

*EM BUSCA DA NOTÍCIA*  
*MEMÓRIAS DO JORNAL DO BRASIL DE 1901<sup>[1]</sup>*

**Nilo Sérgio Gomes\***

**Resumo**

Ler as páginas do *Jornal do Brasil* de 1901 é ter notícias de como o Brasil entra no século XX; é reconstituir, através dessas notícias, memórias sobre um período em que grandes transformações vão acontecer no Rio de Janeiro, da arquitetura urbana à saúde pública. Na imprensa, essas mudanças são percebíveis no próprio *Jornal do Brasil*, que inicia uma gestão empresarial e capitalista, modernizando suas máquinas, sua sede e seu discurso.

**Palavras-chave:** memória; jornal; notícia; linguagem jornalística.

***FINDING GET THE NEWS:***  
***MEMORIES OF JORNAL DO BRASIL, 1901***

***Abstract***

To read the pages of the *Jornal do Brasil* of 1901 is to have news about how Brasil enters in the XX century; is to reconstitute through this news memories about a period in which great transformations are going to happen in Rio de Janeiro, from urban architecture to public health. In the press, these changes are observed in the *Jornal do Brasil* itself, which begins a capitalist enterprise administration, modernizing its machines, its headquarters and its discourses.

**Key words:** memory; newspaper; news; journalistic language.

Conhecido entre os concorrentes como *O popularíssimo*, o *Jornal do Brasil* da virada do século XX era um jornal dirigido por capitalistas,

empresários que buscavam trazer para suas atividades as “últimas” novidades e, independentemente de serem republicanos ou monarquistas, eram capitalistas. Desde 1894, após um ano e 45 dias de censura do Governo Floriano, *O Popularíssimo* estava em mãos dos irmãos Fernando Mendes de Almeida e Candido Mendes de Almeida, sócios da empresa que editava o jornal, a Mendes & Cia.

Eram homens dos que se poderia chamar de uma corrente pró-modernidade do país, responsáveis por alguns feitos como a criação da primeira Escola de Comércio, no prédio da Praça XV, no Rio. Eles estão entre os fundadores da primeira instituição de ensino superior de ciência jurídica, a Faculdade Nacional de Direito, no Rio de Janeiro, a que é agora a UFRJ, localizada até hoje no Campo de Santana. Além do próprio *Jornal do Brasil*, cujo novo prédio viria a ser o primeiro arranha-céu, símbolo da chegada da modernidade, a Avenida Central.

O *Jornal do Brasil* que vira o século é uma imprensa que busca ampliar sua circulação, define um público-alvo – a então emergente classe média e uma faixa ampla de um público popular, que começa a ocupar os subúrbios da cidade – e desenvolve uma linguagem que, sem perder contato com o linguajar das elites de sua época, era também familiar e até instrutora daquele público mais amplo. Não há ainda o discurso jornalístico tal qual conhecemos hoje, mas já há uma linguagem em busca da notícia.

Além da notícia – “curta e grossa” –, os anúncios, que se tornariam mais tarde “classificados”, eram outra novidade que o jornal oferecia aos leitores. Em entrevista concedida especialmente para este projeto de pesquisa, o neto e sobrinho neto dos donos do *Jornal do Brasil* da virada para o século XX, o professor Candido Mendes, ainda tem na memória as lembranças contadas pela avó, defendendo a publicação dos anúncios que, a partir de 1906, seriam publicados na primeira página do jornal, criando marcas que se inscreveriam na história da imprensa brasileira. Ele conta:

inclusive, a minha própria avó, Maria da Glória Teixeira de Almeida, neta do Marquês do Paraná, ainda a ouvi dizendo que ela insistiu muito com o meu

avô para que isso (publicar os anúncios) se fizesse porque era preciso criar, com a modernização, um efetivo mercado de trabalho à condição, já, de uma nova classe média, isso é que é muito interessante! Por que aquele anúncio surge e se desenvolve com tanta força naquele momento? Porque era preciso circular informação do trabalho doméstico, do trabalho de empregadas, do trabalho de modas, de ofertas de serviços que estavam tipicamente dentro daquele assunto, daquela elite comerciante e do terciário que estava se criando no Rio de Janeiro, naquele momento.

O *Jornal do Brasil* que entra o século XX é, sob certos aspectos, símbolo, no jornalismo, da modernidade de uma “era das certezas” (COSTA; SCHWARCZ, 2000), em um Rio de Janeiro que vive a sua própria *belle époque*. O capitalismo passa a se desenvolver e expandir com mais solidez no País; o regime republicano completa sua primeira década e o *Jornal do Brasil* é, entre os jornais, muito provavelmente, um dos primeiros a assumir um caráter capitalista, de forma profissionalizada, deixando para trás a imprensa artesanal, aquela voltada apenas para a divulgação e propaganda de idéias e ideais, sem a organização e o discurso que vão caracterizar os jornais e a imprensa, em geral, a partir já das primeiras décadas do século XX.

Buscamos aqui reunir pistas e evidências de que não só a forma de gestão e administração da empresa transita do arcaico para o moderno, como também o discurso transita do literário para uma linguagem outra, mais direta, informativa, com uma outra “economia de palavras”. A própria forma e apresentação gráfica do jornal não são as mesmas no último dia de 1901, comparadas às da edição de primeiro de janeiro daquele ano. O jornal mudava a sua feição, a sua gestão e o seu discurso.

### **Enfim, os jornais viram empresas**

O jornalismo é tardio no Brasil. Certamente, a proibição imposta pela Corte portuguesa de que no Brasil colônia se desenvolvessem a indústria, a universidade e a imprensa projetou sobre a vida do país repercussões das quais ele demoraria a se libertar, mesmo quando já republicano. A virada para o século XX é um momento de afirmação da República brasileira, vencidos os

últimos embates contra a restauração da Monarquia. O Brasil entra no século XX plenamente integrado ao sistema de poder mundial (SODRÉ, 1966) como nação de importância secundária, embora com sua dimensão continental. O café era seu principal produto e a economia cafeeira sua principal base econômica (SILVA, 1976) .

A burguesia, agora, sim, não tinha mais dúvidas de que retomara o poder, passado longínquo que era o período florianista, dos jacobinos e positivistas da primeira fase da república brasileira. Os mesmos cafeicultores que já mandavam no País, no final da monarquia, voltavam ao poder, sob a insígnia do “café-com-leite”, sem o monarca que dizia não gostar da política; e em uma democracia extremamente restritiva e reservada, até mesmo entre as elites.

O povo – os “capoeiras”, os “desordeiros”, os “mulatos”, os de “cor parda”, os “de cor negra” – conforme o relato das páginas do *Jornal do Brasil*, cumpria apenas o papel de garantir a eleição do “doutô”, com suas navalhas, intimidando os poucos eleitos ao direito

do voto, pois voto mesmo o povo não tinha. De uma população em torno de 17 milhões, em todo o País, havia não mais que 300 mil eleitores, se tanto<sup>[2]</sup>. Prudente de Moraes, que sucedeu Floriano no primeiro governo autenticamente civil da República brasileira, em 1894, seria apenas o primeiro paulista...

Os primeiros tempos da República brasileira, no Governo Provisório, jacobino e ao mesmo tempo liberal, com Rui Barbosa, Aristides Lobo, Quintino Bocaiúva, Benjamin Constant e outros republicanos e liberais no Ministério, tinham ficado para trás. Floriano Peixoto assumiu, contribuindo para a consolidação do regime, afastando qualquer possibilidade de restauração da Monarquia. Mas cumpriu esse papel sob uma ditadura que fechou o Congresso; aboliu as liberdades civis com censura à imprensa e fechamento de jornais, e enfrentou uma revolta militar (SILVA, 1975). República que acabaria de volta às mãos da burguesia paulista. Sem projeto para o País, uma característica herdada do período monárquico, a burguesia brasileira,

gananciosa, amante de Paris e de Londres, reassumiria o poder com Prudente de Moraes, e depois dele Campos Sales, Rodrigues Alves... Todos paulistas.

O Brasil, em 1901, estava às vésperas da eleição de Rodrigues Alves, que seria agente de transformações de toda ordem. Buscava-se tanto a modernização da então Capital da República (LESSA, 2000), com a reforma urbana, o combate às epidemias e a restauração da credibilidade financeira do Brasil, no âmbito internacional; quanto o exercício de políticas públicas que se tornaram possíveis, com a reestruturação das finanças do governo.

Campos Sales renegociou a dívida externa do País (SILVA, 1976), basicamente com os principais banqueiros da vida brasileira, da Monarquia à primeira República, os Rothschild, e manteve o controle dos gastos governamentais por quase uma década, iniciada por ele próprio quando ministro da Fazenda de Prudente de Moraes. Controle dos gastos e renegociação da dívida externa que foram pilares do grande salto para a “modernização autoritária”, como a denomina Sevckenko (1998), retratando o período do “bota-abaixo” do prefeito Pereira Passos e toda a transformação pela qual passa a cidade do Rio de Janeiro, metrópole e Capital do País, nas duas primeiras décadas do século XX, a partir do governo Rodrigues Alves. O Brasil voltara a obter créditos no mercado internacional e havia arrumado as suas finanças internas. Era hora de investir.

Na virada do século morria-se no Rio de febre amarela e peste bubônica. Quase que diariamente, os jornais noticiavam a peste bubônica, não só no Brasil, mas também na Argentina. “Soube-se de mais duas vítimas da bubônica, em São Paulo”, noticiava a edição do dia cinco de janeiro de 1901. O *Jornal do Brasil* publicava uma coluna da Associação contra a tuberculose, com donativos e promoções para angariar fundos e prestar assistência aos doentes.

Com a reafirmação da hegemonia do capital financeiro-industrial paulista, a partir da “burguesia cafeeira”, como nos diz Silva (1976) – uma burguesia já, desde então, intimamente relacionada, quando não associada ao capital internacional, tendo à frente os capitais ingleses – a economia brasileira retomou o crescimento e a expansão de suas atividades, gerando condições

objetivas para que a imprensa se transformasse também em um negócio, envolvendo lucro e mercado, modernizando e profissionalizando sua gestão e o seu produto.

O *Jornal do Brasil*, no Rio, e o *Estado de S. Paulo*, em São Paulo, surgido com o nome de *A Província de S. Paulo*, nos idos anos 60 do século XIX, defendendo as idéias republicanas (Toledo, 2004), ao contrário do primeiro, monarquista em seu nascedouro (Ferreira, 1984), são exemplos dessa imprensa brasileira que, na virada para o século XX, ganha cores e tons de empresas capitalistas.

Mas ainda era um capitalismo incipiente, este que a burguesia cafeeira proporcionava à economia do país. Tanto que os ideais do espírito empreendedor e capitalista com que os irmãos Mendes de Almeida administraram o *Jornal do Brasil* cairiam por terra 30 anos depois de a Mendes & Cia. assumir o jornal. Na ausência de um mercado acionário e de capitais vigorosos no Brasil, os irmãos Mendes de Almeida tomaram muitos empréstimos, um deles, em uma empresa comercial com a qual não conseguiram liquidar a dívida, perdendo o jornal, das máquinas e instalações ao título.

Talvez, esse incipiente e frágil capitalismo que caracteriza a economia nacional, por toda essa época e, em especial, a virada do século reflita bem mais a ausência de um projeto para o país, por parte da burguesia e das elites brasileiras. Essa mesma burguesia que não fizera a República e nem lutara pela Monarquia.

Essa ausência de capitalismo parecia crônica ao pensamento econômico e social não só brasileiro, mas latino-americano, até que Celso Furtado (1961) – numa época em que estudiosos começavam a analisar a realidade local, a partir de outra perspectiva teórica e intelectual que não mais a européia, desenvolvendo ferramentas próprias também de análise – percebesse que o que havia de crônico no processo econômico brasileiro e da região era o fato de sermos um capitalismo de periferia, dependente do centro como, depois de Furtado, Cardoso e Faletto constatariam:

A situação de subdesenvolvimento produziu-se historicamente quando a expansão do capitalismo comercial e depois do capitalismo industrial vinculou a um mesmo mercado economias que, além de apresentar graus variados de diferenciação do sistema produtivo, passaram a ocupar posições distintas na estrutura global do sistema capitalista. (...) Tal enfoque implica reconhecer que (...) essa dependência teve início historicamente com a expansão das economias dos países capitalistas originários. (2000, p. 507)

O Brasil que entra o século XX, portanto, não tem ainda uma imprensa capitalista e, portanto, de massas. Sodré (1966), a respeito da passagem desse século, diz que:

A passagem do século assinala, no Brasil, a transição da pequena à grande imprensa. Os pequenos jornais, de estrutura simples, as folhas tipográficas cedem lugar às empresas jornalísticas, com estrutura específica, dotadas de equipamento gráfico necessário ao exercício de sua função. Se for assim afetado o plano de produção, o da circulação também o é, alterando-se as relações do jornal com o anunciante, com a política, com os leitores. Essa transição (...) está naturalmente ligada às transformações do país, em seu conjunto, e, nele, à ascensão burguesa, ao avanço das relações capitalistas: a transformação na imprensa é um dos aspectos desse avanço; o jornal será, daí por diante, empresa capitalista, de maior ou menor porte. (p. 15)

É interessante observar que nas pesquisas que tratam do processo de desenvolvimento econômico das empresas capitalistas no Brasil, não há a presença de jornais. No amplo levantamento feito por Levy (1994), sobre o aparecimento da indústria no Rio de Janeiro, entre as poucas referências à imprensa há a citação dos jornais *O Globo* (o primeiro) e *O País*, como propriedades do conselheiro e financista milionário Francisco de Paula Mayrink. O mesmo se dá em Bonelli (1996). Ou seja, o jornal não era visto enquanto uma empresa, muito menos capitalista, embora os primeiros passos neste sentido já estivessem sendo dados.

Mas se a imprensa que entrou o século XX, no Brasil, não era, ainda, uma empresa capitalista na acepção moderna, ela já não era mais, também, aquela velha empresa individual, artesanal, movida basicamente por ideais políticos e doutrinários. As formas de gestão e organização empresarial ainda eram embrionariamente capitalistas. Mas as preocupações com novas formas

de apresentação gráfica e do texto jornalístico para alcançar maior público, oferecendo novos serviços, como os anúncios publicados na forma que mais tarde consagraria o *Jornal do Brasil*, como o pioneiro dos “anúncios classificados” – “precisa-se...” –, mais as notícias populares, como até então não se fazia, além da charge que passara a publicar desde 1898, sempre à primeira página, como um editorial, uma opinião sobre um assunto do dia – toda essa combinação de ofertas e de novas características jornalísticas começava a mostrar os seus primeiros resultados.

É também na virada do século que o jornal começa a ser identificado, pelos concorrentes, com desprezo, diga-se de passagem, como “o popularíssimo”. Havia, segundo Candido Mendes, na entrevista citada, “uma tríplice inovação”: a busca de um público; a modernidade tecnológica que viria com os novos equipamentos para a nova sede, ainda na primeira década do novo século, e, ligada a primeira das inovações por ele apontada, “uma primeira visão dessa sociedade que sai do ceticismo imperial”, isto é, uma sociedade em busca de sua própria modernidade e modernização.

A imprensa tardia no país buscava acelerar o passo, recuperar o tempo perdido, definindo objetivos, alvos e lucros a serem conquistados e uma estratégia discursiva como instrumento e meio para essa conquista. Estava em pleno curso e desenvolvimento, portanto, a visão que mais adiante se tornaria predominante, de uma imprensa moderna e contemporânea dos avanços tecnológicos de sua época, capaz de incorporar diversidades de discursos e atender interesses e demandas cada vez mais presentes e diversificadas na sociedade, através de um produto chamado jornal. Jornal que passava a reproduzir, expandir e constituir memória social (HALBWACHS, 1990).

### ***Em busca de um novo público***

No Rio de Janeiro, capital do país e sua principal Metrópole, como em São Paulo, então, cada vez mais importante para o país, já existiam jornais com penetração junto ao público. Mas poucos como o *Jornal do Brasil* investiram tanto na modernização, tanto da empresa quanto da linguagem. O

chamado discurso jornalístico era um dom em construção nas páginas do *Jornal do Brasil* de 1901. Lendo-as, percebe-se que o jornal que começou o novo século não era mais o mesmo que o findou. Mudanças substantivas em busca da notícia já haviam ocorrido, e a própria primeira página do jornal mudara, senão de apresentação gráfica, mas, com certeza, de conteúdo.

Candido Mendes, na entrevista, aponta o que seriam as principais diferenças do jornal de seus avós com as demais folhas da época. Diz ele:

A *Gazeta* e o *País* eram jornais tipicamente político-partidários, vinculados ostensivamente às lutas presidenciais e às facções da República do “café com leite”. O outro é um jornal mais dedicado à contemporaneidade da informação, se assim pudesse dizer, e há uma certa distância do fato político, como era o *Jornal do Commercio*, frente ao que era efetivamente a *Gazeta*, o *País* e depois *O Imparcial*, dentro da mesma seqüência. O *Jornal do Commercio* seria o jornal da cultura letrada, muito mais do que da informação. Com a informação dessa modernidade vem o terceiro momento do *Jornal do Brasil*, nas mãos dos meus avós.

Dos três jornais citados acima, os dois primeiros desapareceriam nas décadas seguintes. Já o *Jornal do Commercio* existe até hoje, com sua espaçosa sede encostada ao Morro da Providência, na rua do Livramento; mas inovação tecnológica e de linguagem não eram suas características, na virada para o século XX. Nesta virada, Londres e Paris já contavam com modernos jornais cujas tiragens alcançavam o primeiro milhão.

O desenvolvimento tardio da imprensa no Brasil teve, certamente, conseqüências de todo tipo, dos fundamentos aos métodos de gestão e – por que não? – ao discurso, linguagem, concepção, soluções gráficas, impressão, divisão de trabalho etc.

A lógica do lucro que já predominava em praticamente todos os segmentos da economia brasileira, e se modernizava em alguns setores de ponta, como a indústria e os negócios financeiros, chegava à imprensa. A partir de então, criar um jornal passaria cada vez mais a exigir capital, um mercado e um público-alvo, este último um desafio paradoxal, visto que a grande massa da população era analfabeta. Lins, na reconstituição da obra e das memórias

do jornalista e crítico de artes plásticas Gonzaga Duque, que vive essa época da virada do século, afirma que:

A lógica da mercadoria organiza a nova ordem. (...) Para se protegerem, escritores e artistas começam a procurar o jornalismo, o funcionalismo ou a política. Ou ainda, a entrada para a Academia, já que o analfabetismo da população impedia o desenvolvimento de um amplo mercado editorial. (1991, p. 38)

Na entrada do século o Rio era parisiense. A Exposição de Paris, em 1900, havia sido uma festa mundial, com a presença de futuros ilustres brasileiros, como Santos Dumont, Pereira Passos, André Rebouças, Paulo de Frontin, Lauro Sodré (COSTA; SCHWARCZ, 2000). É essa modernidade que se vai estabelecer e implantar no Rio de Janeiro, “sede do governo, centro cultural, maior porto, maior cidade e cartão de visita do país, atraindo tanto estrangeiros quanto nacionais” (SEVCENKO, 1998).

Vivia-se a “era das certezas”, cunhada por Hobsbawm (1988) e assumida por Costa e Schwarcz (2000), que escrevem: “Se a chegada de um novo século sempre fez sonhar, talvez tenha sido o final do século XIX o que melhor concretizou este tipo de utopia”.

O Brasil entrava no novo século XX tão confiante como as demais nações: nada como imaginar que seria possível domesticar o futuro, prever e impedir flutuações. (p. 12)

A entrada no XX é uma época de luz, de resplendor; era da velocidade; dos pioneiros vôos de Santos Dumont; dos automóveis; dos novos transportes públicos, como o metrô de Paris e os bondes elétricos; das luzes das cidades: uma sucessão irrefreável de avanços, inventos e conquistas. “*Catch me who can*”, dizia slogan da época (COSTA; SCHWARCZ, 2000). O ano de 1901 marca, no Brasil, a circulação do primeiro carro. Seu dono e motorista, um jornalista: José do Patrocínio (GUILHON, 2001).

Em tom de ensaio, como ainda era dominante na linguagem dos jornais da época, o *Jornal do Brasil* se despede do século XIX em sua edição de 31 de dezembro de 1900, reafirmando “as conquistas do direito (...). A sociedade saiu

de uma existência de modorra para desenvolver-se. Os povos deixaram a sua posição de passividade para entrar em uma época de atividade, de que não há exemplo na história”.

Este balanço do chamado Século das Luzes foi feito praticamente por todos os jornais. Alguns, com exageros os mais curiosos, como no caso de *O Estado de S. Paulo*, cujo redator, certamente impregnado pelo positivismo da época e empolgado pelas conquistas científicas e tecnológicas, escreveu a seguinte pérola:

A ciência de curar já não anda às tontas, ou amparada na muleta rude do empirismo. Os homens ainda morrem, mas morrem em muito menor quantidade do que morriam (COSTA; SCHWARCZ, 2000, p. 58).

É uma época extremamente rica e de múltiplos avanços na ciência, nas tecnologias e no conhecimento. Em 1900, por exemplo, é publicado o livro de Freud, *A interpretação dos Sonhos*. O mundo entrava em um novo século tomado de novidades, perplexidades e descobertas, mas também com ausências de personalidades que anteviram algumas dessas novidades e anteciparam o fim de velhas crenças. No último ano do século XIX morrem Nietzsche, Oscar Wilde e Eça de Queiroz. Em janeiro de 1901, após longa enfermidade, conforme notas do *Jornal do Brasil*, morre o maestro e compositor Giuseppe Verdi. Sua morte não teve a mesma repercussão, nas páginas do jornal, do que a da rainha Vitória, que se manteve no noticiário por muitos e muitos dias.

Dos últimos representantes daquele jornalismo voluntário e artesanal que fez história no país, os jornais de Rui Barbosa e José do Patrocínio deixaram de circular exatamente na virada do século. *A Imprensa*, de Rui, lançado em 1898, fecha suas portas em 1901, coincidentemente mesmo ano da morte de Rodolfo Dantas, fundador do *Jornal do Brasil*, substituído no cargo de redator-chefe pelo mesmo Rui que, já no governo Prudente de Moraes, participaria das negociações, em 1894, para a reabertura do jornal e o seu repasse para os irmãos Fernando e Candido Mendes de Almeida. A edição da tarde do dia 19 de janeiro de 1901 do *Jornal do Brasil* noticiaria o desfecho de *A Imprensa*, de Rui, concluindo com o seguinte comentário: “todos lamentam a decisão inesperada de abandonar o campo de luta nesse momento”. É de

supor que a expressão “abandonar o campo de luta” exprima também uma acusação e uma crítica, bem mais do que um lamento...

Um ano depois da morte do jornal de Rui, é a *Cidade do Rio*, fundado por Patrocínio, em 1887 (com várias interrupções, voltando a circular em 1895), que também desapareceria, agora para sempre. Patrocínio dedica seus últimos anos a tentar seguir Santos Dumont, planejando voar pelos ares do subúrbio do Rio. Morreu em sua casa, em Inhaúma, em 1905 (GUILHON, 2001), um ano antes de *Monsieur Santôs* (SILVA, 2001) realizar o célebre vôo do *14 Bis* sobre Paris. Já Rui vai seguir carreira ascendente de político e tribuno, que o levará à Holanda, de onde voltou reconhecido como o *Águia de Haia*, após a Conferência pela Paz (D'AMARAL, 2001), em 1907, onde os tremores da I Guerra Mundial começaram a se fazer sentir com mais intensidade.

Para os jornais de Rui e de Patrocínio não havia mais espaço em um mercado que se profissionalizava, onde finalmente o capital chegara para impor a lógica da sua ordem e da sua reprodução. Lima Barreto (1943), em *Recordações do Escrivão Isaías Caminha*, escreve um diálogo bem representativo desta chegada do capital à imprensa brasileira, nos primeiros anos do século XX. São dois personagens, Plínio de Andrade e Leyva.

– A imprensa! Que quadrilha! Fiquem Vs. sabendo que, se o Barbaroxa ressuscitasse (...) só poderia dar plena expansão à sua atividade se se fizesse jornalista. Nada há tão parecido como o pirata antigo e o jornalista moderno; a mesma fraqueza de meios, servida por uma coragem de salteador; conhecimentos elementares do instrumento de que lançam mão e um olhar seguro, uma adivinhação, um faro para achar a presa e uma insensibilidade, uma ausência de senso moral a toda a prova (...) Todos nós temos que nos submeter a eles, adúlá-los, chamá-los gênios, embora intimamente os sintamos ignorantes, parvos, imorais e bestas... (...) E como eles aproveitam esse poder que lhes dá a fatal estupidez das multidões! Fazem de imbecis gênios; de gênios, imbecis; trabalham para a seleção das mediocridades, de modo que...

- Você exagera, objetou Leyva. O jornal já prestou serviços.

- De certo... não nego... mas quando era manifestação individual, quando não era coisa que desse lucro; hoje, é a mais tirânica manifestação do capitalismo e a mais terrível também... É um poder vago, sutil, impessoal, que

só poucas inteligências podem colher-lhe a força e a essencial ausência da mais elementar moralidade, dos mais rudimentares sentimentos de justiça e honestidade! São grandes empresas, propriedade de venturosos donos, destinadas a lhes dar o domínio sobre as massas, em cuja linguagem falam, e a cuja inferioridade mental vão ao encontro, conduzindo os governos, os caracteres para os seus desejos inferiores, para os seus atrozes lucros burgueses... Não é fácil a um indivíduo qualquer, pobre, cheio de grandes idéias, fundar um que os combata... (p. 104)

### **Breve memória**

Surgido em nove de abril de 1891, por iniciativa do conselheiro Rodolfo de Souza Dantas, o *Jornal do Brasil* esteve proibido de circular, a partir de 1893, durante um ano e 45 dias, no Governo Floriano Peixoto. Não foi a única vez que o jornal esteve fora de circulação. Em 1930, sofreria novo empastelamento e sairia de circulação por quatro meses (Ferreira, 1984).

À época de sua primeira proibição, o seu redator-chefe era Rui Barbosa, e os motivos eram muitos, entre eles, o *habeas corpus que o advogado, ex-ministro da Fazenda do primeiro governo republicano do País, conseguira para o almirante Eduardo Wandenkolk, no episódio que deflagraria a Revolta da Armada e que levaria ao fechamento do jornal e ao exílio do redator-chefe.*

A escolha do nove de abril para lançar o jornal tinha suas razões: era o 60º aniversário do *Te Deum*, celebrado quando da ascensão de Pedro II ao trono (Ferreira, 1984). O *Jornal do Brasil* nasceu, portanto, monarquista e cultor das tradições religiosas e da velha corte. Souza Dantas, quando convida Joaquim Nabuco, em carta enviada a Londres, em fins de 1890, defende um instrumento político que lhe permita questionar o novo regime. E é nele, este instrumento chamado jornal, que Nabuco escreve as séries “As ilusões republicanas” e “Outras ilusões republicanas”, lembrando que a instauração da República no país levava à extinção do Partido Republicano, ou seja, o novo regime não realizava aquilo a que se destinara, e que havia uma ausência de propósitos verdadeiramente republicanos.

A tiragem dos jornais era pequena porque o povo não sabia ler. O *Jornal do Brasil* foi empastelado em 1893, por ser opor à ditadura de Floriano; suas oficinas, quebradas aos gritos de “Mata Nabuco”. Souza Dantas, então, divulgou comunicado informando o desligamento dele e de Nabuco do jornal, cuja administração passaria a Henrique de Villeneuve (seu primeiro gerente, na fundação, em 1891), que comanda a transição de uma “sociedade comanditária” para uma sociedade anônima. Neste período de transição, ainda de acordo com Ferreira (1984), Villeneuve defendeu nas páginas do jornal o *impeachment* de Floriano Peixoto e a convocação de eleições. Seria o primeiro pedido de *impeachment*...

Em abril do ano seguinte à sua fundação é formalmente constituída a sociedade anônima, mas os novos donos do jornal eram também simpatizantes do velho regime. Nabuco voltaria a escrever para o jornal, sob pseudônimo de Axel, e no editorial “O que queremos” os novos proprietários reafirmam a simpatia com o regime monarquista. Para escapular à censura, o jornal passa a adotar uma linha editorial mais noticiosa, com destaque para a área policial.

Ferreira (1984) conta que, em abril de 1893, ao completar dois anos de existência, o grupo ligado a Rui Barbosa negocia a compra do jornal, que volta a ser uma “sociedade comanditária”, tendo à frente Joaquim Lúcio de Albuquerque Melo. Em 20 de maio daquele ano, Rui, já na chefia de redação, escreve artigo programático da nova linha do jornal, sob o título “Traços de um roteiro”. Nele, defende o regime republicano, combate a “degeneração” do regime promovida por Floriano e a sua ditadura, e faz veemente defesa da Constituição de 1891.

A linguagem do jornal se torna mais agressiva e contundente, mas logo depois ocorre o episódio do almirante Wandenkolk, que se apoderara do navio Júpiter, deflagrando a Revolta da Armada. Toda a imprensa da época noticia que o militar seria condenado por pirataria, enquanto o *Jornal do Brasil*, de Rui, afirma que “Pirata ou conspirador, o almirante Wandenkolk está sujeito aos tribunais do país: não tem por juiz o marechal Floriano” (FERREIRA, 1984, p.

2.866 ss). Rui defendia a legalidade republicana, e assumia com o *Jornal do Brasil* a resistência à ditadura florianista.

Como o jornal não aceita suspender o noticiário, é uma vez mais invadido e fechado, ficando proibido de circular durante um ano e 45 dias. Voltaria às ruas somente depois de prolongadas negociações, nas quais o ex-redator-chefe Rui Barbosa intercedeu em favor dos irmãos Mendes de Almeida. Mas aí, já no período pós-Florianista. A burguesia brasileira voltara a respirar, e, agora, outra vez, o cheiro do café com leite, a nova hegemonia antiga.

O novo *Jornal do Brasil* ressurgiu das cinzas monárquicas, buscando um projeto empresarial, uma diferença em relação a tudo que até então se fizera na imprensa. E se diferenciava dos concorrentes exatamente por tratar de interesses daquele público, até então sem porta-voz, sem espaço na imprensa, público esse que era tanto a emergente “classe média” e setores da elite, quanto o povo simples que começava a ocupar as periferias da cidade imperial, agora, Capital da República. Uma classe média e uma ampla camada da população, cujas demandas passavam a tomar parte do corpo editorial do jornal.

Essa idéia de uma imprensa empresarialmente capitalista, através do *Jornal do Brasil*, não era uma iniciativa isolada, mas a compreensão das oportunidades e momento para o surgimento, também na imprensa, de um “novo capitalismo acionário e popular e anônimo”, como disse Candido Mendes em entrevista a este mestrando. Ao responder sobre os motivos que levaram seus avós a investir no *Jornal do Brasil* e nele publicar notícias e anúncios populares, ele faz alusão aos vínculos entre os propósitos e ideais dos irmãos Candido Mendes com o encilhamento e ao que veio depois dele:

Eu acho que (eles investiram no *Jornal do Brasil*) pela exigência de um processo de política de poder e de ascendência. O Fernando Mendes ficou indefinidamente senador, foi general da Guarda Nacional, com enorme influência no “grand monde” do Rio de Janeiro, e o outro avançou mais do ponto de vista do saber – se bem que os dois fossem professores e fundadores da então Faculdade Livre de Ciências Jurídicas e Sociais do Rio

de Janeiro, aquela que está até hoje no Campo de Santana. Então eles não só criaram a Academia, mas a primeira Faculdade de Direito do Rio de Janeiro, pois o Rio de Janeiro não a tinha – quem tinha era Recife e São Paulo. (...) Eu volto ao relato de familiares. (O que levou a isso foi) A idéia de que o Rio era uma metrópole, passou a megalópole e que havia um novo público resultante da nova classe média ascendente. O que fez com que eles criassem uma Academia de Comércio, em 1902? A idéia de que a classe média, essencialmente é o resultado já do comércio metropolitano; a classe média do Rio é uma classe comerciante, e já era um público novo interessado no jornal mais pelo instrumento de trocas, portanto, nos anúncios, do que mesmo como repercussão da notícia. Isso foi uma noção muito clara que havia na época porque os mesmos autores (fundadores) da primeira escola de comércio, que achavam que havia necessidade de produzir um novo conhecimento, foram os que criaram os anúncios (populares) no jornal.

Os dois foram personagens maiores do encilhamento, sentiram a importância na época desse novo capitalismo acionário e popular e anônimo que estava começando a surgir no ar...

Ou seja, a modernização da imprensa brasileira vista através da construção das memórias do *Jornal do Brasil*, tanto de suas páginas, na virada para o século XX, quanto dos movimentos e articulações empresariais e políticas que se dão nesta época, ocorre vinculada a um ideal de um “novo capitalismo acionário e popular e anônimo”. Isto é, com “A lógica da mercadoria (que) organiza a nova ordem” (LINS, 1991, p. 38), com essa passagem da imprensa artesanal para a capitalista apontada por Sodré (1966).

“Grandes empresas, propriedades de venturosos donos, destinadas a lhes dar o domínio sobre as massas, em cuja linguagem falam, e a cuja inferioridade mental vão ao encontro”, conforme a personagem de Lima Barreto (1943), Plínio de Andrade. Empresas que, fazendo isso, também vão “conduzindo os governos, os caracteres para os seus desejos inferiores, para os seus atrozes lucros burgueses” (p. 104).

Na virada para o século, não somente o país mudava como, ao mesmo tempo, se preparava para novas e grandes transformações. Mas com ele mudava também o jornalismo, que passava a ser exercitado e empreendido

por empresas, pessoas jurídicas, com alvos e estratégias definidos e traduzidos em sua linha editorial. O *Jornal do Brasil*, em 1901, é um retrato desta conjuntura, na imprensa brasileira.

O século nascia, no Rio de Janeiro, portanto, com uma promessa de jornal. A tardia imprensa brasileira acelerava os passos para entronizar-se na modernidade, como veículo, mídia, e ao mesmo tempo produto desta era e de todas as suas afirmações e contradições. O aspecto gráfico do *Jornal do Brasil* que entra no novo século era diferente daquele lançado, uma década antes. A charge, ocupando cinco de suas nove colunas da primeira página, marcava a principal distinção. Era ainda uma “mancha” gráfica pesada, o que acentuava a predominância do texto, embora não tanto quanto na primeira fase.

Se a primeira página que inaugurou o século XX não tinha notícia em sua seção de “Noticiário”, não será esta a constatação da primeira página do jornal em sua última edição da tarde do dia 31 de dezembro de 1901, que já era outra, do ponto de vista da presença e da prioridade da notícia, embora ainda fosse, do ponto de vista gráfico, a mesma página. Desde meados do ano, a seção sobre religião fora transferida para a página três, e a primeira página do último dia do ano está praticamente tomada pelas notícias; é um jornal muito mais informativo do que aquele da edição do primeiro dia do século. Até notícia internacional já havia na primeira, como aquela, de título para lá de irônico, mas não só isso – “Progresso feminino” – que tratava de um roubo ocorrido na Califórnia (EUA) praticado somente por mulheres. A mulher aparece, enfim, na cena da notícia, como ladra.

O *Jornal do Brasil*, na virada do século XX, é, portanto, não só exemplo e estudo de caso da transformação da imprensa brasileira em empresa capitalista, como sugere Sodré (1966), desenvolvendo um discurso próprio, uma nova linguagem, a jornalística (Lage, 2004); como também de uma imprensa que desde o nascedouro tem e mantém estreitos vínculos com o poder, mas também com a universidade, o saber, a difusão do conhecimento

(daí as colunas científicas), além da visão comercial e da gestão capitalista inspiradas pelo “novo capitalismo acionário e popular e anônimo” que o encilhamento despertou e promoveu, e que a especulação financeira, na época, fez derrubar, resultando em uma crise econômica de proporções nunca vistas. Talvez, a primeira grande e grave crise produzida na economia do país, por efeito do que deve ter sido também a primeira “bolha financeira” da história do País.

Sem ter a mesma visão política (segundo Candido Mendes, neto e sobrinho-neto dos irmãos Mendes – “O Fernando Mendes era republicano, nítida e resolutamente republicano. O Candido Mendes absolutamente monárquico” ), os irmãos uniam a Mendes & Cia. os ideais e desafios desse “novo capitalismo”, com seu mercado de ações, de capitais, das sociedades anônimas atraindo poupança e recursos para investimentos em projetos. Ou seja, era uma empresa movida por ideais capitalistas e não político-partidários, monarquistas ou republicanos. Ideais do liberalismo clássico que, no Brasil, enfrentaram sempre as mais sólidas resistências, até mesmo pela história da formação empresarial do país.

Os jornais desenvolveram-se no correr do século XX, no Brasil, muito mais sob o controle patrimonial e latifundiário de algumas famílias (Sodré, 1966), com profundos e intrínsecos vínculos com o poder, tanto econômico quanto político, quando não militar, do que por serem empresas capitalistas, assumindo riscos, investimentos e obrigações. O sonho de uma empresa jornalística inspirada no “novo capitalismo” ficou para um depois que, talvez, ainda não tenha chegado e, sabe-se lá, se algum dia chegará.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BARRETO, Afonso H. Lima. *As Recordações do Escrivão Isaías Caminha*. Rio de Janeiro, Livro do Bolso, 1943.

BONELLI, Regis. *Ensaio sobre Política Econômica e Industrialização no Brasil*. Rio de Janeiro, Senai/Ciet, 1996.

CARDOSO, F.; FALETTO, E. "Dependência e Desenvolvimento na América Latina". In: BIELSCHOWSKY, Ricardo. *Cinqüenta Anos de Pensamento na Cepal* (Org.). Rio de Janeiro, Record, 2000.

COSTA, Ângela M. da.; SCHWARCZ, Lilia Moritz. *Virando séculos – 1890-1914*. No tempo das certezas. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

COSTA, Pedro Pereira da Silva. *José Bonifácio*. A vida dos grandes brasileiros. São Paulo, Editora Três Ltda., 2001.

D'AMARAL, M.Tavares. *Rui Barbosa*. A Vida dos Grandes Brasileiros. São Paulo, Editora Três Ltda., 2001.

FERREIRA, Marieta de Moraes. "Jornal do Brasil". In: BELOCH, Israel; ABREU, Alzira Alves (Coord.). *Dicionário Histórico-Bibliográfico: 1930-1983*. 2 v. Rio de Janeiro, Ed. Forense-Universitária, FGV/CPDOC, Financiadora de Estudos e Projetos-Finep, 1984.

FURTADO, C. *Desenvolvimento e Subdesenvolvimento*. Rio de Janeiro, Editora Fundo de Cultura, 1961.

GUILHON, Orlando J. F. *José do Patrocínio*. A Vida dos Grandes Brasileiros. São Paulo, Editora Três Ltda., 2001.

HALBWACHS, M. *A Memória Coletiva*. São Paulo, Editora Revista dos Tribunais Ltda, 1990.

HOBBSBAWM, E. *A Era dos Impérios*. São Paulo, Editora Paz e Terra, 1988.

LAGE, Nilson. *Ideologia e Técnica da Notícia*. Florianópolis, Editora Insular, da UFSC, 2001.

\_\_\_\_\_. *A Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro, Record, 2003.

\_\_\_\_\_. *Linguagem Jornalística*. São Paulo, Editora Ática, 2004.

LESSA, Carlos. *O Rio de todos os Brasis*. Rio de Janeiro, Record, 2000.

LEVY, Maria Bárbara. *A Indústria do Rio de Janeiro através de suas Sociedades Anônimas*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1994.

LINS, Vera. *Gonzaga Duque – a estratégia do franco-atirador*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1991.

SEVCENKO, Nicolau. “A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio”. In: SEVCENKO, Nicolau (Org.). *História da Vida Privada no Brasil v. 3*. São Paulo, Companhia das Letras, 1998.

SILVA, Hélio. “Nasce a República – 1888-1894”. In: *História da República Brasileira*. São Paulo, Editora Três, 1975.

SILVA, Sergio. *A Expansão Cafeeira e Origens da Indústria no Brasil*. São Paulo, Editora Alfa-Ômega, 1976.

SILVA, Francisco Pereira da. *Santos Dumont. A Vida dos Grandes Brasileiros*. São Paulo, Editora Três Ltda., 2001.

SODRÉ, N. W. *A História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966.

TOLEDO, Roberto Pompeu de. *A Capital da Solidão*. São Paulo, Editoria Objetiva, 2004.

---

<sup>[1]</sup> Este artigo é um resumo de alguns capítulos da dissertação *Em Busca da Notícia: Memórias do Jornal do Brasil de 1901*. 2006. Dissertação (Mestrado) apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Memória Social do Centro de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – Unirio, Rio de Janeiro.

\* Mestre em Memória Social pela Unirio.

<sup>[2]</sup> Dados do IBGE, disponíveis no Portal <<http://www.ibge.gov.br>>. Em 1900, a população brasileira era de 17.438.434 habitantes, sendo 8.900.526 homens e 8.537.908 mulheres. Não há dados sobre o número oficial de eleitores. Mas, nas eleições de 1910, o *Jornal do Brasil* informa em sua primeira página do dia três de março de 1910, “que até o momento de entrar a nossa folha para a impressão era o seguinte o resultado conhecido da eleição”: 216.892 votos para Hermes da Fonseca e 116.570 para Rui Barbosa.