

A mediação da história pelo *Jornal do Commercio*: dois séculos de um monumento ao jornalismo carioca

Leticia Cantarela Matheus
Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense
Bolsista Nota 10 da Faperj
leticia_matheus@yahoo.com.br

RESUMO

Este artigo analisa as edições comemorativas de cem e 180 anos do *Jornal do Commercio* sob a ótica das estratégias narrativas para a articulação de idéias de passado e história. Procura-se perceber como o jornal interpretou sua inserção no processo histórico do jornalismo brasileiro bem como quais as funções da comemoração para um periódico. A análise se encaixa numa pesquisa mais ampla sobre os trabalhos de temporalização do cotidiano exercidos por meio do jornalismo.

Palavras-chave: História do jornalismo, narrativa, temporalidade

ABSTRACT

*This article analyzes two *Jornal do Commercio's* especial issues that celebrate its 100th and 180th anniversaries. It concerns to some narrative strategies used by the newspaper to emplot ideas of past and history. We tried to perceive how the newspaper interpreted its own insertion in the process of Brazilian journalism history as well as the functions of commemorative acts for a daily newspaper. This research belongs to a broader investigation on temporalization works made through journalism in daily life.*

Key-words: Journalism history, narrative, temporality

Este artigo traz interpretações parciais acerca de uma investigação sobre a contribuição do jornalismo para a percepção do tempo no espaço social do Rio de Janeiro. Entre esses trabalhos, destacamos as comemorações midiáticas, pelas quais os jornais contam sua história e a história das práticas jornalísticas. Para este artigo, foram selecionadas as edições de aniversário de cem (1927) e 180 anos (2007) do *Jornal do Commercio*, segundo diário mais antigo em circulação no Brasil (perdendo apenas para o *Diário de Pernambuco*, de 1825), e mais antigo do Rio. Para que serve, para esse periódico e o jornalismo em geral, o uso do passado apresentado na forma comemorativa? Que idéia de história é articulada nessas edições?

A comemoração consistiria na consagração de uma interpretação sobre o passado, de forma ritualística, e que procura dar conta da atualização de uma tradição. Siqueira (1994) relata o caráter legitimador que se opera no gesto comemorativo como esforço de fundação de um passado com sentido de tradição. A autora analisa a ação dos principais periódicos de oposição à Monarquia no processo de legitimação da República, ao sacralizarem o 15 de novembro no primeiro ano pós- Proclamação. Ao mesmo tempo, esses jornais se reposicionam como jornais “de situação”.

Siqueira (*ibidem*) se interessa pelas comemorações midiáticas na medida em que os jornais constituem lugares de memória, contribuindo para a consolidação do novo regime. Para ela, “através do discurso comemorativo, (...) a imprensa ascende à mais alta função da memória: dar sentido ao devir, como fator de coesão e de organização do todo social.” E continua: “A rememoração histórica realizada pela imprensa não oferece apenas uma visão do passado. Pelo que lembra e pelo que esquece, oferece, também, uma compreensão do presente, uma ordem que se quer preservar no futuro.” (*op. cit.*, p. 2) Ou seja, para os jornais, a comemoração seria uma oportunidade de potencializar seu poder de atualização de memória social e de seu próprio valor.

As edições comemorativas de *O Paiz*, a *Gazeta de Notícias* e da *Revista Illustrada* funcionaram como propaganda do novo regime. Nelas, procurou-se “recriar o imaginário coletivo dentro de um sentido cívico republicano, numa ação pedagógica que se traduziu na produção de novos símbolos, tais como a bandeira, o hino, os monumentos e o calendário das festas oficiais.” (SIQUEIRA, *op. cit.*, p. 3)

A autora percebe nessas narrativas que o leitor de 1890 devia ter a sensação de estar vivendo um momento realmente novo. De certa forma, também os jornalistas e o público atualizaram uma consciência sobre o que é jornalismo ao entrarem em contato com essas edições especiais. Portanto, mais do que esperar que a “midiografia” configurada nessas edições corresponda ou não à “historiografia” crítica, deve-se enxergá-la como fruto de um esforço efetivo de reflexão dos jornalistas acerca de seus fazeres e o compartilhamento disso com um público mais amplo, numa tentativa de ser reconhecido. (BOURDIEU, 2008)

Nessas oportunidades, os jornais procuraram oferecer inteligibilidade ao devir histórico e sobretudo a sua inserção nesse processo. No caso das edições do *Jornal do Commercio*, interessa-nos a função da comemoração para a legitimação da inscrição desse jornal como lugar de fala relevante, isto é, para a legitimação de seu poder de representar o mundo.

Ao considerar as comemorações jornalísticas na sua dimensão ritualística, enxerga-se nelas oportunidade de pensar o jornalismo. Esse ritual teria uma função legitimadora, na medida em que constitui a performance de um grupo profissional simbolizando um objeto cultural específico e também suas práticas. Embora essa performance diga respeito sobretudo aos jornalistas, não significa que, tanto por meio das edições especiais quanto das edições de rotina, um grupo mais amplo de pessoas não compartilhe a produção de certo sentido do jornalismo pela experiência de seu consumo.

É preciso pensar comemoração como uma resposta às necessidades do *homo rhythmicus*, ao fornecer marcos que indicam a passagem do tempo. Segundo Johnston (1991), o homem encontra diferentes formas de ditar ritmos ao cotidiano em diferentes momentos históricos, seja pela comemoração, pelos calendários religiosos, ou pelos relógios que ditam o ritmo da produção (CHESNEAUX, 1986). Sob essa perspectiva, as edições comemorativas já são parte do trabalho de ritmização do cotidiano, tendo o jornalismo como um dos instrumentos dessa temporalização. Qual o valor especial do jornalismo para que lhe seja franqueado papel mediador do tempo tão importante? E qual o valor da comemoração jornalística?

Johnston (1991) chama atenção para o destaque que as comemorações têm adquirido mais contemporaneamente. Muitas são produzidas especialmente para serem articuladas midiaticamente. Outras servem como pretexto para uma cobertura jornalística ampla, por exemplo, numa espécie de pacote para a abordagem de diferentes temas. E há ainda aquelas comemorações que celebram as origens da própria mídia, como as de um jornal impresso. Essas são oportunidades ímpares de promover esses veículos de comunicação num grande ritual que funciona como publicidade.

Comemorar constitui um gesto intimamente ligado à função temporalizante dos jornais, sobretudo devido a seu caráter periódico. Ela é também oportunidade de reformular a memória coletiva sobre algum tema – no caso, sobre as práticas jornalísticas. Segundo Bodnar (1994), além de produzir memória, a comemoração media conflitos do presente ao fornecer argumentos autorizados pelo passado. Ou seja, é sempre no presente que se fala, mas essas falas são autorizadas por um “outro” que são os mortos, ou um tempo outro, produzido no presente, mas regido pelo mundo do “como se” (RICOEUR, 1994) enquanto passado. Além disso, seguindo o raciocínio de Bodnar, o ritual comemorativo é bom para fazer pensar.

Não se trata apenas, como explica Bodnar (1994), de comemorar as origens, mas de formular versões válidas de passado (e conseqüentemente também de presente e futuro).

Considerando que a ação política se caracteriza pelo fornecimento de utopias (BOURDIEU, 2008, p. 118), as festas são também ações políticas ao proverem os homens tanto de visões de passado quanto de expectativas de futuro. Passado e futuro, como duas ausências, constituem assim duas formas de utopia em torno das quais os agentes sociais se articulam e para as quais os jornalistas tentam se tornar referência. Portanto, pode-se pensar na edição comemorativa, e mesmo na retrospectiva, como formas mais elaboradas de pretensão “midiográfica”, ou seja, de uma historiografia midiática. (MENESES, 2008)

Pode-se pensar nas edições comemorativas como um esforço de garantir posição privilegiada como gestor do tempo, o que incluiria não somente o presente (ou melhor, o passado recente na forma notícia), mas também o “passado histórico”. É como se, por meio dessas edições, o jornal reconhecesse que sua legitimidade depende, entre outros fatores, de sua capacidade de fornecer versões autorizadas de passado. Se os jornais são capazes de temporalizar a realidade sobre a qual falam, fornecendo noções de passado/presente e futuro, precisariam também criar marcações temporais para si próprios, de modo a permitir que o público os situe no contexto histórico e lhes atribua valor. Essas marcações, entre outras, são as edições comemorativas.

Essas marcações comemorativas são uma forma de classificação do tempo. Se, de acordo com Bourdieu (2008), classificamos as coisas do mundo social ao nomeá-las, não é difícil pensar nas nomeações temporais – passado, presente, futuro – também como forma de ordenar a realidade segundo aquelas representações que mais nos favorecem simbolicamente. Portanto, os jornais trabalham regularmente condensando e ampliando as fronteiras do que é passado, presente e futuro, do ponto de vista da percepção social.

Segundo Bodnar (1994), há ainda outras funções para essas comemorações – de certo modo derivadas da primeira, de ritmar o cotidiano: a) função pedagógica sobre o passado e o uso do jornal, o que inclui sua legitimação como forma documental; b) legitimação por continuidade em referência a uma origem; c) simbolização do jornal.

A função pedagógica é ampla. Essas edições especiais ensinam não somente sobre como o público deve perceber o passado do país, mas principalmente sobre o papel do jornalismo, ou seja, sobre como ele deve ser apropriado. Em segundo lugar, as comemorações promovem um efeito narrativo de continuidade em relação à origem do periódico, celebrando seus ancestrais – ao dedicar boa parte da edição a descrever antigos funcionários – e, no caso do *Jornal do Commercio*, no desejo de continuidade absoluta com seu fundador, Pierre Plancher. Os ideais de liberdade atribuídos a Plancher se mesclam a suas atividades comerciais, tendo o *Jornal do Commercio* como produto final e aperfeiçoado de seu trabalho. E, finalmente, a terceira função da comemoração nesses casos: a simbolização do jornal e do jornalismo num ritual de autoafirmação.

Segundo Ryan (2001), a forma como se comemora é uma particularidade histórica. No caso dos jornais, é bastante lógico que suas celebrações sejam materializadas na forma

jornal, como continuidade de seu sistema produtivo. Assim, a própria celebração se torna mercadoria. Mas ela funciona muito mais como documento das percepções que se tinham acerca do jornalismo em diferentes momentos e seus conflitos de valoração e de modos de uso. Ou seja, importa mais seu valor simbólico do que comercial.

Por outro lado, as edições comemorativas não são uma continuidade absoluta em relação à rotina produtiva. Elas foram apresentadas pelo *Jornal do Commercio* com marcações gráficas e editoriais explícitas, com chamada publicitária, evidenciando se tratarem de produtos diferenciados, dignos de serem arquivadas.

Outras estruturas de representação do tempo

A análise das edições comemorativas permite interpretá-las segundo outras duas estruturas narrativas. Além da forma comemorativa, como monumentos e símbolos. Cada um desses modos de representação promove certa relação com o tempo. A estreita relação do *Jornal do Commercio* com o passado e sua monumentalidade já pode ser percebida na grafia arcaica, com dois “emes”, e no esforço em produzir edições comemorativas gigantescas. A de cem anos possui mais de mil páginas, a de 160 não fica atrás, tendo sido lançada juntamente com um livro de 343 páginas, e a de 180 anos foi acompanhada pelo lançamento de um livro assinado pelo então jornalista e presidente da ABL, Cícero Sandroni. Ancorado em instituições representativas do bacharelismo ilustrado, como a ABI, o jornal usa o valor simbólico dessas instituições monumentais na construção de seu próprio valor.

No senso comum, associa-se monumento a estruturas arquitetônicas geralmente instaladas em praças e outros lugares públicos. O monumento constitui uma obra essencialmente pedagógica devido a sua visibilidade, criada a partir de um esforço de perpetuação de certos sentidos históricos. Segundo Salgueiro (2008), os monumentos são um modo particular de tornar uma herança atrativa e atualizada. Monumentalizar um tempo passado seria uma forma de lutar contra o esquecimento de certa trajetória. Os monumentos podem, por exemplo, representar a afirmação simbólica de um regime político, celebrando os “vencedores” de uma história.

No caso do *Jornal do Commercio*, suas edições comemorativas podem ser consideradas um esforço de luta contra o esquecimento de certo *status* adquirido pelo jornalismo, ou melhor, por sua atualização e conseqüente manutenção. Entretanto, os monumentos também se constituem em ícones em torno dos quais se disputarão memórias sociais de um povo, por exemplo, no caso dos monumentos cívicos. Ou seja, os sentidos dos monumentos também não são dados, mas serão permanentemente ressignificados no futuro. (SALGUEIRO, 2008)

Deste modo, as edições comemorativas representam a afirmação de um modo específico de jornalismo para o qual o *Jornal do Commercio* se apresentou como emblema. De maneira mais ampla, trata-se da afirmação de uma atividade social: a forma jornalística de

comunicação. A construção da exemplaridade do jornal por meio da invocação de “tempos idos” (que na verdade é efeito de sua configuração narrativa) significa não somente disputar um lugar de fala com outros periódicos, mas também com outros atores sociais, sobretudo com aqueles que desempenham atividades de representação e que delas extraem, assim como o jornalismo, seu poder (ou pelo menos parte dele). Por exemplo, a disputa com historiadores, literatos, dramaturgos, políticos, educadores, cineastas, cientistas políticos etc. Ainda que o jornalista tome emprestada autoridade de outros atores na composição de suas narrativas, ele ao mesmo tempo compete com e complementa todos eles, formando o complexo sistema de representação do mundo social.

Ao narrar seu passado, o *Jornal do Commercio* articulou narrativamente não somente uma herança jornalística celebrada, como também uma coerência política, ideológica e sobretudo jornalística, que necessariamente não houve. Também produziu silêncios sobre outros modelos jornalísticos não-hegemônicos.

Ao editar um número de mais de mil páginas contando sua história, não estaria o jornal dando forma material a algo tão abstrato como a percepção do tempo? Não seriam essas edições oportunidade de ver, pegar, sentir nas mãos a concretude do poder simbólico do jornal? Não seriam elas condensação de seus cem ou 180 anos, literalmente o peso da idade?

Essas edições constituem monumentos ao trabalho jornalístico e a seu poder. Inclusive como monumentos fúnebres. Pelas páginas dessas edições passeiam dezenas de mortos: conselheiros, redatores, diretores, gráficos e repórteres. Nesses sarcófagos de papel, encontram-se biografias de homens que trabalharam nos periódicos. O jornal se torna assim uma instituição monumental, povoada por “imortais”. A obsessão por salvá-los do esquecimento é marcante. Ela diz respeito ao papel desempenhado pelos fundadores na narração. Esses homens são transformados em espécie de ícones do princípio.

As edições comemorativas são também símbolos. Funcionando processualmente (TURNER, 2008), eles são operados em dramas sociais e adquirem, portanto, múltiplos significados. Pode-se pensar na edição de um produto impresso especial como um ritual promovido por uma comunidade de profissionais e de pessoas em geral que compartilham certos valores, no caso, a importância do jornalismo e de um título em particular. Nesse ritual, utiliza-se e produz um símbolo: o próprio jornal. O intuito é que seu processo de simbolização em torno das “Luzes” e do “Progresso” se perpetue após a finalização daquele ritual. É preciso que, no dia seguinte ao aniversário, quando a edição voltar à forma rotineira, certos sentidos do jornalismo tenham se renovado, bem como o pacto com o leitor.

É marcante a simbolização do *Jornal do Commercio* como progresso e registro do tempo. No caderno especial dedicado à história na sua edição de 180 anos, o jornal traz a ilustração de uma ampulheta gigante. A alegoria aponta para a detenção do tempo e para o fato de ser o jornal a fazê-lo passar. É o jornal, representado pela ampulheta, que detém a areia do tempo que escorre por suas páginas. A íntima relação entre a idéia de história como

sinônimo de passagem do tempo cósmico e a idéia de jornalismo como registro dessa passagem é o que produz nessas narrativas o valor do periódico.

A ampulheta está para o jornal assim como o cetro que confere poder de fala em comunidades indígenas (ELIADE, 2002). Trata-se de um símbolo que confere poder de fala àquele que o porta. Para o jornal, a ampulheta é símbolo do poder de fazer o tempo passar.

A simbolização do jornal é, portanto, seu processo de atribuição de valor. Para o *Jornal do Commercio*, a imprensa “vem evoluindo com a própria evolução nacional” (JC, 01/10/1927, p.1). A imprensa aparece como símbolo de progresso, entendido não somente como acúmulo de riqueza material quanto como avanço tecnológico. Para a imprensa, esses avanços serão materializados nas inovações gráficas e nas reformas grafico-editoriais (1833, 1835, 1840, 1841). Mas também a noção de progresso será desenvolvida a partir de uma relação temporal, linear e orientada.

Há nessas edições uma íntima associação entre os ganhos científicos que o Brasil possa ter tido com a imprensa, e por derivação com o jornalismo. Nesse contexto, portanto, o *Jornal do Commercio* adquire importância na medida em que se apresenta como um dos primeiros atores e dos mais persistentes nesse esforço por “desenvolver” o país. O lugar que ocupa na história se torna, assim, extremamente relevante. Considerando que a tentativa de fixação desse sentido é uma forma de publicidade, é preciso levar em conta esse processo de valoração e entender as edições comemorativas também como forma de publicidade.

Appadurai (2008) explica que as coisas vivem estados de mercadoria. Interpretando Marx, ele afirma que é somente na troca que a coisa se efetiva como mercadoria, podendo ter outros usos sociais em outros momentos. O autor acrescenta que as coisas possuem vida social. Nesse sentido, é importante considerar não somente a dimensão mercadológica do jornal, mas também outros modos de sua existência.

Um exemplar diário costuma ser mercadoria por no máximo 24 horas, mas é possível tentar perpetuar o que o jornal significa. Ou seja, depois de seu prazo de validade, ele pode adquirir outra condição social, por exemplo, como registro histórico, como algo colecionável, como objeto de pesquisa etc. “Fonte primária para o estudo da História”, diz o título de um texto comemorativo na edição de 180 anos (JC, 01/10/2007, pp. A10-11).

O consumo dos microfilmes na Biblioteca Nacional não caracteriza uma troca mercantil e as relações que esses exemplares microfilmados mediaram no passado não podem ser recuperadas ou revividas, apenas intuídas pelos vestígios que deixaram. Isso não significa que não se estabeleçam hoje em torno deles novas interações segundo diferentes parâmetros, como, por exemplo, os da pesquisa acadêmica.

Portanto, para além da “liquidez” de um exemplar de jornal no mercado, as edições comemorativas parecem ser uma tentativa de tornar *o título* mercadoria, não o exemplar, por meio de seu poder simbólico. É a estabilidade do jornal no tempo e o próprio tempo mercantilizado que são vendidos nessas edições.

O título do periódico deveria concentrar seu capital simbólico acumulado ao longo dos anos. Ao mesmo tempo, ao lançar mão da celebração, a empresa procurou estabelecer sua distinção frente a outros periódicos e principalmente frente a outras formas de comunicação social.

Seguindo Bourdieu (2008), compreende-se comemoração como um ato performativo de instituição de poder ou, mais precisamente, um ato de consagração. Não que os jornais não sejam legitimados diariamente ao serem comprados, lidos, comentados ou respondidos, mas a edição especial é a exibição desse capital acumulado. Ela celebra o poder de fala que lhe foi delegado e, ao celebrá-lo, ajuda o jornal a se repactuar com seu público.

Embora o valor do jornalismo seja apresentado nessas edições, a prática jornalística não se torna relevante pelo simples fato de os periódicos assim a enunciarem. A eficácia do jornalismo se deve a condições e disposições sociais mais amplas de delegar poder de fala aos homens que ocupam lugares sociais de fazer jornalismo. Para que exerçam esse ofício, portanto, é preciso que um grupo mais amplo participe de rituais de consumo jornalístico e que confira autoridade de fala aos jornais, além, é claro, da legitimidade necessária ao jornalista frente a seus pares para exercer o ofício. Ou seja, segundo Bourdieu (*ibidem*), é preciso que esse modo de representação faça parte do conjunto mais amplo e complexo de relações sociais, de onde obtém sustentação e que ajuda a sustentar.

Dessa forma, as edições não devem ser encaradas como produtoras de autoridade e legitimidade, mas como “testemunho da garantia de delegação de poder” do qual esses jornais, o jornalismo em geral e seus jornalistas estiveram investidos. (*Idem, ibidem*, p. 87) É somente como vestígio da legitimidade de que gozaram o jornal e o jornalismo (bem como de sua fragilidade) que podem ser entendidas as edições comemorativas.

Elas dão pistas das relações sociais, e, portanto, temporais, dos quais os jornais fizeram parte, contribuíram e nas quais se apoiaram. Em suma, nas temporalidades que lhes conferiram legitimidade. Nesse quadro, a história desempenharia certa função legitimadora.

O tempo fabuloso do princípio

O jornalista viveria um trabalho ingrato e deveria, por isso, ser pelo menos reverenciado por seus iguais na posteridade. Essa é a idéia geral que atravessa a construção narrativa da edição centenária do *Jornal do Commercio*. Ele faria por seus profissionais aquilo que “a história” pode não ter feito: o reconhecimento. Que efeito tem o compartilhamento dessas histórias profissionais com o grande público? O que fazem pensar sobre o jornalismo?

Na sua edição centenária, o periódico dedica 41 páginas (32 a 73) à narração da vida e do trabalho de diretores, redatores, conselheiros, colaboradores, repórteres, gráficos, paginadores e taquígrafos, além de dedicar amplo espaço a seus fundadores. Essas narrativas, em que se listam nomes dos filhos, esposa, lugar de nascimento, quando chegou à capital, e

até o endereço, entre outros dados, são acompanhadas de fotografias às vezes emolduradas em formato oval, como as imagens encontradas nas lápides.

Se celebrar o aniversário do jornal pressupõe uma prosopopéia, na qual a empresa jornalística adquire uma biografia, a mão inversa também ocorre e essas personagens emprestam suas vidas à configuração da trajetória do jornal. Portanto, não é somente a história do Brasil que empresta relevância ao jornal, mas as histórias privadas também lhe conferem autoridade e efeito de verossimilhança. Essas vidas funcionam para o jornal como “capital de verdade”.

O “tempo fabuloso do princípio”, expressão de Eliade (1972), refere-se ao tempo mítico do início. Trata-se de um começo eterno, o tempo da fé, que não é governado pela lógica linear, que paira misticamente sobre as consciências e que é revivido em rituais. Trata-se de um tempo que pode ser experimentado performativamente, dentro, por exemplo, de calendários religiosos. É evidente que este não é o tempo racional do mundo escrito, nem o da organização capitalista, o “tempo-mundo” de que fala Chesneaux (1986), mas é impossível não perceber um início quase mítico elaborado pelo jornal a partir do exaustivo trabalho de recontar sua fundação.

Segundo Eliade (2002), esse tempo primordial é experimentado como “tempo verdadeiro”, aquele que revela o sentido da vida, que transporta as pessoas para a experiência do sagrado. Sendo “verdadeiro”, esse tempo traz lições para o presente, “revelando” a história. É nesse sentido que a origem dos jornais é celebrada, bem como a história de vida de seus fundadores e antigos funcionários. São eles, além da idade do jornal, que dão credibilidade ao título.

Na edição de cem anos, o *Jornal do Commercio* conta que o diretor, Félix Pacheco, teve o trabalho de desenvolver uma investigação criteriosa para esclarecer a genealogia do fundador, Pierre Plancher, já que, segundo o jornal, sua história era objeto de polêmica. Recuperar exatamente o passado é uma espécie de obsessão.

Então, o jornal narra que Plancher era mestre gráfico na França, filho de um homem de múltiplos talentos. Seu pai, Pierre Plancher de Valcour, tinha sido, segundo o jornal, ator, “comediographo” (*sic*), advogado e aprendiz de tipógrafo numa oficina em Paris de um homem chamado Gillé. Segundo o jornal, a família era liberal, contra a restauração bonapartista e Plancher chegou fugido ao Brasil em busca de liberdade de imprensa. Ele teria, segundo essa narrativa que procura estabelecer o ponto zero desta história, o desejo de ajudar a desenvolver as artes gráficas no Brasil e deu início a seu projeto ao fundar uma gráfica em 1821, depois o jornal *Spectador* em 1824, substituindo-o em seguida pelo *Jornal do Commercio* em 1827.

A importância conferida ao *Spectador*, devido à mesma “paternidade”, é evidenciada no livro comemorativo de 160 anos do *Jornal do Commercio* (de 1987), que dedica 21 páginas a reproduções *fac simile* de edições do primeiro jornal de Plancher em território nacional. A

edição comemorativa reafirma a gênese do jornal: o seu início não se deu quando circulou o primeiro número, mas com a criação de um periódico anterior. O que liga os dois jornais é o nome do fundador. Portanto, é num discurso *a posteriori* e com intuito de construir uma história validada e reconhecida que se instaura a marca de continuidade entre o jornal de 1827 e o de 1824.

Do ponto de vista da compreensão e da explicação histórica, não importa tanto quando exatamente o jornal surgiu ou quem foi seu fundador, mas esses dados favorecem a construção de uma memória singular do jornalismo e dos jornalistas. Afinal, foi um jornalista “verdadeiro”, que iniciara carreira como “verdadeiro” repórter, no caso o ex-diretor do jornal Felix Pacheco, o responsável por “aclarar” o passado e “recuperá-lo” em sua inteligibilidade. Na história construída posteriormente, destaca-se a construção memorável de uma fala emblemática do grupo que quer se constituir como responsável pela preservação do passado histórico e da própria memória-histórica do jornalismo brasileiro.

A construção de um jogo memorável contribuiu para a configuração de uma memória válida para o grupo. O sentido de coesão se constrói por um passado comum que, neste caso, deve incluir necessariamente o início mítico. Um francês desembarca no Brasil, trazendo todos os apetrechos indispensáveis para a publicação de um periódico, e se transforma, pouco tempo depois, ainda em 1824, em Impressor Imperial. Em pouco tempo, o antecessor do *Jornal do Commercio*, isto é, *O Spectador Brasileiro*, já se “distinguia dos outros jornais da época, caracterizados por um partidarismo extremado”. Na história construída como recuperação verdadeira do passado, o jornal adquirira um caráter noticioso. Para isso, apresenta como “prova” a publicação do periódico reproduzindo os boletins médicos que antecederam a morte de dom João VI, em Lisboa. Assim, o jornal se transforma também em sua própria história.

Além disso, há que se considerar que ao comemorar suas datas marco-fundadoras, o jornal estabelece uma continuidade temporal entre o presente e o passado mais primordial. Constrói, dessa forma, uma história singular, marcada por rupturas, por momentos emblemáticos, por sínteses de luta, por vitórias e glórias de um passado exemplar. Comemorar é neste sentido trazer o passado mítico para o presente, que, dessa forma, também o ressignifica.

Por que, no instante da comemoração, é fundamental recontar a história construída de forma mítica? Ao fazer isso, os jornais validam seu papel na sociedade e imputam a si um lugar emblemático na história do país. Afinal, sua história se confunde com os fatos singulares que “registraram” ao longo do tempo. Mas, ao agir assim, revalidam os lugares de fala de seus funcionários frente à sociedade. Assim, produzindo um passado comum como síntese de seu lugar no presente, potencializam o poder simbólico de seus jornalistas. (BOURDIEU, 2008 e 2004) O passado “revelaria”, assim, o sentimento de pertencimento a um mesmo universo simbólico, entre jornalistas e entre jornalistas e público em geral.

Além disso, há a tentativa de manter uma coerência com valores jornalísticos válidos posteriormente, tal como o princípio noticioso. Houve o esforço, por exemplo, de lançar mão da retórica da imparcialidade, na tentativa de configurar uma coerência entre valores de então e uma memória do trabalho jornalístico, a ponto de ter de dar conta do próprio *slogan* do jornal: “folha comercial e política.” É evidente que esse depoimento de 1927 não é suficiente para se tomar conhecimento de como se produziu jornalismo ao longo de todo o século XIX, mas indica que entre práticas e representações pode haver uma enorme distância e que o ajustamento entre elas é fruto de permanente disputa.

O caderno especial “História”, da edição de 180 anos (2007), remarca a tendência de valoração do dever de um empreendimento supostamente neutro. Com o título “Acima e além das paixões”, o caderno recebeu tratamento editorial bastante diferente em relação ao impresso de 1927. Nele se usam ilustrações de fontes diversas, do acervo da Biblioteca Nacional ou do arquivo do jornal, mas não necessariamente que tenham sido impressas no diário em algum momento.

Nessa edição de 180 anos, a história de Plancher é bastante diferente. Conta-se que ele já era livreiro 26 anos antes de vir ao Brasil, perseguido na França por ser partidário de Napoleão I e não o contrário. O jornal informa ainda que as autoridades brasileiras foram avisadas pelas congêneres francesas da provável chegada de um “perigoso livreiro”. Acrescenta que ele chegou ao Rio em 1824, enquanto a placa comemorativa da fundação de sua oficina gráfica na cidade reproduzida na edição de cem anos dizia que ela foi criada em 1921.

“Ao desembarcar, teve suas bagagens revistadas, caixas de livros e equipamentos de impressão apreendidos. A liberação do material demorou dez dias.

“A primeira empreitada jornalística começou pouco depois da chegada às terras brasileiras e encerrou-se três anos depois. Era o Spectador Brasileiro – que assinava com o pseudônimo ‘Hum francês brasileiro’. A publicação começou em 28 de junho de 1824 e foi interrompida em 23 de maio de 1827. Ao Jornal do Commercio, entretanto, estava reservado destino bastante diferente”. (JC, Caderno História, p. 2, 01/10/2007)

A dificuldade em se exercer a atividade impressora no Brasil e o caráter empreendedor de Plancher são destacados de modo a acentuar a identificação do leitor-comerciante-industrial. Como nas biografias pessoais, os aniversários marcam celebrações do surgimento do jornal. A genealogia tem três formas de inscrição nessas edições. A primeira diz respeito aos “pais” dos jornais, a segunda aparece na forma de seu “nascimento” e a terceira se refere às permanentes rupturas instauradas narrativamente no tempo histórico.

Evidentemente, a obsessão com o início não é prerrogativa exclusiva do jornalismo, mas o “ídolo das origens” que Bloch (2001) criticou na historiográfico parece ter adquirido função especial no jornalismo. Segundo Barbosa (2008), a idéia de gênese continua a marcar a historiografia do jornalismo. Essa atividade seria interpretada segundo uma dupla

tipologia, segundo um modelo “oficiaisco” e outro “de combate”, de acordo com a filiação do jornal a dois modelos originais: um ligado à *Gazeta do Rio de Janeiro* e o outro ligado ao *Correio Brasiliense*, de Hipólito da Costa.

A caracterização do jornal de acordo com sua filiação original aparece no jornal tanto na forma de seu “pai” Plancher quanto no caráter épico de sua fundação. Mas não só assim. O jornal trabalha também a idéia de múltiplas gêneses particulares, segundo seus diretores, suas reformas gráficas e, sobretudo, os diferentes regimes políticos pelos quais passou o Brasil.

A gênese do *Jornal do Commercio* está marcada pelo trabalho dos antepassados perpetuados nesta edição monumental: fotografia do antigo diretor Francisco Antônio Picot (p. 21), com datas de nascimento e morte; seus feitos privados e administrativos, como a reprodução integral (pp. 22-30) de correspondência entre “ele e o conselheiro Leonardo e o redator-chefe da folha conselheiro Souza Ferreira;” fotografia de Julio Constancio de Villeneuve (p. 14); a descrição do período de 1835 a 1841 como a plena pujança do jornal em função da nova direção dos Villeneuve (p. 13); na disputa e nos debates com outros periódicos, como a *Aurora Fluminense* (1827-1835), de Evaristo da Veiga.

A personalização da história do jornal é bastante suavizada em 80 anos. Na edição de 2007, os mortos têm bem menos espaço, com exceção “do iluminista francês Pierre Plancher”, que recebe uma coluna de texto só sua. Ou seja, a influência dos grandes personagens nesse contar foi minimizada em 2007 em proveito da ação do jornal enquanto agente empresarial.

Por outro lado, outros personagens que não têm relação com o jornal são homenageados. Não exatamente *no* jornal, mas nele é anunciada, na página central do primeiro caderno (pp. A10-11), numa matéria de quase página inteira, a oferta do “Troféu 180 Anos” a 12 personalidades que, segundo o periódico, destacavam-se pela atuação no desenvolvimento do país.” Todos os homenageados receberiam o prêmio numa cerimônia no Copacabana Palace com a presença do presidente Lula. Entre eles, empresários, banqueiros, *socialites* e outros.

A coerência política e jornalística

Um dos efeitos da operação narrativa de filiação a certas origens é a produção da continuidade entre passado/presente e futuro. Essa é, de acordo com Bodnar (1994), uma das funções da comemoração. Assim, o *Jornal do Commercio* se torna o próprio lugar da tradição e forja para si uma coerência política e jornalística. “Somos um jornal antigo, mas sabemos ser modernos”, diz o presidente Maurício Dinepi na edição de 180 anos. A história referenda o jornal assim como sua continuidade. “A constante preocupação dos dirigentes em modernizá-lo ao longo da história é que garante sua presença ininterrupta na história da imprensa brasileira e mundial por 180 anos”, acrescenta o texto de apresentação.

Esse sentido de continuidade é explicitado, por exemplo, no subtítulo do livro comemorativo lançado em 2007 pelo jornal e assinado por Cícero Sandroni: “de D. Pedro I

a Luiz Inácio Lula da Silva,” com ilustração e fotografia dos dois na capa. Como se a história do Brasil fosse uma incrível linha contínua cujos extremos seriam essas duas personalidades. E quem daria o “nó” entre uma ponta e outra seria o próprio periódico.

Sua circulação ininterrupta é celebrada como a mais longa trajetória de um veículo de imprensa na América Latina, o que não lhe confere pouca autoridade. Ela se constrói não somente em torno da longevidade, mas em respeito a uma coerência de natureza política e jornalística que ele força a história a referendar narrativamente. “Fidelidade aos fatos justifica importância do Jornal do Commercio e edição de livro comemorativo.” (JC, 01/10/2007, pp. A10-11)

A coerência é elaborada em torno da imparcialidade e da “fidelidade aos registros históricos”. O jornal diz que, mesmo quando era monarquista, cobriu a proclamação “como testemunha ocular, o Conselheiro Souza Ferreira, que também era chefe de redação, contou toda a história.” Ou seja, a fidelidade ao princípio imparcial de noticiabilidade o teria permitido adotar posições políticas divergentes daquelas que prevaleceram, sem prejuízo para sua existência.

É preciso produzir uma continuidade entre a história e as opções políticas do jornal a qualquer custo, para fazer com que a história o justifique e referende. A idéia geral é que basta ao jornal se manter imparcial para ter garantido o sucesso, mesmo que suas posições políticas se tornem “obsoletas”. Ou seja, não são reconhecidas as dificuldades por que passam um jornal quando os ideais de seus redatores e público são abalados por novas contradições do processo histórico.

A principal forma de ruptura apresentada pelo *Jornal do Commercio* é a gráfica. Aquilo que é qualificado como mudança nas práticas jornalísticas são mais frequentemente espacializadas nas reformas visuais: “Meses, anos e décadas de transformações” (180 anos, p. 4 – caderno História) ou “Com novo PROJETO GRÁFICO, mais dinamismo” (180 anos, p. A11, grifo original). Até mesmo quando narra crises internas no que se refere a suas posições políticas e editoriais, o jornal procura enfatizar a continuidade e a firmeza no apoio aos diferentes governos.

A edição centenária é construída também como um grande épico. “Os grandes annaes do Brasil independente. 1827-1927 – um século de trabalho e glória”. Sua manchete não só já estabelece o entrelaçamento entre a história do Brasil e a do jornal, ao localizar sua existência no período do Brasil independente, como anuncia a função documental a que o jornal vinha se pretendendo até aquela data: ser os anais do país. Valoriza, assim, a importância de outro uso social do jornal que não o noticioso: o de arquivo da história.

“(…) vemos, *nas nossas colleções*, á proporção que o nosso publico se alarga, que a publicidade augmenta com a riqueza do paiz, o formato, a composição e a impressão de alteram, de accôrdo com o progresso technico.” (JC, 01/10/1927, p. 1, grifo nosso)

O trecho grifado marca a referencialidade do acervo da empresa para a construção das narrativas do próprio jornal e para qualquer pesquisa. Nesse caso, a quantidade de anúncios em suas páginas foi entendida como vestígio da riqueza do jornal e da prosperidade da economia brasileira na época. O caráter registrador da realidade é destacado como esforço de dar conta da totalidade dos acontecimentos, manifesto, inclusive, no tamanho da edição especial. Na página 19, por exemplo, o jornal lista todos os jornais que se publicavam no Rio entre os anos de 1839 e 1840. E lembra que, para produzir a genealogia de Plancher, Félix Pacheco “teve como pronto de partida sempre o testemunho de nossas próprias colleções”.

A caracterização do jornal como coleção é fundamental para compreender o tipo de noção de história com a qual se está lidando. Além de apresentar a história como sucessão de acontecimentos, mais descontínuos do que encadeados, essa edição é apresentada como arquivo.

Há dois aspectos a serem destacados acerca do tratamento “coleccionável” do jornal. O primeiro é que as coleções constituem suporte de memória (POMIAN, 1997), sendo um meio de comunicação com os ausentes (o passado), ou seja, mediando as lembranças e a consciência histórica. A segunda questão é que a coleção constitui um conjunto de objetos que podem ser guardados. Quais são os objetos colecionáveis do jornal?

Picot, Villeneuve, Plancher, dom Pedro I, dom Pedro II e tantos personagens são transformados em objeto de culto à história. Mas os próprios acontecimentos narrados ganham o estatuto de objetos que podem ser guardados. As edições comemorativas são o passado mercantilizado e, em seguida, guardado em casa ou numa biblioteca. Mas, nelas, o jornal ensina também que as edições diárias possuem valor de perenidade. A coleção de um jornal seria um conjunto de sínteses históricas, condensações periódicas dos tempos idos, e as edições comemorativas, nesse sentido, enormes sínteses, como se os jornalistas estivessem poupando o historiador e o público em geral de realizar esse trabalho. O jornalista possuiria a visão da integralidade da história.

Além disso, a reprodução de fatos e personagens do passado, atualizados na edição comemorativa, ou nas retrospectivas ou nos chamados “boxes de memória”, produz uma sobreposição de tempos históricos. São imagens do passado atualizadas no presente (que para nós, hoje, pode ser outro passado). Ou seja, ao evocar os “tempos idos”, o jornal não está “recuperando o passado”, mas configurando narrativamente vários passados, várias camadas temporais, ainda que apresente esses múltiplos tempos de forma linear. Por mais que pareça linear unidirecional, o tempo social e histórico pode ser lido em toda sua complexidade nessas páginas.

Considerações finais

Investigamos a comemoração como forma de instauração da exceção na rotina narrativa do mais antigo periódico em circulação do Rio de Janeiro, a partir do qual ele

produziu sínteses históricas. Nessas edições especiais, o *Jornal do Commercio* procurou se inscrever com valor documental, como colecionador de acontecimentos, articulando uma noção de história acontecimental e linear. Além disso, procurou fixar certos modelos jornalísticos construídos *a posteriori*, sobre o valor da imparcialidade.

Além disso, a atualização das fronteiras entre passado/ presente e futuro, marcações em permanente disputa, reafirma certos sentidos para as práticas jornalísticas e sua legitimidade. A partir dessa análise, percebemos que a percepção da história vem sendo instrumentalizada como “capital de verdade” para o jornalismo, como chancela de verossimilhança. Assim, o jornalismo procuraria validar suas narrativas como críveis a partir de uma “midiografia” escrita por ele próprio, ainda que em diálogo com outras formas de representação.

Bibliografia

- APPADURAI, Arjun. *A vida social das coisas. As mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: EdUff, 2008, pp. 399.
- BARBOSA, Marialva. “Reflexões sobre a imprensa no Brasil de 1808”. In: *Estudos em Jornalismo e Mídia*, ano V, n. 2, pp. 91-109, jul/dez, 2008.
- BLOCH, Marc. *Apologia da história*. Ou o ofício do historiador. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001, pp. 159.
- BODNAR, John. *Remaking América*. Public memory, commemoration, and patriotism in the 20th century. USA (New Jersey): Princeton University Press, 1994, pp. 296.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas lingüísticas*. O que falar quer dizer. São Paulo: Edusp, 2008, pp.188.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. RJ: Bertrand Brasil, 2004, pp.311.
- CHESNEAUX, Jean Marie. *Habiter les temps*. Paris: Bayard Éditions, 1986.
- ELIADE, Mircea. *Imagens e símbolos*. Ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso. São Paulo: Martins Fontes, 2002, pp. 178.
- ELIADE, Mircea. *Mito e Realidade*. São Paulo: Editora Perspectiva S/A, 1972
- JOHNSTON, William M. *Celebrations: the cult of anniversaries in Europe and the United States today*. USA: Transaction Pub, 1991.
- MENESES, Sônia Maria de. *A operação midiográfica*. Lugares, fazeres e problemas na produção do conhecimento midiático. XIII Encontro de História – Anpuh-Rio Identidades, 2008. Disponível em: http://www.encontro2008.anpuh.org/resources/content/anais/1212884750_ARQUIVO_AOPERACAOMidiograficacompleto.pdf. Acesso em: 12/03/09.
- POMIAN, Krzysztof. “Coleções”. In: *Enciclopédia Einaudi*, vol. 1, *Memória-História*, pp. 51-86.
- RICOEUR, Paul. *Tempo e narrativa*. Tomo I. São Paulo: Perspectiva, 1994, pp. 327.
- RYAN, Mary. “A parada norte-americana: representações da ordem social do século XIX.” In: HUNT, Lynn. *A nova história cultural*. São Paulo: Martins Fontes, 2001, pp. 177-209.
- SALGUEIRO, Valéria. *De pedra e bronze*. Um estudo sobre monumentos. O monumento a Benjamin Constant. Niterói: Eduff, 2008, pp. 204.
- SIQUEIRA, Carla. “A imprensa comemora a República: memórias em luta no 15 de novembro de 1890.” In: *Estudos Históricos*, vol. 7, nº 14, 1994, pp. 161-181. Disponível em: www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/153.pdf. Acesso em: 26/11/08.
- TURNER, Victor. *Dramas, campos e metáforas*. Ação simbólica na sociedade humana. Niterói: EdUff, 2008, pp. 278.

Qq