é platonismo, que, como todos os platonismos, é inepto e ridículo.⁶⁵

Através da trajetória de Bilac e Barreto, podemos notar que a publicidade passou a ser uma das possibilidades para a profissionalização, inclusive para os homens de letras. De acordo com Flora Sussekind:

⁶⁴ BARRETO, Lima. Crônica. In. RESENDE, Beatriz; VALENÇA, Rachel (orgs.). *Lima Barreto: Toda crônica*. Rio de Janeiro, Agir, 2004. p.303-304.; BARRETO, Lima. Histrião ou Literato?. In. *Revista Contemporânea*. Rio de Janeiro. 15/02/1918. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.; BARRETO, Lima. Até que afinal!. In. *A.B.C.* Rio de Janeiro, 02/02/1918. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁶⁵ _BILAC, Olavo. Crônica._ In. DIMAS, Antonio (org.). *Bilac, o jornalista: crônicas: volume 2*. São Paulo: Edusp, Unicamp, Imprensa Oficial. 2006, p. 47.

*Muitos dos homens de letras mais conhecidos no Brasil de inícios de século XX não hesitaram de aceitar o papel de homens-sanduíche também. Bilac, Emílio de Meneses, Hermes Fontes, Bastos Tigre são alguns dos que mergulham de cabeça na redação de quadrinhos e sonetos de propaganda.*⁶⁶

Havia a idéia de enobrecer o produto e, se ele fosse descrito com a arte poética de um escritor renomado, certamente faria mais sucesso. Quanto mais ornato e burilamento das palavras, mais atrativo se tornava o produto. A arte da escrita, a literatura artística estava a serviço da indústria de reclames como uma forma de enobrecer os anúncios, poetizando-os. Veja um verso-reclame escrito por Olavo Bilac: *Aviso a quem é fumante/ tanto o príncipe de Gales/ como o Campos Sales/ usam fósforos brilhante*. Já Lima Barreto não se enveredou por esse universo da publicidade, preferindo se omitir a esse respeito. Cremos que nenhuma empresa gostaria de deixar seus reclames aos cuidados de um escritor que representava, na época, a escória da humanidade: mulato, feio, pobre e opositor virulento ao consumismo e à vida elegante, definitivamente Lima Barreto não era vendável.

A indústria do reclame se relacionava até mesmo com a literatura brasileira, pois ela contribuiu para a transformação do livro em mercadoria a ser divulgada em anúncios. Os jornais e cartazes anunciavam obras literárias incentivando a compra das mesmas. O reclame era um dos recursos que tornava a obra uma mercadoria vendável. Lima Barreto, criticando os grandes escritores-jornalistas de seu tempo, na pessoa de Coelho Neto, que se omitia frente aos problemas sociais para tratar de pilherias, identificava a importância da propaganda para venda de livros: *...a fraqueza dos seus livros, a insuficiência da sua comunicação afetuosa, de forma que os seus livros não vivem por si, mas pela **reclame** que lhes é feita.*⁶⁷ O jornal era o melhor veículo para divulgação de um livro ou do autor do mesmo. Não apenas pelas notas publicitárias, mas também pelos livros publicados em forma de folhetins, onde os autores se consagravam através dos jornais e revistas, para depois publicarem seus livros, que a partir de então teriam maior aceitação por se tratar de um nome já conhecido. Como observou Padre Severiano, *no estado atual de nossa cultura, é o jornal que se lê mais, e não o livro. O poeta ou o prosador que quiser ver a sua obra passar de coisa escrita à*

⁶⁶ SUSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de Letras: literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. p. 63

⁶⁷ BARRETO, Lima. Crônica. In. Revista Contemporânea. Rio de Janeiro, 15/02/1918. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

*coisa impressa tem que se submeter ao jornal. É ele que abrirá caminho ao livro, ou melhor, é ele que tem aberto caminho ao livro.*⁶⁸

Em muitos momentos, os homens das letras se tornaram homens-sanduíche, mesmo nas crônicas, anunciando o ideal político mais conveniente ou o modelo de cidade mais atraente. A profissionalização do intelectual pode ser associada ao trabalho de um anunciante. De certa forma, os escritores de crônicas eram anunciantes de idéias ou projetos específicos; se o intelectual anunciante fosse bom, a idéia era comprada, ou, ao menos, o público do veículo no qual ele escrevia aumentava.

O reclame invadiu não só as ruas da cidade carioca, mas também a imprensa. E nela aparecia como expressão da realidade do Rio de Janeiro. A indústria publicitária no Brasil revelava que a imprensa e a sociedade estavam em vias de transformação. Como demonstra Lima Barreto em uma de suas crônicas:

Quando bati à porta do gabinete de trabalho do meu amigo, ele estava estirado num divã improvisado com tábuas (...) lendo um jornal. Não levantou os olhos do cotidiano, e disse-me, naturalmente:

- Entra.

Entrei e sentei-me (...) Ele, porém, não tirava os olhos do jornal que lia, com a atenção de quem está estudando coisas transcendentais.

- Que diabo tu lêes aí, que não me dás nenhuma atenção?

- Anúncios, meu caro; anúncios...

- É o recurso dos humoristas à cata de assuntos, ler anúncios.

*- Não sou humorista e, se leio os anúncios, é para estudar a vida e a sociedade. Os anúncios são uma manifestação delas; e, às vezes, tão brutalmente as manifestam que a gente fica pasmo com a brutalidade deles.*⁶⁹

1.3 CRÔNICAS E CRONISTAS NO RITMO DAS MÁQUINAS

Outro fator digno de nota são as novas técnicas que invadiram o jornalismo e o cotidiano carioca, favorecendo o processo de profissionalização do escritor. As inovações tecnológicas no sistema de comunicação e locomoção influenciaram a imprensa e fizeram os letrados repensarem a sua produção literária. No início do século

⁶⁸ RESENDE, Padre Severiano de.; RIO, João do (org.). *Momento Literário*. Rio de Janeiro: Editora Criar, 2006. p. 103.

⁶⁹ BARRETO, Lima. Crônica: Anúncios... Anúncios.... In. RESENDE, Beatriz; VALENÇA, Rachel (orgs.). *Lima Barreto: Toda crônica*. Rio de Janeiro, Agir, 2004. p.243

XX, diversos aparelhos entraram no Brasil, outros se aperfeiçoaram e outros gradualmente se popularizaram. A sociedade passou a conviver diariamente com cinematógrafo, gramofone, fonógrafo, telégrafo, automóveis dentre outros aparelhos que modificaram o comportamento, a noção de tempo e a percepção das pessoas. A imprensa acompanhou esse processo, apropriando-se de novas técnicas de impressão e difusão que contemplassem as demandas do momento.⁷⁰

O desenvolvimento tecnológico propiciou novas maneiras de conceber, ver, sentir e experimentar o mundo. Junto aos aparelhos também surgiam sensações, palavras, sons, prazeres, relações com o tempo, ou seja, experiências nunca experimentadas até então. Amplas áreas do saber e do viver foram afetadas pelos avanços técnicos, contribuindo para a sensação de que o Rio de Janeiro estava em sintonia com os paradigmas do progresso. Essas novas experiências estiveram presentes na imprensa, seja na própria materialidade do impresso, na forma de reclames, na forma de informes ou narradas pela crônica. A revista semanal *Fon-Fon*, por exemplo, abria grande parte de seus números, em 1907, com a seguinte nota:

Poucas palavras apenas, á guiza de apresentação. Uma pequena... “corrida”, sem grandes despendidos de “gazolina”, nem excessos de velocidade. Para um jornal ágil e leve como o Fon-Fon!, não pode haver programma determinado (deveríamos dizer distancia marcada). Queremos fazer rir, alegrar a tua boa alma carinhosa, amado povo brasileiro, como pilheria fina e a troça educada, com a glosa inoffensiva e gaiata dos velhos hábitos e dos velhos costumes, com o commentario leve ás cousas da actualidade. Para os graves problemas da vida, para a mascarada política, para a sisudez conselheiral das finanças e da intrincada complicação dos princípios sociaes, cá temos a resposta própria, aperta-se a “sirene” e... “Fon-Fon!” “Fon-Fon!”⁷¹

O próprio nome da revista revela a influência automobilística e do novo som da buzina presente na vida urbana, mas a relação da revista com as inovações não para por aí. Ela ocupa ainda o universo da analogia que marca a semelhança da revista com o automóvel, num esforço de se colocar como a atraente novidade do campo jornalístico. Como a sirene do automóvel, ela se colocava na posição de chamar a atenção, alertar e até mesmo incomodar se necessário fosse. A revista *Fon-Fon* é a prova do apego que a imprensa tinha, no início do século, por tudo aquilo que era considerado moderno, visto

⁷⁰ SUSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de Letras: literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. p. 29.

⁷¹ *Fon-Fon*. Rio de Janeiro. 1907. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

que se apegar aos símbolos da modernidade era também uma forma de se modernizar, podendo assim cumprir a função de ridicularizar a *glosa inoffensiva e gaiata dos velhos hábitos e dos velhos costumes*.⁷² Nesse sentido, podemos notar que o avanço tecnológico era anunciado, noticiado, discutido e comentado pelos periódicos e entre eles.

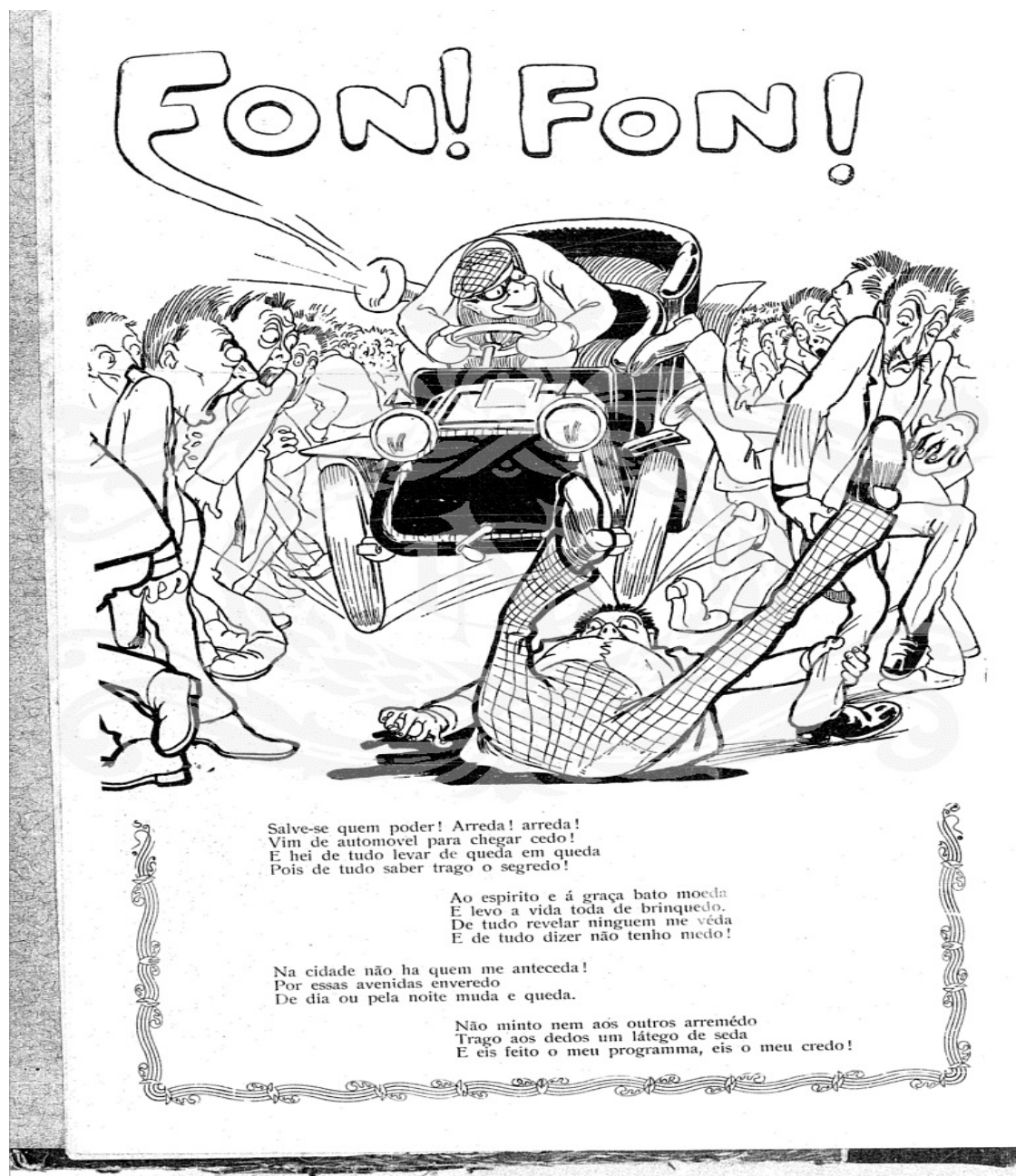


Ilustração 10 - *Fon-Fon*. Rio de Janeiro, 13/04/1907. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

Invento que se popularizou rapidamente foi o fonógrafo; o funcionamento do

⁷² Idem.

fonógrafo era uma atração em si, seu mecanismo chamava mais atenção do que os sons que eram gravados e reproduzidos. A máquina falante impressionou tanto que muitos comerciantes enriqueceram cobrando dos espectadores para assistir o espetáculo do fonógrafo em ação. No início do século, gramofones e fonógrafos eram aparelhos acessíveis a um grande número de pessoas. Era comum ouvir esses aparelhos ao longo das ruas, especialmente nas ruas centrais da cidade carioca. A aceitação desse invento, somada à fascinação da sociedade, fez jornalistas, como João do Rio, pensarem na possibilidade de a imprensa adotar as máquinas falantes e cantantes como mais um recurso para ampliar a difusão dos gêneros jornalísticos.⁷³

Embora, naquele momento, a criação de um jornal falante fosse irreal e impossível, pois ainda não havia se desenvolvido as técnicas de transmissão a rádio, os aparelhos de reprodução foram um dos fatores que impuseram aos periódicos a necessidade de reformulação; em especial, no que tange aos gêneros escritos de destaque no jornalismo, tais como a reportagem, a entrevista, a crônica e as informações. Claro que a popularização de fonógrafos e gramofones não é a única explicação, mas pode ser uma das explicações que fizeram esses gêneros jornalísticos se encurtarem e se aproximarem cada vez mais da língua falada, numa tentativa de não deixar o jornal perder seu valor frente às novas técnicas de difusão coletiva.



STOCK DE GRAMMOPHONES
 Novos modelos - perfeitos - vozes claras
 203000, 303700 e 384000
 Preços especiais para reclame da CASA EDISON
Sortimento todo novo escolhido pelo chefe da casa, actualmente nos ESTADOS-UNIDOS.
 Discos modernos duplos e simples para todas gostos--operas e operetas, canções populares de todos os países.
 Uma visita a
CASA EDISON
 Rua S. Bento, 26 S. Paulo

LISTA DOS ESPECIFICOS VETERINARIOS
 DO DR. HUMBERTO

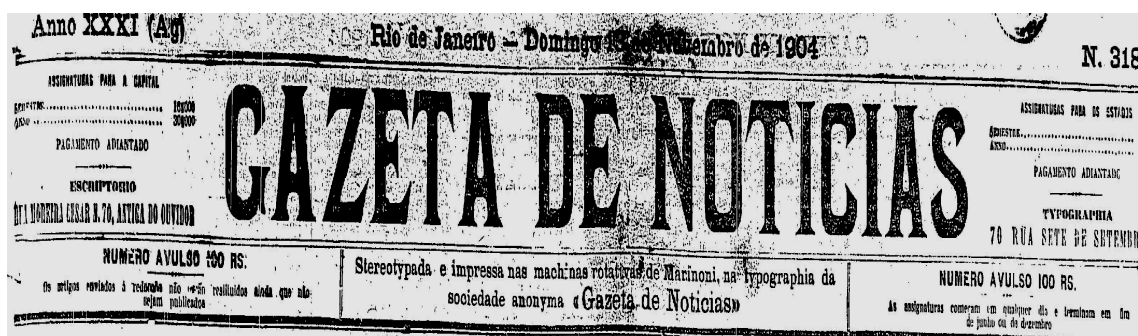
Ilustração 11 - *Correio Paulistano*. São Paulo, 13/06/1908. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

Os grandes periódicos tiveram condições de estabelecer uma relação mais

⁷³ BILAC, Olavo. Apud MENESES, Raimundo de. *Bastos Tigre e La Belle Époque*. São Paulo: Edart, 1966. p.355.

estreita com as inovações na área da impressão e da reprodução mecânica. A própria materialidade dos jornais nos revela o desenvolvimento significativo da indústria gráfica, e que este esteve restrito aos jornais e revistas mais renomados, embora parte da pequena imprensa, que não gozava dos mesmos recursos, pagasse para rodar seus números nas oficinas dos grandes jornais. Diferenciar as máquinas é também uma das formas de identificar o potencial e a função social dos jornais e revistas, pois os grandes jornais utilizavam máquinas velozes que em muito se diferenciavam das utilizadas pelos pequenos jornais operários.

Basta correr os olhos nos impressos para identificar como eles eram produzidos, ou melhor, em que máquina eles eram confeccionados. Os equipamentos eram valorizados, porque os proprietários dos jornais pareciam saber que este era um fator determinante para demonstrar a grandeza da sua empresa. Tratava-se de um indício que atestava a condição moderna do jornal, a prova de que ele caminhava lado a lado com o progresso. Pouco abaixo do nome do periódico, lá estava estampado o recurso maquinário do qual havia se originado. Na *Gazeta de Notícias* encontrava-se: *Steriotypado e impresso nas machinas rotativas de MARINANI, na typographia da sociedade anonyma “gazeta de notícias”*⁷⁴. No *Jornal da Exposição* aparece: *impresso em machina OPTIMA da DITTA NEBIOLLO & C. Torino – Itália – Material Typographico de LUCAS & C – Composto em Machina Linotipo de MERGENTHALER LINOTYPE COMPANY. – New York.*⁷⁵



Essa atitude pode ser entendida como a propaganda que o jornal fazia de si mesmo, não simplesmente para enobrecê-lo, mas também para demonstrar sua

⁷⁴ *Gazeta de Notícias*. Rio de Janeiro, 13/11/1904. p. 1. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁷⁵ *Jornal da Exposição*. Rio de Janeiro, 14/09/1908. p. 1. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

superioridade em relação aos outros impressos, porque parecia haver uma concorrência entre os periódicos para determinar qual possuía o maquinário mais avançado no momento.

O *Jornal da Exposição*, inclusive, incentivava seus leitores a visitarem a Oficina do Jornal para conhecerem o processo de produção do periódico e também para apreciarem o quanto o jornal era avançado e fazia jus ao papel de imprensa oficial de cobertura da Exposição Nacional de 1908, no Rio de Janeiro. *Kosmos*, revista de extraordinário padrão gráfico, em nota de apresentação, chama a atenção do público para as qualidades da revista. O enfoque principal são os equipamentos utilizados que demonstravam a superioridade e o diferencial da revista em relação aos outros periódicos.

Não tentaremos attrahir o favor publico com promessas, as mais das vezes fallaciosas; contanto, conquistal-o, primeiro buscaremos merecel-o, até que factos se encarreguem de justificar nossos propósitos.

*Tomando por modelo as mais notáveis publicações ilustradas europeias e norte-americanas. Lutando com incríveis embaraços em um meio como o nosso tão mal aparelhado para semelhantes empresas, coagidos a reunir em nossas officinas os mais variados ramos das artes graphicas, que em mais adiantados centros constituem verdadeiras especialidades...*⁷⁶

Naquele momento, a melhor forma de expor os avanços tecnológicos não era simplesmente apresentar ou nomear as máquinas, nem somente compará-las às oficinas de outros periódicos similares, mas igualar-se à tecnologia e aos periódicos produzidos nos países considerados exemplos de progresso e modernidade. Daí a necessidade em mencionar a origem dos aparelhos, como se isso bastasse para atestar a confiabilidade e a autoridade do impresso.

Nos pequenos jornais, não se encontrava a mesma autopublicidade que os grandes faziam em torno dos modernos equipamentos de impressão. Quase sempre defasado nesse aspecto, o que havia eram muitas promessas de melhoramentos, caso os jornais ampliassem o número de leitores e patrocinadores, quando não descaso total. O fato é que o processo de substituição dos arcaicos prelos pelas velozes máquinas rotativas, favoreceu o jornalismo, pois permitiu a diminuição do preço dos jornais, o aumento de tiragem, uma maior velocidade e qualidade na impressão, aumentando

⁷⁶ *Kosmos*. Rio de Janeiro, 01/1904. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

ainda mais a diferença, o poder de alcance e influência entre os grandes e pequenos periódicos.

Com todos os avanços que povoaram o cotidiano do Rio de Janeiro e de outras grandes capitais, o tempo imediato passou a ser um fator importante no jornalismo. A iluminação elétrica, os automóveis, os trens e a ampliação da rede ferroviária, os bondes, as novas técnicas de impressão e de reprodução propiciaram uma alteração da sociedade na sua relação com o tempo e com o espaço. Na imprensa, isto não foi diferente: ela passou a ter apego e valorização cada vez mais crescente pelo instante, fazendo com que outras linguagens jornalísticas, como a crônica, também se adaptassem à nova dinâmica que se impunha. Podemos perceber isso em uma reportagem do *Jornal da Exposição*:

*A notícia de ultima hora publicada hontem pelo Jornal da Exposição, foi tanto quanto possível, completo e traduz um sucesso para nossa reportagem. O fogo declarou-se às 3,35 da tarde e, às 4 horas, a ultima pagina do jornal entrea no prelo já com a notícia composta e emendada. Isto é, no pequeno espaço de 25 minutos, o nosso repórter tomou as suas notas no local do incêndio, transmitiu-as ao redator de serviço, que escreveu a notícia e o passou ao linotipista, pouco depois os revisores reenviava-lhe a prova para emendar e o pacote seguia para a página. E as 4,30, o Jornal da Exposição era distribuído. Por todo o recinto, narrando o começo do incêndio, que os bombeiros ainda extinguíam.*⁷⁷

No dia anterior a essa reportagem, que mais se parece com uma nota ou um reclame do próprio jornal, foi noticiado, na sessão “Ultima Hora”, um incêndio no cinematografo e no teatro de variedades, pertencentes a uma mesma empresa, a *Paschoal Secreto*.⁷⁸ Podemos perceber que, por meio dessa notícia o jornal se aproveitou para demonstrar suas qualificações descrevendo o rápido processo do acontecimento até a distribuição do jornal, o sucesso da reportagem estava na capacidade de comunicação do instante, na capacidade do jornal em se apressar na mesma medida em que o tempo acelerava.

O compromisso com o tempo imediato se apresentou também na divisão do trabalho no interior da oficina, onde cada um exercia uma função diferente, de maneira que a elaboração do jornal era feita em etapas, cada qual com seu profissional específico, contribuindo para maior qualidade e velocidade no produto final. A rapidez

⁷⁷ *Jornal da Exposição*. Rio de Janeiro, 07/09/1908. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁷⁸ Idem. 06/09/1908.

na distribuição possibilitou que periódicos diários produzidos no Rio de Janeiro circulassem em outros estados do país sem grande defasagem de tempo. Como o diário *Correio Paulistano*, em que Bilac contribuía. Ele enviava a crônica para São Paulo, onde o jornal era produzido, e com, no máximo, um dia de diferença o jornal já estava circulando no Rio de Janeiro com a crônica que Bilac enviara.⁷⁹ Enfim, todo o trabalho deveria ser rápido para que o jornal saísse no calor da hora com as notícias do momento, como se o periódico buscasse traduzir o movimento da cidade nas páginas impressas. Os jornais perceberam e incorporaram a significativa aceleração do tempo vivenciada no cotidiano carioca. A sensação de velocidade estava diretamente ligada à impressão de progresso promovida especialmente pela modernização dos transportes e da comunicação.⁸⁰

A difusão da fotografia foi outro fator que incentivou a mudança na forma de percepção da sociedade, além de influenciar muito a imprensa, que, por sua vez, teve grande contribuição na popularização do recurso. Formou-se então uma via de mão dupla: a imprensa propagava a fotografia, tornando-a parte do dia-a-dia dos cariocas; por outro lado, esse contato fez com que o público tivesse a imagem como uma verdadeira atração, obrigando a imprensa a renovar suas páginas e adaptar os outros gêneros diante do domínio das imagens. As transformações técnicas da litografia à fotografia nos jornais foi fator fundamental para a nova configuração da imprensa.⁸¹

Ainda no período imperial, a fotografia já havia aparecido no Brasil com os Daguerreótipos⁸², que produziam imagem única e não reproduzível. Porém, foi nas últimas décadas do século XIX que a fotografia aperfeiçoou a técnica e se difundiu pelo país. No entanto, os periódicos que pesquisamos indicam que foi somente nos primeiros anos do século XX que ela teria se consolidado como uma das principais linguagens constituintes dos impressos, principalmente em razão das novas técnicas fotográficas que apareceram nesse momento, como o recurso de fazer várias cópias do negativo e a possibilidade de imprimir os retratos no papel, através da técnica positivo-negativo. Junto à gradual popularização da nova técnica, eram disseminados os estabelecimentos

⁷⁹ *Correio Paulistano*. São Paulo. 01/12/1907-18/07/1908. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

⁸⁰ MELLO, Maria Tereza Chaves de. *A república consentida: cultura democrática e científica do final do império*. Rio de Janeiro: Editora FGV: Editora Edur, 2007. pág. 128.

⁸¹ BILAC, Olavo. Crônica. In. *Gazeta de Notícias*. Rio de Janeiro, 13/01/1901. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.

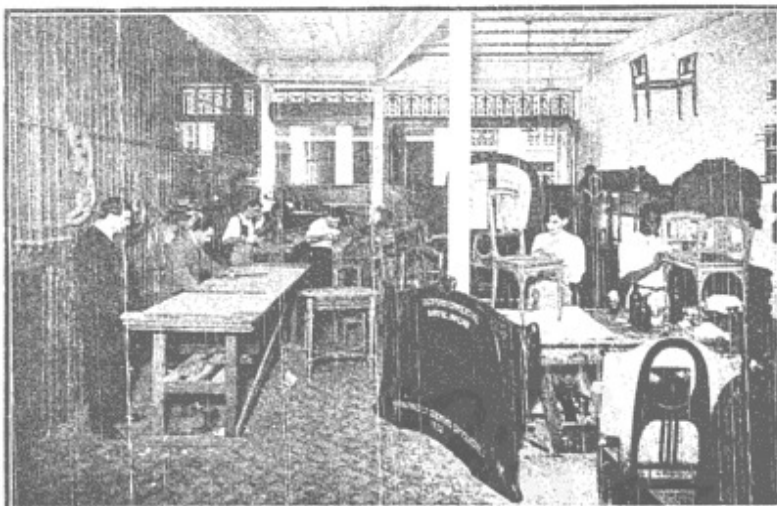
⁸² É um aparelho fotográfico inventado pelo francês Daguerre (1787-1851). O Daguerreotipo obtinha imagens fotográficas pela ação do vapor de iodo sobre uma placa de prata, a imagem é revelada após vários minutos de exposição sob forte luz, depois ela é fixada com hipossulfito de sódio.

fotográficos e os fotógrafos amadores. Segundo Flora Sussekind, este é outro aspecto que permite explicar a divulgação da fotografia e dos avanços técnicos nessa área.⁸³

No início do século XX, o cartão-postal e o álbum com imagens das cidades apareceram criando uma outra forma de perceber e retratar a realidade, além de divulgar as novas possibilidades da fotografia, como se estivesse preparando o terreno para que também nesse momento a fotografia passasse a ocupar lugar privilegiado na imprensa. Isso pode ser observado através dos reclames feitos pelos estabelecimentos fotográficos ou reclames de outros produtos que também se utilizavam da fotografia. O que é notado também no surgimento de diversas revistas e jornais repletos de fotos.⁸⁴

⁸³ SUSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de Letras: literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. p. 33

⁸⁴ Idem. p. 31-33



**Marcenari
luso-Italiana**

Rua des Arces 46

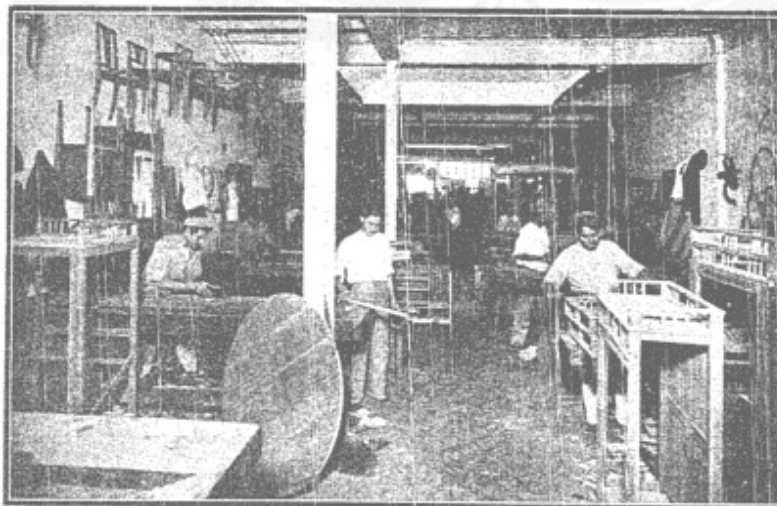
PROPRIEDADE DE

*Mobiliario
Chic*

Rua 7 Setembro 103

Dispondo de um habil
corpo de artistas, esta
nova officina de moveis
está apta a fornecer ao
publico as mais finas e
luxuosas peças para guar-
necer o interior de qual-
quer casa ou escriptorio.

Só trabalhando com
madeira de lei, todo o
mobiliario do seu fabri-
co destaca-se pela ele-
gancia e beleza, mas
tambem, impoindo o va-
lor real do novo esta-
belecimento, pela resis-
tencia e durabilidade.



1º — Secção de
esculptura vendo-se a
esquerda os
Snrs. B. Souza Barreto e
José Pascale,
proprietarios da fabrica.

2º — Grupo de amigos
no dia da inauguraçã.

3º — Secção
de marcenaria.

Ilustração 12 - *Careta*. Rio de Janeiro, 28/08/1920. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional. (Publicidade de uma marcenaria feita com fotografias)

L. MUSSO & C.
PHOTOGRAPHOS

10 — Rua da Uruguayana — 10
RIO DE JANEIRO

Ultima Novidade Photographica
Retratos em côres (Monocromos)
de bellissimo effeito e inalteraveis.

COMPANHIA MINERVA
SEGUROS MARITIMOS E TERRESTRES

DEPOSITO NO THESOURO FEDERAL — 200.000\$000

Rua 1.º de Março, 29 — RIO DE JANEIRO

 DIRECTORIA { *Emilio do Amaral Ribeiro*
Affonso Burlamaqui
Jacinto de Magalhães 

Ilustração 13 - *Kosmos*. Rio de Janeiro. 10/1907. Acervo Periódicos - Fundação Biblioteca Nacional.
(anuncio de um estabelecimento fotográfico)

Alguns periódicos não utilizavam fotografias, principalmente os de pequena circulação, como a revista *Quinzena Alegre* (1903), *O Diabo* (1903), *Revista Floreal* (1908), *Revista Tagarela* (1903), *O Debate* (1917). No entanto, quando os recursos impossibilitavam o uso da fotografia, ela era substituída pelas charges, caricaturas, e outras ilustrações, utilizadas com o fim de satisfazer o gosto que os cariocas tinham pelas imagens. Havia ainda pequenos jornais como *A Lanterna* (1902), *ABC* (1916), *Gazeta da Tarde* (1911) que utilizavam muito pouco a fotografia, saíam com uma ou, no máximo, duas fotos e, sempre que utilizavam, a estampavam logo na primeira página, o lugar de maior destaque. Havia também periódicos de grande circulação que não adotavam muito o recurso; nas raras vezes que o faziam também reservavam a primeira página para a fotografia, dentre eles se destacam especialmente a *Gazeta de Notícias* (1908), o *Correio da Manhã* (1905) e o *Correio Paulistano* (1907). Estes se tratavam de periódicos com circulação diária, o que inviabilizava o uso freqüente da fotografia. Diante desse empecilho, tais jornais criaram o suplemento ilustrado, uma edição especial que saía aos domingos ou mensalmente. Neles, havia fotografias e ilustrações em abundância. Já nos famosos impressos como *Kosmos* (1908), *Fon-Fon* (1907), *Careta* (1915) e o *Jornal da Exposição* (1908) o uso da fotografia era amplo.