



VII Simpósio Nacional de História Cultural
**HISTÓRIA CULTURAL: ESCRITAS, CIRCULAÇÃO,
LEITURAS E RECEPÇÕES**

Universidade de São Paulo - USP

São Paulo - SP

10 e 14 de Novembro de 2014

**E O JORNALISMO, PARA QUE SERVE? A PERSISTÊNCIA DO MITO
DA IMPARCIALIDADE À LUZ DA LITERATURA E DA HISTÓRIA***

Luciana Almeida das Chagas**

No romance *Recordações do Escrivão Isaías Caminha*, Lima Barreto (1881-1922) faz uma caricatura do meio jornalístico a partir da personagem principal, um contínuo que trabalha na redação de um grande jornal carioca. O autor discorre sobre os meandros do jornalismo e dentre as características presentes na redação e enumeradas pelo autor estão a sordidez, o preconceito, o despreparo e o medo da denúncia que muitas vezes levava a troca de favores. Essa permuta era denunciada por Lima Barreto e prejudicava a qualidade do jornalismo.

Naquela época existia também um paradoxo entre as atividades de escritor e jornalista, pois ambas misturavam-se por ter a escrita como meio de expressão. As características do profissional que iria exercer a profissão de jornalista ainda estavam sendo definidas. Os escritores eram convidados para trabalhar nas redações de jornais e muitos tornavam-se jornalistas. Alguns “homens de letras buscavam encontrar no jornal o que não encontravam no livro: notoriedade em primeiro lugar e um pouco de dinheiro”

* Comunicação apresentada no Simpósio temático 17 - “Imprensa, literatura e cidades nas encruzilhadas da história”, realizado no âmbito do VII Simpósio Nacional de História Cultural, ocorrido na USP, entre 10 e 14 de novembro de 2014.

** Jornalista e Mestra em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense.

(WERNECK, 1966:334). Outros escritores consideravam que trabalhar com o jornalismo seria uma rendição em relação aos seus princípios éticos e profissionais.

No início do século XX, a generalização das relações capitalistas no Brasil - com as quais o jornalismo era incompatível - fez com que mudanças surgissem na imprensa. Tais alterações foram introduzidas lentamente, mas acentuavam-se nas seguintes tendências: o declínio do folhetim, que foi substituído pelo colunismo e mais tarde pela reportagem; a entrevista, que foi substituída pelo artigo político; e no predomínio da informação sobre a doutrinação. O aparecimento de temas antes tratados como secundários, como os policiais, esportivos e mundanos, ampliavam-se nas páginas dos jornais.

Segundo Marialva Barbosa (2000), os veículos de comunicação pretendiam possibilitar a migração de “falas” e a integração de múltiplas faces de uma mesma sociedade, informar sobre as experiências comuns da vida urbana, relacionar patrimônios históricos, étnicos e regionais e difundir-los com a intenção de coordenar múltiplas temporalidades de um público diversificado; o jornal era espaço de ascensão social. Alguns escritores-jornalistas conseguiram vender seus livros somente após adquirir *status* escrevendo artigos e reportagens para jornais. Antes de enveredar pelo jornalismo, esse escritor era frustrado, pois não conseguia ter sucesso com seus textos. Desta forma, Barbosa afirma que “o jornalismo é bom para a literatura na medida em que possibilita ao autor ser lido, permite sua difusão, prepara o público, cria o trabalho” (BARBOSA, 2000:101).

Inúmeras transformações ocorreram no jornalismo no final do século XIX: a reprodução de fotos e ilustrações nas páginas dos jornais e revistas, maior rapidez no processo de produção e a utilização de modernas impressoras. Nas redações surge uma nova personagem: o repórter, que substitui os redatores de banca¹. A apuração ganha as ruas, a cobertura passa a ser feita junto às instituições. Surge uma divisão interna no trabalho dos jornalistas: criam-se setores de reportagem e crônica social. Os literatos passam a ocupar a primeira página das publicações. A imagem é cada vez mais utilizada como representação da realidade. Paralelamente acontece o desenvolvimento do sistema de correios, dos transportes e do sistema telegráfico.

¹ Os redatores de banca eram indivíduos que escreviam sobre qualquer assunto na redação, sem ir às ruas.

esta forma, inaugura-se um novo modo de fazer jornal, que fica mais barato, contendo notícias inéditas, valorizando as ilustrações e outros recursos gráficos. A partir desse momento o jornal se populariza. E passa a estampar em suas páginas as tragédias do cotidiano e os fatos políticos.

Mas nem todos os escritores aceitavam aquela nova realidade. Enquanto José Veríssimo, no *Jornal do Comércio*, dirigiu todo o movimento literário, Aluísio de Azevedo resmungava que “é melhor ser calceteiro ou condutor de bonde do que homem de letras em um país como este” (SEVCENKO, 2003: 114). Para homens como Aluísio de Azevedo “o engajamento passa a ser condição ética do homem de letras” (SEVCENKO, 2003:97) que vivia um processo de transformação.

O jornal também se utilizava dos literatos – já conhecidos pela sociedade – para corroborar sua popularização. Os literatos, em contrapartida, faziam deste veículo o meio de divulgação e de publicação de seus escritos. Desta forma,

o jornal passa a fornecer o público necessário à própria configuração da obra do escritor, a sua remuneração e às condições para que assuma, ao mesmo tempo, um lugar na burocracia oficial, melhorando suas condições de subsistência e satisfazendo a sua ambição de se integrar às elites. (BARBOSA, 2000:98)

“Na *Belle Epóque*, a literatura se tornou um espaço cultural facilmente identificável por um repertório limitado de clichês que só mudavam na ordem e no arranjo com que apareciam” (SEVCENKO, 2003:123). Os literatos preocupavam-se com a concorrência do jornalismo, que criava padrões para a linguagem e oferecia empregos com baixas remunerações aos homens de letras. Surgiam, nesse momento, críticas e também resistências à banalização e à neutralização da força cultural da literatura. “Mas nada embaraçava a expansão vitoriosa do jornalismo [...] Sua força e ação, quer sobre as classes conservadoras, quer sobre a massa de caixeiros, aventureiros e funcionários de toda espécie, é uma evidência indiscutível” (SEVCENKO, 2003:126). E, ao mesmo tempo, esse jornalismo que surgia representava a consciência de massa e alterava os hábitos e valores daquela sociedade. Desta forma, os escritores-jornalistas preocupados com a recepção de seus escritos, adotavam novas formas de produção cultural e impunham seus julgamentos críticos à ratificação de uma aparente autoridade perante as massas.

Contudo, os jornalistas se ressentiram do tempo em que sua sobrevivência era assegurada pela generosidade de um aristocrata de gosto refinado. Até então publicavam seus textos em livros que eram adquiridos pela alta burguesia. Nesse momento surgem as primeiras sociedades que protegeriam e lutariam pelos direitos dos homens de letras. “A produção intelectual é tão digna quanto as outras e tanto quanto as outras merece a proteção das leis” (Revista Fon Fon apud SEVCENKO, 2003:128). Surgem também as agências literárias que elaboravam textos - discursos parlamentares, conferências e artigos de crítica literária sobre qualquer obra - sob encomenda.

- Essa mudança impôs à literatura a concorrência com o cinema, a fotografia, o gramofone, o jornal diário, o livro didático, as revistas mundanas e os manuais científicos. As modificações das técnicas de comunicação fizeram com que o modo de vida se alterasse num curto espaço de tempo, o que modificou o lugar ocupado pela literatura. Os escritores-jornalistas redigiam seus textos para poucos: 15 em cada 100 brasileiros eram letrados. O restante da população era analfabeto. Até então nenhum dos escritores vivia de letras, o salário que os sustentava era garantido por meio de outros ofícios. Não se concebia a atividade literária como profissão e o mercado de livros nacionais era incipiente (SEVCENKO, 2003).

A literatura brasileira estava dividida em dois campos opostos. O primeiro grupo era de jornalistas que faziam parte da imprensa burguesa, aquela que representava o fazer jornalístico referente às normas legitimadas pelo campo jornalístico. E o segundo grupo - que fazia parte do outro jornalismo - encontrava-se inquieto e inconformado. Esses, lutavam por uma mudança histórica e buscavam novas publicações para suas obras. Formavam uma espécie de “escritores-cidadãos”. Exerciam suas funções com os olhos postos nos centros de decisão e nos rumos da sociedade, numa atitude perspicaz de “nacionalismo intelectual” (SEVCENKO, 2003:134). Como escritores independentes, tentavam revalidar a literatura. Já os jornalistas estavam fascinados com o poder e o mérito que a opinião pública lhes conferia.

REVISTA: O EXERCÍCIO DA AUTORIA

Paralelamente, o mercado editorial de revistas começava a crescer. Lima Barreto, por exemplo, inaugura uma publicação, a revista *Floreal*, cujo primeiro número foi publicado em outubro de 1907. A revista era simples e pequena (media 15 X 22 cm),

mas seu conteúdo era extenso. Eram 40 páginas de texto com periodicidade mensal. Essa publicação

representa a concretização do desejo [de Barreto] de tornar-se escritor e ao mesmo tempo um veículo da sua militância literária. Afinal, poderia expor livremente suas idéias, abrindo espaço para aqueles que compartilhavam os mesmos ideais políticos e literários, além de construir as redes de sociabilidades indispensáveis a qualquer trajetória intelectual (BOTELHO, 2005:149).

Passado o primeiro mês da publicação de *Floreal*, Lima Barreto foi ao encontro de Thomaz Labanca, o distribuidor, a fim de tomar conhecimento do primeiro saldo das vendas. Apenas 38 exemplares foram vendidos. Para Labanca o que prejudicou a vendagem foi a falta de uma capa atraente. Não havia nenhum chamariz naquele exemplar. Mas Lima Barreto não tinha essa intenção. Ele gostaria que a revista fosse vendida somente pelo seu conteúdo. Em seu primeiro editorial estava registrado que se tratava de uma “publicação individualista em que os leitores poderiam manifestar as suas preferências, além de comunicar suas intuições ou ainda dizer seus julgamentos” (FLOREAL, 1907). Para Botelho (2005:150),

era a materialização de um sonho acalentado por um jovem de 26 anos: dirigir sua própria revista e fazer dela um instrumento de intervenção na sociedade em que vivia.[...] A revista é como um grito de afirmação – ainda que um grito rouco e ouvido por poucos, pouquíssimos na época – de um indivíduo que sonha e deseja pra si um destino literário. Um grito de desabafo de quem quer escrever e não encontra espaço.

Lima Barreto tinha a intenção de transmitir ao seu público, através das páginas daquela revista, idéias que poderiam ser úteis ao exercício da cidadania. Aquela publicação tinha como objetivo materializar as idéias através da palavra escrita para um povo excluído social e politicamente. O quarto número também foi o último; as despesas originadas com seu custeio não eram pequenas. *Floreal* não conseguiu se sustentar.

A geração nova de então surgia nesse clima diferente, em que já não se compreendia a atitude do artista morrendo de fome, do escritor sacrificando tudo pelo ideal literário e fazendo uma própria vitória de seu desajustamento no ambiente social (BROCA, 1975:45).

Ao contrário da *Floreal*, comemoravam o sucesso editorial *Fon-Fon*, *Careta* e *O Malho*. *Fon-Fon* tinha como slogan “na cidade não há quem me anteceda”, um lema que já denunciava a preocupação com o furo de reportagem. Em seu primeiro editorial

afirmava: “Queremos fazer rir, alegrar a tua boa alma carinhosa, amado povo brasileiro, com a pilhéria fina e a troça educada, com a glosa inofensiva e gaiata dos velhos hábitos e dos velhos costumes, com o comentário levado às coisas da atualidade”. (FON-FON, 1907). *Fon-Fon* queria conquistar o público e vê-lo feliz, diferentemente de *Floreal* que tinha como meta colaborar com a cidadania, independente da alegria do povo. *Fon-Fon* teve uma vida longa. Foi lançada em 13 de abril de 1907 e intitulava-se como um semanário alegre, político, crítico e esfuziante. O nome era uma referência à onomatopéia do barulho de buzinas, símbolo da modernidade sobre rodas que se difundia. Nela, o colunista Álvaro Moreira, por exemplo, revelava em seus artigos os novos costumes da sociedade.

Lançada um pouco mais de um ano após a estréia de *Fon-Fon*, a *Careta* tinha como característica central o humor. Seu primeiro exemplar foi publicado em junho de 1908. Era uma revista semanal, tinha também fotografias e charges, sendo suas páginas iniciais destinadas aos cronistas. Em 1920 suas páginas ganharam cor. Sua concorrente direta era a revista *O Malho*, publicação mais antiga, que havia sido lançada em 1902. Esta também era uma revista semanal de humor, mas apresentava uma visão nacional dos acontecimentos. Contudo, em 1930 sofreu uma brutal interrupção devido a um incêndio na redação. *O Malho* se recuperou somente após cinco anos, voltando a produzir seus exemplares até 1954, quando foi extinta.

Os escritores que criticavam a concepção daquele “novo” jornalismo praticado pelas revistas de alta vendagem ressentiam-se da falta de autonomia e de preocupação com a cidadania desses veículos de comunicação. Barbosa resume que:

o jornalismo limita a criatividade, ao submeter o escritor a uma produção maciça, baseada em atos e não na imaginação. O jornalismo para esses asfixia a originalidade, sendo ruim para a atividade criadora. (BARBOSA, 2000:101)

Para Brito Broca, os fatores que contribuíram para a transformação do cenário no qual viviam os escritores e jornalistas foram o desenvolvimento e a remodelação da cidade que encarregou-se de dispersar os grupos. Um outro fator foi a fundação da Academia Brasileira de Letras, que serviu de peneira, dividindo os escritores. Alguns passaram a integrar o grupo de escritores intelectuais da Academia e os que não eram aceitos pela ABL, eram frequentemente tachados de escritores-boêmios.

Certamente os fatos relacionados por Brito Broca foram determinantes para a mudança do fazer jornalístico e também para a transformação da literatura. Essas atividades passavam por uma mutação necessária se levarmos em consideração a transformação da cidade, do povo e do estilo de vida.

Atualmente existem quatro grandes revistas que seguem os padrões reconhecidos pelo campo jornalístico e o jornalista Mino Carta esteve à frente do projeto editorial de todas elas. As revistas abordam temas do cotidiano, da sociedade brasileira e, por vezes, mundial, como política, economia, cultura, comportamento e guerras. Tratam também de temas como tecnologia, saúde, ecologia e religião com certa regularidade. Possuem algumas seções fixas e guias práticos sobre assuntos diversos. Todas são revistas semanais.

A *Veja*, que teve sua primeira edição em 1968, foi criada por Victor Civita e Mino Carta. É uma publicação da Editora Abril. A *Istoé* é editada pela Editora Três desde 1976 e a *Época*, lançada em 1998, pertence à Editora Globo. *CartaCapital* foi lançada em 1994 e possui um perfil um pouco distinto das outras três. Sua proposta editorial é ancorada nos três fundamentos básicos do jornalismo: fidelidade à verdade factual, espírito crítico e fiscalização do poder onde quer que ele se manifeste. Mas todas essas publicações têm tamanhos, diagramação, colunas e por vezes até capas parecidas, um modelo que surgiu em 1923, nos Estados Unidos. Segundo Marília Scalzo(2006), Briton Haden e Henry Luce, dois jovens jornalistas americanos, visavam atender à necessidade de informar de maneira rápida.

A ideia era trazer notícias da semana, do país e do mundo, organizadas em seções, sempre narradas de maneira concisa e sistemática, como todas as informações pesquisadas e checadas. Mesmo sem ter essa receita editorial definida desde o primeiro número, Haden e Luce foram aperfeiçoando a fórmula, tendo sempre em vista a necessidade de não deixar homens ocupados perderem tempo na hora de consumir a informação. (SCALZO, 2006:22)

Os jornalistas tinham como meta a defesa e a conservação do modelo hegemônico de jornalismo no veículo de comunicação revista. Além de criar um novo modelo que seria, posteriormente, seguido no mundo todo – que é defendido por Ali Kamel (2007), Diretor-geral de Jornalismo e Esportes das Organizações Globo:

Diante de uma miríade de acontecimentos, os jornalistas são treinados para discernir que fatos têm relevância e narra-los e analisá-los de maneira lógica e isenta. Isso implica acolher na análise os diversos

pontos de vista, pois a pluralidade é regra geral em tudo o que se faz em jornalismo, inclusive nas páginas de artigos, que devem espelhar as tendências da sociedade. Opinião própria, apenas nos editoriais e sem repercussão no noticiário.

Ao proceder desta forma, a imprensa contemporânea adota uma estratégia política que consiste em negar seu caráter parcial e a defesa de seus interesses. Ao ocultar seus interesses, a imprensa procura negar o seu papel político e fugir do confronto, dos conflitos, em última instância, da luta de classes na qual o seu lado – como empresa – está mais que evidente, sempre!

Mas nós sabemos que todos os veículos são também atravessados pelos seus interesses políticos, econômicos, ideológicos e editoriais. A afirmação da imparcialidade e da isenção nada mais é do que uma estratégia deliberada de omitir ou negar os interesses que a imprensa historicamente sempre defendeu. Cabe ao pesquisador cumprir o papel pedagógico de investigar e tornar público os interesses que sempre estão em jogo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, Marialva Carlos. *Os donos do Rio. : imprensa, poder e público*. Vício de Leitura. Rio de Janeiro, 2000.

BOTELHO, Denilson. *Sob o signo da Floreal: uma perspectiva histórica da iniciação literária de Lima Barreto*. Itinerários: Literatura e História 2. Revista de Literatura. Pós-graduação em Letras. Estudos Literários. UNESP. Araraquara / SP, 2005.

BROCA, Brito. *A vida literária no Brasil – 1900*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1975.

DINES, Alberto. *O papel do jornal: uma releitura*. São Paulo. Summus, 1986.

Floreal. Rio de Janeiro, nº 1, Outubro/1907. Disponível em:

http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_periodicos/per164623/per164623_contente/per164623_item1/P1.html. Acesso: 23 jun. 2009.

Fon-Fon, Rio de Janeiro, nº 1, Abril/1907. Disponível em:

http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_periodicos/fonfon/fonfon_anos.htm. Acesso: 23 fev. 2009.

KAMEL, Ali. O Jornalismo In. *Jornal O Globo*, 23/01/2007.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. 2ª edição revista e ampliada. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. Contexto. São Paulo. 2006.

SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SODRÉ, Muniz e PAIVA, Raquel. *Comunicação do grotesco - Introdução à cultura de massa no Brasil*. Petrópolis / Rio de Janeiro: Vozes, 1971.

VELASQUEZ, Muza Clara Chaves. "O Cruzeiro" In: *Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro Pós-1930*. Rio de Janeiro: Editora FGV; CPDOC, 2001. v.II, p. 1727-1730.

WERNECK, Nelson Sodré *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

