

**Por uma história cultural latino americana dos meios de
comunicação:**

**Um olhar sobre as práticas, processos e sistemas de
comunicação nas últimas décadas do século XIX**

Marialva Carlos Barbosa

Introdução

- Breves considerações
- Propomos: desvelar processos e as práticas de comunicação que se desenvolvem invariavelmente num circuito também de comunicação
- a história da comunicação é a história dos processos e das práticas comunicacionais cujo procedimento metodológico desvenda o circuito da comunicação
- Central = atores históricos

- Algumas Premissas

- 1) Dar voz e rosto aos múltiplos atores envolvidos no processo;
- 2) Objeto de análise – ir além dos veículos e seus produtores, para revelar os processos de comunicação;
- 3) Produtos – que estão “entranhados” de história e envolvem textualidades múltiplas;

Territórios Midiáticos

- Proponho pensarmos a história da comunicação latina americana desde esta perspectiva, isto é, considerando a comunicação como um processo e recuperando os sistemas de comunicação existentes no tempo como modos de comunicação realizados por múltiplos atores envolvidos nesses processos. Talvez devêssemos pensar em territórios midiáticos nos quais, com diferentes modelos e especificidades, desenvolveram-se transformações nos modos de comunicação.

As fábricas de notícias

- Que diferenças e que aproximações podemos fazer, por exemplo, em relação às drásticas transformações que ocorreram no mundo latino americano no que diz respeito aos modos de comunicação com o início do que alguns chamam imprensa de informação?
- Se há diferenças temporais em relação ao início da operação dos jornais como “fábricas de notícias” nos territórios geopolíticos, processos semelhantes se espalharam pelas principais cidades capitais. Há a **formação de um território midiático comum**, nos quais processos comunicacionais semelhantes passam a configurar novos modos de comunicação.

“Cidadela dos novos tempos”



“Fábricas de Notícias”



O Jornal do Commercio domina a cena
na Avenida Central

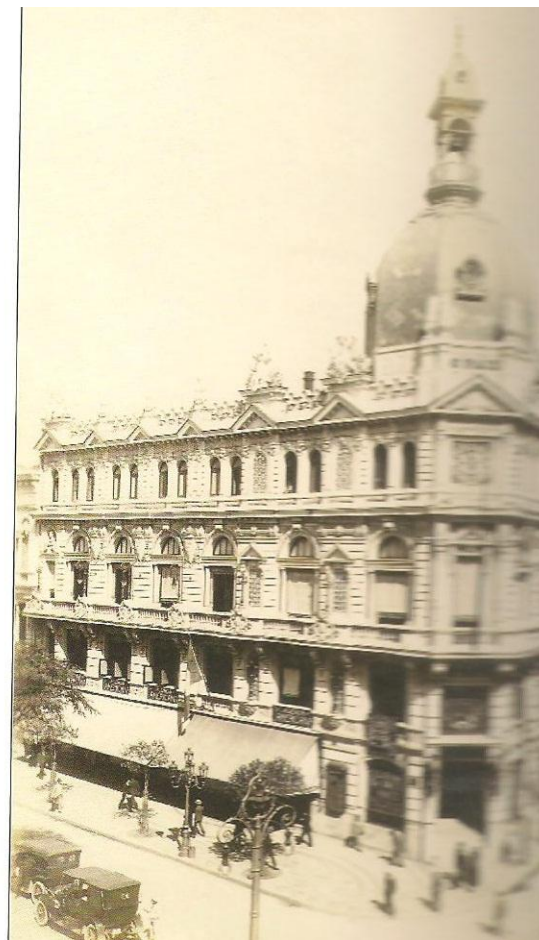
Jornal do Commercio



“Fábricas de Notícias”



Jornal do Brasil



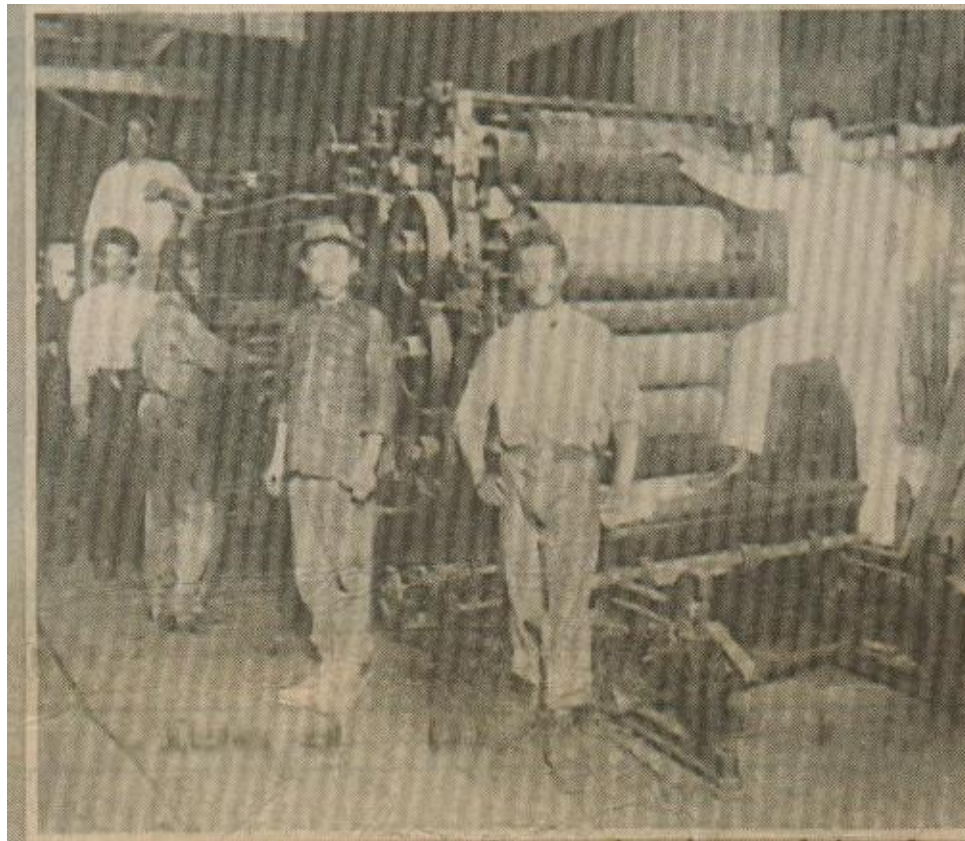
O Paiz

“Fábricas de Notícias”



Correio da Manhã

Tecnologias de um novo tempo



Em busca do público...



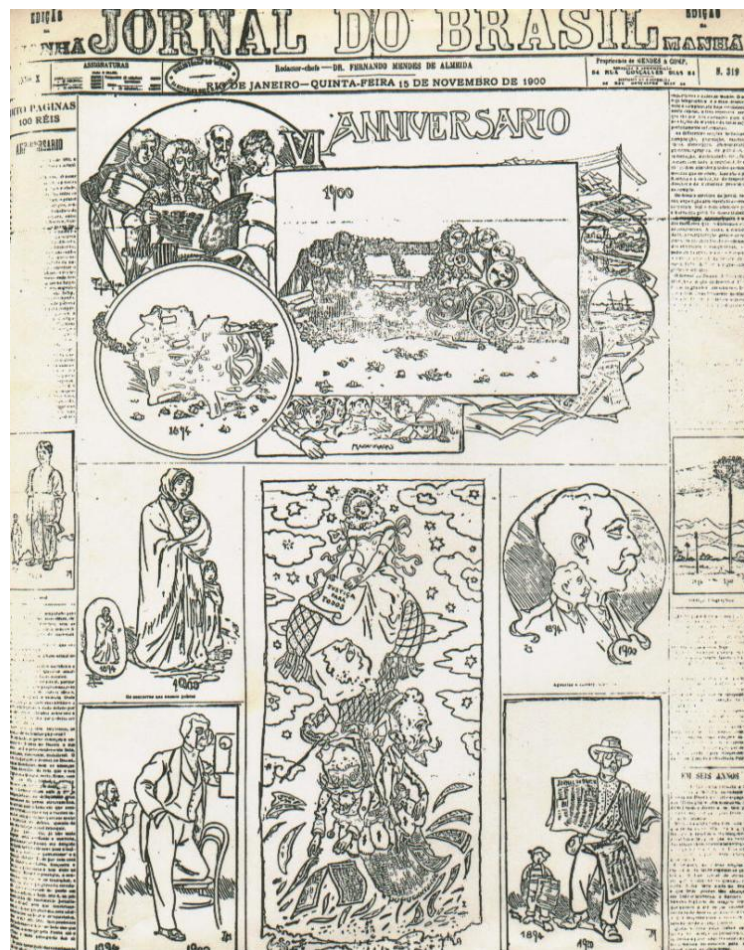
Jornaleiros. Fotografia de Marc Ferraz, c. 1895

Em busca do público...

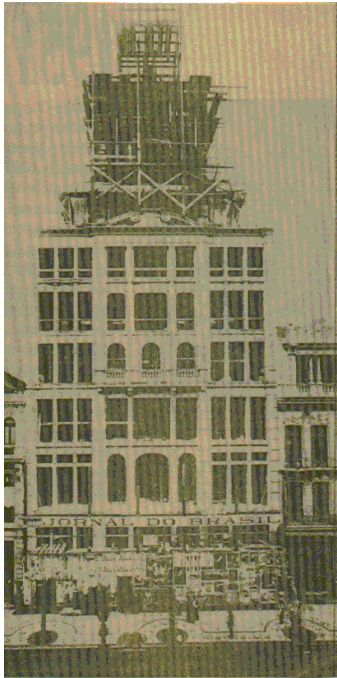
As estratégias editoriais



Um mundo tecnológico...



Jornal do Brasil – O “popularíssimo”





Na foto da redação do Jornal do Commercio, em 1892, aparecem: sentados da direita para a esquerda, Feliciano José Neves Gonzaga, Manuel Paranhos Pederneiras, Pedro Caldeira e Baldomero Carqueja. De pé, da direita para a esquerda Roberto Mesquita, Carlos Américo dos Santos, Ernesto Senna, Egberto Souza, Galdino de Carvalho, Soares de Souza Júnior. O Feliciano Gonzaga da foto aparece com detalhe no capítulo IV, como chefe da casa civil e secretário da Presidência da República no Governo Prudente de Morais.

“UNDERWOOD”

A RAINHA

Os novos modelos de
“Underwood”
 possuem todos os aperfei-
 tos modernos que conferem
 sua supremacia incontestável
 sobre as demais máquinas de

SRS. DACTYLOGRAFAS
 Antes de comprar, deve-se
 na de escrever, deve-se
 confrontar este “UNDERWOOD”
 e qualquer outra não
 pretendida, resultando
 fôrmo com certeza a
 vitória da superioríssima
 china “UNDERWOOD”
 em pressões mesmo
 accelemos em suas
 usadas, como segun-
 dária, assim como tem
 admiravelmente bem
 para atender à nossa
 frequência.

Unicos Agentes: PAUL J. CHRISTOPH COMPANY
 115, Rua da Quitanda — Rio de Janeiro — (— 44, Rua Quintino Bocayana — S.

Reclame da máquina Underwood publicado na revista *Careta* de 14 de junho de 1915

Os leitores estão por toda a parte...

- A distribuição do "Jornal do Commercio"



Grupo do pessoal encarregado da expedição da folha por via postal e entrega em residências, com os auxiliares incumbidos deste último serviço



Leituras e apreensões de sentido...

- “Era costume do carregador Domingos Paranhos Lorenzo, espanhol de 28 anos, solteiro (...), ir ler o jornal, montado no tablado, enquanto os operários trabalhavam lá em cima. Cerca de 11 horas da manhã, tendo-se ele munido do seu jornal foi para o local predileto saborear as sensações do noticiário. O homem mal sabia que estava fazendo a sua última leitura. De fato, quanto mais absorto ele estava na leitura, desprendeu-se do andaime uma grossa e pesadíssima tábua que veio de revés bater-lhe violentamente na nuca, jogando-o no chão, para a frente, com o crânio fendido, morto instantaneamente”. (*Gazeta de Notícias*, 5 jan. 1907, p. 3)

- “Começava ela a ler o popular órgão carioca pelas notas sociais. A seção de mundanismo, naquele tempo, abrangia do aniversário ao obituário, informando tudo sobre nascimentos, casamentos, festas, bailes, recepções, falecimentos e missas. Minha mãe explicava o seu interesse pela vida social como um dos meios pelos quais volta e meia tinha notícias de amigas de sua geração que se dispersavam depois que contraíram casamentos”.

- “Lembro-me de que mamãe se queixava de que a heroína do folhetim não tinha sorte, quando as coisas da sua vida iam se arrumando e a felicidade começava a sorrir, lá vinha outra desgraça (...) e era um desespero, tudo desandava. Coitada – dizia mamãe -, e eu procurava consolá-la dizendo que se Ana Maria ficasse feliz o folhetim acabava (Rubem Braga: In *Jornal do Commercio*, 1977, p. 8).

- A história que se propõe a remontar o circuito da comunicação e reconstruir os sistemas culturais do passado não poderia deixar de incluir não apenas o público como uma presunção, mas os atos interpretativos que realizavam como leitores. A história que propomos inclui sempre no que denominamos territórios midiáticos as apreensões de sentido plurais que os leitores realizavam.