

A REVISTA NO BRASIL DO SÉCULO XIX

*A história da formação das publicações, do leitor
e da identidade do brasileiro*

2ª edição

CARLOS COSTA



SUMÁRIO

PREFÁCIO – GILBERTO MARINGONI	11
APRESENTAÇÃO	19
CAPÍTULO I	35
IGUALDADE E DIFERENÇA: FORMAÇÃO DO LEITOR E DO BRASILEIRO	
No século do progresso, o fascínio pelo outro	35
O olhar do outro na formação identitária	51
A gestação do sentimento nacional	62
Leitor, um público a ser criado	70
Um começo lento: traduções e compêndios	78
CAPÍTULO II	91
OS TROPEÇOS DE UM LENTO INÍCIO: 1812-1830	
<i>As Variedades</i> : primeira revista – peça roubada	97
<i>O Patriota</i> : imprensa áulica ou periódico didático?	103
Os periódicos incendiários e a afirmação nacional	109
<i>Annaes e Espelho Diamantino</i> : pioneirismo	117
<i>O Espelho das Brasileiras</i> e <i>L'Écho de l'Amérique du Sud</i>	127
<i>O Beija-Flor</i> , o folhetim e a primeira novela nacional	133
pioneira	140

	CAPÍTULO III	143
A VITALIDADE DE NOVOS REBENTOS: 1831-1850		
A indústria dá as cartas: os 60 anos de <i>O Auxiliador</i>		157
As revistas dos estudantes de Direito: <i>O Amigo das Letras</i>		162
Os impressores e o <i>Museo Universal</i>		165
Os livreiros, o <i>Almanak Laemmert</i> e o <i>Correio das Modas</i>		171
O fascínio da imagem: <i>A Lanterna Mágica</i>		182
Um novo passo: as <i>Marmotas</i> de Paula Brito		193
	CAPÍTULO IV	205
A MULHER E A ILUSTRAÇÃO		
ENTRAM NA REDAÇÃO: 1850-1865		
A mulher na redação: <i>O Jornal das Senhoras</i>		216
Elas continuam com as cartas: <i>O Espelho</i>		228
A hora e a vez do traço: <i>A Ilustração Brasileira</i>		232
<i>A Semana Illustrada</i> : enfim, a maturidade editorial		238
A fase paulistana de Agostini		255
	CAPÍTULO V	263
OS CARICATURISTAS SE APODERAM		
DAS SEMANAIS: 1866-1875		
Do <i>Bazar Volante</i> ao <i>Arlequim</i> . Agostini chega ao Rio		272
O palco da guerra nas páginas de <i>A Vida Fluminense</i>		275
As divertidas ferroadas de <i>O Mosquito</i>		285
As <i>chinoiseries</i> do <i>Ba-ta-clan</i> e as diabruras do <i>Mephistopheles</i>		298
De Minas para a Corte: a saga de <i>O Sexo Feminino</i>		303
As ironias da nova turma de <i>O Mequetrefe</i>		308

<p style="text-align: right;">CAPÍTULO VI</p> <p style="text-align: center;">O AUGUE DAS REVISTAS SEMANAIS ILUSTRADAS: 1876-1878</p> <p style="text-align: right;">321</p>	
<p style="text-align: right;">A leve pegada intelectual de <i>O Figaro</i></p> <p style="text-align: right;">328</p>	
<p style="text-align: right;"><i>A Revista Illustrada</i>: recordista de vendas na América Latina</p> <p style="text-align: right;">335</p>	
<p style="text-align: right;"><i>As Ilustrações Brasileira</i>, do Brazil e Popular</p> <p style="text-align: right;">354</p>	
<p style="text-align: right;">Raphael Bordallo Pinheiro à frente de <i>o Psit!!!</i> e <i>O Besouro</i></p> <p style="text-align: right;">359</p>	
<p style="text-align: right;">CAPÍTULO VII</p> <p style="text-align: center;">AS PUBLICAÇÕES DO FINAL DE UMA ÉPOCA: 1879-1900</p> <p style="text-align: right;">371</p>	
<p style="text-align: right;">O papel dos livreiros – e a revista <i>A Estação</i></p> <p style="text-align: right;">378</p>	
<p style="text-align: right;">Nova geração de ilustradores: <i>Binoculo</i>, <i>Gryphus</i>, <i>A Vespa</i> e <i>Rataplan</i></p> <p style="text-align: right;">390</p>	
<p style="text-align: right;">A leitora e novas revistas femininas: <i>Mulher e A Família</i></p> <p style="text-align: right;">395</p>	
<p style="text-align: right;">Nova fase de <i>A Vida Fluminense</i> e <i>O Álbum</i></p> <p style="text-align: right;">398</p>	
<p style="text-align: right;"><i>A Cigarra</i> e <i>A Bruxa</i></p> <p style="text-align: right;">400</p>	
<p style="text-align: right;">Uma paulista se firma: <i>A Mensageira</i></p> <p style="text-align: right;">408</p>	
<p style="text-align: right;">A volta de Agostini: o <i>Don Quixote</i></p> <p style="text-align: right;">418</p>	
<p style="text-align: right;"><i>Rua do Ouvidor</i> e a <i>Revista da Semana</i>: o século chega ao fim</p> <p style="text-align: right;">429</p>	
<p style="text-align: right;">CONCLUSÕES</p> <p style="text-align: right;">433</p>	
<p style="text-align: right;">BIBLIOGRAFIA</p> <p style="text-align: right;">447</p>	
<p style="text-align: right;">AGRADECIMENTOS</p> <p style="text-align: right;">459</p>	

PREFÁCIO

IMPRENSA, ELITISMO E IDENTIDADE

Gilberto Maringoni¹

Todo o trabalho histórico decompõe o tempo passado e escolhe as suas realidades cronológicas, segundo preferências e exclusões mais ou menos conscientes.

Fernand Braudel²

Carlos Costa se lança, neste livro, a um duplo desafio: navegar pelas movediças areias do tempo histórico e articular as primeiras décadas da imprensa brasileira à construção do que poderia vir a ser uma identidade nacional.

Examinar o tempo significa fazer escolhas entre o que se considera relevante ou irrelevante para compor determinada narrativa. É um exercício de permanente seleção entre o que deve incluído e o que será deixado de lado em um trabalho de pesquisa. Entrelaçar essa narrativa com a formação de identidades é trabalho que pede considerável lastro intelectual.

Ex-seminarista e editor de revistas por quase três décadas, Carlos Costa reúne qualidades dessas duas vivências. Não tem dificuldades em se enclausurar por meses a fio em bibliotecas, arquivos e acervos, percorrendo milhares de páginas amareladas por mais de século e não vacila na arte de selecionar o material coletado. Pesquisa é recorte e opção. Por isso, o escaninho dos refugos sempre ultrapassa de longe a pasta destinada ao público.

1 Historiador, jornalista e professor de Relações Internacionais na Universidade Federal do ABC.

2 BRAUDEL, Fernand, "A longa duração", in *História e Ciências Sociais*, Editorial Presença, Lisboa, 1990.

A aventura empreendida pelo pesquisador neste trabalho – originalmente sua tese de doutorado – é perceber nas páginas da nascente imprensa brasileira do século XIX as marcas iniciais do que viria a ser, muito mais tarde, uma originalidade ou marca brasileira da vida em sociedade. E isso pode ser analisado não apenas pelo que se publicou, mas por tentar compreender a que setor da sociedade se destinava o publicado.

O Brasil veio a conhecer a atividade de impressão relativamente tarde em relação a outros países do continente, conta o autor. Enquanto esta chegou ao México em 1539, ao Peru em 1583 e às colônias inglesas por volta de 1650,³ a reprodução gráfica aportou na antiga colônia lusitana sob o manto da coroa, fugida para cá em 1808.⁴ Era a Impressão Régia, gerada no mesmo impulso que possibilitou o surgimento do Banco Nacional do Rio de Janeiro, posteriormente Banco do Brasil.

Antes disso, a metrópole sufocara qualquer tentativa de se estabelecer aqui algum tipo de maquinário de impressão. Se na região, esse tipo de equipamento surgiu com o objetivo de se reproduzirem livros e folhetos, no Brasil este chega para se fazer jornal. Assim, em 10 de setembro de 1808, vem à luz a *Gazeta do Rio de Janeiro*, órgão oficial de quatro páginas. Saía duas vezes por semana e circulou até 1822

A partir daí, a atividade difundiu-se por diversas capitais, combinando a tentativa de se legitimar perante um exíguo público leitor e servindo quase como aríete verbal para pequenos grupos conquistarem lugar nos negócios de Estado. Muito mais tarde, a prática ganharia a curiosa denominação de *lobby*.

O jornalismo só se constituiu em atividade profissional por volta da metade do século. Os objetivos dos pequenos jornais eram, no mais das vezes, miúdos e imediatos. Um trecho de *Quincas Borba*, de Machado de Assis, é revelador sobre esse papel:

3 SODRÉ, Nelson Werneck, *A história da imprensa no Brasil*, Graal, Rio e Janeiro, 1977, pág. 12.

4 Apesar de essa data ser usualmente aceita, Lawrence Hallewell, in *O livro no Brasil* (T. A. Queiroz, Editor/Edusp, São Paulo, 1985), afirma que “*A primeira tentativa, da qual possuímos provas documentadas, de introduzir a tipografia no Brasil foi feita não pelos portugueses, mas pelos holandeses, durante o período em que eles ocuparam o Nordeste brasileiro, entre 1630 e 1655*” (pág. 12). Como não restou material produzido por essa oficina, Hallewell completa: “*Da existência de uma impressora no Rio de Janeiro em 1747 possuímos a prova definitiva, tanto em referência contemporânea, como em alguns dos próprios livros, ou melhor, folhetos*” (pág. 14).

“– Vamos ao que importa. Venho assinar a sua folha; recebi um número, e quero contribuir para...”

Camacho acudiu que não precisava de assinaturas. Em assinaturas, a folha ia bem. O que ele precisava era de material tipográfico e desenvolvimento no texto; ampliar a matéria, pôr-lhe mais noticiário, variedades, tradução de algum romance para o folhetim, movimento do porto, da praça etc. Tinha anúncios, como viu.

– Sim, senhor.

– Estou com o capital quase subscrito. Bastam dez pessoas, e já somos oito; eu e mais sete. Faltam dois. Com mais duas pessoas está completo o capital.⁵

O personagem central de Machado de Assis nessa obra, Rubião, solicita ao Dr. Camacho uma assinatura da *Atalaia*, “um jornal que nunca vira antes”, do qual o segundo era redator. A ação se passa por volta de 1870, embora o livro tenha sido editado em fins de 1891. João de Souza Camacho é um arrivista profissional. Ex-deputado, era advogado e jornalista bissexto. Rubião havia recebido a publicação quase por acaso, horas antes, e ficara impressionado. Um pouco antes, Machado contara:

O artigo editorial desancava o ministério; a conclusão, porém estendia-se a todos os partidos e à nação inteira; – Mergulhemos no Jordão constitucional. Rubião achou excelente; tratou de ver onde se imprimia a folha para assiná-la. Era na rua da Ajuda; lá foi, logo que saiu de casa; lá soube que o redator era o Dr. Camacho. Correu ao escritório dele”. Este fora claro: “*acudiu que não precisava de assinaturas*”.

Pela descrição de Machado, o *Atalaia* seria um dos inúmeros pasquins de vida efêmera, muitas vezes voltados não só para o interesse de certos grupos, mas para as ambições individuais de aspirantes à vida pública. Quando se conseguia firmar um negócio, um contrato, ou mesmo a nomeação para um cargo, a publicação perdia sua razão de existir.

Boa parte desses órgãos era financiada através da montagem de sociedades de coras. Cada membro entrava com determinada quantia e colocava-se o produto

5 ASSIS, Machado. *Quincas Borba*, in *Obras Completas de Machado de Assis*, Editora Mérito SA, São Paulo, 1959, pág. 128.

na rua. Geralmente, um dos acionistas exercia, além de sua atividade profissional regular, as funções de administrador, editor, redator e o que mais fosse necessário. Não havia profissionalismo algum e a troca de favores acabava determinando a conduta da publicação. Isso tinha razão de ser.

Imprensa, em país toldado pelo analfabetismo e com mercado interno exíguo, era inevitavelmente atividade feita pela e para a elite econômica e cultural. O primeiro levantamento abrangente sobre o que seria um público leitor brasileiro emerge do Censo de 1872. Suas conclusões foram assim reportadas na primeira página do jornal *A Província de São Paulo* (atual *O Estado de S. Paulo*), em 10 de agosto de 1876:

Está orçada a população do império, conta redonda, em dez milhões de almas.

Numa massa total, conta-se como sabendo ler:

Homens: 1.012.097

Mulheres: 550.981

Ao todo: 1.563.078

Conta redonda de analfabetos: oito milhões e quinhentos mil! É assustador, embora se possa afirmar que certos países não estão em melhores circunstâncias. (...) Esse desolador e gravíssimo fato é a explicação primeira e mais radical de nossas misérias nacionais. Somos um povo de analfabetos!

O jornalismo em nossas terras, diferentemente de seu congêneres estadunidense e britânico – que tiveram jornais com tiragens acima do milhão de exemplares a partir dos anos 1890 – só se tornou atividade capaz de atingir grandes massas com o advento do rádio e com a popularização dos receptores a partir de 1930. Até então, sua circulação a impelia para ser canal de expressão para o topo da pirâmide social.

Mesmo a profusão de publicações não expressava uma ampliação significativa do número de leitores. Havia no Rio de Janeiro, no final dos anos 1870, mais de 50 publicações regulares, entre diárias, semanais, quinzenais e mensais.⁶

Pouco lida, com alcance restrito e sem capacidade real de formar uma opinião pública, essa imprensa gozava, durante a segunda metade do século XIX, de uma liberdade poucas vezes igualada após a Independência.

6 SODRÉ, Nelson Werneck, *História da Imprensa no Brasil*, Graal, São Paulo, 1977, pág. 198.

Essa prerrogativa tinha razão de ser. Quem examinou o panorama com acuidade foi o crítico literário José Veríssimo (1857-1916):

Em livro, eu creio, há aqui a liberdade para dizermos quanto quisermos, porque o livro, pouco lido, não tem repercussão em nosso meio. No jornal é outro caso; mas salvo circunstâncias especiais, ainda aí é grande a liberdade espiritual, sobretudo a política prática e do dia. As dissertações doutrinárias passam absolutamente incólumes – talvez pelas mesmas razões que o livro: não temos estômago para as ler.⁷

Uma imprensa escassamente lida, pouco capaz de influenciar contingentes expressivos da população e ligada às camadas dominantes da sociedade, mesmo que em dissidência com o regime, podia falar o que bem entendesse. Seu poder real seria mínimo e seu vínculo com os interesses das maiorias era residual.

As publicações da primeira metade do século XIX se fixam especialmente nas contendas de frações oligárquicas ou de pequenos contingentes a elas agregado na disputa de pedaços do Estado, sem colocar em pauta projetos de poder de maior envergadura. Quase nenhum veículo se colocava contra a escravidão ou a monarquia, mesmo no período regencial. Em algumas províncias – como Pernambuco e Rio Grande do Sul, surgiram pasquins em defesa de maior autonomia regional ou reverberadores de tensões separatistas. A atividade jornalística expressava contradições entre a elite endinheirada no meio urbano.

Não se tinha, assim, uma imprensa capaz de pautar a agenda nacional ou de fazer uma disputa de hegemonia de largo curso.

O panorama muda após a Guerra da Tríplice Aliança (1864-70), o primeiro evento a mobilizar a imprensa e a opinião pública em torno de uma causa comum, que estaria afrontando o país. A Guerra teve o condão de afirmar uma nacionalidade onde não havia esse sentimento. A demonização do inimigo externo e notícias laudatórias sobre as movimentações de tropas brasileiras criaram – em especial nos jornais e revistas do Rio de Janeiro e de São Paulo – um autêntico clima de patriotada contra os paraguaios.

José Veríssimo lembrou, em 1912, dos anos da

7 VERÍSSIMO, José, *Estudos de literatura brasileira*, 3ª. Série, Editora Itatiaia/Editora da Universidade de São Paulo, BH/SP, 1977, pág. 46. O livro foi originalmente publicado em 1907.

Guerra do Paraguai, acordando o sentimento nacional, meio adormecido desde o fim das agitações revolucionárias consequentes à Independência, e das nossas lutas no Prata; a questão do elemento servil, comovendo toda a nação.⁸

Veríssimo coloca em pauta dois elementos estruturantes do que viria a ser algo como uma “nacionalidade brasileira”: o contraste com o agressor interno a unir os brasileiros, e as tensões geradas pela escravidão, a cindir o país internamente. Alie-se a isso, a realização do primeiro Censo, em 1872, e temos a expressão concomitante de três elementos constitutivos de uma difusa percepção do que seria o Brasil por parte de setores que vão bem além das classes dominantes.

A década de 1870 marca a consolidação do projeto imperial de garantir a integridade territorial no país, após o esmagamento a ferro e fogo das rebeliões regionais, observadas a partir de 1830. Paradoxalmente, a Guerra assinala o início da decadência irreversível da monarquia. Não à toa, Nelson Werneck Sodré lembra que “De 1870 a 1872, surgiram no país mais de vinte jornais republicanos”⁹. Aqui a imprensa começa a debater projetos de país.

Por ser o principal fornecedor mundial de café, as demandas e as necessidades do mercado internacional irrigavam e organizavam as bases da produção interna no Brasil, a partir dessa época. A crescente complexidade dos negócios do setor criara uma teia de vínculos entre o setor produtivo rural, os agentes de comércio, o sistema de transportes, as casas financiadoras de crédito, o processo de estocagem, a seleção de grãos e o ensacamento, e o sistema portuário. As cidades maiores deixam paulatinamente de ser meras organizadoras da vida rural, para tornarem-se o centro efetivo dos negócios, que necessitavam urgentemente de capitais externos para se expandir.

O Estado imperial, baseado numa relação rígida com as Províncias – a nomeação de seus presidentes muitas vezes não levava em conta aspirações das oligarquias locais – e numa burocracia lenta e desapeada, tornava-se um obstáculo ao desenvolvimento. Sua declinante capacidade de representar e articular politicamente

8 VERÍSSIMO, José, *História da literatura brasileira*, Ministério da Cultura, Fundação Biblioteca Nacional. *Departamento nacional do livro* (<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bn000116.pdf>), pág. 154.

9 SODRÉ, Nelson, *Op. cit.*, pág. 244.

a ordem produtiva que se impunha resultava em crises frequentes e numa gradativa perda de legitimidade de setores da oligarquia agrária.

A atividade de imprensa se pulveriza no período compreendido entre a Guerra do Paraguai e os anos iniciais da República. Diferentemente das décadas anteriores, as oligarquias regionais divergem sobre os rumos a seguir. Escancaram-se dissensões nos projetos existentes entre as facções da elite política e econômica. Cada diminuto grupo busca dar expressão a seus pequenos e grandes interesses nas décadas em que o império perde a legitimidade como expressão política unificadora desses anseios e em que o novo regime ainda não esclarecera a que viera.

Carlos Costa nos mostra nas próximas páginas como a imprensa expressou, repercutiu e se tornou parte interessada nesses embates. E como dava vazão aos anseios de uma diminuta parcela da população, engendrando como traço definidor da sociedade brasileira o elitismo e a concentração de riqueza.

No final do século, o barateamento dos meios de reprodução e o aumento da alfabetização contribuem para expandir a atividade de imprensa. Dali por diante, além do uso da força, surge de forma embrionária, a disputa de ideias na sociedade. É o auge da atividade jornalística no Império e nos primórdios da República. Nesse redemoinho histórico, surgem órgãos de alta qualidade, expressando criatividade e ousadia de personagens injustamente esquecidos.

Carlos Costa reflete sobre o surgimento e consolidação de um produto que vive na segunda década do século XXI em agudo processo de retração, a revista em papel. Ganham força as plataformas digitais, a interatividade, a rapidez na concretização das pautas, a instantaneidade na atualização de informações, a horizontalização na relação com o leitor e a perene busca por viabilização econômica. Trata-se de uma mudança estrutural no mercado editorial.

Tomara que esse processo possibilite o aumento do número e a pluralidade de ideias e vozes na sociedade. E esperemos que Carlos Costa possa um dia – com sua competência - também contar essa nova história.