

Canecas, relógios e porta-copos: a história como mercadoria jornalística

Leticia Cantarela
Matheus¹

¹ Professora de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Vice-coordenadora nacional do GT de História do Jornalismo da Associação Brasileira de Pesquisadores em História da Mídia (Alcar). E-mail: leticia_matheus@yahoo.com.br

Resumo

Investiga como o conceito de história foi tratado em periódicos fluminenses desde a primeira metade do século XIX até o século XX e como o passado foi usado narrativamente de maneiras distintas, de acordo com certas estratégias de sentido e propósitos comerciais. Para isso, analisa amostragens dos três mais longevos diários que já circularam no Rio de Janeiro. Estuda a articulação narrativa do conceito de história nas edições comemorativas desses periódicos, além das efemérides, das retrospectivas e de outros produtos midiáticos. Certa concepção de história favorece o trabalho jornalístico e reforça certa percepção do tempo.

Palavras-chave: História Cultural da Imprensa; História; Memória; Narrativa; Fenomenologia; Cotidiano.

Abstract:

This article investigates how the concept of history was handled in different newspapers in Rio de Janeiro from the first half of the nineteenth century until the twentieth century and how the past has been used narratively in different ways, according to certain strategies of meaning and purpose for trade. It analyzes samples of the three most longlasting diaries that circulated in Rio de Janeiro. It also studies the articulation of the concept of history in especial editions such of anniversaries, and in retrospectives and other media products. Certain conception of history fits the journalistic work and reinforces certain perception of time.

Keywords: Cultural History of the Press; History; Memory; Narrative; Phenomenology; Everyday Life

Ao acessar o *site* do jornal norte-americano *The New York Times*, o usuário encontra um *link* que o direciona para a *TNYT Store*, a loja virtual da empresa, onde seu acervo é disponibilizado de modo inusitado. Enquanto inúmeros jornais digitalizaram seus arquivos ou parte deles, além de outras instituições promoverem a preservação de hemerotecas, o diferencial desse acervo do *New York Times* é sua finalidade. Na sua loja virtual, o acervo não está disponível para pesquisa, mas para a confecção de brindes. O público consumidor tem a oportunidade de transformar edições antigas em estampas a serem aplicadas às mais diferentes superfícies: de relógios de parede a canecas, de camisetas a porta-copos e até azuleijos decorativos.

O que pode parecer uma estratégia comercial banal coloca em cena algumas questões de ordem fenomenológica: o estatuto comunicacional da mídia impressa; sua função como suporte para mediações jornalísticas; e, finalmente, a utilização de um conteúdo entendido como “a história” tratada como mercadoria, isto é, vendida como uma “historiografia midiática”. Sem a pretensão de aprofundar esses problemas, este artigo apresenta algumas reflexões sobre como certa conceituação de história tem sido operada nos jornais, propiciando não apenas a construção do noticiário como também a participação do jornalismo como modo particular de ação sobre o mundo social. Certa ideia de história, como sucessão de fatos isolados, com ênfase nas rupturas, parece não apenas referendar o papel do jornalismo como prática narrativa do cotidiano que instaura certa relação particular entre passado, presente e futuro.

Pesquisando um conjunto de centenas de edições dos três periódicos mais longevos que circularam no Rio de Janeiro, o *Jornal do Comercio*, de 1827, *O Fluminense*, de 1878 e o *Jornal do Brasil*, de 1891, procurou-se, por amostragem aproximadamente a cada dez anos, como se apresentavam experiências editoriais como: produtos gráficos especiais, tais como edições comemorativas, e também retrospectivas e efemérides. A partir desse material, procurou-se compreender como se apresentava uma ideia de história e como ela era articulada nas próprias narrativas jornalísticas. Além disso, investigou-se como se dava a relação com a noção de passado no noticiário, embora esse aspecto não venha a ser enfocado aqui. (Cf. MATHEUS, 2010) O que se apreseta aqui parte dos resultados referentes mais especificamente àquilo que os próprios jornais qualificaram como “história”. O que recebeu a chancela de acontecimento histórico no jornalismo e como esse conteúdo foi usado comercialmente? Certamente, houve experiências bastante diversas ao longo do período estudado – desde 1827 até os anos 2000 –, porém a ênfase foi dada muito mais num movimento de permanência de certa noção de tempo e de história que favoreceu a própria legitimação do jornalismo.

Vendendo o passado

A comercialização do passado e daquilo que se convencionou, no senso comum, chamar de história, como um conjunto de acontecimentos “recuperados” dos *tempos idos* (BARBOSA, 2010a), insere-se numa lógica contemporânea mais ampla de intensa produção de memória (HUYSEN, 2000). Proliferam as narrativas que obedecem a uma lógica

biográfica e de memória institucional, segundo a qual as empresas elaboram bancos de dados particulares, na tentativa de ordenar o passado sob parâmetros próprios. Projetos dessa natureza permitem que as organizações de comunicação se inscrevam no cotidiano como gestores dos fluxos de rememoração social, e, de certo modo, “patenteando a história”. (KITCH, 2007)

No caso da loja virtual do *TNYT*, a arquitetura do *site* e os tipos de produtos disponibilizados apontam para esse fenômeno. Nele, há, em primeiro lugar, a ideia de que a história pode ser “customizada”, isto é, personalizada, de acordo com o interesse pessoal do consumidor. Há ainda os *souvenirs* colecionáveis, objetos “vintage”, reproduções das fotografias mais famosas, que condensaram momentos históricos, além do serviço de impressão das primeiras páginas em produtos como jogos de quebra-cabeça, canecas, saleiros e saboneteiras. O usuário do *site* escolhe a data da edição que deseja reproduzir e faz a encomenda. Para alguns produtos, especialmente as impressões em mármore, como o relógio de parede, há o aviso: “Sem devolução”. Curiosamente, este parece ser um alerta sobre a irreversibilidade do tempo.

Uma das linhas de produtos são os quadros históricos, que consistem em páginas ou fotografias já emolduradas. Além de a história já ter sido enquadrada no momento do seu recorte como notícia, no momento da publicação e circulação do jornal, agora ela é literalmente fixada na forma de um quadro. Os jornais possuem a capacidade – pela sua intensa narratividade – de produzir uma profusão de sínteses periódicas sobre o cotidiano e de colocá-las em circulação no cotidiano. Deste modo, a empresa jornalística imprime sua marca sobre as noções de história e sobre o que se entende sobre o passado, procurando perpetuar certas interpretações, comercializadas na forma dos mais diferentes produtos midiáticos. Esses objetos – assim como subprodutos gráficos produzidos pelos jornais desde o século XIX, como veremos adiante – são inseridos no cotidiano como redes de textualidades entre presente, passado e futuro, não apenas quando apresentados na forma de relíquia, de *memorabilia*, mas no próprio fluxo noticioso diário. Mesmo nas edições regulares lá se encontram a história e as múltiplas versões do passado, como base constituinte das narrativas jornalísticas que supostamente versam sobre a atualidade instantânea.

Além da própria coleção, acumulada desde 1851, ano de sua fundação, o *The New York Times* oferta reproduções de páginas e fotografias antigas que sequer foram publicadas originalmente em suas edições. Isso porque o jornal americano adquire coleções particulares ou estabelece convênios com outras instituições de memória, chancelando, com seu capital simbólico, uma série de objetos elevados ao *status* de relíquia histórica. Ao mesmo tempo, possibilita que suas próprias páginas sejam tornadas relíquias. Assim, não apenas as páginas e as notícias são ressignificadas, mas também são conferidos novos usos aos objetos que circulam e aos acontecimentos estampados em outras superfícies e em outros tempos, acionando certo conhecimento histórico mediado por esses jornais e pelo processo produtivo dessas empresas.

Segundo Pomian (1997: 59), relíquias são objetos que se crê terem estado em contato com um deus ou um herói. No caso do seu uso pelo cristianismo, esteve associado ao culto aos santos, como se os poderes do personagem fossem transferidos para o objeto e, conseqüentemente, para seu possuidor. De certo modo, a relíquia “transportava” os poderes divinos de outrem através do tempo, realizando um trabalho de mediação entre um passado mítico e o presente cotidiano do crente. Não é muito diferente o que ocorre com quem adquire uma página antiga de jornal como objeto decorativo. Além evidentemente de poder haver questões pessoais subjetivas envolvidas – por exemplo, alguém pode presentear um filho com as notícias simultâneas à data do seu nascimento, ou pode querer guardar uma edição em que possa ter sido personagem de uma notícia por algum motivo -, há também um fator coletivo que envolve a cultura da memória no mundo contemporâneo.

Esses objetos carregam uma *aura* do passado, mesmo que sejam apenas reproduções dos objetos impressos que originalmente circularam. A mesma volúpia que o historiador tem ao garimpar um arquivo, ao se deter em documentos e imaginar o passado, também o leitor comum tem prazer na sensação de “adquirir um pedaço original da história”; ou de “imaginar a excitação de segurar em suas mãos um pedaço original da história”, como afirmam algumas dessas chamadas publicitárias. (KITCH, 2007) É o fato de serem percebidas como tendo pertencido ao passado, ou por representá-lo, que fornece a esses produtos uma *aura* referente àquilo que o senso comum entende por história.

Se por um lado, a Indústria Cultural quebrou a *aura* da obra de arte (BENJAMIN, 1986), ao reproduzi-la em larga escala, parece que não ter sido capaz de anular a diferença entre presença e ausência em todos os meios de circulação dos objetos culturais. É a condição ambígua desses objetos que desperta o interesse do público. O documento, de certo modo, também carrega um efeito simbólico de um “eu estive lá”, que atrai o consumidor assim como o vestígio do passado é necessário ao ofício do historiador. Os próprios jornais se constroem narrativamente como documentos e tiram proveito disso tanto no plano simbólico quanto comercialmente.

Até a crítica documental promovida nos anos 1960 (LE GOFF, 1997), a relação com os jornais foi marcada pela visão que eles eram capazes de relatar os fatos objetivamente. A crença não era atribuição exclusiva aos jornais, mas uma forma geral de encarar o conhecimento, tendo como paradigma as ciências biológicas, e que dominou outras formas de saber até pelo menos o início do século XX no Brasil (SCHWARCZ, 1995). Mais tarde, chegou-se a pensar em ignorar os jornais, pois representavam a visão de seus donos ou de certos grupos financeiros aos quais estavam ligados, acentuando uma perspectiva quase exclusivamente ideológica. Hoje as perspectivas em relação a essa fonte são mais complexas. Os jornais são vistos como vestígios de um tempo passado que requerem interpretação e confrontação com uma série de outras fontes e também como lugar de convergência de múltiplas intertextualidades de uma época, que incorporam não somente a visão de mundo de seus donos, mas também outras visões conflitantes em circulação nas sociedades em que estavam inseridos, ou, pelo menos, em parte delas, em certos grupos sociais.

Enquanto o documento deixou de ser o fundamento do fato, como era para escola positivista do século XIX e do início do XX (LE GOFF, 1997), parece que o fato presumido se tornou o fundamento do jornalismo desde o final do século XIX e principalmente ao longo do século XX. O fato, esse parente próximo do acontecimento, parece ter migrado da história para os jornais.

Subprodutos gráficos

A comercialização das coleções dos jornais e de subprodutos gráficos anunciados como “história” não é recente, mas talvez tivesse outras significações no passado. Por exemplo, o Jornal do Brasil, fundado em 1891 e que existiu de modo impresso até 2010, não havia completado sequer um ano de circulação e já realizava uma promoção na qual anunciava sua coleção como um grande registro histórico que deveria ser preservado. Observa-se, portanto, nessa operação narrativa-editorial a associação do conceito de história à memória, como um banco de dados colecionável. O jornal anunciava a venda de uma compilação de alguns de seus textos publicados naquele primeiro ano:

Biblioteca do Jornal do Brasil

Brevemente começaremos a editar em elegante volume in-8, nitidamente impresso em excelente papel e ao preço uniforme de 3\$ o volume (2\$ para nossos assinantes), o melhor de nossa collaboração estrangeira e nacional, sob o titulo geral de ‘Biblioteca do Jornal do Brasil’.

O primeiro volume está no prelo e terá por titulo Dom Pedro II e conterà todos os artigos publicados em nossa folha sobre o fallecido ex-Imperador. A este seguir-se-hão: *Chronicas litterarias* por Theophilo Braga, *Dia a Dia*, *chronica alegre dos acontecimentos diários*, *Ephemerides* brasileiras pelo Barão do Rio Branco, *A Amazônia* por José Veríssimo e successivamente os magnificos trabalhos expressamente para este jornal escriptos por Schimper. (Jornal do Brasil, 30/12/1891: 1, grifos nossos)

Desde seu primeiro ano, o Jornal do Brasil gerava produtos que deveriam carregar um senso de perenidade e que conferiam um valor simbólico extra ao título e a sua coleção. Observa-se, no trecho acima, a construção de uma ideia de registro do tempo associada ao conceito de história. O que mais chama a atenção, porém, é que, ao lado de trabalhos especialmente produzidos com um sentido de material histórico e literário – duas esferas que se confundiam nos chamados “artigos de fundo”, o jornal também ofertava compilações de seu material mais perecível, mais efêmero: “as crônicas alegres dos acontecimentos diários.” Elas eram apresentadas numa coluna cujo nome materializava a própria temporalidade do cotidiano, como a coluna “Dia-a-dia”.

Duas semanas antes da abolição, em 1888, o jornal O Fluminense, de Niterói (RJ), anunciava vender por 1\$000 “O Abolicionismo Perante a História ou O Diálogo das Três Províncias”, exemplar especial com uma síntese do momento que se vivia. Tal iniciativa indica não apenas uma necessidade de reflexão sobre as conjunturas, mas também um

senso de oportunidade comercial. O jornal acabou realizando um trabalho de enquadramento de memória (POLLAK, 1989) simultâneo ao desenrolar dos fatos. Esse seria, aliás, um dos trabalhos de natureza social para o qual o jornalismo serve como instrumento privilegiado, devido a sua dinâmica e constância narrativa. Se um jornal obedece a certa periodicidade, ele funciona como regulador de permanentes reenquadramentos de significados possíveis acerca dos acontecimentos ou das conjunturas. Embora a Abolição fosse um problema do presente, observa-se a pressa do jornal não só em interpretar os acontecimentos no seu desenrolar como em produzir um material mais perecível. A oportunidade de capitalizar aquele momento e de se tornar seu intérprete privilegiado é sugerida na reprodução integral na primeira página do dia 16 de maio de 1888 da Lei Áurea. Cem anos mais tarde, o diário ainda explorava o fato de ter reproduzido a Lei na primeira página do dia, referendando a iniciativa dos jornalistas do passado na edição centenária (1978) e também na de 130 anos (2008). Esse exemplo leva a refletir se a urgência em enxertar sentido histórico ao presente, o que Nora (1976) dizia da mídia nos anos 1970, não seria característica ainda mais antiga e se constitua numa operação que tem acompanhado as práticas de jornalismo.

As sínteses periódicas eram comuns nos oitocentos, fossem elas referentes a um intervalo de tempo mais longo, interpretado como “histórico”, ou mais curto. O Fluminense publicava o resumo “A semana” em 1898. O Jornal do Brasil mantinha a página dominical “Echos da Semana” no início dos 1900. Embora os acontecimentos fossem enquadrados, narrativamente, no intervalo de sete dias, na verdade eles tinham se dado em momentos que não obedeciam necessariamente à lógica semanal. Tratava-se muito mais de um efeito narrativo. Esse tipo de coluna sintetizava e dava uma interpretação comum ao tempo pretérito do qual tratava.

O Jornal do Commercio foi persistente na publicação de retrospectivas e resumos anuais, desde os anos 1840. Durante quase todo o século XIX, publicou balanços comerciais, acompanhados de interpretações com maior profundidade temporal, uma espécie de síntese histórica. Na década de 1870, esse movimento se intensificou e o jornal passou a publicar suplementos quinzenais com análises “de fundo”.

Longe de serem esquecidas, as retrospectivas voltariam a virar mania no século seguinte. Em janeiro de 1948, por exemplo, o Jornal do Commercio publicou “Os Grandes Acontecimentos de 1947”, separados mês a mês, ocupando metade da primeira página. Além de manter lógica semelhante aos “O ANNO DE 1839”, continua garantindo espaço especial para esse tipo de passado recente.

Retrospecto Commercial

Publicação anual do Jornal do Commercio

Está circulando o volume LXIII relativo ao ano de 1936.

À venda no balcão do Jornal do Commercio

preço 25\$000 pelo correio mais 1\$000

(Jornal do Commercio, 19/10/1937: 1)

As iniciativas antigas de vender material “histórico” conferiam à atividade fim da empresa uma carga simbólica que somente a história poderia dar. Chancela de verdade, instituição de memória, autoridade sobre o passado, e conseqüentemente sobre o presente e o futuro, essas iniciativas inseriam o jornal num novo fluxo de circulação, aumentando sua vida útil. Depois de consumidos como jornalismo, tornam-se documentos da história e, mais que isso, documentos tornados mercadoria. Além disso, havia um novo aspecto nessa relação entre jornalismo e história que ganharia força até o final daquele século: a aproximação do jornalismo a um modelo narrativo factual. A concepção de história como registro da passagem do tempo pode ser observada em inúmeros exemplos nos três jornais.

As efemérides tiveram papel especial para eles, pois serviram como aquilo que o jornalista chama de “gancho”, um pretexto para abordar algum tema. As datas históricas foram uma mania até pelo menos meados do século XX. No 13 de maio de 1904, o Jornal do Brasil celebrou a “libertação da nossa Pátria do jugo da escravidão negreira” (p. 1), analisando que a data “completou a obra do 7 de setembro.” Dizia assim que “as duas datas que se unificam, que se não podem separar, representam ambos acontecimentos que diretamente influíram para a construção do nosso organismo de nação livre e independente.”

Atribuindo o texto ao padre Luiz Gonçalves dos Santos, o diário dizia que a imprensa iluminara e vivificara o país, “dissipando as trevas da ignorância, cujas negras nuvens cobriam todo o Brasil e interceptavam as luzes da sabedoria.” (p. 1) O mesmo trecho também seria usado na edição centenária do Jornal do Commercio em 1927 para enaltecer a imprensa. Portanto, as efemérides, embora funcionassem como marcação de um tempo cíclico, podiam ser também oportunidade de apresentar interpretações sobre o passado, usadas tanto isoladamente quanto vinculadas a análises mais amplas.

As “Ephemérides Brasileiras”, escritas pelo Barão do Rio Branco, lembravam, no JB, o que acontecera no Brasil a cada dia nos anos anteriores. As notas não obedeciam rigorosamente às datas correspondentes, o que não diminuía a inteligibilidade de sua forma de organização do tempo e da história. Até pelo menos 1945, as efemérides do Barão do Rio Branco, que já havia morrido em 1912, ainda eram debatidas e corrigidas no JB, com base nas análises de membros do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB).

Apresentar uma coluna exclusiva com efemérides confere a elas caráter mais autônomo em relação às demais narrativas, o que nem sempre foi feito, a exemplo do editorial sobre a queda da Bastilha, na celebração do 14 de julho, em que O Fluminense

aproveitou para apresentar sua análise “historiográfica” (*sic*) da Revolução Francesa (14/06/1898). As efemérides serviam como pretexto para discorrer sobre algum assunto. Elas foram usadas fartamente para comemorações em geral, aparecendo tanto nas edições especiais quanto nas regulares, a partir de aniversários de morte e de nascimento (efeméride pessoal), celebrações de grandes datas históricas.

A pretexto do aniversário de 20 anos de dom Pedro I e sem deixar de descrever os festejos na cidade, o *Jornal do Commercio* analisou:

Há pouco nascemos para o mundo, há pouco pertencemos á história; e entretanto a *ampulheta dos povos*, nesse tão curto período de vida, deparará com mil grandes acontecimentos, descreverá mil crises funestas por que havemos passado, e depois a posteridade nos julgará. (*Jornal do Commercio*, 05/12/1837: 1, grifos nossos)

Além da comparação da história com a ampulheta, o texto não se limita ao passado recente (a Independência) mas também aponta previsões futuras ao imaginar que a posteridade julgará a nação. E continua narrando a recente história desde a chegada da família real. É preciso admitir que talvez os jornais fossem a melhor forma possível de conhecimento, especialmente sobre história e geografia, naquele momento, sendo que a história se confundia com relatos de memória.

O ANNO DE 1840

Se na história da humanidade alguns annos passarão sem deixar vestígios que os recommendem á attenção da posteridade, se os actos que nelles se realisão tem por sua insignificância, por sua nenhuma influencia sobre a sorte das nações de ficar em terno esquecimento, outro tanto não há de acontecer ao anno de 1840. Poucas nações o virão passar sem que nelle extraordinários acontecimentos viessem influir em seus destinos, e se em muitas dellas a guerra civil, e a guerra estrangeira não chegarão a ensanguenta-las, no menos tristes annuncios fizerão receiar que fosse profundamente alterada a paz do mundo. (*Jornal do Commercio*, 1º e 2/01/1841: 2)

As efemérides dão ao público dos *media* a sensação de transporte para outro tempo, quando promovem a representação (como ação narrativa) do passado enquanto história. Fornecem um acontecimento referencial sobre o qual se construirá uma narrativa sobre o passado.

MEMÓRIA

O *Jornal do Commercio* publicava na edição de 2 de agosto:

HÁ 150 ANOS

Anteontem, por volta das 19h30m, foi preso por dois pedestres o capoeirista Raphael, que estava armado com uma navalha. Ele foi preso na Rua São Joaquim, mas quando os três chegaram ao Largo da Carioca os pedestres foram atacados por mais seis pretos que dominam esta mesma luta. Eles conseguiram, na luta, soltar o dito Raphael e fugiram em seguida. Neste conflito um dos pedestres ficou ferido. Que haja providência contra esses desordeiros. (Jornal do Commercio, 3,4 e 5/08/2007: A-18)

Essa efeméride reproduz a maneira antiga de escrever, o que nem sempre ocorreu. Muitas vezes, as notícias eram reescritas, ao modo contemporâneo, para facilitar a compreensão. Por outro lado, perdiam parte do sabor do tempo. O texto remete a outro mundo. Enquanto narrativa, abre uma fenda para o passado, como um túnel do tempo. Somos capazes de imaginar tanto o universo do capoeirista com nome de pintor italiano, os conflitos nas ruas do Rio, quanto o universo da produção jornalística, que fez com que se selecionasse esse episódio para ser notícia em 1857 e efeméride em 2007. Isto é, o mesmo acontecimento mudou de estatuto comunicativo em 150 anos. Ele foi despojado de sua densidade ao ser articulado como passado. Por outro lado, enquanto referencial, um acontecimento nunca é sempre o mesmo, pois a situação comunicacional passa a ser outra. Embora o fato tenha efetivamente acontecido, ele só poderá ser experimentado 150 anos mais tarde enquanto narração. Só a narrativa poderá lhe abrir o portal do tempo e o fazer *durar*.

Ao mesmo tempo em que a narrativa condensa várias ações que duraram intervalos diferenciados (o caminhar até o Largo da Carioca, a prisão, a briga, a fuga), criando uma coerência, ela também se distende no tempo, já que a comunicação efetivamente *durou*. Ela foi acionada no momento da primeira publicação, na primeira leitura, mais tarde na apropriação de do jornal como efeméride, depois na transcrição neste artigo, e finalmente na leitura que você, leitor, realiza neste instante. Várias dimensões temporais são produzidas e experimentadas ao narrar. (RICOEUR, 1994)

E os jornais contam muito mais do que aquilo que é sentido como presente. Narram também o que é considerado ido e o que se imagina que virá. Eles colaboram em grande parte para a construção e consolidação de diferentes versões do passado. A abordagem “historiográfica”, ao remeter o leitor a tempos pretéritos, é muito comum. A presença do passado está não apenas nas efemérides, mas também nas contextualizações dos acontecimentos e nas memórias coletivas compartilhadas pelos leitores que fazem com que o jornal seja inteligível. Entretanto, as retrospectivas e as análises “de fundo” ditas históricas vão dando lugar, nas páginas impressas, à dimensão cotidiana de forma mais explícita, principalmente na virada do século XIX para o XX.

Cotidianidade

A vida diária, na sua dimensão mais intensa, o presente pragmático, aparece

principalmente nas páginas de O Fluminense e no Jornal do Brasil no final do século XIX. Ela dá o ritmo das narrativas e marca a perecibilidade dos jornais. Licitações de serviços públicos, assassinatos, navalhadas, notícias marítimas, suicídios, ataques piratas a cargueiros na costa, leilões, casamentos, aniversários, obituários, notas sociais, câmbio, classificados, “raptos e defloramentos”, campanhas assistencialistas, medidas administrativas para garantir a qualidade da carne são exemplos desse conteúdo dos dois jornais entre 1890 e 1920.

Fica patente a presença de algo que hoje poderia ser compreendido como noticiário. São preocupações as mais imediatas e pragmáticas possíveis: os classificados – alguém precisa vender alguma coisa e alguém precisa comprar –, a escala dos comissários de polícia de plantão nas delegacias, o resultado do turfe e do jogo do bicho – se alguém jogou, é preciso aplacar a expectativa mais imediata de saber se ganhou –, a programação dos cinemas – também uma forma de planejamento do uso do tempo –, entre outras.

O anúncio, em 1897 pelo Jornal do Brasil, da ampliação da Estrada de Ferro Central do Brasil, que ganharia uma quarta linha, é, por exemplo, é apresentado com valor de “furo” noticioso: “O público teve hontem conhecimento, por intermédio somente do Jornal do Brasil, de que esta importantíssima repartição vae ser dotada de um melhoramento de alta importância.” (JB, 04/04/1897: 1)

Mas a cotidianidade não poderia ser descrita mais literalmente do que no caso da coluna do JB “O BIFE”, espécie de boletim de matadouros, onde se anunciavam diariamente as rezas abatidas, onde e por quanto comprar. Talvez a inscrição do jornalismo no cotidiano não possa ser mais claramente compreendida do que por esse exemplo. Assim como a “carne verde”, as notícias também começavam a “passar”, a se tornarem obsoletas, e os jornais iam adquirindo valor justamente pelo seu grau de atualidade.

A dimensão cotidiana do fazer histórico é explicada de maneira simples por Heller (1993) ao afirmar que todos somos historiadores, teóricos e filósofos da história na medida em que contamos histórias, analisamos as histórias que vivemos, vemos e ouvimos e interpretamos essas histórias, apropriando-as a nossa maneira. O processo histórico poderia ser compreendido aqui como um ato comunicacional:

Dar sentido a alguma coisa significa mover os fenômenos, as experiências e similares, para dentro de nosso mundo; significa transformar o desconhecido em conhecido, o inexplicável em explicável, bem como reforçar ou alterar o mundo por ações significativas de diferentes proveniências. (HELLER, 1993: 85)

Se é no cotidiano que fazemos história, também é nele que se processa a comunicação, como ato de produzir sentido socialmente. A notícia, uma de suas principais marcas narrativas da atualidade, aparece no passado como efeito da percepção de novidade dentro do fluxo comunicacional cotidiano, muito mais do que em decorrência de uma questão de forma – embora ela seja importante. Experiência particular do tempo, a notícia

jornalística foi sendo reforçada como atualidade e separada de análises “de fundo”, que davam um panorama mais profundo temporalmente.

Os relatos jornalísticos foram se tornando cada vez imediatos, enquanto o valor de perenidade do jornal e de seus subprodutos gráficos foi sendo diluído. O passado foi se tornando mais raso, com pouca profundidade temporal. As edições do Jornal do Commercio, do Fluminense e do Jornal do Brasil do final do século XIX e início do século XX levam a crer que a historiografia funcionava como signo ilustrativo, como forma de exibir conhecimento através das páginas dos jornais, que foram gradativamente perdendo o sentido de passado e projetando o noticiário cada vez mais para o presente e para o futuro.

A presença do cotidiano, como dimensão pragmática do presente, ocupa a maior parte dos três jornais. Ela está na urgência da morte, na dinâmica urbana do Rio de Janeiro que aumentava sua densidade demográfica, com seus novos crimes e tragédias, no fascínio pela tecnologia como antecipação de futuro, nas atividades comercial e industrial, como ritmo do trabalho e da oportunidade capitalista, na programação cultural e seu modo de ordenamento do tempo, nos dramas da vida urbana, nos conflitos geracionais explicitados nas reportagens de comportamento, e também nos anúncios publicitários, que fornecem intenso senso de presente. Todos esses assuntos deram aos jornais um sentido de urgência de ação.

Percebe-se a dimensão do cotidiano, a começar, pelos nomes das colunas: “Gazetilha”, “Várias Notícias”, “Telegrammas de Última Hora” (no Jornal do Commercio), além da autoevidente “Phenomenos da época”. Trata-se de espaços de variedades, que narravam a pulsação da cidade. Os telegramas, embora fossem na sua maioria do exterior, sobre temas distantes, não deixavam de fornecer um senso de urgência. Mesmo sentido tinham os “Telegrammas” no JB, que contava com as também autoevidentes “Conjuntura”, “Dia a Dia” e “Diário da Cidade”.

O Fluminense contou com as colunas “Miscellanea”, “Noticiário” e “Plantão de O Fluminense”, esta última que tinha mais claramente a proposta de ser sentinela da cidade. O ritmo da vida urbana emerge nas colunas “Ronda das ruas” (do Fluminense, anos 1970), “Na polícia e nas ruas” e “Achados e perdidos” (do JB). Ou em “Palpitando” (Fluminense) e “A bicharada” (JB), ambas com o resultado do jogo do bicho na virada do século XIX para o XX. O JB possuía setorista na Central do Brasil, responsável por alimentar a nota “Hóspedes e viajantes”, que informava diariamente sobre quem chegava e partia da cidade, descrevendo os acompanhantes, qual o destino e até o que iam ou vinham fazer. Assim, “Hóspedes e viajantes” dava um panorama do mundo dos negócios, pois muitas vezes os viajantes chegavam para fechá-los, do convívio social em geral e da dinâmica populacional.

Outros periódicos que não se encontram no recorte deste artigo também dão indícios que levam à suposição do direcionamento do olhar para o cotidiano. Por exemplo, em 1875, é fundada a Gazeta de Notícias no Rio de Janeiro, com seu conteúdo voltado para o comum da vida. Dentro do intervalo entre 1870 e 1900, a própria Gazeta elimina, apenas

cinco anos depois de sua fundação, as seções “Boletim Parlamentar” e “Diário das Câmaras”, substituindo-as pelos “Assuntos do Dia”. (BARBOSA, 2007a: 29) Também o Jornal do Brasil é fundado em 1891, assumindo proposta popular já em 1893.

Portanto, “Miscellania”, “Noticiário”, “Ronda das Ruas”, “Plantão”, “Hóspedes e Viajantes”, “Polícia”, “Occurrences” (em O Fluminense); “Na Polícia e nas Ruas”, “Diário da Cidade”, “Dia a Dia”, “Hóspedes e Viajantes” (no Jornal do Brasil) são colunas e seções que fornecem indicação desse movimento de crescente valorização da novidade dentro da concepção de notícia. Até mesmo o Jornal do Commercio, não tão dedicado a reportagens locais, passa a dar maior dinâmica a seu conteúdo, destacando a vida diária na coluna “Várias Notícias”.

Naquele final do século XIX, sem abandonar o debate político e os textos com contextualização temporal mais profunda, o noticiário começa a se guiar pelo princípio da factualidade. Ao se aproximar cada vez mais dessa lógica, que se consagraria nos primeiros anos do século seguinte (BARBOSA, 2007a), tornava-se tanto fonte de narrativas que competiam com aquilo que era entendido como história ao mesmo tempo em que dela tentava de diferenciar, já que passava a narrar fatos cada vez mais recentes. Nesse sentido, configurava-se uma tensão interna na narratividade jornalística no que tange à profundidade temporal da qual tratava. Os produtos gráficos comercializados na forma de “história”, assim como outras narrações de passado tais como retrospectivas, edições comemorativas, entre outras, ganhavam nova significação, em função de todo o rearranjo de diferentes formas narrativas operadas por um jornal.

A ilustração intelectual pelo consumo de textos ditos de conteúdo histórico contidos nos periódicos, um fetiche ao longo dos oitocentos no Brasil, foi substituída gradativamente, e mais acentuadamente no final daquele século, pela ilustração pela novidade, princípio da notícia, associado ao valor da informação. O noticiário teria passado a ser aquilo que era entendido como mais novo na vida diária. De fato, o conceito de notícia não possuía, no século XIX, o mesmo significado de hoje. Segundo o dicionário Moraes e Silva (1813), importante referência lexical no Brasil no século XIX, notícia era entendida como sinônimo de conhecimento, informação no sentido de erudição, sem necessariamente sentido de novidade ou de um conhecimento produzido recentemente ou narração inédita como adquiriu para os jornalistas no século XX.

Segundo Koselleck (2006), os conceitos possuem uma história não somente por suas variações semânticas mas também devido a sua variabilidade temporal. Eles carregam camadas temporais de significados. Além disso, os conceitos remetem a uma extensão temporal (intervalo projetado) e a uma intensidade da experiência. Assim, os sentidos que os conceitos adquirem num determinado contexto dependem da profundidade temporal a que se referem (tanto em direção ao passado quanto em direção ao futuro) e do grau de intensidade da experiência a eles associado.

Para Ribeiro (1995), os jornais desempenham a função de historiografia do cotidiano,

o que é reivindicado por meio de uma série de estratégias discursivas. Ao se arvorarem a capacidade, o direito e a função de enunciar a história, legitimam seu próprio lugar social. Além disso, as ideias de tempo e de história com a qual trabalham tendem a apagar a noção processual, remetendo ao aqui e agora, o que, para a autora, exclui a consciência do homem enquanto agente da própria história. A impressão ao se ler os jornais é que os fatos brotam simplesmente e que a história é um arquivo de fatos desconexos. Trata-se da dimensão acontecimental do jornalismo abordada também por Barbosa (2007b).

Ao se valer de uma história positivista, o jornalismo forçaria uma coincidência entre o fato jornalístico e o fato histórico, potencializando sua capacidade de investir os acontecimentos de caráter histórico. (RIBEIRO, 1995) Entretanto, essa ideia de história não-processual não constitui efeito discursivo exclusivo do jornalismo. Todo o século XIX, por exemplo, teve como visão historiográfica dominante a história positivista com um sentido embutido de aperfeiçoamento das civilizações e superação automática do passado.² A opção por privilegiar rupturas e/ ou continuidades não é ingênua, tema sobre o qual não vamos nos deter aqui. De qualquer forma, esses jornais confirmaram a prevalência dessa "historiografia" jornalística reprodutora do modelo de rupturas.

Privilegiando uma temporalidade linear, o jornal se adequa a uma demanda de controle da realidade, com base na previsibilidade do futuro e no progresso. Isto é, a relevância atribuída ao jornalismo depende da adoção de um tipo específico de noção de história e, conseqüentemente, de tempo. Essa noção de tempo e história favorece a própria aceitação do jornalismo como modo de representação relevante num dado sistema cultural e a flexibilização dessa noção, no senso comum, forçaria uma reformulação do estatuto do jornalismo.

Ainda segundo Ribeiro (*op. cit.*), o jornalismo semantiza o tempo de duas maneiras. A primeira diz respeito a uma relação específica com o passado e o futuro, afinal, o jornal poderá ser lido como registro histórico, impondo certo modo de recordação. Isso porque, ao articular um sentido de tempo passado e de presente, os periódicos se tornam registros documentais que serão usados posteriormente. Eles são já a imposição de certo modo de recordação, ou seja, um enquadramento de memória. (POLLAK, 1989)

A segunda instância de semantização temporal se refere à percepção cotidiana do tempo. Essa operação, ainda mais importante que a primeira, é parte da própria historicidade. Ao atribuírem determinados sentidos históricos aos acontecimentos, os jornais favorecem certa consciência de como estamos inseridos no processo histórico.

Trilhando caminho semelhante, Meneses (2009) procura entender como os meios de comunicação interferem na constituição de sentidos históricos. Ela estabelece o conceito de operação midiográfica, traçando uma analogia com a operação historiográfica de Certeau (2007). Segundo Meneses (2009), a midiografia se realiza em dois estágios: o da escritura e o

² Sobre a ideia de progresso e noções de tempo cf. Comte (1978), Nisbet (1985), e Collingwood (s/d).

da inscrição. O primeiro é a configuração narrativa própria da notícia, pela qual o jornalismo conferiria significado aos acontecimentos, "retextualizando o vivido e o oferecendo através de veículos de mediação". (MENESES, 2008: 3) E o segundo estágio constitui o momento em que a mensagem é posta em circulação, inscrevendo novos significados no cotidiano.

Considerações finais

Os produtos jornalísticos apresentados como material histórico, como uma historiografia midiática, traz à tona o problema da condição mediada do passado e de uma espécie de disputa entre História e mídia acerca da formação de consciências históricas. O problema da mediação na História estaria não tanto no fato de o historiador ter que atravessar diferentes distâncias temporais para explicar o homem e suas ações, mas na ilusão da possibilidade de uma história imediata (LACOUTURE, 1990). Ora, imediata remete à ideia de o tempo poder ser "imediado", como se a ação direta no processo história abolisse formas de mediação. A disputa entre historiografia e "midiografia" na produção do sentido histórico deve partir para outros problemas em vez de insistir na crença na "imediação", pois toda forma de experiência e de ação sobre o mundo se dará conjuntamente com processos e ferramentas de significação sobre esse mundo.

A atribuição do presente como feudo jornalístico pressupõe sua não-resistência à apreensão pelo jornalista e para a qual o historiador deveria se preparar, como se estivessem numa competição para a captura do presente e do passado. Ao se evitar perceber que uma enunciação de qualquer espécie é já mediação, independentemente do momento sobre o qual fala (presente, passado ou futuro), a História acabaria, em alguns momentos, por referendar a crença na possibilidade de apresentação imediata da história, legitimando, ao mesmo tempo, a autoridade jornalística. Mas nem o presente é um feudo do jornalismo, nem a história é "imedada".

Em 1972, Nora (1976) argumentava ser característico de nosso tempo procurar enxertar sentido histórico ao presente. Esse sentido seria percebido e experimentado principalmente por meio do acontecimento, forma narrativa dominada pelos jornalistas. Ele alertava para o fato de que, enquanto a História subestimava o valor do acontecimento, o jornalista se apropriava dele. Se a visão de história constituída essencialmente como coleção de fatos tinha sido abandonada pelos historiadores, ela teria migrado e sobrevivido na mídia de massa, sobretudo as jornalísticas, para as quais o acontecimento parece carregar um duplo valor: o de uma história dominada pelo senso comum e o da notícia. O que parece é que os jornais têm necessidade não apenas de decretar diariamente o que é histórico, mas também de serem eles próprios históricos. Nos jornais, os acontecimentos entediam de tanto que acontecem.

Por outro lado, assiste-se ao gradativo desaparecimento de grandes periódicos impressos, tais como o próprio *Jornal do Brasil*, em 2010, e mais recentemente a revista *Newsweek*, no exterior. Enquanto isso, sua imagem se perpetua em outras superfícies e usos, como o exemplo dos brindes do *The New York Times*. Eles promovem uma experiência

lúdica de deslocamento no tempo talvez como compensação simbólica pela gradativa extintão desses objetos impressos.

Fontes:

The New York Times Store: http://www.nytimes.com/Your-New-York-Times-Front-Page-on-Marble-Clock_p_7608.html.

Parte do acervo do Jornal do Brasil:
<http://news.google.com/newspapers?nid=0qX8s2k1IRwC>

Exemplares disponíveis na Fundação Biblioteca Nacional:

Jornal do Commercio:

Para estudar as retrospectivas:

Edições de novembro e dezembro de 1827, janeiro de 1828, janeiro de 1830, janeiro de 1836, dezembro de 1837, janeiro de 1840, janeiro de 1842, janeiro de 1841, janeiro de 1847, dezembro de 1899, janeiro de 1900, janeiro de 1901, janeiro de 1930, janeiro de 1948, dezembro de 1957;

Edição comemorativa: 1º de outubro de 1927 (edição centenária),

Edição especial de 1º de outubro de 2007 (180 anos).

Outras:

Edições de fevereiro de 1857, fevereiro de 1858, março de 1867, abril de 1877, maio de 1887, junho de 1897, julho de 1907, maio, junho e setembro de 1908, agosto de 1917, setembro de 1927, outubro de 1928, outubro de 1937, novembro de 1947, fevereiro de 1958, fevereiro de 1967, abril de 1977, junho de 1987, agosto de 1997, agosto de 2007.

O Fluminense:

Edições de maio e julho de 1888, abril de 1897, julho e setembro de 1898, outubro de 1908, setembro de 1915, junho de 1918, janeiro, fevereiro, março e maio de 1928, novembro de

1936, abril de 1938, fevereiro de 1942, julho, agosto e outubro de 1946, (há intervalo na coleção em microfilme de janeiro de 1947 a dezembro de 1970), janeiro e abril de 1971, maio de 1978, fevereiro de 1988, abril de 1998, maio de 2008,

A comemorativa de 8/9 de maio de 1978 (centenária),

Edição especial de 8 de maio de 2003 (comemorativa de 125 anos),

Edição especial de 12 de maio de 2008 (comemorativa de 130 anos).

Jornal do Brasil:

Edições de dezembro de 1891, abril de 1897, fevereiro de 1901, maio, julho e setembro de 1908, março e abril de 1911, junho de 1921, agosto de 1931, abril de 1941, incluindo a comemorativa de 50 anos (comemorações de 50 anos), outubro de 1941, setembro de 1947, dezembro de 1951, janeiro de 1961, novembro de 1967, março de 1971, maio de 1981, dezembro de 1983, abril de 1991, incluindo a comemorativa de 7 de abril de 1991 (centenária), setembro de 2001.

Referências bibliográficas

BARBOSA, Marialva C. *História Cultural da Imprensa*. Brasil - 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007a, 262p.

BARBOSA, Marialva C. *Percursos do olhar*. Comunicação, narrativa e memória. Rio de Janeiro: EdUff, 2007b.

BARBOSA, Marialva. *Múltiplas formas de contar uma história...* ALCEU - v. 10 - n.20 - p. 25 a 40 - jan./jun. 2010.

BARBOSA, Marialva. *Uma história dos sistemas de comunicação: balanço de um percurso teórico*. Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 9, n. 17, jan/jun. 2010.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. In: *Obras Escolhidas* vol. 1. São Paulo: Brasiliense, 1986.

BLOCH, Marc. *Apologia da História*. Ou o ofício de historiador. Rio de Janeiro: Zahar, 2001, 159 p.

BRAUDEL, Fernand. *Escritos sobre a história*. São Paulo: Perspectiva, 2007, 2ª edição, 2ª reimpressão, 288 p.

- BURKE, Peter. *A escola dos Annales – 1920-1980. A Revolução Francesa da Historiografia*. São Paulo: Unesp, 1997, 154 p.
- CERTEAU, Michel de. *A escrita da história*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007, 2ª edição, 3ª reimpressão.
- COLLINGWOOD, R.G. *A idéia de história*. Portugal: Editorial Presença, 199?.
- COMTE, Auguste. *Os pensadores*. São Paulo: Abril Cultural, 1978, 318p.
- DOSSE, François. *A História em migalhas. Dos Annales à Nova História*. São Paulo: Edusc, 2003, pp. 393;
- FURET, François. "O quantitativo em história." In: LE GOFF, Jacques & NORA, Pierre. *História: novos problemas*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1976, pp. 49-63.
- HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Edições Vértice, Editora Revista dos Tribunais Ltda, 1990;
- HALBWACHS, Maurice. Paris: *Les cadres sociaux de memoire*. France: Les Presses universitaires de France, Nouvelle édition, 1952, 299p. Disponível em: http://classiques.uqac.ca/classiques/Halbwachs_maurice/cadres_soc_memoire/cadres_sociaux_memoire.doc.
- HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- HELLER, Agnes. *Uma teoria da história*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.
- HUNT, Lynn. *A Nova História Cultural*. SP: Martins Fontes, 2006, 317 p., 2ª edição, 2ª tiragem. Primeira edição: 1992.
- HUYSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória*. Arquitetura, monumentos, mídia. RJ: Aeroplano, 2000.
- JASMIN, Marcelo Gantus e FÉRES JUNIOR, João. "História dos conceitos: dois momentos de um encontro intelectual." In: JASMIN, Marcelo Gantus e FÉRES JUNIOR, João (orgs.). *História dos conceitos: debates e perspectivas*. RJ: Loyola, 2006.
- KITCH, Carolyn. *Selling the "authentic past"*. The New York Times and the branding of news. Westminster Papers in Communication and Culture. London, University of Westminster, vol. 4, 2007.
- KOSELLECK, Reinhart. *Futuro passado*. Contribuição à semântica dos tempos históricos. Rio de Janeiro: Contraponto: PUC-RJ, 2006.
- LACOUTURE, Jean. "A história imediata." In: LE GOFF, Jacques. *A História Nova*. SP: Martins Fontes, 1990, pp. 318.
- LE GOFF, Jacques. "Documento/ monumento" In: *Enciclopédia Einandi*, vol. 1. Portugal: Imprensa Nacional, 1997b, pp. 95-106.

LE GOFF, Jacques. *A História Nova*. São Paulo: Martins Fontes, 1990. 318 p.

MATHEUS, Leticia Cantarela. *Comunicação, tempo, história: tecendo o cotidiano em fios jornalísticos*. RJ: Mauad-X, 2010.

MENESES, Sônia. *A operação midiográfica: 1964, um golpe com três tempos – mídia, memória e esquecimento*. Texto de qualificação de tese de doutorado em História. Niterói (RJ): UFF, 2009, 209p.

MENESES, Sônia. *A operação midiográfica: lugares, fazeres e problemas na produção do conhecimento midiático*. Trabalho apresentado na Anpuh 2008. Disponível em: http://www.encontro2008.rj.anpuh.org/resources/content/anais/1212884750_ARQUIVO_AOPERAC_AOMidiograficacompleto.pdf.

MORAES E SILVA, Antônio. *Dicionário da Língua Portuguesa*. Lisboa: Typographia Lacérdina, 1813.

MOTZKIN, Gabriel. "A intuição de Koselleck acerca do tempo na história." In: JASMIN, Marcelo Gantus e FÉRES JUNIOR, João (orgs.). *História dos conceitos: debates e perspectivas*. RJ: Loyola, 2006.

NASCENTE, Antenor. *Efemérides Cariocas*. Distrito Federal: Prefeitura do DF, 1957.

NISBET, Robert. *História da idéia de progresso*. Brasília: Editora da UnB, 1985.

NORA, Pierre. "Entre memória e história. A problemática dos lugares." In: *Projeto História: Revista do Programa de Estudos da Pós-Graduação em História e do Departamento de História PUC-SP*. São Paulo: PUC-SP, 1993.

NORA, Pierre. "O retorno do fato." In: LE GOFF, Jacques e NORA, Pierre (orgs.). *História: novos problemas*. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editores Ltda, 1976, pp. 179-193.

POLLAK, Michael. "Memória, esquecimento e silêncio" In: *Estudos Históricos 1989/3*. Cpdoc/ FGV. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais Ltda., 1989.

POMIAN, Krzysztof. "Coleções". In: *Enciclopédia Einaudi*, vol. 1, *Memória-História*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais Ltda., 1997, pp. 51-86.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart Ribeiro. *A história do seu tempo*. A imprensa e a produção do sentido histórico. Dissertação de mestrado em Comunicação. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 1995.

RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. Tomo I. Campinas (SP): Papyrus, 1994, 327p.

SCHWARCZ, Lilia Moritz, *O espetáculo das raças*. Cientistas, instituições e questão racial no Brasil. 1870-1930. São Paulo: Companhia das Letras, 1993, 1ª reimpressão, 1995.