

BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa*. Brasil 1800-1900. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010. 266 p.



Em *História Cultural da Imprensa*, Marialva Barbosa propõe uma narrativa entre tantas possíveis, fragmentada, de acordo com os preceitos da nova história francesa. Sugere, através do adjetivo “cultural”, uma proposta de historicização do século XIX no qual a imprensa não é objeto de estudo, mas ponto de partida para uma reconstrução do período mais ampla do que a mera cronologia e descrição dos “fatos”. Barbosa almeja tanto retratar o desenvolvimento da imprensa no Brasil como, baseada no conceito de sistemas de comunicação de Robert Darnton, remontar às ações narrativas daqueles que viveram este período. Nesse sentido, a história construída tem por objetivo o estudo não apenas das publicações nos jornais, mas também dos agentes e do público-alvo envolvidos.

Barbosa parte da ideia de que, para existir a imprensa e atribuir-lhe um valor de transmissora de opinião e informação, é preciso que se desenvolva a mentalidade abstrata das múltiplas interpretações dos jornais, o que é possível através do estudo de suas narrativas e práticas. No caso brasileiro, foi preciso algumas décadas após a chegada da família real, em 1808, para que o valor abstrato da imprensa se difundisse e se enraizasse de modo a criar um público sedento por informação.

Em um mundo em que a imprensa é recente, não faz sentido separar a forma impressa dos modos de comunicação oral. Logo, mesmo que as notícias que deram início à imprensa no Rio de Janeiro tenham atingido um público restrito, a partir das formas de vida e sociabilidade existentes na cidade, podemos pensar numa mescla de públicos que se cruzam. Ou seja, para obter as informações de um jornal, não há a necessidade de lê-lo, um vez que as notícias vêm e vão, de boca em boca, nos encontros do cotidiano carioca do século XIX.

A questão da oralidade ganha nova dimensão quando se compara a imprensa no Brasil da primeira metade do século XIX e a na França, especialmente a do final século XVIII. Percebe-se, nestes dois contextos, que os jornais constituem-se de redes de informação em acordo com o universo cultural no qual estão imersos, fugindo do controle e das determinações mais diretas; que a palavra imprensa torna-se possibilidade de distinção e

de reconhecimento; e que os temas que mais ganham o gosto popular são os que ferem a ordem estabelecida, os que apelam para os valores mais infames e os que se fundamentam na lógica do conflito.

A polêmica, tão cara nas primeiras décadas do século XIX, faz parte dessa lógica conflitiva que atrai o público leitor. O tom polemista de um texto possibilita aos jovens (e/ou esquecidos) escritores ingressarem no mundo dos nomes reconhecidos. Além disso, a polêmica tem por base uma lógica discursiva advinda da oralidade; logo, plena de jogos retóricos e de entonações, ideal para leituras em voz alta, para terceiros, o que expande o seu alcance.

Através de uma análise detalhada dos textos publicados na imprensa, com as suas marcas de oralidade e as suas abreviaturas, Barbosa sugere que a publicação de jornais implica, necessariamente, uma pluralidade de atores sociais, lugares e dispositivos, técnicas e gestos. Tanto a produção do texto como a construção de seus significados dependem de momentos diferentes de sua transmissão. Prólogos, advertências, títulos, subtítulos e divisões, negritos, itálicos, letras maiúsculas no meio de frases e exclamações indicam essa natureza ambígua do destinatário e a dupla circulação dos textos.

A partir de 1821, multiplicam-se, por todo o país, impressos que polemizam os debates públicos – sobretudo, em novos espaços de sociabilidade, como cafés, livrarias, academias e sociedades. Dentre os vinte periódicos que aparecem no Rio de Janeiro entre 1821-1822, todos são, a sua maneira, representantes de correntes políticas do período. O *Correio do Rio de Janeiro*, por exemplo, faz da polêmica a sua principal estratégia narrativa. O mesmo ocorre nas províncias. Deste modo, Barbosa percebe que as letras impressas são utilizadas com fins, por vezes, políticos, como o fazem proprietários (rurais e/ou de escravos), comerciantes, magistrados e funcionários públicos, os quais legitimam o espaço da imprensa diante da iminência de um confronto de interesses com Portugal.

Essas ideias, entretanto, ao sair do mundo da oralidade para o mundo do letramento (via jornais, folhetos e panfletos) tornam-se discussões mais duradouras, agrupando pessoas que têm pensamentos similares e

constituindo grupos de discussão. Cria-se, assim, um simbolismo para a palavra impressa que só cresce ao longo do século XIX, fazendo do jornalismo um caminho para promoção social e política. Nesse sentido, as discussões infundáveis entre jornais, no início do Império, evidenciam o fato de um jornal constituir-se em referência a outro, opondo-se a este. Em última instância, as palavras impressas em um determinado periódico entre a década de 1820 e a de 1830 são destinadas a outros jornalistas, criando uma característica que perdurará: a auto-referencialidade. Um exemplo é o jornalismo apelativo, em panfletos de pequena tiragem e curta duração, que conclama o público à determinada causa, fazendo do ataque pessoal a mola propulsora da sua produção – o que destaca mais os envolvidos no conteúdo do que a informação em si.

As polêmicas com as quais se faz o conteúdo dos jornais do Primeiro Reinado também nos ajudam na construção da história do Brasil. Nas ruas das cidades, em reuniões públicas ou privadas, debates travados na imprensa são temas para conversas. Já durante o Período Regencial e o Segundo Reinado, a imprensa, por não poupar críticas aos governantes, repetidas vezes é caracterizada como violenta.

O fato de a política assumir a cena pública motiva o aparecimento dos jornais, lugar privilegiado para a discussão das ideias que circulam pelas ruas. Há, então, a ampliação de uma cultura política para além dos grupos dominantes, incluindo o público dos periódicos – militares, profissionais diversos, funcionários públicos, membros do clero. No entanto, a adesão do público a determinados jornais deve-se também às respectivas escolhas narrativas. Mais especificamente, o leitor vai ficar preso à querela dependendo de como as opiniões virulentas estão dispostas em relação aos acontecimentos cotidianos, resposta da população à demanda por informação.

Outro tópico importante associado à oralidade é a presença da escravidão na história cultural da imprensa brasileira. Partindo do princípio que, neste período, a oralidade coexiste com o letramento, Barbosa propõe a ampliação da noção de público leitor, não o restringindo apenas aos alfabetizados, mas também aqueles que escutam as notícias pelas ruas, praças e casas grandes. Nesse sentido, não há motivo para não compreender os escravos como possíveis leitores.

De outro modo, ao analisar os anúncios dos jornais, Barbosa aponta que os escravos podem ser entendidos como agentes intermediários na venda de periódicos, já que são expostos em anúncios de fugas, de venda e de aluguel de serviços.

Em terceiro lugar, os escravos podem ter lido eles mesmos os jornais, tendo em vista que eram sujeitos que podem ter sido alfabetizados, direta ou indiretamente. Segundo Barbosa, prova disso é o fato de que muitos

escravos desenvolveram capacidades de letramento, alguns deles até trabalhando no mundo das letras impressas, transformando-se, assim, em público potencial (e não alvo) dos jornais.

Sobre a imprensa abolicionista, a historiadora afirma que na década de 1880, tanto no Rio de Janeiro como em São Paulo, cresce consideravelmente o número de tipografias. A cidade se constitui num lugar de formação de opinião. Temas abolicionistas e republicanos, debatidos ao longo das décadas de 1870 e 1880, aumentaram, intensificaram e polarizaram as polêmicas, forma tradicional do jornalismo do século XIX.

No mesmo momento em que os debates políticos e ideológicos se intensificam por meio da imprensa, no final do século XIX, surge outra característica desse jornalismo que será determinante para a sua constituição: a ideia de imparcialidade. Ao editar com destaque, sob uma capa de neutralidade, as notícias policiais e reportagens e ao introduzir a entrevista nas primeiras páginas, os jornais procuram construir uma representação ideal da sociedade. A opinião isola-se no artigo de fundo, sendo reforçada pela ilustração, publicada ao lado do texto. Numa sociedade com significativos índices de analfabetismo, o jornalista-o homem de letras-repórter tem seu capital simbólico valorizado.

A capa da neutralidade, todavia, cobre inúmeras modificações. Um novo tempo é apresentado nos periódicos, programado, dividido. Manipulam-se as camadas letradas e unificam-se os discursos da nova ordem. Esse processo de industrialização e profissionalização da imprensa representa o fim da era das polêmicas tal como entendidas na primeira metade do século XIX. Agora, através das duras campanhas que promovem, os donos de jornais podem demolir reputações, derrubar ministros e nomear políticos.

A popularidade não depende mais da intensidade dos debates, mas está relacionada à participação do leitor. Vendo sua fala ou identificando-se com os personagens cotidianos dos periódicos, este se sente mais próximo da imprensa. Tal movimento é correspondido pelos jornais, que procuram a inclusão do público-alvo e a publicação de personagens atrativamente populares.

O desejo de conquistar audiência e de participar do jogo político leva os periódicos, ainda que ocupando o mesmo campo de atuação, a se colocarem em lados opostos. Disputas, rivalidades e lutas explícitas entre eles são, na verdade, o embate pelo papel de porta-voz dos grupos dominantes. Desse modo, as críticas, desavenças e campanhas devem ser consideradas sob dois aspectos: como legitimação de uma auto-identidade construída e como efetiva disputa pelo papel primordial de divulgador, estruturador e centralizador das visões dominantes. O locutor não se dirige apenas ao adversário. O objetivo é

atingir o leitor. Por conseguinte, o jornalista é, na verdade, o intermediário de um processo de comunicação que envolve o interlocutor e o público, cuja adesão é disputada com todas as armas. Procura-se reduzir a distância dos leitores, criar uma identidade própria para o periódico. Num mercado de bens culturais ainda não plenamente constituídos, é fundamental dispor de uma nova versão de folhetim. Como nos publicados em capítulos, campanhas, denúncias e críticas são apresentadas em série, em forma de trama.

À medida que a palavra escrita adquire valor de verdade e autoridade em relação à oralidade, cresce a importância dos letrados e dos especialistas. As regras e as normas se tornam explícitas e fixas, sob a forma de códigos e leis, de estruturas normativas genéricas. A expansão, ainda que restrita, da escrita contribui para dar ao jornalismo uma nova “missão” – como os próprios jornalistas, com frequência, apregoam. Ao jornalista cabe difundir ideias, visões de mundo e representações da sociedade. A sua função comunicativa ganha força ao lado de seu papel político.

Nesse novo contexto socioeconômico, não há mais espaço para o amadorismo. Transformados em grandes empresas, importando modernos equipamentos, aumentando o número de páginas e a tiragem dos exemplares, passam a depender não apenas do pequeno anúncio e da publicidade particular, mas, sobretudo, da verba oficial. Além disso, sob a lógica do mercado, a auto-referenciação muda de tonalidade. Nos anos derradeiros do século XIX, um dos principais acontecimentos para o jornal continua sendo ele mesmo. Multiplicam-se notícias sobre o desempenho dos repórteres, sobre sua posição política e sobre as ações na justiça movidas contra seus adversários. Tal como o advogado, o jornalista procurava agir como árbitro das questões políticas. É ele quem

denuncia. A sua tribuna é o jornal; a audiência, o leitor. O *habitus* do jornalista, porém, estimula o conflito. Mesmo assim, define-se como defensor da verdade, da imparcialidade e das causas nacionais.

O livro de Barbosa nos permite traçar, dentre outras narrativas possíveis, uma história da cultura do Brasil através da imprensa e pela imprensa, da monarquia à república, da presença da oralidade ao culto do jornalista-especialista, da centralidade das polêmicas aos conflitos e campanhas de difamação, das participações do público-alvo às do público que não era alvo. As referências teóricas, abrangendo campos como sociologia, história e crítica literária, entre outros, apenas evidenciam uma construção narrativa do período não centralizada em eventos e personalidades, mas que joga constantemente com dados quantitativos (como o aumento no número de tipografias) e qualitativos (como a análise dos anúncios). Ao serem narradas de forma fragmentada, coerente com a perspectiva da nova história, esses diversos elementos proporcionam uma reconstrução densa das representações dos diferentes homens e mulheres do século XIX e uma importante reconstituição do período como um todo. Além de ser uma contribuição importantíssima para o estudo da passagem da monarquia para a república no Brasil (e não somente da imprensa), *História cultura da imprensa* tem méritos pela escolha das fontes e, principalmente, pelo modo como lida com este material. Trata-se de um terreno fértil (e pouco explorado) para os estudos de história e, por que não, de literatura.

VINÍCIUS GONÇALVES CARNEIRO
Doutorando PUCRS/CNPq

Recebido: 05 de dezembro de 2011
Aprovado: 19 de dezembro de 2011