

A MODERNIDADE NA IMPRENSA BRASILEIRA

Eliane Corti Basso

Jornalista.

Mestre e doutoranda em Comunicação Social pela UESP.
Professora do IMES e da Anhembi Morumbi.

A história do Brasil e da imprensa brasileira reserva um lugar especial para a década de 1950. É um período de acelerado desenvolvimento industrial, urbanização das cidades e efervescência cultural, impulsionado pela interação internacional do país promovida no campo da política, da cultura e da economia. A visão de progresso que começa a ser experimentada, neste período, vai assumindo a feição de uma crença na modernização nos valores sociais e nas representações simbólicas.

O cenário do pós-guerra proporcionou um período em que as empresas jornalísticas passaram a viver uma fase denominada de transição pelos historiadores, que vai refletir no jornalismo praticado até os dias de hoje com a incorporação das técnicas redacionais e os valores da imprensa como produto.

É nesse período que acontecem as grandes reformas gráficas e estéticas nos periódicos. As mudanças foram sendo concebidas tanto no plano da redação das notícias como nas reformas gráficas, modificando-se a maneira pela

qual os impressos se apresentavam ao público.

As transformações tecnológicas apresentadas pelo ingresso das novas rotativas alteraram substancialmente a produção jornalística como um produto mercadológico. A época é marcada pela evolução técnica com vistas ao mercado consumidor que vai se formando por causa dos processos mais amplos de industrialização e urbanização das cidades.

As alterações dizem respeito à forma como as notícias eram concebidas, apresentadas – por meio das reformas gráficas, até o modo de gerenciamento no ambiente de trabalho.

No campo técnico, as mudanças provêm do acúmulo de experiências que, somadas, vão definir a época como a de transição do jornalismo mais opinativo para um jornalismo objetivo atendendo às necessidades do mercado em que nitidamente se separa a opinião e o comentário da informação.

As reformas nas redações, nos projetos gráficos e editoriais marcaram uma fase influenciada pelo

modelo norte-americano que privilegiava a informação e a produção de textos mais enxutos trabalhando a informação sob a ótica da objetividade, sob o manto da imparcialidade em que nenhum valor deve ser mais importante do que a liberdade de imprensa.

A influência da imprensa americana vai substituindo a européia, principalmente a francesa, mais opinativa e doutrinária que influenciou o início da imprensa brasileira. No campo das alterações do perfil do texto, destaca o jornalista Luis Lobo (2004)¹, começava-se a afastar a literatice e o beletrismo dos homens e mulheres das letras que ocupavam as redações. O texto adjetivado e “meio embolado”, nas palavras de Lobo, começa a ceder lugar para um texto coloquial, condensado, direto e objetivo com a utilização de um vocabulário básico capaz de ser entendido pela maioria dos leitores.

Nesse sentido, as reformas nos jornais e revistas contribuíram decisivamente para a modernização. Podemos destacar as reformas redacionais no *Diário Carioca*, a par-

¹ Luis Lobo é jornalista há mais de cinquenta anos na mídia carioca. Foi professor universitário e escreveu 14 obras. Concedeu entrevista à autora em junho de 2004, no Rio de Janeiro.

tir de 1947; a criação do vespertino *Última Hora*, em 1951, e as reformas estéticas do *Jornal do Brasil*, a partir de 1956. No campo das revistas há uma modernização estética com a criação de *Manchete* em 1952, a reação de *O Cruzeiro*, neste mesmo período, e os lançamentos de *Visão* em 1952 e *Senhor* em 1959.

Muito da influência norte-americana foi absorvida e reinterpretada por jornalistas que viajaram para os Estados Unidos e permaneceram por lá alguns períodos de tempo examinando a forma com que os periódicos se apresentavam. Ao retornar começavam a usar técnicas e conceitos.

Muito embora essa influência tenha começado anos antes, é nas décadas de 1940 a 1960 que ela se intensifica e se incorpora mais concretamente com jornalistas como Danton Jobim no *Diário Carioca*, Samuel Wainer na *Última Hora* e Alberto Dines no *Jornal do Brasil*. A eles seguiram-se muitos outros profissionais que se consagraram no jornalismo brasileiro mais tarde.

Na construção do texto as primeiras técnicas a ser marcadamente adotadas são o *lead* e o manual de redação, no *Diário Carioca*.

Substituindo o famoso nariz-de-cera, que apresentava uma linguagem rebuscada situando todo o contexto para só no final aparecer a notícia, o *lead* apresenta mudanças estruturais no texto jornalístico que se fundamenta sobre a notícia por meio da regra das seis perguntas básicas (Quem? Que? Quando? Onde? Por quê? Como?), formatando a chamada pirâmide invertida do texto que em primeiro lugar fornece os dados mais importantes da matéria.

A palavra *lead* se designa a sintetizar os principais dados no primeiro parágrafo da notícia. Concebe-se por *lead* a idéia de resumir o fato destacando o mais importante, estimulando o leitor para o resto da notícia.

O modelo adquire feições próprias, reinterpreta o que absorve e

incorpora suas próprias idéias a partir do processo cultural. Um exemplo é o brasileiríssimo *sublead* criado por Luis Paulistano em 1951, no *Diário Carioca*. O *sublide* tem a função de complementar o *lead* oferecendo mais alguns detalhes (Sodré, 1990). Funciona como um elemento a mais para prender a atenção do leitor.

Izamara Bastos Machado (2003) apresenta a reforma do *Diário Carioca* na década de 1950, defendendo que o jornal foi um dos principais responsáveis pelas mudanças gráficas e editoriais, tendo participação efetiva para o crescimento da imprensa ao ser o primeiro a adotar o *lead* no Brasil, estabelecendo as linhas mestras de uma redação objetiva com técnica.

Para atender esse estilo jornalístico passaram a ser elaborados os manuais de redação com indicações de que o texto deveria ter frases curtas, vocabulário usual, construção de frases diretas, verbos de ação entre outras recomendações.

No campo da objetividade, essa nova forma de fazer jornalismo colaborou para que, caso a matéria precisasse ser cortada, não sofresse prejuízos, bastando retirar do texto os últimos parágrafos. Além disso, a alteração objetiva do texto passou a privilegiar a descrição da opinião dos especialistas em vez do posicionamento de quem escreve.

A tendência foi seguida pelos principais jornais e revistas do país e a forma que não deveria ser um limitador da criatividade virou fórmula. Como influência do padrão norte-americano o *Diário Carioca* consagrou, ainda, a assinatura de reportagens em jornais, a autoria das fotos e é considerado o primeiro a usar um corpo de copidesques na redação. Os copidesques foram utilizados por muitos anos na imprensa brasileira com a função de dar forma gramatical e jornalística ao texto, muitas vezes até reduzindo as matérias para atender as conveniências da paginação.

Para Luis Amaral (1982, p.53), essa fórmula de estruturar a matéria a partir do *lead*, apesar de ter representado um avanço, reduziu a dimensão dos fatos. "Nota-se uma insatisfação do leitor e de muitos profissionais diante da notícia esquematizada, em estilo telegráfico".

Objetividade e liberdade são os dois valores que formam, segundo descreve Carlos Eduardo Lins da Silva (1991, p.107), a espinha dorsal do modelo americano de jornalismo. Para ele o princípio da objetividade implica consequências no estilo de escrever, na concepção de que o repórter deve reportar e não interpretar.

Samuel Wainer imprimiu traços da imprensa americana no vespertino *Última Hora*, criado em 1951. Wainer dinamizou as técnicas de redação, inovou na utilização da caricatura e da fotografia.

O jornal foi um dos pioneiros da moderna diagramação da década de 1950, contratando um artista gráfico paraguaio, então morando em Buenos Aires, André Guevara, que começou a dar forma diferenciada ao jornal desenhando um logotipo, com letras em cores azuis, além de ressaltar graficamente as seções temáticas. A *Última Hora* foi lançada com uma paginação ousada e com edição em várias cidades, formando uma rede nos principais centros urbanos do país.

O *Jornal do Brasil* caracterizou uma reformulação na linguagem estética com o aparecimento do *Suplemento Dominical*, que lançou o movimento concretista no Brasil. Entre as mudanças, o jornal apostou nos espaços em branco, eliminando os fios que separavam as colunas.

Analisado por Marieta de Moraes Ferreira (1996, p.151-155), o *Suplemento Dominical do Jornal do Brasil*, lançado em 1956 por Reynaldo Jardim, com a colaboração de Mauro Faustino, Oliveira Bastos e Ferreira Gullar, marca a história da imprensa brasileira não só por sua diagramação, mas também pelo deba-

te cultural de alto nível. “Com esta iniciativa começava-se a resgatar uma antiga experiência do jornal, de abrigar intelectuais e promover debates acerca das questões culturais do país”.

O *SDJB* deu inspiração para a reforma de todo o jornal encabeçado pelo jornalista Odylo Costa Filho. Uma das principais alterações foi a substituição dos anúncios e classificados na capa, que tomavam quase todo o espaço, por manchetes e fotos. Em 1960, sob a orientação de Amílcar de Castro, o JB criava um caderno específico para os classificados, e o caderno voltado para artes em geral, porém a reforma do jornal foi consolidada na década de 1960 com a entrada do jornalista Alberto Dines. Entre as mudanças realizadas por Dines, cita Lins da Silva (1991), está a organização das secções temáticas dentro jornal e a implantação de departamentos de pesquisa.

No campo das revistas, *Visão* se apresentava como uma publicação especializada voltada ao homem de negócios, promovendo a idéia de desenvolvimento econômico nacional.

Lançada inicialmente no Rio de Janeiro, em 1952, pela empresa norte-americana *Vision Inc.*, com sede em Nova York, a revista editada quinzenalmente era dedicada a fazer do empresário o herói do momento, chegando a instituir o prêmio Homem de Visão, que entregava uma estatueta num banquete do Hotel Glória, no Rio de Janeiro, com a presença de personalidades da política e da economia do país².

A revista *O Cruzeiro*, pertencente aos Diários Associados, de Assis Chateaubriand, lançada em 1928, foi a primeira revista de circulação nacional do Brasil e se transformou num marco do jorna-

lismo ilustrado, com forte marca no uso da fotografia. A época de ouro da revista aconteceu entre as décadas de 1940 e 1950, com a expansão do parque técnico dando suporte ao aumento da tiragem que chegou a atingir 720 mil exemplares na cobertura do suicídio de Getúlio Vargas (Carvalho, 2001).

A influência de *O Cruzeiro* vinha das revistas estrangeiras – como a norte-americana *Life* e a francesa *Match*, principalmente a partir da reformulação editorial iniciada em 1943, com a contratação do fotógrafo francês Jean Manzon.

Manzon e o jornalista David Nasser viriam a formar a maior dupla de repórter e fotógrafo da história do jornalismo, na década de 1950, conhecida por peripécias pouco ortodoxas e éticas no campo do jornalismo, com histórias preparadas – em que os fatos por si só não eram importantes e sim a criatividade com que se inventava as histórias para valorizar as reportagens.

A publicação inaugurou a retrogravura na imprensa nacional com rotativas vindas da Alemanha, tornando-se uma atraente revista semanal. Foi uma revista cosmopolita que utilizava agências internacionais, ampliando seu campo temático.

No final da década de 1950, a publicação entrou em decadência com a crise financeira dos Diários Associados, e os grandes jornalistas que se consagraram nela anos antes se transferiram para a *Manchete*.

O lançamento de *Manchete* em 1952 foi capaz de tirar o sono dos editores de *O Cruzeiro* e obrigou a reformulações. Na reação, *O Cruzeiro* se transformou num marco do jornalismo no campo na reportagem fotográfica. “a diferença é que *Manchete* tinha grandes fotógrafos, mas não escreviam, *O Cruzeiro* tinha equipe extraordinária de

fotógrafos que também escrevia”. (Ver nota 2 sobre Dines).

Pelas mãos do grupo do empresário Adolfo Bloch, que vinha de uma família de gráficos e editores conhecida por imprimir publicações bonitas, a revista *Manchete* foi logo destaque, principalmente, pela vasta utilização de fotos coloridas combinadas com a cobertura jornalística.

Servindo-se de um constante aperfeiçoamento gráfico, o objetivo dos editores era fazer uma revista no estilo da *Paris Match*³, uma publicação ilustrada com vasta utilização de reportagens e fotos, títulos e legendas fortes. Segundo Alberto Dines, a influência vinha pelas informações passadas pelo jornalista brasileiro, correspondente da *Manchete* que morava na França, Justino Martins. “Ele era a inteligência jornalística do Adolfo, era uma espécie de editor de qualidade que mandava recados de como fazer a revista”. Sob a direção de Nahum Sirotsky e Alberto Dines, como editor-assistente, em 1956, a *Manchete* começou a testar capas relativas à matéria principal, fugindo da tradição de colocar fotos de mulheres bonitas estampadas.

Adolfo Bloch investiu em tecnologia e em 1957, na passagem do off-set para retrogravura com máquinas de última geração em editoração gráfica, a revista ganhou qualidade de impressão de nível internacional. Segundo Sirotsky, a publicação se utilizou muito do trabalho de *free-lancer* de jornalistas sediados no exterior para as coberturas internacionais para as quais não tinha dinheiro para enviar repórteres. A revista apresentava ensaios fotográficos, reportagens sobre questões do momento brasileiro e matérias internacionais.

A época, propícia para inovações, fez surgir no final dos 1950

² Informações dadas para a pesquisa pelos jornalistas Nahum Sirotsky e Alberto Dines, editores da revista na década de 1950. Alberto Dines é um dos mais conceituados jornalistas brasileiros. Notabilizou-se com a Reforma do *Jornal do Brasil*, na década de 1960, e com a autoria de livros como o clássico de jornalismo *O papel jornal*. Concedeu entrevista à autora em abril de 2004. Nahum Sirotsky é jornalista desde a década de 1940 e se consagrou na história da imprensa brasileira pela direção das revistas *Visão*, *Manchete* e *Senhor*. Atualmente é correspondente internacional e escreve sobre o conflito no Oriente Médio para *sites* e jornais brasileiros. Concedeu entrevista à autora via e-mail durante os anos de 2003 e 2004.

³ Segundo o jornalista Alberto Dines, *Paris Match* era a principal revista semanal em circulação do mundo na década de 1950.

a revista *Senhor*, que passa a ser reverenciada como uma publicação cultural por causa da estética e do conteúdo, pretendendo atender à necessidade de um jornalismo de cultura voltado para as pessoas chamadas multiplicadoras de opinião, que na época eram conhecidas como “elites”.

No modelo mais refinado de editoração gráfica, a fotografia rompeu as colunas e sangrou as páginas. Pelas mãos dos artistas plásticos Carlos Scliar e Glauro Rodrigues o projeto articulava espaços em branco, equilibrando e dando leveza às páginas. Outro marco foi a concentração do material publicitário no início ou no fim da publicação, para que não interferisse no ritmo da leitura⁴.

Escrevendo sobre a revista *Senhor*, o jornalista e escritor Ruy Castro (1999) refere-se à imprensa da época como espelho do grau de modernização do país vivido nos anos 1950. “*Senhor* contribuiu tan-

to para informar e civilizar seus leitores quanto para mostrar que o Brasil, em 1959, no fim do governo JK, já tinha uma cara nova. Pelo menos no visual, o país estava ficando moderno; era só observar a primeira página do *Jornal do Brasil* depois de sua reforma gráfica, os anúncios da Volkswagen e do Banco Nacional, (limpos, concisos, elegantes), o futebol em câmara lenta no canal 100 e as capas dos primeiros LPs de bossa nova pela Philips. E, principalmente, *Senhor*”.

De maneira geral, a modernidade da imprensa desta época se materializa na utilização das técnicas de redação, na forma de apresentação proporcionada pelas novas máquinas dos parques técnicos, na incorporação de uma equipe de redação fixa, na utilização das ilustrações e na transformação da notícia como um produto à venda caracterizado pelas leis de mercado.

Quanto ao texto, percebe-se a fase que começa uma nova confi-

guração. A linguagem ficou mais objetiva, priorizando a informação em detrimento da opinião. A influência da imprensa européia cedeu espaço para o modelo norte-americano norteado pelos princípios de objetividade e de liberdade.

Na conclusão de Carlos Eduardo Lins da Silva, que fez um estudo aprofundado sobre a influência do jornalismo norte-americano, as alterações vivenciadas na imprensa brasileira não são meras reproduções de valores e conceitos. O jornalismo brasileiro reinterpreta o que absorve e incorpora suas próprias idéias juntando aspectos de outras escolas como a francesa e a britânica para formar um jornalismo com características próprias. Muito da modernidade vivida na década de 1950 se refletiu e se fortaleceu na imprensa que temos hoje, por isso, a importância em conhecê-la e estudá-la.

⁴ Glauro Rodrigues foi assistente de direção de arte da revista *Senhor*. Concedeu entrevista em junho de 2003, no Rio de Janeiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, A.A. (org.). **A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

AMARAL, L. **Jornalismo: matéria de primeira página**. Rio de Janeiro/Fortaleza: Tempo Brasileiro/ UFC, 1982.

BAHIA, J. **Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira**. São Paulo: Ática, 1990.

CARVALHO, L.M. **Cobras criadas** – David Nasser e o Cruzeiro. São Paulo: Senac, 2001.

CASTRO, R. Ainda insuperável aos 40 anos. **O Estado de São Paulo**. 17 abr. 1999.

DICIONÁRIO HISTÓRICO-BIOGRÁFICO BRASILEIRO. 2. ed. atual. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2001.

DINES, A. **O papel do jornal**. 4. ed. São Paulo: Summus, 1986.

FERREIRA, M.M. A reforma do jornal do Brasil. **A imprensa em transição: o jornalismo brasileiro nos anos 50**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996. p. 141-156.

MACHADO, I.B. A reforma do *Diário Carioca* na década de 50. 1º. Encontro Nacional da Rede Alfredo Carvalho, jun. 2003. CD-Rom **Mídia Brasileira: 2 séculos de História**.

MORAIS, F. **Chatô: o rei do Brasil**. A vida de Assis Chateaubriand. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

NETTO, A. **O império de papel: os bastidores de O Cruzeiro**. Porto Alegre: Sulina, 1998.

NIEMAYER, L.C.R. **O design gráfico da revista Senhor: uma utopia em circulação**. Tese (doutorado). PUC/SP de São Paulo, 2002.

SANTOS, J.F. **Feliz 1958: o ano que não deveria terminar**. Rio de Janeiro: Record, 1998.

SILVA, C.E.L. **O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro**. São Paulo: Summus, 1991.

SODRÉ, M.; FERRARI, M.H. **Técnicas de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. São Paulo: Summus, 1986.

SODRÉ, N.W. **A história da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977.

WAINER, S. **Minha razão de viver: memórias de um repórter**. Rio de Janeiro: Record, 1988.