

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

IMPrensa E REDES DE COMUNICAÇÃO NO CEARÁ DO INÍCIO DO SÉCULO XX¹

Francisco Wilton Moreira dos Santos

Doutorando em História (UFRRJ)

Bolsista CAPES

wilton.moreira.santos@gmail.com

RESUMO: A imprensa tem seu nascimento ligado ao ideal de modernidade, sendo uma das principais impulsionadoras desse sentimento. Os jornais destacam-se como importantes veículos disseminadores de ideias, valores e paixões na sociedade que experimentava ideais de modernidade e aformoseamento inspiradas nos modelos das grandes cidades europeias. Nesse sentido, o presente trabalho buscou discutir sobre a circulação e inserção cultural da imprensa cearense durante os anos iniciais do século XX. Apresentamos os principais títulos que circularam no Estado, suas tiragens, distribuição e leitores. Atentamos ainda para o surgimento do jornalismo como profissão, encarando os que viviam do labor jornalístico como sujeitos ativos da história, seu lugar político e a sua articulação com o sistema de poder. Sujeitos que vivenciaram as mudanças sofridas ao longo do tempo, quando se percebe a passagem do jornal de pequena à grande imprensa, firmando-se como empresa e a evolução das técnicas de impressão. Além disso, discutimos as estratégias de leituras adotadas pelos menos favorecidos, seu contato com as ideias novas que circulavam através da imprensa e seu empenho na leitura do mundo que doravante se apresentava para eles. Para tal, estabelecemos diálogo com as teses de Nelson Werneck Sodré (1966) e Geraldo da Silva Nobre (2006). Metodologicamente, seguimos conversa com Tania Regina de Luca (2008, 2018), Maria Helena Capelato (1988), Robert Darnton (1995, 2014) e Raymond Williams (1981), dentre outros. Podemos inferir que a cultura impressa conseguiu estabelecer uma enorme abrangência cultural no Ceará dos primeiros anos do século XX. Os cidadãos, mesmo os de poucas letras, buscaram várias maneiras de manter o contato com os jornais e as revistas que circularam pelo Estado (pedindo-os emprestado, ouvindo leituras nas praças, cafés ou barbearias). Os trabalhadores dos sertões, as gentes do interior, também buscavam formas de dialogar com as ideias novas que se faziam presentes adotando estratégias de leitura que extrapolavam a forma convencional (recorrendo às leituras compartilhadas em voz alta, por exemplo), ampliando assim, a rede de comunicação no Ceará das primeiras décadas do século XX.

Palavras-chave: Imprensa; Ceará; Rede de Comunicação; Ideias novas; Leitura.

¹ Este artigo é parte de uma discussão levantada em minha dissertação apresentada ao Mestrado Interdisciplinar em História e Letras (MIHL) da Faculdade de Educação, Ciências e Letras do Sertão Central, FECLESC/UECE em 2020. Além disso, foi apresentada uma pequena parte de uma primeira versão no 30º ANPUH, Recife (2019). A Pesquisa contou com o apoio da FUNCAP.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

Os jornais do Ceará e a circulação de ideias

E' nella [imprensa], senhores, que os povos dos nossos sertões aprendem a ler: é por ella que os habitantes de longinquas zonas do nosso territorio tomam contacto com a civilização! (...) ali, o caboclo, o caipira, o jagunço, o gaúcho lêem as notícias que lhe dão os jornaes da sua terra e do seu municipio. Estes são os guias da sua opinião e os orientadores da sua mentalidade! (A LUCTA, 04/12/1918, p. 01).

Ao final do século XIX a cidade e a economia de Fortaleza passavam por mudanças estruturais. Ante essa dinâmica, percebe-se a propagação das tipografias e o crescente número das publicações pela capital cearense. Nesse período, destacam-se as tipografias de Joaquim José de Oliveira e Odorico Colás. Enquanto o primeiro, foi um livreiro de renome em Fortaleza, e o responsável durante muitos anos pela impressão do jornal *Pedro II*, para citar apenas um exemplo. O segundo, com a sua Tipografia Social, aparece como um dos grandes impressores de Fortaleza durante a década de 1860. Havia ainda a firma Cunha Ferro e Cia., dedicando-se a impressão de obras de autores locais, por meio da Tipografia Universal, várias delas de membros da Padaria Espiritual².

Através dos anúncios dos periódicos temos notícias das obras que chegavam ao Ceará. A livraria e papelaria de José Joaquim de Oliveira, por exemplo, anuncia que recebeu pelo último vapor os seguintes livros: manuais de direito, manuais de língua estrangeira (inglesa e francesa), contos, peças, guias de contabilidade, manual de português, Gramática e Geometria; lá podia-se encontrar textos de José de Alencar, como “O Guarani” e “As Minas de Prata”. Além de obras de orientação religiosa e defesa do catolicismo, como o livro “O Gênio do Cristianismo”, de François-René de Chateaubriand (PEDRO II, 1870).

Observando os anúncios tem-se uma noção da amplitude cultural dessas folhas e imaginar como se dava a sua incorporação pela sociedade cearense: pelos navios e trens circulavam muito mais que cargas e mercadorias para a subsistência, circulavam pessoas e ideias. Conforme Adelaide Gonçalves e Alysson Bruno (2002), o avanço do capitalismo

² A Padaria Espiritual foi uma agremiação literária que surgiu em 1892, como um importante movimento intelectual e artístico (CARDOSO, 2002).

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

promoveu a expansão do telégrafo, do telefone, das estradas de ferro, reduziu distâncias, facilitaram “(...) a integração ao mercado nacional e criam regularidade de comércio no plano internacional” (GONÇALVES, BRUNO, 2002, p. 11). Não se pode dissociar todos aspectos das transformações culturais e sociopolíticas que operaram na vida das pessoas, possibilitando também, o crescimento da imprensa³.

Havia vários pontos de vendas dos jornais: nas principais praças da cidade, nos cafés, nas barbearias e na própria oficina do jornal. Além disso, algumas notícias publicadas dizendo que “precisa-se de meninos para vender este jornal. Paga-se bem” evidencia-se que havia também a venda na rua, ampliando-se o alcance das folhas. No interior, os colaboradores eram os encarregados pela divulgação, venda e disseminação dos periódicos. O que nos traz de volta a epígrafe, como elemento de defesa, de justificativa para a se investir e apostar no surgimento de novas folhas: “guias de opinião” e “orientadores de mentalidade” dos cidadãos e interioranos, ponto de “contato com a civilização” e “facilitador da leitura” (A LUCTA, 04/12/1918, p. 01).

As ideias também circulariam em cidades do interior do Ceará, onde a imprensa aparece e obtém êxito, apesar de todas as dificuldades, como Sobral, Aracati, Crato e Baturité, por exemplo. Destaca-se a cidade de Sobral, onde circulou *A Ordem*, *A Gazeta de Sobral* e *A Cidade*, formando o trio de órgãos políticos e noticiosos daquelas terras. *A Lucta* foi outro importante jornal do referido município e principal opositor de *A Ordem*. Das tipografias sobralenses também saíam as páginas dos jornais de Viçosa e Granja (STUDART, 1924).

Ainda no início do século XX, continua a crescer o número de tipografias destacando-se a Tipografia *Studart*, propriedade do Barão de Studart, dedicada a impressão de livros e, posteriormente, aos números da Revista do Instituto do Ceará e também o livreiro Gualter Silva, responsável pela edição de obras de autores renomados do momento, como Rodolfo Teófilo. Sua tipografia era tida como “uma das mais requisitadas de sua época” e tinha “uma ótima rede de sociabilidades” (LIMA, 2014, p. 74). As tipografias de *O Comércio*, *O Combate*, *O Libertador*, *Apolo*, *A Econômica*, a dos *Irmãos Costa Sousa*, a *Minerva*, também foram muito importantes na confecção e impressão de várias revistas, folhetos e

³ Conforme alertou Raymond Williams (1981) imprensa e a cultura popular inglesa, não se trata de uma mera fase de um processo. Esse balanço histórico dos jornais cearenses não pode ser feito dissociado de todas as transformações econômicas, políticas e culturais.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

jornais. Segundo Geraldo Nobre, o número de publicações se alargava no novo século, chegando a 345 publicações entre os anos 1900-1909 (NOBRE, 2006).

Nesse momento no interior, a cidade de Maranguape imprimiu *Iracema*, *Órgão do Clube Ordem e Progresso*, *O Raio*, *Voz do Progresso*, dentre outros. De Aracati e Camocim destacam-se *O Aracati*, *O Sol*, *A Gazetinha*, *Correio da Semana* e *O Camocim*, *O Tupi*, *O Distrito*, *O Noticiador*, respectivamente. De Baturité saía *O Município*, impresso em sua própria oficina, *O Astro*, *O Futuro*, *O Paladino* e *A Pátria*, são exemplos de periódicos da cidade. No Crato circularam *A Semana*, *Sul do Ceará* e *Gazeta do Crato*, para citar alguns. Boa parte deles pertenciam a órgãos estudantis (NOBRE, 2006).

E este é um aspecto importante para melhor se compreender a circulação de ideias e impressos pelo Ceará: inúmeros grupos fizeram circular suas folhas na cidade e no interior. Estudantes da Faculdade de Direito do Ceará publicam a *Revista Acadêmica* e *O Germinal*, seguindo d'A *Tesoura*, seu adversário. Professores da Faculdade também faziam circular *A Juricidade*, uma revista de Direito Teórico, Legislação e direito Prático. Inúmeras revistas e jornaizinhos literários são publicados, alguns de duração efêmera e de pouca tiragem.

Grupos de orientação católica, ligados à Igreja e defendendo os seus interesses, fizeram publicar *O Pão dos Pobres*, o *Horizonte Católico*, o *Eclesiástico da Diocese* e *O Cruzeiro do Norte*. Nesse mesmo período, a Maçonaria intensifica as suas publicações com o aparecimento d'*O Oriente*, *Liberdade* e *A Verdade* na Fortaleza do século XX. Também o Grêmio Esportivo de Fortaleza faz aparecer *O Esportivo*, sob redação de Mário Linhares. Folhas humorísticas como *O Boêmio*, *O século XX*, *O Tempo*, *O bezourinho* também merecem destaque (NOBRE, 2006).

Destaque-se também a imprensa operária em Fortaleza. Desde a segunda metade do século XIX temos notícias de jornais “frutos de atividades associativas”, como apontam Adelaide Gonçalves e Jorge Silva (2000), listando desse período o *Typographo* (1866), *O Colossal* (1878) e *A Greve* (1882). No século seguinte, a título de exemplo, temos *A União* (1906), *A Centelha* (1909), *O Movimento* (1912) e o *Caixeiro* (1919) marcando a “incursão dos caixeiros no mundo da palavra impressa” (GONÇALVES, SILVA, 2000, p. 17).

De expressão também significativa é a imprensa pautada em uma visão de socialismo libertário, folhas editadas por grupos de orientação próximas ao anarquismo, composto em diálogo com o “pensamento de Pierre-Joseph Proudhon, Mikhail Bakunin,

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

Piotr Kropotkin, mas também das ideias sindicalistas revolucionárias de Emille Pouget e Fernand Pelloutier que, na França deram origem ao que viria ser conhecido como anarcosindicalismo” (GONÇALVES, SILVA, 2000, p. 18), representados pelos jornais *O Regenerador* (1908), *Voz do Graphico* (1920-1922) e *O combate* (1921). Por colocar em circulação *ideias novas*, esses grupos serão duramente perseguidos e várias notícias na imprensa farão menções à repressão a eles impostas.

Durante a década de 1920, há uma gama de outros periódicos disputando o público na capital cearense. São eles: *Diário do Ceará* (1920), *A Tribuna* (1921), *O Nordeste* (1922), *Jornal do Comércio* (1924), *O Ceará* (1925) *Gazeta de Notícias* (1927) e *O Povo* (1928). Outros com duração mais curta, destacando-se *A Esquerda* e *O Imparcial*. Para citar alguns exemplos do interior temos, *A Lucta* (1914-1924), *A Imprensa* (1924-1932) e *O Sitiá* (1924-1927). A década de 1920 marca o processo de transição da imprensa – da fase artesanal para a industrial –, consolidando-se como empresa capitalista. Não que antes ela não se preocupasse com a venda de suas folhas, mas, a própria circulação, a configuração de um mercado editorial e a maior vida das folhas apontam para esse processo.

Encurtando o espaço entre a notícia e o público

O início do século XX mostra o aumento das publicações e circulação das folhas, tanto na capital, quanto no interior. O avanço das técnicas de impressão vai despontando e o aparecimento de novas estratégias contribuíam para prender a atenção leitor, convertendo-o em um consumidor fiel do periódico. Dinâmica esta que continua a se fortalecer com o novo século, principalmente nas suas duas primeiras décadas, despertando atenção e interesse de uma população das chamadas camada média, (mas não apenas) “ávidas por novos produtos trazidos pela industrialização e urbanização” (ELEUTÉRIO, 2018, p. 94).

A impressão usando a combinação de vários tipos móveis – invento atribuído a Johann Gutenberg de Mainz e importante impulsionador de uma “revolução gráfica” –, para formar palavras e frases era uma tarefa que exigiam paciência em sua elaboração. Distribuídos em caixotins, era tarefa do compositor alinhar os tipos e outros elementos que fariam parte da impressão. Feito isso, estava pronto um modelo de página onde, depois de impressa, os tipos podiam ser reordenados para formar o próximo conteúdo. Evidentemente,

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

essa era uma tarefa que levava tempo e limitava o número de jornais que circulariam, uma vez que demandaria um longo trabalho para compor uma única edição de um jornal contendo de quatro a seis páginas.

Da tarefa totalmente manual veremos o aparecimento da composição semiautomática, através do uso das máquinas de *linotype*, a linotipo. Sua diferença do modelo anterior reside em formar “linhas de tipo”, placas com frases completas, isto é, uma linha inteira do texto, que eram agrupadas para a impressão, dispensando a montagem mais lenta usando os caracteres separados. Conforme Lima e Fernandes (2007)

Essa facilidade de compor as linhas-bloco de chumbo para uma impressão e depois reaproveitá-lo, barateou o processo. O problema do desgaste dos tipos móveis com o uso também foi resolvido, porque as linhas de tipos agora eram feitas exclusivamente para cada trabalho. O linotipo fazia o trabalho equivalente ao de sete ou oito compositores, e a demonstração do novo invento ocorreu nas oficinas do periódico *New York Tribune* (...). Coube ao *Jornal do Brasil*, funcionando desde 1891, o papel de primeiro jornal carioca a investir na mudança do tipo móvel para linotipo, em 1905 (LIMA; FERNANDES, 2007, p. 06).

Essa máquina, inventada pelo alemão Ottmar Mergenthaler em 1884, nos Estados Unidos, revolucionou a produção dos jornais. Usando o sistema de chumbo em estado líquido⁴ que, pressionando teclas de um teclado, já trazia as linhas de texto fundidas, acelerando o processo de impressão. Um único compositor poderia realizar a atividade até oito vezes mais rápido que antes. Tudo isso serviu para impulsionar as publicações e estreitar os laços entre o povo e a palavra impressa no Ceará.

A imprensa se moderniza e os contornos de empresa atentas às vendas para se manter vão ficando cada vez mais claros: a assinatura e a incorporação de anúncios ganham maior destaque, independentemente de ter ou não apoio de um partido ou instituição⁵. No Rio de Janeiro e em São Paulo essa modernização se antecipa, enquanto em outros Estados ela ainda estava em fase de transição. Conforme Nelson Werneck Sodré, e sua obra *História da Imprensa no Brasil*, “nos outros Estados, a imprensa estava ainda na transição da fase

⁴ Todavia, o olhar maravilhado diante dessa evolução nas técnicas de impressão não apaga os perigos que ela trouxe consigo. A impressão usando essa técnica, podia trazer problemas para a saúde do operador. Segundo Leo Araújo (2014), “A linotipia foi, talvez, a mais letal no ramo tipográfico, pois usava o derretimento do chumbo para forjar as linhas digitadas pelo operador na linotipo” (ARAÚJO, 2014, p. 61), uma vez que o a exposição ao chumbo podia trazer avarias aos sistemas sanguíneo, digestivo, renal e também o nervoso central.

⁵ As empresas que não tinham esse apoio podiam ter uma vida mais curta.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

artesanal para a fase industrial, no início do século XX; são raros os jornais de província com estrutura de empresa” (SODRÉ, 1966, p. 372).

No Ceará, a estrutura, organização e funcionamento do jornal como empresa ficará mais evidente a partir de 1920, mas Waldemiro Cavalcanti em seu *Jornal do Ceará*, já acenava para esse perfil nas primeiras décadas do século XX. A folha apresentava a possibilidade de publicações em suas páginas aos interessados que pudessem pagar por elas. Os preços variavam de acordo com o tamanho da publicação. A coluna inteira custava 10\$000, metade da coluna, 6\$000 e um quarto da coluna estava disponível por 4\$000⁶. Pouco a pouco “a imprensa tornava-se grande empresa, otimizada pela conjuntura favorável, que encontrou no periodismo o ensaio ideal para novas relações de mercado do setor” (ELEUTÉRIO, 2018, p. 83).

Aqui merece espaço também a consolidação do jornalismo como uma profissão. O seu surgimento, composto por seus jargões, métodos e técnicas que lhes são próprios colocam esses sujeitos experimentando viver da sua formação profissional. Ela irá fornecer novos contornos, técnicas e métodos que transformariam o próprio caráter do jornal, alterando sua forma e função, onde o político⁷ vai dando lugar ao “noticioso” e novas estratégias vão sendo delineadas para manter um público fiel. Todavia, o jornalista como um trabalhador, atuando em uma folha partidária ligada a um partido e/ou instituição, está sujeito a pressões e exigências do seu empregador, isto é, “às demandas políticas das facções oligárquicas proprietárias dos jornais” (LUCA, 2008, p. 124). Desse modo, acaba por “subordinar o seu fazer intelectual à linha editorial do jornal e, assim, sofre limitações óbvias quanto a sua expressão” (AMARAL, 2018, p. 91).

É verdade que o jornalista, esse homem das letras “goza de certa reputação” e ocupa uma posição de prestígio no Ceará do período. É a sua filiação às folhas partidárias

⁶ O *Jornal do Ceará* começou a funcionar em 1904, sob direção de Waldemiro Cavalcanti. Sua redação ficava na Rua Senador Alencar, nº 14. As suas oficinas, ficavam situadas à Rua Formosa, nº 41.

⁷ O historiador Eduardo Amaral, alerta que “os jornais de maior tiragem e de maior longevidade sempre foram aqueles dependentes de alguma instituição que os apoiasse, de maneira que não precisassem viver apenas das vendas avulsas ou das assinaturas” (AMARAL, 2018, p. 82). É nesse contexto que se inserem os jornais *Pedro II* (1840-1889), do Partido Conservador e *O Cearense* (1846-1891), do Partido Liberal e posteriormente, *A Verdade* (1916) e *O Nordeste* (1922), ligados à Igreja, para citar apenas alguns exemplos. A estabilidade dessas instituições e posição no jogo de poder era fundamental para a existências das supracitadas folhas. Uma força que entrasse com apoio capital era importante, afinal, os problemas de ordem financeira eram os maiores responsáveis pelo fechamento de várias tipografias.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

que tolhe (em partes) a sua autonomia, uma vez que ele deve escrever de acordo com o perfil do jornal: matérias agressivas, interesses do partido em detrimento da objetividade dos fatos, localizar o adversário, o seu posicionamento e atacá-lo. O comportamento do jornalista partidário é agressivo em seu texto, sua linguagem é como uma lâmina afiada direcionada para ferir o concorrente, por em dúvida sua honra, ridicularizar sua fala diante de qualquer que seja o tema tratado. O tema político dará o tom ao jornalismo cearense. Disseminando através de suas folhas não apenas notícias, mas também seus interesses e as ideias dos grupos aos quais pertenciam. Não esqueçamos que os jornais podem ser verdadeiros “instrumento[s] de manipulação de interesse e intervenção na vida social” (CAPELATO, 1988, p. 21).

O jornalista é um escritor. Seu trabalho também guarda proximidades com a arte literária. Como um literato, ele também tem o seu compromisso com o público. É o público quem lê o editorial, os artigos, que comenta as notícias nas ruas, o último telegrama. Assim, ao criar seu público, o jornalista atua também na modificação de grupos e na relação entre eles. Ao mesmo tempo, é necessário receber conhecimento de outros membros da sua função social, isto é, outros jornalistas, comportamento que contribui para a solidificação de sua posição social e reconhecimento como tal. O jornalista escrevia, também, “para causar impressão em seus pares” (DARNTON, 1995, p. 85), rebuscando as palavras, burilando o texto e lançando mão de outras alternativas possíveis.

Apesar do Ceará apresentar um grande número de pessoas analfabetas no período – no Brasil de 1920 esse número correspondia a 71, 2% (GALVÃO, 2008) – isto não significa que a população menos favorecida não traçasse estratégias para travar seu contato com os impressos e se empenhasse “à tarefa de decifração do mundo” (GONÇALVES, BRUNO, p. 07), buscada por trabalhadores e tantos outros sujeitos no Ceará. Aqueles que dispunham de pouca leitura procuravam outras estratégias para travar seu contato com os jornais, uma delas, a socialização das leituras das folhas em voz alta, nas praças, nas barbearias, nas casas de conhecidos.

Redes de comunicação e estratégias de leitura no Ceará

A venda dos jornais era um assunto que preocupava Eusébio de Sousa. Ao participar do 1º Congresso Brasileiro de Jornalismo, no Rio de Janeiro em setembro de 1918,

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

ele faz um balanço da história dos jornais cearenses, de seu nascedouro até a data do presente congresso. Eusébio fala da situação da imprensa no supracitado ano, informando que a mesma não está “relativa com o meio de seu desenvolvimento” e que a tiragem dos maiores jornais em circulação⁸ não alcançam grandes proporções (SOUSA, 1919). A capital do Estado é, nas palavras de Eusébio, “um meio culto”, com leitores exigentes que buscavam novidades “na convidativa distribuição de suas multiplas secções de informações, sempre noticiosos e ilustrados” (SOUSA, 1919, p. 25) nas folhas que se apresentam. Elas desapontavam em sua “feição intellectual”, seu cunho artístico não estava em consonância com os grandes jornais, não condizente, portanto, com as exigências do público leitor de Fortaleza.

Fortaleza contava – conforme o jornalista –, com uma população de aproximadamente oitenta mil pessoas “e o jornal que se rotula como sendo o de maior circulação, conseqüentemente, o de maior tiragem, regista a vendagem de oitocentos exemplares, em razão de dez jornaes para cada mil habitantes” (SOUSA, 1919, p. 25). Havia, assim, uma enorme discrepância entre a quantidade de jornais e habitantes que poderiam adquirir-los. Eusébio diz mais: ao seu ver, o povo tratava com indiferença a sua imprensa, isto é, não dava o devido valor. Essa indiferença era fruto da “desmedida exigencia” do público leitor, pois, segundo Eusébio de Sousa, a maioria deles achava “(...) o jornal mal feito, imprestavel, ou *simplesmente detestável*” (SOUSA, 1919, p. 26, grifos do autor).

A fala de Eusébio de Sousa no texto *A Imprensa do Ceará em 1918*, sobre a exigência dos leitores, revela também, na continuação de seu texto, uma preocupação do jornalista com a venda dos jornais no período ao mesmo tempo que nos oferece um exemplo da circulação de informação através das estratégias de leituras adotadas por alguns grupos de Fortaleza. Eusébio vai falar da existência de quatro grupos e a implicação negativa destes para a evolução da imprensa cearense. O primeiro grupo é formado por aqueles:

(...) que não compram absolutamente o jornal e são leitores assíduos, não deixando jamais de pedir o numero do dia, ao vizinho, chegando até a mandar busca-lo em ruas extranhas às suas, o que fazem, systematicamente, por méro habito, por que – não se ocupam – dizem elles – com a compra de jornaes, bastando que se lh’os ceda por alguns minutos – o tempo bastante para verem pequena noticia, a chegada de um vapor, um informe qualquer, etc. Este primeiro grupo é reputado como sendo

⁸ *Folha do Povo, Diário do Estado, Correio do Ceará, Jornal Pequeno e o Imparcial*, todos matutinos.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

o mais nocivo aos interesses economicos do jornal por ir de perto prejudicar a sua vendagem, desde que o *emprestimo* se estende ao vizinho da esquerda, este ao fronteiro que por sua vez passa ao da direita, lendo-o, na maioria dos casos, um quarteirão de rua completo, Basta que um individuo compre o jornal em determinada rua... À conclusão é logica... (SOUSA, 1919, p. 26).

O trecho revela a inquietação de Eusébio diante da estratégia adotada pelos leitores, porque ela interfere diretamente na venda dos jornais. Lembremos que esse é o período de consolidação da imprensa como empresa capitalista, isto é, a venda é necessária para a manutenção e sobrevivência das folhas. Essa preocupação se sustenta também diante do seguinte fato: Eusébio é um jornalista atuando em um momento de solidificação da profissão. Sua fala é ancorada na defesa de seu trabalho. Entrementes, o mesmo trecho é elucidativo de uma estratégia de leitura adotada por esse grupo, evidenciando que a informação circulava pela cidade.

Um segundo grupo também preocupava Eusébio pelo mesmo motivo que o primeiro, isto é, por não mostrar interesse em comprar jornal. A diferença residia em um ponto interessante: o segundo grupo era um leitor assíduo e todos os dias queriam saber das notícias que estampavam as páginas cearenses. Assim Eusébio de Sousa os caracterizava:

(...) dos que não assignando ou comprando o jornal, o lê diariamente, devorando, pacientemente, todas as suas páginas, desde o massudo artigo de fundo ao mais ligeiro annuncio intercalado na ultima página: são os de procuram as barbearias – as de primeira classe –, já se vê, pois, os demais seguem a regra geral não se preocupando com a compra de jornaes. Sobre pretexto futil, apegam-se a uma cadeira, só a deixando quando findam a leitura (SOUSA, 1919, p. 27).

Notemos que, a exemplo do primeiro grupo, esses sujeitos também desenvolvem suas estratégias para não precisar comprar os jornais. Eles se notabilizam pela exigência, uma vez que se “(...) lhe não agrada a feição material do jornal, um artigo ou notícia qualquer lhe não satisfaz, torna-se inconveniente, desfiando então à sua censura de leitor que *se viu prejudicado* com a leitura que acabava de fazer” (SOUSA, 1919, p. 27, grifo do autor). O leitor, ávido pelo consumo das notícias, não deixava, contudo, de expor suas impressões diante do produto que tinham em mãos.

Havia ainda aqueles que se dirigiam até as bibliotecas e esperavam pacientemente o seu momento de ter em mãos a folha do dia “(...) para poderem então apreciar os *factos do dia*, já no dominio do esquecimento” (SOUSA, 1919, p. 27). Compondo

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

um terceiro grupo, talvez, em menor quantidade, mas de ação que revela o desejo de ler o jornal, mesmo no final do dia, depois de esperar “minutos enfadonhos”.

O quarto e último grupo (posto como o mais inofensivo), formado por indivíduos que se dirigiam até a redação para “buscar o seu *jornalzinho*”, argumentando serem leais ao jornal e por isso, “se julgam com direito ao exemplar desejado”, pois estão “(...) sempre dispostos ao bem em prol do jornal a que prestam favores” (SOUSA, 1919, p. 27).

Aqui, dadas as devidas ressalvas, lembramos o circuito de comunicação de que nos fala Robert Darnton: passando pela elaboração do jornal (autor e editor), sua impressão, venda, distribuição até chegar ao leitor, que também traça sua estratégia de circulação, que podem ser as mais diversas, como vimos nos exemplos citados. Darnton, também nos oferece outras possibilidades de mapear essas redes, ao comentar a circulação de poemas sobre o rei na França do século XVIII e que virou caso de polícia. A circulação naquela sociedade semianalfabeta se deu através da memorização, ditados para outras pessoas, declamados e escritos em pedaços de papel por aqueles que dominavam a escrita (DARNTON, 2014).

Elencado esses quatro grupos, Eusébio de Sousa continua sua exposição embasada nos mesmos argumentos mencionados anteriormente: a nocividade desses grupos para o desenvolvimento da imprensa local está no fato de não haver o câmbio financeiro, complementando seu raciocínio dizendo que, nesse caso, não há colaboração do público. Nesse caso, parece não haver um pacto pecuniário. Não há o interesse pela compra das folhas, mas existe aí uma vontade que extrapola o mero interesse financeiro: a *fome de leitura* que se espalha e faz as ideias circularem diante de um público complexo e exigente.

Tudo isso evidencia que os impressos estabelecem novas relações sociais na vida dos cidadãos, proporcionando a circulação de novas redes de comunicações no sertão. Como vimos, mesmo as classes sem uma tradição letrada forte vão se familiarizando com os textos impressos, diminuindo assim, o abismo entre a palavra escrita e o povo, conforme sugere o jornal *O Nordeste*:

Negar o poder da palavra escrita, o valor da imprensa, nos tempos que correm, é uma cegueira que não se pode aceitar. As pessoas observadoras notam uma fome de leitura se alastrando no seio de todas as camadas sociais. Nos bondes, nos trens, nos vapores, nas praças, nas ruas e nas casas, por toda a parte encontramos os nossos semelhantes com livros, jornais e revistas. Chreanças, moços, velhos,

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

pobres e ricos, letrados e ignorantes, todos gostam de ler alguma cousa (O NORDESTE, 05/07/1922, p. 01).

Não podemos deixar de mencionar que o trecho acima pertence aos primeiros números d’*O Nordeste* e, portanto, parte da necessidade de justificar o seu aparecimento. Todavia, as afirmações usadas para tal não se sustentam no vazio. Partem de uma experiência e de uma prática já consolidada: a leitura dos periódicos com um público estabelecido. João Luiz Alves, em discurso pronunciado no Congresso de jornalistas do Rio de Janeiro, fala sobre a circulação dos jornais no interior, dizendo que é através desse contato que “os povos dos nossos sertões aprendem a lê”⁹. Mesmo antes, no final do século XIX, Antonio Bezerra em *Notas de Viagem*, quando da sua passagem pelo interior do Ceará em comissão, observa e registra suas impressões sobre “um sertão que lê, um sertão dos livros, dos jornais, da escrita e da leitura” (BARBOSA, LIMA, 2008, p. 38).

O mesmo caminho percorre o trecho inicial do editorial da primeira edição do *O povo*. É bastante revelador da imagem que se tinha da capital do final da década de 1920. Nele podemos ler que

Contrariamente ao pensamento de muitos, nunca será demais um novo jornal. A complexidade da vida moderna, agitada e vertiginosa, já por si, justificaria a preferencia dos periodicos sobre os livros. A vista não mais se apura no estudo paciente e methodico dos gabinetes, mas limita-se a percorrer títulos e a deter-se onde encontra o assumpto escolhido pelas necessidades materiaes e mentaes de cada momento (O POVO, 07/01/1928, p. 01).

Essa leitura nos permite imaginar o desenrolar dos dias em uma Fortaleza mais agitada, onde não se há tanto tempo para ler um livro com o afinco que se pretende por conta da urgência da vida moderna. Por isso, declara, a importância do jornal, com discussões mais sucintas sobre assuntos na pauta dos dias. O bonde elétrico circulava e trazia alguns trabalhadores; a classe mais abastada ia aos clubes e ao Cine Majestic para se divertir. Havia, a exemplo do que era noticiado por outros jornais, o medo da revolta dos cangaceiros, pois, “O bando de Lampião assombrava o interior e o imaginário de cearenses e nordestinos”.¹⁰ A

⁹ O trecho acima é o mesmo de 1918 e foi novamente mencionado em 1923, no Rio de Janeiro e reproduzido no Jornal *A Lucta*, de Sobral.

¹⁰ Trecho transcrito da matéria sobre os 90 do jornal *O Povo*. Disponível em: <<https://especiais.opovo.com.br/90anos/historia/>>. Acesso em 30 de out. de 2018.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

imprensa aparece ligada ao declínio da narrativa épica na modernidade, conforme Walter Benjamin, “Ela é tão estranha à narrativa como o romance, mas é mais ameaçadora que ele (...). Essa nova forma de comunicação é a informação” (BENJAMIN, 2012, p. 218).

Todavia, tomando as informações do jornal *O Nordeste* que nos apresenta uma “fome de leitura se alastrando no seio de todas as camadas sociais” e as informações por outros jornais sobre o preço de suas páginas e comparando-o com o preço de víveres e produtos de primeira necessidade do período, essa *fome* não era tão fácil de saciar, uma vez que nem todos podiam comprar os jornais. Entretanto, não comprar as folhas, não significava, necessariamente, que o leitor não encontrasse outras estratégias de leituras, que eram variadas, como discutimos. Estavam dispostos os elementos para a formação do parque gráfico cearense: jornalistas e jornais com expressiva tiragem e que durassem mais tempo em circulação, leitores fiéis e comprometidos com a compra e leitura dos mesmos.

Considerações finais

A imprensa no Ceará trouxe muitas novidades para a população. Uma delas, notadamente, a circulação de novas ideias. Vários grupos se esforçaram para fazer circular através da palavra escrita seus ideais e projetos. Não demorou muito para se perceber o potencial político desse veículo, haja visto a sua capacidade de atuação na construção de memórias individuais e, também, coletivas. As elites tentaram controlar e disseminar através das folhas do Ceará seus projetos de poder.

Os trabalhadores também fizeram circular seus jornais engajados em espalhar sua visão de mundo, expandindo seus horizontes através do contato com as novas ideias. Manter o contato com a cultura escrita e leitura do mundo para as classes menos favorecidas exigia adotar novas estratégias de leituras, como a leitura socializada, feita em voz alta, nas casas de amigos, nas barbearias ou nas praças. Estratégias que, de certo modo, incomodavam os grandes “fazedores de jornais”, preocupados com o retorno financeiro, pois a década de 1920 marca, no Ceará, a transição do jornal para grande empresa capitalista e, portanto, cada vez mais preocupada com as vendas e com os lucros.

A medida que o processo de industrialização se faz mais coeso no meio jornalístico e as folhas vão se tornando cada vez mais independentes, no sentido de não

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

dependerem de uma entidade mantedora/controladora, as estruturas de poder, como o governo por exemplo, percebem a importância de se associar a um jornal de tiragem expressiva e grande circulação. É por meio deles que se pode difundir sua ideologia. Esses periódicos, ao mesmo tempo, sem vínculo partidário, sentem-se mais à vontade também para fazer suas críticas e expressar as suas ideias e opiniões.

Referências

AMARAL, E. L. G. **Retóricas do atraso e da crise. Ceará (1916 1930)**. Tese (Doutorado) História. Fortaleza, UFC, 2018.

ARAÚJO, L. N. de J. **Impressões e lutas dos trabalhadores gráficos de Fortaleza (1970 A 2000)**. Dissertação (Mestrado) em História. Fortaleza, UFC, 2014.

BARBOSA, M. E. J; LIMA, Jorge Luiz Ferreira. História, imprensa e redes de comunicação. In: **História & Perspectivas**, Uberlândia (39): 37-57, jul. dez. 2008.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: **Obras escolhidas I**. 8º Ed. revista - São Paulo: Brasiliense, 2012.

CAPELATO, M. H. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1988.

CARDOSO, G. P. Padaria Espiritual. Biscoito fino e travoso. 1º. ed. Fortaleza: Secretaria de Cultura e Desporto do Ceará, 2002.

DARNTON, R. **Poesia e polícia**: redes de comunicação na Paris do século XVIII. São Paulo, Companhia das Letras, 2014.

DARNTON, R. **O beijo de Lamourette**. Mídia, cultura e revolução. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

ELEUTÉRIO, M. de L. Imprensa a serviço do progresso. In: LUCA, T. R de; MARTINS, A. L. **História da imprensa no Brasil**. 2. ed., 3º reimpressão. – São Paulo: Contexto, 2018. Parte II, cap. 01, p. 83-102

GALVÃO, A. M de O. **História da cultura escrita**: séculos XIX e XX. GALVÃO, A. M de O. (ORG). Autêntica Editora 1º Edição. Coleções: Linguagem e educação, UFMG, 2008.

GONÇALVES, A. BRUNO, A. (Org.). **O Trabalhador Gráfico** – Edição fac-similar. Fortaleza: Editora UFC, 2002.

ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

GONÇALVES, A. SILVA, E. J. (Org.). **A Imprensa Libertária no Ceará 1908 -1922**. São Paulo: Imaginário, 2000.

LIMA, E. L. C; FERNANDES, L. P. Inovações tecnológicas e o estabelecimento da indústria gráfica brasileira no século XIX. In: **Anais do III Congresso Internacional de Design de Informação**, Curitiba, 2007.

LIMA, R. G. de. **Os livros na Fortaleza oitocentista: edição e recepção das obras literárias locais (1890-1900)**. Dissertação de Mestrado em História. Fortaleza: UECE, 2014.

LUCA, T. R de. Fontes impressas: história dos, nos e por meio de periódicos. In.: PINKSY, C. B. **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2008. cap. 05, p. 111-153.

NOBRE, G. da S. **Introdução à História do jornalismo cearense**. Fortaleza: NUDOC, 2006.

SANTOS, F. W. M. dos. **Narrativas de violência e medo: o cangaço e a imprensa no Ceará (1909-1938)**. 2020. 150f. Dissertação (Mestrado Interdisciplinar em História e Letras) - Universidade Estadual do Ceará, 2020.

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

SOUSA, E. de. A Imprensa do Ceará em 1918. In: **Revista do Instituto do Ceará**, Ano XXXIII. Fortaleza, Ceará, 1919.

STUDART, B. de. Catálogo de Jornaes de grande e pequeno porte publicados no Ceará. In: **Revista do Instituto do Ceará**, Ano XII. Fortaleza, Ceará, 1898.

STUDART, B. de. **Para uma História do Jornalismo Cearense (1824-1924)**. Coleções da Universidade da Flórida Digital. Disponível em: <http://ufdc.ufl.edu//AA00000264/00001>

WILLIAMS, R. A Imprensa e a Cultura Popular: uma perspectiva histórica. In: **Projeto História**, Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História e do Departamento de História da PUC-SP, São Paulo, EDUC, 1981.