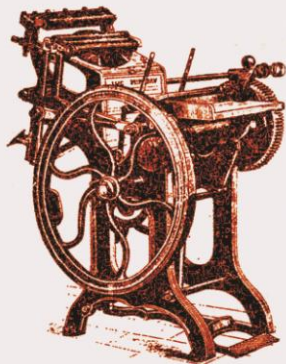
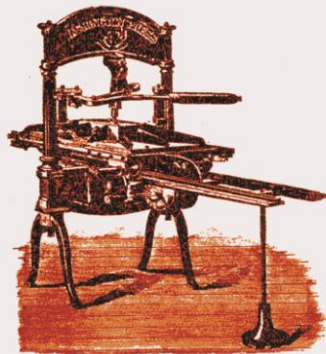
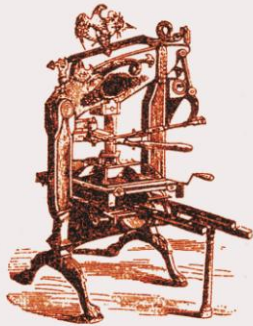


7.3 - A EMPRESA JORNALÍSTICA

A passagem do século assinala, no Brasil, a transição da pequena à grande imprensa. Os pequenos jornais, de estrutura simples, as folhas tipográficas, cedem lugar às empresas jornalísticas, com estrutura específica, dotadas de equipamento gráfico necessário ao exercício de sua função. Se é assim afetado o plano da produção, o da circulação também o é, alterando-se as relações do jornal com o anunciante, com a política, com os leitores. (...) A transformação na imprensa é um dos aspectos desse avanço; o jornal será, daí por diante, empresa capitalista, de maior ou menor porte. O jornal como empreendimento individual, como aventura isolada, desaparece nas grandes cidades. Será relegado ao interior, onde sobreviverá, como tal (...). Uma das conseqüências imediatas dessa transição é a redução no número de periódicos. Por outro lado, as empresas jornalísticas começam a firmar sua estrutura, de sorte que é reduzido o aparecimento de novas empresas. Acontece ainda, particularmente nas fases de inquietação política. É agora muito mais fácil comprar um jornal do que fundar um jornal; e é ainda mais prático comprar a opinião do jornal do que comprar o jornal. (SODRÉ, 1966, p. 256)



Tudo se personaliza e se individualiza. Daí a virulência da linguagem da imprensa política, ou seu servilismo, como contraponto. Não se trata de condenar a orientação ou os princípios - desta ou daquela personalidade; trata-se de destruir a pessoa, o indivíduo. A virulência é semelhante, na forma, à do pasquim da primeira metade do século XIX, mas diferente no conteúdo.

Imprensa e literatura

Nos jornais as colaborações literárias começam a ser separadas na paginação, constituindo matéria à parte. Aparecem seções de crítica e o esboço do que mais tarde serão os suplementos literários. Divisão de matéria, mas intimamente ligada à divisão do trabalho, que começa a impor as suas inexoráveis normas: jornalistas e escritores.

O que mais se fazia, naquela fase, era discutir, por em dúvida, analisar, combater. Combater a pretensa sacralidade das instituições: da escravidão, da monarquia, do latifúndio. A imprensa era abolicionista e republicana, e pelos seus melhores jornais e jornalistas. Não era apenas uma grande época política, era também uma grande época literária.

A primeira manifestação do esforço para ampliar a cultura impressa, subordinada à deficiência das técnicas de impressão, fez-se através dos almanaques, que constituíram os livros de uso e consulta generalizados. "Em todas as províncias, e na Côrte, surgiram almanaques repositórios de literatura, evidentemente de qualidade inferior e de informações úteis. O almanaque correspondia e se adequava a uma fase de precariedade das técnicas de impressão. Era o livro de um país que não tinha ainda público para suportar a difusão de livros." (SODRÉ, 1966, p. 223)

Nos almanaques e nas revistas ilustradas é que irão se refugiar os homens de letras, acentuando a tendência para caracterizar-se definitivamente o jornal como imprensa. As revistas passarão por um período em que serão principalmente literárias, embora também um pouco mundanas e, algumas críticas.

Salvou-as, sem a menor dúvida, a arte da caricatura, que teve, nessa época, grandes nomes a praticá-la e a dar-lhe um sentido, um conteúdo e uma qualidade e execução, uma forma, insuperáveis. É o grande, profundo e significativo aspecto que apresentam. (*Se permanecessem*) limitadas à literatice, teriam sido inócuas e não teriam alcançado a penetração relativa que alcançaram.. (SODRÉ, 1966, p. 346)

O Estado de São Paulo



O número inicial da Província de São Paulo (*atual O Estado de São Paulo*) apareceu (...) a 4 de janeiro de 1875. Como os outros jornais do tempo, (...) a Província de São Paulo, vivia de anúncios e de assinaturas, estimuladas por prêmios sorteados com a loteria, o maior no valor de um conto de réis. (...) (*Na época não*) havia venda avulsa. Esta foi iniciada pelo novo jornal, a 23 de janeiro de 1876: o ajudante de impressor Bernard Gregoire, tocando buzina nas ruas. A população achou aquilo um dispatério, houve repulsa à iniciativa que levaria a “mercantilização da imprensa”. (...) Logo depois, entretanto, os jornais acompanharam a inovação: surgiram jornaleiros, depois as bancas e os pontos, e a disputa dos pontos. Essa divisão do trabalho assinalava também (...) a “mercantilização da imprensa”. (SODRÉ, 1966, p. 260).



Jornal do Brasil

A mudança do regime, de Monarquia para República, não alterou o desenvolvimento da imprensa. Os grandes jornais continuaram os mesmos. Os de linha republicana com mais prestígio e os monarquistas com mais combatividade. Não surgiram de imediato grandes jornais novos. Só em 1891 apareceria o *Jornal do Brasil*.

O *Jornal do Brasil* chegava para ser um dos grandes. Fora montado como empresa, com estrutura sólida. Vinha para durar. E trazendo inovações, pelo menos na importância que deu a cada uma delas. A distribuição feita por carroças era uma. A amplitude dos correspondentes no exterior era outra. Publica os primeiros clichês em xilogravura. Aparecem no *JB* os primeiros clichês obtidos por zincografia.

Os grandes jornais começam a construir na Av. Rio Branco seus edifícios próprios. O *JB* recebe as primeiras linotipos que o Rio conheceu, máquinas de impressão em cores e clichéria de sistema fotomecânico.

O século aproximava-se do fim. O *Jornal do Brasil* instalara oficinas de fotografia e de gravação de matrizes metálicas. Publicava os desenhos de Julião Machado, Luiz Peixoto, Artur Lucas (Bambino), Celso Hermínio e Raul Pederneiras.

O seu parque gráfico, em 1916, é o maior da imprensa brasileira.

A Empresa Moderna

A imprensa iria, agora, atravessar a primeira de suas fases tormentosas no regime republicano. Como todas as fases de ebulição política, a que se abriu após a 1ª Guerra Mundial foi propícia aos caricaturistas e ilustradores.

Se, com o após-guerra, profundas alterações se denunciavam na vida brasileira, tais alterações, para a imprensa, acentuam rapidamente o acabamento da sua fase industrial relegando ao esquecimento a fase artesanal: um periódico será, daí por diante, empresa nitidamente estruturada em moldes capitalistas. Continuam a aparecer revistas de vida efêmera, literárias ou humorísticas, e jornais de circunstância, principalmente para atender injunções originadas da luta política, cada vez mais acirrada, mas são fatos pouco numerosos e acidentais. Na maioria dos casos, trata-se de empresas mal estruturadas, que se esgotam depressa, que consomem rapidamente o capital, mas sempre empresas, e não empreendimentos individuais. (SODRÉ, 1966, p. 409).

Surge em São Paulo, em 1921, a *Folha da Noite*, jornal organizado como empresa e que vai revelar um caricaturista excepcional: Belmonte. No Rio, em 1926, surge A *Manhã*, matutino vibrante, versátil, bem paginado, com excelentes colaborações, contando com o talento do caricaturista Andrés Guevara.

O segredo da imprensa consistia, à medida que o capitalismo avançava, na rapidez com que chegava aos leitores e na possibilidade de contá-los aos milhões. Era necessário, por isso, que a produção atendessem à multiplicação de exemplares (...) e que os transportes atendessem à distribuição oportuna, rápida, vertiginosa, dos exemplares velozmente distribuídos. As invenções que tornaram os periódicos empresas industriais aparelhadas, eficientes, capazes de produzir, todos os dias, milhões de jornais, seguiram-se umas às outras a curtos intervalos. (...) Reproduzindo ilustrações rapidamente e a baixo custo, pela velocidade na impressão (...) as novas máquinas faziam correr rolos de papel com a velocidade de um trem expresso, saindo os jornais em cores, quando era desejado e sempre automaticamente contados e dobrados. Isso permitia enorme redução no custo da unidade fabricada, ao mesmo tempo que melhorava a sua qualidade. Tudo conduzia, finalmente, ao rebaixamento do preço pago pelo leitor, numa difusão cada vez mais numerosa, em influência cada vez mais larga (...). (SODRÉ, 1966, p. 5-6).

Depois da revolução 1930 houve grande desenvolvimento da imprensa, particularmente no sentido de consolidar a estrutura empresarial. Os jornais e revistas de vida efêmera são mais raros agora. Com o desenvolvimento dos meios gráficos e a evolução dos processos de compor e a melhoria do conteúdo editorial surgem, então, as grandes empresas jornalísticas, consolidando-se a “cadeia associada”. Utilizam-se os meios mais rápidos de transporte para a distribuição das edições tanto regionais como nacionais.



É, então, por volta da década de 40, que o jornalismo começa a mudar de rumo no Brasil, seguindo a tendência dos EUA e da Europa. A comunicação de massa passa a ser vista como um negócio, uma chance de lucro e enriquecimento. O impulso para a mudança, é claro, vem principalmente do crescimento da indústria, que deseja alcançar o potencial mercado consumidor. Os pequenos jornais opinativos vão sendo engolidos por essa forma empresarial de se fazer jornal, que resulta em investimentos tecnológicos, ampliando o número de exemplares e o alcance das emissoras.

A audiência e as vendas passam a ser preocupações centrais das empresas jornalísticas. De espaço opinativo, refletindo sempre o pensamento de um grupo restrito, os meios de comunicação de massa, incluindo, agora, o rádio, pretendem ampliar sua recepção. Quanto mais leitores e ouvintes, mais vendas, mais anunciantes, mais lucro. Para transformar o jornalismo em negócio e alcançar o maior número de receptores, era preciso, também, modificar a forma de tratar os assuntos. (FERNANDES, 2000, p. 65).

A busca pela rapidez exigiu da imprensa sucessivos inventos, acompanhando o crescente fluxo de informações.

As revistas e os jornais vivem uma época de ouro. Eram tempos de sucesso do mercado dos magazines ilustrados de interesse geral, como *Life*, *Look*, *Saturday Evening Post*, *Stern*, *O Cruzeiro*, *Manchete*, etc. Para fazer frente à TV, as revistas e jornais buscaram utilizar em profusão a linguagem fotográfica e ilustrada. Porém, entraram em declínio com o rápido desenvolvimento da televisão. Com múltiplas linguagens a TV torna-se soberana ao relacionar imagem, som, cores e movimento.

O espantoso crescimento da televisão a partir dos anos 60 provoca o fechamento de grandes revistas ilustradas e provoca sensíveis mudanças no jornal diário. Dando margens a previsões sobre o total desaparecimento dos meios impressos.