

PRIMÓRDIOS DA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA NO RIO GRANDE DO SUL

Grupo de Pesquisa em História da Comunicação da Fabico/UFRGS

Aline Strelow, Ana Gruszynski, André Iribure Rodrigues, Andréa Brächer, Cida Golin, Karla Maria Müller, Maria Berenice da Costa Machado, Mariângela Machado Toaldo, Sandra Maria Lúcia Pereira Gonçalves (orgs.)

CORRESPONDENCIA

hum Escravo Mariuheiro por nome Manoel, alto, beijos groços, quem souber dedito escravo e o levar á Rua da Praia N° 125 ahí receberá boas alviças; e na mesma Caza vendê hum escravo ainda moço, que sabe cozinhar, e lavar, quem o pertender derijase a mesma Caza que ahí achará com quem tratar.

Blankston, em seus Commentarios sobre as Leis da Inglaterra defing a liberdade da Imprensa ser o não haver restricção de qualquer escripto, e não o ser exempto de castigo hum autor quando publica qualquer materia criminosa. Todo o homem livre, diz aquelle autor, tem o indubitavel direito de expor os sentimentos que elle quizer ao Publico; prohibir-lhe isto, he destruir a liberdade da Imprensa; porem se alguem publicar o que for improprio, maligno, ou illegal, he precizo que tomê as consequencias da sua temeridade. Se geitar a Imprensa ao poder restrictivo de outros, he sujeitar toda a liberdade de pensamento ás preocupações de hum só homem, fazendo d'elle o Juiz arbitrario, e infallivel de todos os pontos de controversia em Sciencia, Religião, e Governo. Porem, castigar como fazem as Leis de Inglaterra quaesquer publicações perigosas, ou offensivas, de

EDITORA  INSULAR

**Primórdios da Comunicação
Midiática no Rio Grande do Sul**

Organização

Aline Strelow, Ana Gruszynski, André Iribure Rodrigues,
Andréa Brächer, Cida Golin, Karla Maria Müller, Maria
Berenice da Costa Machado, Mariângela Machado Toaldo
e Sandra Maria Lúcia Pereira Gonçalves

Primórdios da Comunicação Midiática no Rio Grande do Sul

Florianópolis

EDITORA  INSULAR

2021

Editora Insular

Primórdios da Comunicação Midiática no Rio Grande do Sul

Aline Strelow, Ana Gruszynski, André Iribure Rodrigues, Andréa Brächer, Cida Golin, Karla Maria Müller, Maria Berenice da Costa Machado, Mariângela Machado Toaldo e Sandra Maria Lúcia Pereira Gonçalves (org.)

CONSELHO EDITORIAL

Dilvo Ristoff, Eduardo Meditsch, Jali Meirinho, Jéferson Silveira Dantas, Nilson Cesar Fraga, Pablo Ornelas Rosa e Sergio Ferreira Mota

EDITOR

Nelson Rolim de Moura

REVISÃO

Carlos Neto

PROJETO GRÁFICO

Eduardo Cazon

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Tuxped Serviços Editoriais (São Paulo, SP)

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário Pedro Anizio Gomes CRB-8 8846

S915p Strelow, Aline (org.) et al.

Primórdios da Comunicação Midiática no Rio grande do Sul / Organizadores: Aline Strelow, Ana Gruszynski, André Iribure Rodrigues, Andréa Brächer, Cida Golin, Karla Maria Müller, Maria Berenice da Costa Machado, Mariângela Machado Toaldo e Sandra Maria Lúcia Pereira Gonçalves. – 1. ed. – Florianópolis, SC : Editora Insular, 2021. 328 p.; fotografias; E-Book: 16 Mb; PDF.

ISBN 978-85-524-0176-6

1. História da Comunicação. 2. Meios de Comunicação. 3. Processos Comunicacionais. 4. Rio Grande do Sul. I. Título. II. Assunto. III. Organizadores.

21-30246105

CDD 302.23:918.165

CDU 316.774(816.5)

ÍNDICE PARA CATÁLOGO SISTEMÁTICO

1. Mídias / Meios de comunicação; Rio Grande do Sul.
2. Mídia (Rio Grande do Sul).

STRELOW, Aline (org.) et al. **Primórdios da Comunicação Midiática no Rio Grande do Sul**. 1. ed. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2021. EBook (PDF; 16 Mb). ISBN 978-85-524-0176-6.

EDITORA INSULAR

(48) 3232-9591

editora@insular.com.br

facebook.com/EditoraInsular

twitter.com/EditoraInsular

www.insular.com.br

INSULAR LIVROS

(48) 3334-2729

Florianópolis/SC – CEP 88025-210

Rua Antonio Carlos Ferreira, 537

Bairro Agrônômica

insularlivros@gmail.com

À memória do professor Alexandre Rocha da Silva.

O passado não reconhece o seu lugar: está sempre presente.

Mario Quintana

Sumário

- 13. Prefácio
- 25. Apresentação

PARTE I

O século XIX e a entrada no XX

Páginas escritas, daguerreótipos e documentos

CAPÍTULO 1

- 29. **Diário de Porto Alegre: o primeiro jornal do Rio Grande do Sul**
Aline Strelow, Ana Gruszynski e Antonio Hohlfeldt

CAPÍTULO 2

- 63. **Luiz Terragno: o início da fotografia no Rio Grande do Sul**
Andréa Brächer e Sandra Maria Lucia Pereira Gonçalves

CAPÍTULO 3

- 93. **A campanha abolicionista na Província do Rio Grande do Sul: política, contradições e silenciamentos no jornal *O Século***
Deivison M. C. de Campos e Maria Berenice da C. Machado

CAPÍTULO 4

- 151. **Jornalismo e *flânerie* na cidade mutante: o viés da nostalgia na crônica de Aquiles Porto Alegre (1848-1926)**
Cida Golin e Claudio Cruz

PARTE II

Séculos XX e XXI

Processos e tecnologias: depoimentos

CAPÍTULO 1

- 181. **Os primórdios da publicidade no Rio Grande do Sul**
Mariângela M. Toaldo, André Iribure Rodrigues e Lucas de Moura Leal

CAPÍTULO 2

211. Rádio no noroeste gaúcho: aspectos históricos e traços culturais

Vera Lucia Spacil Raddatz

CAPÍTULO 3

243. A TVE pela memória de quem a fez: relatos sobre a esfera produtiva da emissora

Ângela Lovato Dellazzana e Ana Luiza Coiro Moraes

CAPÍTULO 4

279. Entidades de classe: a criação do Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas do Rio Grande do Sul e Santa Catarina

Karla M. Müller, Camila C. Barths, Diego P. da Maia, Júlia P. Herzog

CAPÍTULO 5

301. Redações integradas no Rio Grande do Sul

Alciane Nolibos Baccin, Maíra Evangelista de Sousa, Marlise Brenol

321. Sobre autores e autoras

PREFÁCIO

O passado essencial

Marialva Barbosa (UFRJ)

Marcar uma escrita como ponto inicial e de apresentação de uma obra é sempre um gesto autoral que traz inquietações. Ainda mais em um livro cuja reflexão recai sobre múltiplos processos comunicacionais que instituem pontos considerados como iniciais de diversas mídias num território específico, isto é, o Rio Grande do Sul. Portanto, se tivéssemos que demarcar a gênese reflexiva de “Primórdios da Comunicação Midiática no Rio Grande do Sul”, seria a busca pelos tempos primordiais de diversos meios de comunicação, relacionada às especificidades processuais que ocorreram naquele território.

Ainda que remarque no título e na proposta os tempos de antes, aonde tudo poderia ter começado – tendo o primado da gênese como seta indicativa do movimento autoral – o livro vai muito além da simples descoberta dos tempos mitológicos do começo. Procura de maneira complexa diversas leituras sobre as mídias, fazendo um passeio histórico e revelador em torno de uma inédita história da comunicação no Rio Grande do Sul.

A iniciativa é digna de todo o reconhecimento, pois dada a complexidade e as diferenças entre os territórios que constituem o Brasil, torna-se praticamente impossível o aprofundamento da pesquisa e de questões reflexivas quando o foco recai sobre múltiplos contextos. Ao focar especificamente

o território gaúcho o livro faz do aprofundamento das pesquisas seu ponto nodal.

Mas a qualidade da obra não é apenas a especificidade de sua temática: recai também sobre as tramas narrativas que foram sendo tecidas ao longo do texto. Dividido em nove capítulos – tendo como sentido organizativo dominante as materialidades comunicacionais – percorre 200 anos de história da comunicação no Rio Grande do Sul, enfocando, em cada um deles, uma mídia específica: do pioneiro *Diário de Porto Alegre*, de 1827, à integração das redações gaúchas já no século XXI, possibilitada pelo impacto do digital nos processos produtivos, passando pela fotografia, pela publicidade, pelo rádio e pela televisão.

Referindo-se inúmeras vezes a pesquisadores que trilharam anteriormente essa história, o diferencial do livro é exatamente introduzir pesquisas e olhares inéditos, ampliando muitas das interpretações realizadas anteriormente e, mostrando, a evidência essencial da história de ser sempre provisória, já que a partir das interpelações do presente produz-se novas e desejadas reinterpretações. A história tem como fundamental o fato de poder (e dever) ser reescrita a partir de perspectivas, inquietações, problemas, proposições que o presente vivido faz emergir em relação às interpretações possíveis do passado.

Fazendo dos documentos impressos fontes privilegiadas para a reinterpretação, quanto mais avançam no tempo os autores vão se valendo de outras possibilidades para desvelar aspectos de uma narrativa que ainda não foi contada. Como ferramenta metodológica emerge nesse momento, sobretudo, as entrevistas realizadas com atores vivos que fazem da

memória a possibilidade de acessar o passado e, assim, possibilitar novas interpretações sobre esses tempos pretéritos.

O primeiro capítulo do livro, denominado “Diário de Porto Alegre: o primeiro jornal do Rio Grande Sul”, embora aborde um periódico seguidamente referido nas histórias da imprensa do Rio Grande do Sul, faz uma pesquisa inédita ao percorrer de maneira minuciosa textos de suas 34 edições (1827-1828).

Depois de particularizar o contexto de Porto Alegre e da imprensa na época da criação do periódico, os autores produzem uma radiografia minuciosa das temáticas e das seções do jornal, identificando os temas abordados a partir da análise de 125 textos ao longo das edições. Interpretando os conteúdos publicados, procuram mostrar que há um padrão narrativo e temático nos jornais dos anos 1820-30 e que se espalha por todo o país, alcançando até mesmo lugares extremamente longínquos à época, como era o Rio Grande do Sul.

Ao identificar como assunto dominante a temática da Guerra da Cisplatina, que aparece em 37 dos textos analisados, os autores deixam antever também o diálogo que o periódico estabelecia com seu público, já que esse era, sem dúvida, o tema de maior interesse de seus leitores.

O capítulo 2 – “Luiz Terragno: os primórdios da fotografia no Rio Grande do Sul” – abandona as textualidades impressas para produzir a primeira reflexão do livro em torno das imagens técnicas. O foco é a trajetória do fotógrafo e comerciante italiano Luiz Terragno, nascido em Gênova, em 1831, e morto, em Porto Alegre, em 1891, que, segundo as autoras, foi um dos primeiros fotógrafos da

cidade. Emigrando para o Brasil, em 1853, até o final de sua vida, já nos estertores do século XIX, acompanhou por mais de trinta anos as mudanças técnicas e culturais da fotografia no Brasil. E é exatamente esse movimento que é caracterizado no texto que contextualiza a trajetória da fotografia no Rio Grande do Sul através do trabalho do fotógrafo pioneiro.

Depois de descrever os pormenores históricos da trajetória do personagem e sua inserção no movimento da visibilização tecnológica da época – as Exposições nacionais e internacionais – o texto dedica-se a analisar fotografias produzidas por Terragno no período da Guerra do Paraguai, ocorrida entre 1865 e 1870, incluindo imagens da família imperial brasileira (inclusive a célebre fotografia de D. Pedro II numa vestimenta típica de gaúcho) e de aspectos da guerra, com destaque para as fotos dos soldados paraguaios prisioneiros.

Páginas esquecidas poderia ser a expressão síntese para qualificar o terceiro capítulo do livro, que aborda especificamente o jornal *O Século*, que circulou em Porto Alegre, entre 1880 e 1893. Reconhecendo que o periódico figura no lugar do esquecimento na historiografia sobre o período, os autores procuram mostrar, como deixam evidente no título “A campanha abolicionista na Província do Rio Grande do Sul: política, contradições e silenciamentos no jornal *O Século*”, como o periódico que, mesmo sendo dirigido por um ferrenho monarquista, posicionava-se contra a escravidão.

Para isso, observam as edições de *O Século*, sobretudo, de dezembro de 1880 a abril de 1883, para analisar sua atuação na campanha abolicionista. Depois de reconstruir brevemente a história do jornal e de seu fundador, Miguel Werna, analisa

as imagens publicadas no periódico, sobretudo as capas, mostrando como a iconografia fora construída alinhando abolicionismo e monarquia, o que é qualificado pelos autores como “um desvio na prática ideológica do jornalismo, cuja historiografia sempre identifica a defesa da abolição com os ideais republicanos”. Por fim, apresentam uma breve análise de diversos formatos, mostrando a existência de duas intencionalidades nos textos: de um lado as notas, colunas e artigos que objetivavam manter as pessoas atualizadas sobre os acontecimentos relativos ao processo de libertação dos escravizados ou exaltavam iniciativas dos abolicionistas; e, de outro, textos de cunho mais crítico aos partidos, ao clero e aos integrantes das elites. Tudo isso num contexto de produção de uma Abolição legal de “fachada” que foi instituída como uma celebração, em 1884, mas que, a rigor, perpetuou as mesmas relações cruéis com os escravizados, mantidos agora sob contratos de prestação de serviços, sem qualquer direito ou garantia. Alinhando-se às corretas interpretações que veem essa Abolição legal como uma invenção branca, produzindo o apagamento dos negros como sujeitos históricos, os autores mostram as múltiplas complexidades do movimento comunicacional desse momento, no qual um jornal criado e redigido por um legítimo descendente de uma aristocracia monarquista era, ao mesmo tempo, um defensor da abolição.

O capítulo quatro, “Jornalismo e *flânerie* na cidade mutante: o viés da nostalgia na crônica de Aquiles Porto Alegre (1848-1926)”, aborda um movimento comunicacional – do cronista que flanava pela cidade para tornar próximas do olhar as ambiências do seu tempo – que se faz presente já no final do século XIX e primeiras décadas do século XX.

O texto, ao mesmo tempo denso e claro e bem estruturado teoricamente, toma o conceito de flâneur de Walter Benjamin como seta e direção analítica tecidas para estabelecer a relação entre escritura e cidade, como ponto nodal e de partida da narrativa.

O centro reflexivo dos autores desenvolve-se em torno da crônica moderna, analisada a partir de um de seus precursores na capital gaúcha, intelectual da passagem do XIX para o XX e que registrou as mudanças que se impunham sobre a cidade. A pergunta norteadora do trabalho – Como Aquiles representou essa acelerada modernização? – permite inclui-lo num livro cujo eixo é “os primórdios”, já que se pode qualificar Aquiles Porto Alegre como precursor da crônica cidadina.

Ao longo do capítulo, os autores analisam trechos cirurgicamente escolhidos de crônicas, mostrando como Aquiles se constituía num “cronista em deslocamento”, processo que inclui os trabalhos de sua memória inscritos em outras tramas em direção à finitude. Fazendo articulações ainda com a questão das temporalidades, da relação da escritura com o espaço, ente outras apropriações conceituais, o capítulo revela aspectos de um cronista inscrito no cotidiano da cidade, a partir da análise das crônicas do autor em suas andanças, desvendando traços e estranhezas do passado em relação ao presente, numa nostalgia disruptiva dos trabalhos de sua própria memória.

O capítulo seguinte – “Os primórdios da publicidade no Rio Grande do Sul” – faz das entrevistas com profissionais a possibilidade de narrar o período inicial da atividade publicitária gaúcha (1930-1950), destacando o protagonismo

das agências pioneiras e as dificuldades em reconstruir esse percurso. Os entrevistados desvelam, sobretudo, os processos existentes nas agências, a partir dos anos 1950, exatamente o período final do primeiro movimento de estruturação da atividade publicitária no estado.

Assim, a profissionalização do mercado, a partir dos anos 1950, realizada pelas pioneiras Mercur, Sotel e MPM Propaganda, a maior agência de publicidade de então, é descrita pelos entrevistados, mostrando várias questões incluídas nesse instante de constituição inicial da publicidade no Rio Grande do Sul, com destaque para os caminhos percorridos pelas agências para se organizarem enquanto empresas.

O meio comunicacional abordado no capítulo seguinte é o rádio. Denominado “Rádio no noroeste gaúcho: aspectos históricos e traços culturais”, o texto apresenta um panorama para entender parte da história do rádio nas cidades do noroeste Rio Grande Sul, que se inicia nos anos 1940, com a fundação das duas primeiras emissoras da região. No capítulo aparece como recurso metodológico a apuração a partir de depoimentos de fontes vivas, o que se repete, com recorrência, no livro desde o capítulo sobre a publicidade no estado. Trata-se de trabalhos de memória, que interpretam aspectos dos primórdios desses meios a partir de depoimentos colhidos pelos que viveram no passado multiplicidades de experiências.

Atesta-se a presunção veritativa da memória e, sobretudo, considera-se que, como enfatiza Paul Ricoeur (2007), a memória é a primeira e a mais importante abertura em direção ao passado. Pela memória e pelo efeito testemunhal que afirma “o eu estava lá”, portanto, “acreditem em

mim”, pode-se reconstruir e reinterpretar fatias do passado, não com a presunção de recuperar o que efetivamente se deu (até porque isso nunca é possível, já que temos acesso sempre a interpretações sobre o passado entre muitas outras possíveis), mas de perceber traços de um mundo que se perde sempre na poeira do tempo.

A análise das rádios, portanto, se faz a partir de entrevistas realizadas com profissionais, o que permite não apenas a caracterização das emissoras, mas o desvelamento dos muitos processos comunicacionais envolvidos na produção radiofônica daquela época. Cabe ressaltar, também, que o texto é resultado direto do projeto de pesquisa denominado “Projeto fronteiras, a identidade fronteiriça nas ondas do rádio”, realizado no curso de Jornalismo da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Unijuí), decorrente das reflexões e práticas de ensino de radiojornalismo desenvolvidas pela pesquisadora que assina o capítulo.

“A TVE pela memória de quem a fez: relatos sobre a esfera produtiva da emissora” é o título do capítulo seguinte, claramente motivado pelo contexto contemporâneo em que se vivencia o controverso processo de extinção da Fundação Piratini e de suas emissoras, que, ao seguir os ditames neoliberais, privatizam ou, simplesmente, extinguem as emissoras públicas.

Usando também relato de testemunhas que atuaram como apresentadores, produtores, editores e repórteres, procuram reconstruir a história da emissora desde a sua fundação, em 1974, mas destacam, sobretudo, a sua programação, a partir de 1981, quando o antigo Centro de Televisão

Educativa passa a se chamar TVE-RS. As entrevistas permitem reconstruir a programação, bem como os processos produtivos, as formas como se dava o ingresso na televisão, radiografando, enfim, a esfera de produção da TV. Cabe destacar que as entrevistas realizadas são interpretadas a partir de uma proposição metodológica – análise cultural – desenvolvida pelas autoras do capítulo em 2016.

A partir da análise cultural procuram refletir sobre o cenário de incerteza do presente, restaurado a partir dos olhares que os entrevistados lançam ao passado. Cada um deles, segundo as autoras, ao vislumbrarem a TVE não apenas como um local de trabalho, mas como um lugar de múltiplos afetos e de pluralidade de vozes, transformam-se em “forças vivas da resistência à tradição seletiva sob influência neoliberal, cuja pauta vai da privatização à extinção das emissoras públicas”.

Outro capítulo que faz esse movimento metodológico é o que procura compreender o processo de criação do órgão que regulamenta a profissão de Relações Públicas nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, o Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas – CONRERP 4ª. Região. Para isso, os autores entrevistam o primeiro presidente da entidade, com objetivo de perceber os caminhos de constituição da instituição. Além disso, para realizar a reconstrução também se apoiam em ampla pesquisa documental. E, tal como no capítulo dedicado ao rádio, a existência de um grupo institucionalizado de pesquisa – o Grupo de Pesquisa em História da Comunicação/FABICO – no Curso de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul foi fundamental para a apresentação dos

dados de uma pesquisa minuciosa, já que vem sendo realizada com continuidade.

O último capítulo denominado “Redações integradas no Rio Grande Sul” procura reconstruir como se deu a integração das redações dos jornais impressos, a partir de um longo processo que começa com a chegada da Internet nos ambientes jornalísticos, em meados dos anos 1990. Para isso, realizam entrevistas com jornalistas, procurando mostrar como a imersão no mundo digital alterou radicalmente as práticas e os modos de produção jornalísticos. Os entrevistados são profissionais que participaram desde o início da digitalização das redações, atuando em tradicionais jornais de Porto Alegre, como *Zero Hora*, *Correio do Povo* e *Jornal do Comércio*.

Procurando identificar os marcos de integração nas redações, iniciam o capítulo realizando breve contextualização teórica da questão, enfatizando o conceito de convergência, para, na sequência, caracterizarem o cenário de aprisionamento do cotidiano da imprensa pelo mundo digital, que se acirra, sobretudo, a partir dos anos 2000. É no início dos anos 2000 que se observa a reorganização do trabalho dos jornalistas, mudança nas estruturas das redações, nos processos de produção e circulação, em função das transformações decorrentes da convergência jornalística.

Tudo isso culminaria com a instauração de diversos procedimentos, tais como uma mesma equipe de jornalistas produzindo para diferentes plataformas, a integração das redações e a publicação multiplataforma, numa completa renovação dos modos de fazer, pensar e situar culturalmente o jornalismo.

A partir das entrevistas, as autoras sistematizam suas reflexões, identificando três marcos temporais das redações integradas nos jornais que analisam: 2007, quando o jornalismo impresso e os meios digitais começam a dividir o mesmo espaço físico; 2010, com o início da produção multimídia integrada, e 2017, com a instauração do que alguns denominam virada digital. Assim, mostram que a integração das redações é um longo processo que já dura mais de 10 anos e que resultou numa profunda transformação nos modos de fazer jornalístico, com a consolidação de práticas totalmente digitais.

“Primórdios da Comunicação Midiática no Rio Grande do Sul”, portanto, configura-se como uma obra essencial para a compreensão do mundo histórico dos meios de comunicação em 200 anos de história no território gaúcho, realizada por pesquisadores que se dedicam a estudar cada uma das temáticas há alguns anos, o que resulta na densidade do livro.

São textos que apresentam resultados de pesquisas realizadas de maneira continuada há décadas, no âmbito das universidades do Rio Grande do Sul, nos grupos de pesquisa existentes e que reúnem, algumas vezes, pesquisadores de diversas instituições, o que fica evidente na qualidade das reflexões apresentadas em cada um dos capítulos.

Ainda que tenha sido escrito por diversos pesquisadores, o livro é uma obra no sentido lato, reunindo reflexões que convergem, se complementam, enfim, instituem um lugar integrado para o estudo da história da comunicação em toda a sua complexidade. Trata-se, como diz o título desse prefácio-apresentação, de um passado que se faz essencial, já que,

interpretado a partir das interpelações do presente, mostra igualmente que a compreensão da experiência humana no tempo introduz invariavelmente uma dimensão comunicacional, que tem uma história a ser contada. Com começo, meio e fim.

Referências

RICOEUR, Paul. A memória, a história, o esquecimento. Campinas: UNICAMP, 2007.

Apresentação

Estudar os primeiros traçados da história da Comunicação no Rio Grande do Sul é dedicar-se à resposta da pergunta, tantas vezes repetida em sala de aula: como tudo começou por aqui? O objetivo da pesquisa que resultou neste livro é contribuir para a construção do conhecimento a respeito desses momentos inaugurais, dessas primeiras experiências comunicacionais que foram a base para o surgimento do jornalismo, da publicidade, da propaganda e das Relações Públicas no estado.

Esta é a terceira obra coletiva do Grupo de Pesquisa em História da Comunicação da Fabico/UFRGS. Depois de analisarmos a comunicação no período de redemocratização no Rio Grande Sul, nossa primeira pesquisa; e a trajetória de personagens importantes do campo da Comunicação, a segunda; nos dedicamos agora a compreender os primórdios da área. Realizamos nossa investigação partindo de diferentes olhares e lugares, tendo em comum um campo de trabalho e pesquisa diverso, com muitos pontos de intersecção, mas também com muitos distanciamentos.

Ao longo de quase uma década de trabalho conjunto, somamos nossas experiências de pesquisa em história do jornalismo, da publicidade, da propaganda, das Relações Públicas, da fotografia, do rádio e da televisão, entre outros, para compreender os processos comunicacionais que envolvem essas práticas. É através desse diálogo entre diferentes saberes que pretendemos contribuir para os estudos na área, neste momento com foco nos primórdios da Comunicação no Rio Grande do Sul: o primeiro jornal, os primeiros

cronistas, as primeiras campanhas, as experiências pioneiras em fotografia, rádio e TV, as primeiras agências de publicidade, a criação do Conselho Regional de Relações Públicas e o surgimento das redações jornalísticas integradas.

Nosso caminho inicia-se, assim, no século XIX, mais especificamente no ano de 1827, quando começa a circular o *Diário de Porto Alegre*. Atravessamos o século XIX na companhia do cronista Aquiles Porto Alegre e do fotógrafo Luiz Terragno. Acompanhamos a campanha abolicionista no jornal *O Século*. Entramos no século XX conhecendo a história da agência de publicidade Star e de outras agências precursoras, o surgimento do rádio e suas primeiras experiências na região noroeste do Rio Grande do Sul, a trajetória da TVE e a organização profissional da atividade de Relações Públicas no estado. Nosso percurso encerra-se na passagem do século XX para o século XXI, chegando às primeiras décadas deste com as mídias digitais.

Para desbravar esse caminho, convidamos pesquisadoras e pesquisadores externos ao grupo, cuja contribuição foi fundamental para o desenvolvimento deste trabalho. Agradecemos a parceria e a confiança de Alciane Nolibos Baccin, Ana Luiza Coiro Moraes, Ângela Lovato Dellazzana, Antonio Hohlfeldt, Camila Barths, Claudio Celso Alano da Cruz, Deivison Campos, Diego da Maia, Júlia Herzog, Maíra Evangelista de Sousa, Marlise Brenol e Vera Raddatz.

As últimas linhas deste livro foram escritas no início de 2021, em meio à pandemia do coronavírus. Até janeiro deste ano, mais de 2 milhões de pessoas perderam suas vidas no mundo todo. Dedicamos a elas nosso trabalho.

Grupo de Pesquisa em História da Comunicação da Fabico/UFRGS

Parte I

**O século XIX
e a entrada no XX**

Páginas escritas, daguerreótipos
e documentos

CAPÍTULO 1

Diário de Porto Alegre: O primeiro jornal do Rio Grande do Sul

Aline Strelow (UFRGS)

Ana Gruszynski (UFRGS)

Antonio Hohlfeldt (PUCRS)

O dia 1º de junho de 1827 marcou o nascimento da imprensa no Rio Grande do Sul, com o lançamento do *Diário de Porto Alegre* (Fig. 1), primeiro jornal da então Província de São Pedro do Rio Grande do Sul. Composto e impresso na Tipografia Rio-Grandense, trazia, entre outros textos, atos e comunicados oficiais do governo provincial – o periódico surgiu, aliás, sob a proteção do presidente da Província, Salvador José Maciel (Vianna, 1977, p. 17).

Figura 1: Capa do *Diário de Porto Alegre* do dia 03 de julho de 1827.



Fonte: Acervo do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul.

Desde o final do século XIX, estudiosos têm se dedicado a pesquisar este jornal, com maior ou menor profundidade, de acordo com seus objetivos de investigação. Certo é que o *Diário de Porto Alegre* é sempre citado nos trabalhos voltados à gênese da imprensa no Rio Grande do Sul, embora nenhum deles tenha realizado uma análise focada em seus textos. Neste capítulo, com o objetivo de estudar esse jornal pioneiro e colocá-lo em diálogo com outros objetos de pesquisa que ajudam a compreender os *primórdios da comunicação midiática no Rio Grande do Sul*, traça-se um breve panorama histórico do periódico, com base na pesquisa bibliográfica e na documental. Identifica-se e sistematiza-se as características materiais e dados de 34 edições que dele circularam, entre os anos de 1827 e 1828, utilizando-se da análise de conteúdo para avaliar a organização de seus textos e os temas abordados ao longo de suas edições. Os exemplares foram consultados no acervo do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul.

A instalação da tipografia na Província de São Pedro

De acordo com Rüdiger (1985, p. 116 e 117), o primeiro projeto para a instalação de uma tipografia na Província de São Pedro do Rio Grande do Sul data de 1821 – sua efetivação, no entanto, ainda é matéria não decidida. Naquele ano, o brigadeiro português João Carlos Saldanha e Daun, então presidente da Província, fez uma subscrição entre os comerciantes locais para a aquisição de material tipográfico no Rio de Janeiro. A carga teria chegado pelo bergantim

Reino Unido¹, de acordo com fatura de 04 de agosto de 1822, quando o brigadeiro se preparava para deixar a província e partir para o Rio de Janeiro, onde seria preso (Ribeiro, 2012, p. 67). O projeto de instalação da imprensa precisaria esperar.

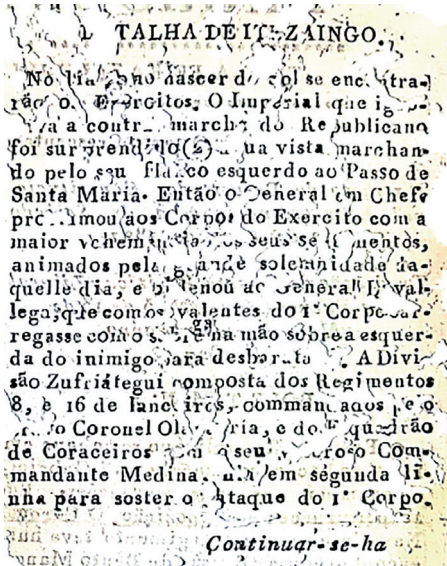
Em 1826, chegava a Porto Alegre o tenente-general Felisberto Caldeira Brant Pontes, Marquês de Barbacena, nomeado chefe das forças imperiais em ação no Rio Grande do Sul, contra a República das Províncias Unidas do Rio da Prata, no contexto da Guerra da Cisplatina. Ao deixar o Rio de Janeiro, com destino ao Sul, como lembra Ericksen (1940, p. 8), Brant solicitara ao então ministro da Guerra que fosse enviada para a Província uma tipografia de campanha. “A solicitação foi atendida prontamente, sabendo-se que a tipografia em apreço teria vindo com os transportes de guerra de D. Pedro na sua viagem ao Sul”, salienta o autor (1940, p. 8).

Este prelo chegou no dia 23 de janeiro de 1827. Sabe-se que foram impressos nessa tipografia pelo menos dois boletins e uma proclamação – o primeiro com data de 5 de fevereiro de 1827, no acampamento das margens do arroio das Palmas; o segundo e a terceira, ambos com a mesma data (17 de fevereiro de 1827), no Quartel General de São Gabriel – todos os documentos traziam a inscrição: Tipografia Imperial do Exército (Reverbel, 1996). No entanto, durante a Batalha de Passo do Rosário – Ituzaingó, para os platinos (Fig. 2) –, o exército argentino teria apreendido

1. Sobre a embarcação, conferir <https://arquivohistorico.marinha.pt/details?id=802>

material bélico e também os restos de *uma imprensa*, que seria, provavelmente, esta tipografia, tornando frágil a hipótese de que, com seus materiais, tivesse sido impresso o *Diário de Porto Alegre* (Ericksen, 1977, p. 9).

Figura 2: Detalhe do *Diário de Porto Alegre* do dia 31 de julho de 1827 onde se informa sobre a Batalha de Ituzaingó.



Fonte: Acervo do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul.

Embora haja dúvidas a respeito de qual tipografia teria dado origem à imprensa no estado, prevalece a versão de Ericksen (1977), de que a Tipografia Rio-Grandense, onde era composto e impresso o *Diário de Porto Alegre*, fora criada com aqueles materiais tipográficos que chegaram a Porto Alegre em 1822, no bergantim Reino Unido. “O que causa espécie, contudo, é o fato de, somente quase após

cinco anos da chegada do material tipográfico, ter saído em Porto Alegre o primeiro periódico. A que atribuir esse hiato? Conveniências de natureza política ou econômica ou efeito da censura ou interesse dos governadores?”, questiona (Ericksen, 1977, p. 18), lembrando que não há documentos que apontem para respostas a essas questões.

Baumgarten (1982, p. 13) caracteriza o Rio Grande do Sul dos séculos XVIII e XIX como um verdadeiro acampamento militar. O estado permanente de guerra, somado à atividade campeira, contribuiu para a caracterização do gaúcho, mas também para o pequeno desenvolvimento cultural que o estado apresentava até então. O crescimento e a importância econômica da província eram ainda acompanhados por um *vazio* no que dizia respeito à ilustração: “Para uma população avaliada em pouco mais de 106 mil almas no ano de 1823, as escolas eram praticamente nenhuma”, descreve Cesar (1971, p. 68).

Figura 3: Aquarela do pintor francês Jean-Baptiste Debret intitulada Paranaguá. Porém, o título seria um equívoco do autor e a paisagem seria de Porto Alegre, no ano de 1827. No canto esquerdo, estaria o Caminho Novo (atual Rua Voluntários da Pátria).



Fonte: Disponível em <https://bit.ly/2QYPNnp>.

A Porto Alegre da década de 1820 (Fig. 3), que se inicia com 12 mil habitantes, começa a assentar-se como núcleo

mais estruturado do que o dos anos do início de sua ocupação e fixação no território – é o momento em que se consolidam suas características de entreposto comercial e porto de escoamento da produção regional, com o estabelecimento das colônias de imigrantes alemães, vindos a partir de 1824 (Mello, 2010, p. 45). A condição de cidade fora alcançada em 1822.

Não havia clubes para receber a sociedade local, como lembra Macedo (1999, p. 47-48) – os encontros e festas eram realizados em residências de pessoas abastadas, que reuniam periodicamente os amigos e realizavam saraus musicais. A agitação intelectual, no entanto, não demoraria a acontecer – antes ainda do início da Revolução Farroupilha, em 1835, circularam jornais que atuaram como seus precursores, defendendo, em lados opostos da trincheira, as ideias que dariam corpo ao conflito. A vibração política era seguida de perto por preocupações de ordem literária em, pelo menos, seis centros principais – Porto Alegre, Rio Grande, Pelotas, Caçapava, Rio Pardo e Alegrete (Cesar, 1971, p. 70). A partir de 1830, começara-se a discutir a construção de um prédio verdadeiramente adaptado à atividade teatral, o que se concretizaria, contudo, apenas em 1858, com o atual Teatro São Pedro.

Primeira fase da imprensa no Rio Grande do Sul

Considera-se a *pré-história* da imprensa sul-rio-grandense a partir de 1827, data em que – devido a um decreto de Dom Pedro I, extinguindo a censura – surgiu boa parte da imprensa das províncias, inclusive a do Rio Grande do

Sul, com o *Diário de Porto Alegre* (Sodré, 1977; Vianna, 1977). Essa primeira fase se caracteriza pela efemeridade, pela generalizada falta de qualidade das publicações [com exceções, é claro], e pela relação direta de propriedade/editoria de seus responsáveis, ou seja, o *publicista* é o proprietário de um prelo e de uma coleção de tipos e divulga sobretudo as suas próprias ideias.

Essa fase se caracteriza por publicações precárias e pouco qualificadas, desenvolvendo-se até 1835, quando explode a Revolução Farroupilha. A gênese da imprensa no Rio Grande do Sul está ligada, assim, ao processo político que desembocaria nessa revolução, como explica Rüdiger (2003, p. 18): “No final dos anos 20, a economia pastoril entrou em relativa estagnação, que teve ressonância no plano político. Na conjuntura, saltou à vista da classe dominante local (estancieiros e charqueadores) sua subordinação política ao centro de poder do Rio de Janeiro”. A sociedade gaúcha, segundo o autor, havia atingido um grau de desenvolvimento econômico, político e social considerável – as condições de civilização estavam começando a progredir e surgia um público letrado que precisava ser contemplado, especialmente para fazer frente à circulação de boatos e informações contraditórias que punham em perigo o próprio exercício do governo.

Surgiria, em seguida, uma imprensa revolucionária, compreendendo um período anterior à Revolução Farroupilha, entre 1830, mais ou menos, quando se radicalizam os sentimentos revolucionários, e 1845, quando a totalidade dos jornais publicados segue uma orientação determinada, a favor ou contra os rebeldes. Terminado o conflito,

organiza-se uma imprensa partidária ou panfletária *civil*, que vai de 1850 até 1900, pelo menos, quando os proprietários e editores de periódicos se alinham obrigatoriamente a algum dos partidos políticos existentes, uma vez que, sem tal vínculo, era quase impossível a sobrevivência financeira. Contudo, essa imprensa já não é mais exclusivamente partidária. É de se lembrar que, até então, inexistia a publicidade paga, capaz de sustentar uma publicação; essa fase começa a ser quebrada com o surgimento do *Correio do Povo*, em 1895, mas, especialmente, com o cansaço e o desgaste que os partidos políticos sofreram depois da Revolução de 1893.

Verifica-se, portanto, que esse período apresenta *nuanças* que podem ser assim caracterizadas: (1) uma imprensa pasquineira, entre 1827 e 1835, marcada pela coincidência entre impressores gráficos, proprietários de imprensa e redatores de publicações que são mais panfletos que jornais, propriamente ditos; (2) uma imprensa revolucionária, que mescla notícias da nova república e artigos de fundo de caráter ideológico e propagandístico; e (3) uma imprensa partidária mais moderna, marcada talvez pelas influências do liberalismo, que se preocupa e disputa a opinião pública².

Diário de Porto Alegre: sede e profissionais

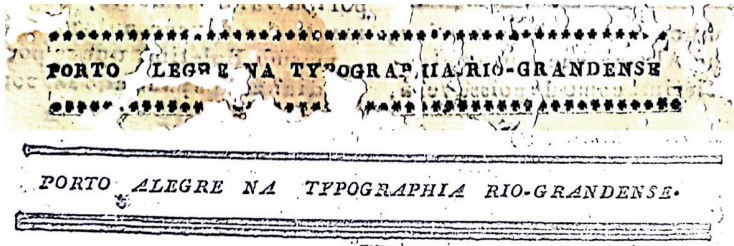
Durante o governo de Salvador José Maciel seria lançado, então, o primeiro jornal da Província de São Pedro do Rio

-
2. Já observamos, anteriormente que, na verdade, qualquer tentativa de periodização é sempre precária, eis que as características de cada período se antecipam ou sobrevivem a um outro (HOHLFELDT et RAUSCH, 2006)

Grande do Sul. Para alguns, tratava-se de um jornal oficial – Vianna destaca que, por cima do cabeçalho, marcando de forma clara sua condição, vinha estampada a coroa imperial (1977, p. 18). No entanto, embora em suas páginas tenham sido publicados vários ofícios, atos e comunicados do governo provincial, Ericksen (1977, p. 20) sustenta que o *Diário de Porto Alegre* não era um “órgão oficial do governo ou de qualquer corrente dominante de opinião no momento em que surgiu e assim permaneceu durante sua efêmera existência” – o jornal deixou de circular um ano após o seu lançamento, em 1828. De acordo com Lessa (2002, p. 183), ele teria sido criado com o objetivo de refletir o pensamento do governo provincial e, por conta do espírito combativo de um de seus integrantes, Lourenço de Castro Júnior, que acabou se incompatibilizando com o governo, teve vida efêmera.

Outro aspecto controverso está relacionado à sede do jornal, ou melhor, ao local onde se achava instalada a Tipografia Rio-Grandense (Fig. 4). Alguns historiadores afirmam que a mesma foi montada em uma sala do Palácio do Governo, mas também é presente a versão de que estava localizada na antiga Rua da Igreja, nº 113, hoje Rua Duque de Caxias (Vianna, 1977, p. 20). Suas edições avulsas eram vendidas a 40 réis, na loja de José Justiniano de Azevedo, na Rua da Praia, nº 85 (Barreto, 1986, p. 23).

Figura 4: Exemplos de assinatura da Typographia Rio-Grandense no rodapé de edições do Diário de Porto Alegre em 1827 e 1828.



Fonte: Acervo do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul.

O jornal circulava diariamente em Porto Alegre, Rio Grande e Rio Pardo, com exceção de domingos e feriados. A composição e a impressão do *Diário de Porto Alegre* coube aos exilados franceses Claude Dubreuil e Estivalet – sobre isso não há dúvida –, que, durante a Guerra Cisplatina, desertaram das tropas do general Carlos Maia Alvear, foram levados presos para o Rio de Janeiro e de lá regressaram a Porto Alegre, já contratados para a impressão do periódico (Reverbel, 1996). Contribuiu intelectualmente para o jornal Lourenço de Castro Júnior, quem, durante muito tempo, foi citado como redator do jornal, embora o mais provável é que essa atividade tenha sido exercida por João Inácio da Cunha, que era também o administrador da folha, e por Vicente Ferreira Gomes, conhecido como *Carona* (Vianna, 1977, p. 20).

Na Guerra Cisplatina, Dubreuil e Estivalet atuaram como tipógrafo e impressor de boletins, respectivamente (Ribeiro, 2012, p. 68). De acordo com Reverbel, (1996, p. 24), teriam sido eles os responsáveis pelos materiais impressos pela Tipografia Imperial do Exército, sob o comando do

Marquês de Barbacena, antes da Batalha do Passo do Rosário. Após fixarem residência em Porto Alegre, desempenharam papel importante nos primórdios da imprensa no Rio Grande do Sul (Vianna, 1977, p. 20).

Como sublinha Reverbel (1996), a vinda desses franceses contribuiu para o estabelecimento da imprensa na então Província sulina. Após o término do *Diário de Porto Alegre*, Dubreuil, que tinha 22 anos à época, permaneceu na cidade e se transformou num dos principais construtores da imprensa e do próprio jornalismo no Rio Grande do Sul, tendo participado, individualmente ou em grupo, em mais de vinte iniciativas na área gráfica e jornalística: “Chegou apenas como impressor, mas não tardou a desdobrar as suas atividades, em moldes correspondentes ao que atualmente se entende por empresário”, sublinha Reverbel (1996, p. 29).

Barreto (1986, p. 15) salienta o “exemplo inveterado de amor às lides jornalísticas” dado por Dubreuil, cujas atividades como editor de vários órgãos, publicados muitas vezes simultaneamente, custaram-lhe insultos, detenções, atentados e até a deportação da Província e do país, “sem que isso arrefecesse seu entusiasmo por elas ou o fizesse desistir de voltar novamente à carga no mesmo tom e na primeira oportunidade que se lhe reabrisse”.

A respeito de Estivalet, as obras sobre a história da imprensa no Rio Grande do Sul apontam sua contribuição à área circunscrita ao *Diário de Porto Alegre* e sequer mencionam seu primeiro nome, tido como desconhecido. Tudo leva a crer, no entanto, que se trate de Claude Joseph Stivalet, que aportuguesou seu nome para Cláudio José Estivalet e, após participar dessa experiência pioneira, mudou-se para

o interior do Rio Grande do Sul, sendo um dos primeiros povoadores da Freguesia de São Francisco de Assis (Haigert, 1999, p. 95). De acordo com Haigert (1999, p. 97), “no ano de 1829, os criadores do *Diário de Porto Alegre* desentenderam-se com o governo e Claude Joseph Stivalet migrou para o interior, para comerciar em São Francisco de Assis”.

Sobre o primeiro redator do jornal, João Inácio da Cunha, pouco se sabe. Há menções ao Visconde de Alcântara, que tinha o mesmo nome, mas dificilmente tratava-se da mesma pessoa – no período em que circulou o *Diário de Porto Alegre*, o Visconde de Alcântara ocupava o cargo de Regedor na Casa da Suplicação da Bahia (Paranhos, s. d.). Como já dito, o português Lourenço de Castro Júnior, que foi também comandante de polícia e pertenceu ao Partido Caramuru (Martins, 1978, p. 140), aparece muitas vezes como redator e administrador do jornal, mas se trata, segundo Ericksen (1977), de um equívoco. De qualquer modo, era Castro Júnior o diretor da Tipografia Rio-grandense, o que justifica as tantas menções a seu nome e a sua influência na trajetória do periódico que lá era composto e impresso.

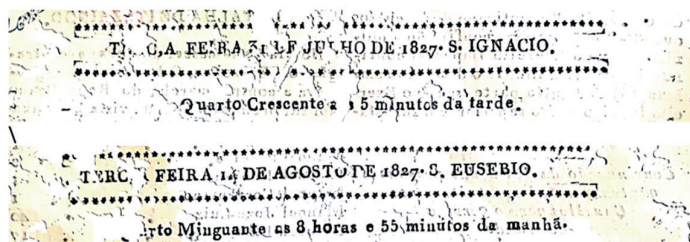
João Inácio da Cunha teria sido substituído na redação do jornal por Vicente Ferreira Gomes, que era amigo de Salvador José Maciel. Gomes tinha 22 anos à época e, além de jornalista, foi escriturário da contadoria da Junta da Fazenda, juiz municipal e advogado em Porto Alegre, deputado e, em 1836, chefe de polícia (Martins, 1978). Em 1828, ano em que deixou de circular o *Diário de Porto Alegre*, Gomes lançou o *Constitucional Rio-grandense* – para alguns pesquisadores (Reverbel, 1968), o primeiro marcaria o nascimento da *imprensa* no Rio Grande do Sul e o segundo, do

jornalismo, com o espaço para o debate de ideias que praticamente inexistia no *Diário*. Naquele mesmo ano, o jornalista integrou-se ao grupo Sociedade do Teatrinho, em peças nas quais “brilhavam muitos jovens porto-alegrenses”, como salienta Damasceno Ferreira (1956, p. 11).

Diário de Porto Alegre: forma e conteúdo

O periódico consistia em apenas duas páginas (uma folha, frente e verso), de 30 cm de altura por 18 cm de largura. Abaixo do cabeçalho, trazia a indicação sobre o santo do dia. Destaca-se ainda que, em algumas edições, o fôlio trazia menção às fases da lua e o horário em que o periódico havia finalizado sua impressão.

Figura 5: Exemplos de fôlio com indicação do santo do dia, fases da lua e horário de fechamento de edições do *Diário de Porto Alegre*, em julho e agosto de 1827.



Fonte: Acervo do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul.

Em seu primeiro número, a folha publicou um texto de agradecimento àqueles que colaboraram para a compra da tipografia, que teria sido adquirida com o produto de contribuições de pessoas generosas (Ericksen, 1977, p. 17-18):

Fazendo-nos dignos de respeito e considerações todos aqueles que procuram promover a instrução pública, como o mais seguro modo de tornar os homens bons, e felizes; e sendo a imprensa o meio mais fácil de comunicação de pensamento, e o mais preferível de todos os métodos para os Povos adquirirem os conhecimentos, que são inerentes à sua prosperidade, por isso, expomos aos Rio-Grandenses os nomes daqueles, que ávidos de prosperidade pública contribuíram generosamente para a compra da Tipografia, que ora se deve o presente Diário.

A análise de conteúdo do *Diário de Porto Alegre* teve como base o modelo proposto por Bardin (1977). Foram catalogadas todas as edições completas disponíveis para consulta no acervo do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul. No seu conjunto, foram analisadas 34 edições (Tabela 1), publicadas entre os anos de 1827 e 1828.

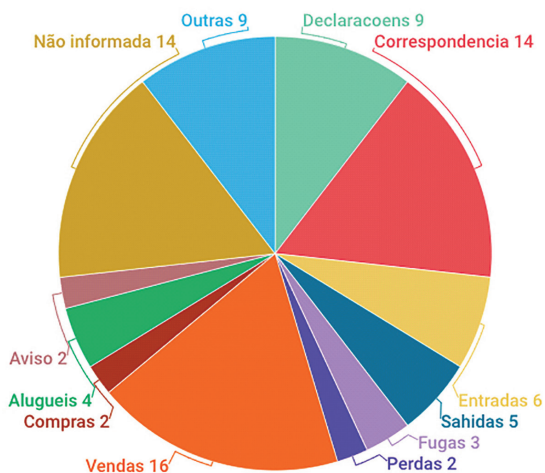
Tabela 1: Edições do Diário de Porto Alegre que compuseram o corpus

ANO	DATA	ANO	DATA
1827	23 de junho, sabbado	1827	22 de agosto, quarta
1827	3 de julho, terça	1827	29 de agosto, quarta
1827	7 de julho, sabbado	1827	30 de agosto, quinta
1827	11 de julho, quarta	1827	31 de agosto, sexta
1827	12 de julho, quinta	1827	3 de setembro, segunda
1827	16 de julho, segunda	1827	4 de setembro, terça
1827	19 de julho, quinta	1827	5 de setembro, quarta
1827	26 de julho, quinta	1827	7 de setembro, sexta
1827	31 de julho, terça	1827	11 de setembro, terça
1827	2 de agosto, quinta	1827	12 de setembro, quarta
1827	3 de agosto, sexta	1827	17 de setembro, segunda
1827	4 de agosto, sabbado	1827	19 de setembro, quarta
1827	7 de agosto, terça	1827	22 de setembro, sabbado
1827	9 de agosto, quinta	1827	25 de setembro, terça
1827	11 de agosto, sabbado	1827	27 de setembro, quinta
1827	14 de agosto, terça	1828	11 de janeiro, sexta
1827	16 de agosto, quinta	1828	17 de janeiro, quinta

Fonte: Elaborada pelos autores.

Observou-se a distribuição dos textos em seções (editoriais, no jargão contemporâneo) que se repetiam, a sua maioria, ao longo das edições. O uso de uma chamada específica para um determinado texto não era comum; o usual era apenas um texto ou um conjunto relacionado, organizado em torno de um tema ou finalidade (Fig. 6). As seções (editoriais) identificadas (Gráfico 1) foram: *Vendas* (16), *Correspondencia* (14), *Declaraçoens* (9), *Entradas* (6), *Sahidas* (5), *Fugas* (3), *Perdas* (2), *Compras* (2), *Alugueis* (4), *Achados* (1), *Aviso* (2), Não informada (14), Outras (9). Estas últimas apareceram em apenas uma edição do *corpus* e compreendem: *Boletim*, *Batalha de Ituzaingó*, *Soneto*, *Ode*, *Hynno Provincial*, *Noticias estrangeiras – Buenos Aires*, *Annuncio*, *Achados* e *Artigos de Officos – Cartas da lei*.

Gráfico 1: Seções do Diário de Porto Alegre identificadas no corpus analisado.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Figura 6: Indicação gráfica das seções (editoriais) recorrentes e eventuais (outras) do jornal.



Fonte: Elaborada pelos autores.

A seção mais recorrente é *Vendas*, reunindo anúncios voltados ao comércio de imóveis, utensílios, livros e, muitos deles, de pessoas escravizadas. Estão também em destaque as *Declarações* que, quando aparecem, encontram-se sempre na capa do periódico – trata-se, de modo geral, da transcrição de ofícios assinados pelo presidente da Província ou a ele dirigidos – os nomes tanto do remetente quanto do destinatário da mensagem só aparecem no final do texto, como já observou Ribeiro (2012). A seção *Correspondencia* reúne cartas endereçadas ao redator do jornal, com assuntos diversos – na edição de 25 de setembro de 1827 (Fig. 7), por

exemplo, foi publicada a carta de Francisco de Souza Filho, que se apresentava como *O cidadão pacífico*.

Figura 7: Detalhe da seção Correspondencia edição de 25 de setembro de 1827.

Cidadãos, compatriotas meus, ignorem ainda hoje o motivo da minha prisão, e outros não acreditem as minhas persuasões, desconfiando assim da minha honra e probidade, rogo ao Sr. Redator queira inserir no seu Diário estas regras, para que tendo a publicidade devida, não só me fação justiça, como tenham toda a cautella de olhar para os pés quando andarem na Rua, a fim de não pisarem os de algum escravo, evitando assim igual sorte á minha.

O Cidadão pacífico

Francisco de Azevedo Souza filho.

Fonte: Acervo do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul.

O autor escreve para esclarecer os motivos que levaram à sua prisão, por algumas horas – considerada, por ele, injusta. Em uma discussão de rua, Souza Filho teria dado um tapa no rosto de um *moleque* negro e escravizado: “Teria por acaso cometido crime para se me formar Summario? E em summa mereceria indigno tratamento, que se me deu em toda a extensão, por ter levemente pisado sem querer hum pé de um moleque captivo, repellindo-lhe com uma pequena bofetada o desaforo e a altivez com que publicamente me insultou?” A objetificação dos escravizados, como uma categoria inferior, que pode ser violentada, vendida, alugada e perseguida perpassa as diferentes seções do *Diário de Porto Alegre*.

A carta recebeu resposta de outro leitor na edição seguinte, questionando o tempo que teria levado Souza

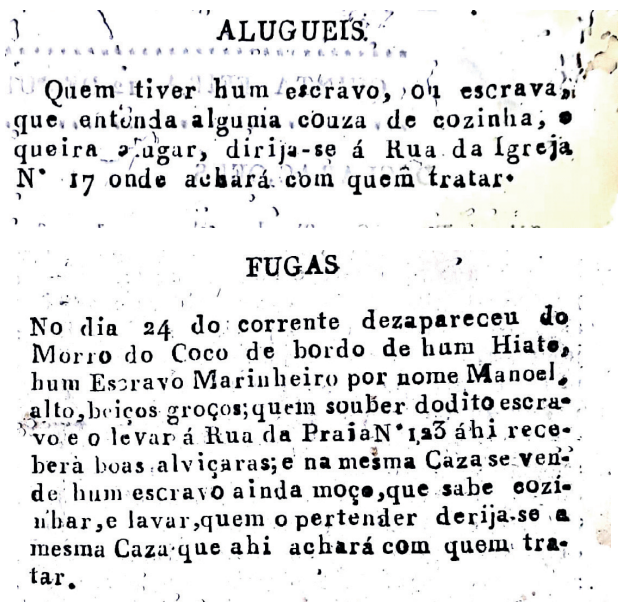
para expor o fato, tendo em vista que o então *senhor* do cativo, Agostinho Moreira Guerra, que ocupava o posto de juiz de fora do Rio Grande, já não se encontrava mais na província quando daquela explicação. A nota da redação, publicada na edição de 27 de setembro de 1827 deixa entrever os procedimentos e critérios do jornal, que demorou para divulgar a carta, à espera do reconhecimento da firma de seu autor, por seu conteúdo fazer menção a um funcionário público:

Quando recebi o Comunicado de meu Correspondente Francisco de Azevedo Souza Filho, ainda se achava na Villa Rio Grande o respectivo Juiz de Fóra, de que trata o dito Souza; porém como não veio legalizado o Original pela falta de reconhecimento na firma do seu Auctor, foi mister devolve-lo a seu Procurador para vir com esse requisito por se tratar de hum funcionário público.

Do Redactor.

As seções *Entradas* e *Sahidas* registram, em notas, as partidas e chegadas ao porto local de embarcações nacionais e estrangeiras, assim como destacam os nomes de alguns passageiros e a carga. Em *Aluguéis*, assim como em *Vendas*, são publicados anúncios de imóveis, móveis e escravizados – os textos também são divulgados por interessados em fazer locações, como é o caso do anúncio publicado no dia 12 de julho de 1827 (Fig. 8): “Quem tiver hum escravo, ou escrava, que entenda alguma couza de cozinha, e queira alugar, dirija-se á Rua da Igreja N° 17 onde achará com quem tratar”.

Figura 8: Detalhe da seção Alugueis da edição de 12 de julho de 1827 e da seção Fugas de 03 de julho de 1827.



Fonte: Acervo do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul.

As seções *Achados*, *Avisos*, *Compras*, *Fugas* e *Perdas* aparecem em menor número e reúnem pequenos anúncios comerciais (de produtos ou pessoas) e notas informativas, como é o caso de um aviso publicado no dia 22 de agosto de 1827, que registra a mudança de endereço do leitor Thomaz Ignácio da Silva. Em *Fugas*, são anunciados os escravos desaparecidos, como se vê na edição de 03 de julho de 1827 (Fig. 8): “No dia 24 do corrente desapareceu no Morro do Coco de bordo de um Hiato, um Escravo Marinheiro por nome Manoel; alto; beiços grossos; quem souber do dito escravo e o levar á Rua da Praia N.º 123 ahi receberá boas alviçaras”.

Ao longo das edições, encontram-se diferentes tipos de listas (Figura 9). São relações de pessoas que emprestavam gratuitamente cavalos, bois e carretas para o serviço do Estado, assim como subscrições voluntárias para despesas de guerra e de bens que seriam sorteados em uma rifa.

Figura 9: Detalhes da indicação de diferentes tipos de listas em edições que compuseram o corpus.

Continuação da lista das pessoas que tem prestado gratuitamente Cavallos, Bois, e Carretas para o serviço do Estado.

Continuação da subscrição voluntaria para a despesa da guerra da Provincia, inscrita no Diario antecedente.

Por esquecimento do compositor não foram contemplados na primeira Lista dos assinantes deste Diario, os Senhores abaixo mencionados, que pagarão o semestre adiantado.

Senhores.....

Lista das pessoas que assinarão para este Diario no mez proximo preterito.

Senho e.....

Plano da Riffa dos trastes, e jóias, que faz Eufrazio Joze Carlos de Oliveira, morador na Rua da Praia Caza N° 90 a saber

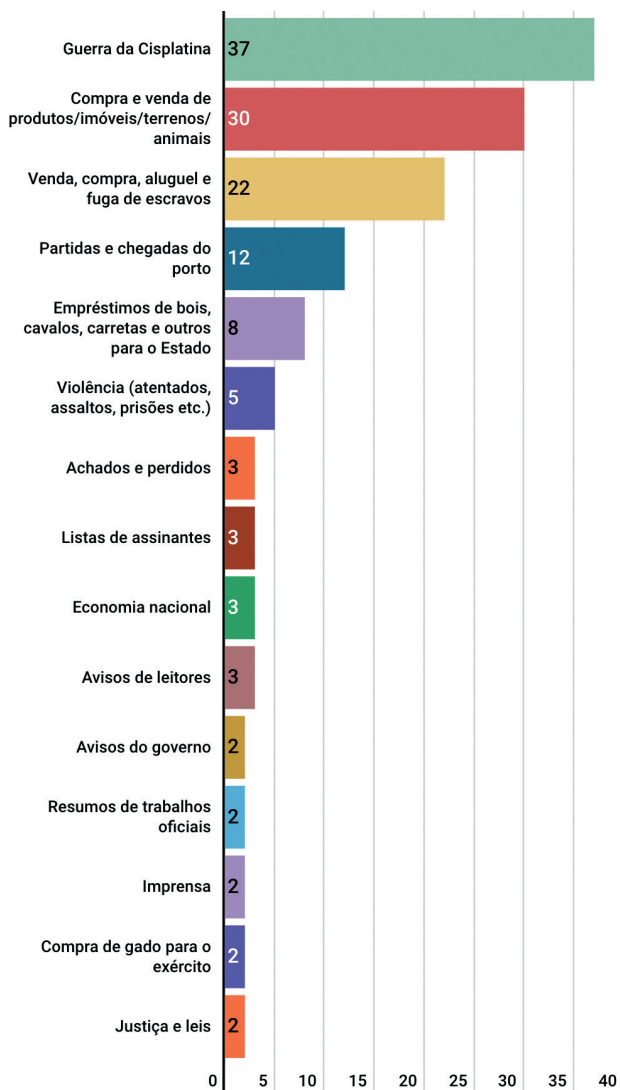
Fonte: Acervo do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul.

No caso dos cidadãos que emprestavam animais para o Estado, os citados são em sua maioria homens e alguns deles são figuras proeminentes da sociedade da época. As poucas mulheres mencionadas são viúvas e a maioria não tem seus nomes publicados, apenas os de seus falecidos maridos, como “A Viuva de Felipe Brancezo”, que consta na lista de 19 de julho de 1827. Os assinantes do jornal são relacionados em listas que indicam, tanto aqueles que pagam o semestre adiantado, quanto os que quitam a assinatura pelo período de uma semana.

Diário de Porto Alegre: temas abordados

Os textos das edições disponíveis também foram catalogados em relação a seus temas. Foram identificados 19 temas entre os 125 textos encontrados – cinco deles estavam ilegíveis por conta da deterioração das páginas e seus temas não puderam ser analisados. Assim, em 120 textos, os resultados são os seguintes: *Guerra da Cisplatina* (37), *Compra e venda de produtos/imóveis/terrenos/animais* (30), *Venda, compra, aluguel e fuga de escravos* (22), *Partidas e chegadas do porto* (12), *Empréstimos de bois, cavalos, carretas e outros para o Estado* (8), *Violência (atentados, assaltos, prisões etc.)* (5), *Achados e perdidos* (3), *Listas de assinantes* (3), *Economia nacional* (3), *Avisos de leitores* (3), *Avisos do governo* (2), *Resumos de trabalhos oficiais* (2), *Imprensa* (2), *Compra de gado para o exército* (2), *Justiça e leis* (2). Os temas *Educação*, *Monarquia* e *Patriotismo* aparecem cada um uma única vez. Há, ainda, o registro da publicação, em uma das edições, do *Hino Provincial*.

Gráfico 2: Temas do Diário de Porto Alegre identificados no corpus analisado.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Observa-se que a Guerra da Cisplatina consta como o tema mais recorrente do jornal, presente em todo o período analisado em diferentes seções, com destaque para a seção *Declaraçoens*. O conflito deu-se no litoral meridional brasileiro e adjacências, envolvendo o Brasil e a Argentina, entre os anos de 1825 e 1828, pelo domínio da Província Cisplatina:

Buenos Aires não reconheceu a incorporação da Banda Oriental ao espaço brasileiro (o que ocorreu em 1821, ainda sob o reinado joanino, quando a região foi denominada Província Cisplatina) e exigiu ao Império do Brasil a devolução do território às Províncias Unidas do Rio da Prata. Diante da recusa brasileira, o combate armado tornou-se inevitável para as partes, tendo sido a primeira providência do Império do Brasil bloquear os portos na região. O conflito cessou somente quando a Grã-Bretanha interferiu no processo, ao propor uma Convenção de Paz, em 1828. Com o fim dos embates, a então Província Cisplatina tornou-se o Estado do Uruguai, do qual Fructuoso Rivera tornar-se-ia o primeiro presidente (Pereira, 2005, p. 1).

Os textos relacionados ao assunto abordam diferentes aspectos do conflito, como episódios de maior violência e a necessidade de envio de remédios para atender os soldados que adoeciam em serviço. Em 21 de agosto de 1827, é publicada a continuação de um texto que saiu originalmente no *Despertador Constitucional Extraordinário* (Rio de Janeiro) de 12 de maio do mesmo ano: “A cavallaria inimiga pelo centro havia sido obrigada a ceder terreno, seguindo a sua infantaria, perseguida pelos nossos 4 Batalhões. [...] O sangue frio dos artilheiros e as suas boas pontarias forão o terror do inimigo”. A divulgação de fatos e informações já

transmitidas por outros periódicos era bastante comum ao longo do século XIX. Como salienta Barbosa (2010, p.22), todos *copilam* notícias já publicadas em outros lugares e países.

Mesmo quando não citada diretamente, a Guerra Cisplatina também está presente nas listas de empréstimos de bois, cavalos e carretas para o Estado, uma vez que esses empréstimos, em geral, eram direcionados ao conflito. Isso porque, como explica Miranda (2008), com a guerra, as despesas da Província aumentaram – eram gastos com os soldos das tropas milicianas mobilizadas e das tropas regulares provenientes de outras províncias, encargos com alimentação dos soldados, com a compra de cavalos, bois e carretas para o transporte de víveres, armamentos, munições e a compra ou construção de iates e embarcações necessárias às manobras no Rio da Prata e à segurança da barra do Rio Grande. Assim, charqueadores, estancieiros e comerciantes mais abonados, para aumentar seu prestígio junto aos governos provincial e central, colocavam à disposição das autoridades recursos necessários, como homens, animais e estâncias. O *Diário de Porto Alegre* registrava esses empréstimos e garantia visibilidade e reconhecimento a seus responsáveis.

A análise das seções do jornal apontou a predominância de *Vendas*. A prática europeia de venda de espaços nos jornais, destinados às informações e anúncios da comunidade, foi adotada desde o início da história da imprensa no Brasil, como lembra Martins (1997). Eram textos com tom pessoal, muitas vezes redigidos pelos próprios leitores-anunciantes (Sussekind, 2006). Na observação dos temas presentes no *Diário de Porto Alegre*, os reclames de produtos,

imóveis, terrenos e animais aparecem em segundo lugar, sendo seguidos pelos anúncios de venda, compra, fuga e aluguel de escravizados. Na edição de 07 de agosto de 1827, foi publicado o seguinte reclame: “Vende-se uma morada de Casas de tijôlo, coberta de telha, assobradada, e forrada, com duas sallas na frente, com seus fundos competentes, sitas na Rua da Praia da Freguezia do Triunfo”.

Através desses *réclames*, como afirma Arruda (1985, p. 83), era possível entrever a sociedade: “Eles eram tanto mais simples quanto mais claros e objetivos seus conteúdos. É que nesse momento a mercadoria se resumia ao objeto anunciado. Pressupõe apenas a existência de uma sociedade mercantil. Entretanto uma sociedade na qual a precisão não havia ainda atingido o universo do discurso”. De acordo com a autora, o conteúdo dos *réclames* não variava muito, havendo mais uma preocupação em enumerar as qualidades dos objetos ou serviços anunciados do que em argumentar ou persuadir – essa tendência se estende até o final do século XIX e foi o que também se identificou no *Diário de Porto Alegre*, especialmente nos anúncios de produtos e imóveis. No exemplo acima, sequer é informado o número do imóvel ou um nome de referência para contato – aos leitores interessados em adquiri-lo, são fornecidas apenas informações gerais a respeito de sua estrutura e a rua em que está situado o imóvel.

Trata-se de um *réclame* muito próximo ao primeiro texto desse tipo publicado no Brasil. O anúncio que saiu na *Gazeta do Rio de Janeiro*, primeiro jornal editado no país, em 1808, também é marcado pela imprecisão: “Quem quiser comprar uma morada de casas de sobrado com frente para Santa Rita,

fale com Ana Joaquina da Silva, que mora nas mesmas casas, ou com o Capitão Francisco Ferreira de Mesquita, que tem ordem para as vender” (Arruda, 1985, p. 82). Neste caso, o leitor sabia a quem deveria se dirigir, mas, sobre o imóvel, era informado apenas que se tratava de casas de sobrado.

Os anúncios também remontam à organização urbana da época, quando o centro da cidade de Porto Alegre era caracterizado por becos e ruas de nomes curiosos, como a *Rua dos Pecados Mortais*, onde estava localizada uma venda de molhados anunciada na edição do dia 04 de agosto de 1827: “Quem quizer comprar hua venda de molhados na Rua dos Pecados Mortaes nº 24, derija-se à mesma Rua a tratar com seu dono”. Essa rua compreendia um trecho da Rua do Arroio, mas era pouco conhecida por esse nome, como explica Coruja (1983, p. 111): “Aí se edificaram as primeiras sete casinhas; e ou pela *quantidade* delas, ou pela *qualidade* das pecadoras que aí moravam, ou por ambos os motivos, o vulgo por gracejo a começou a chamar *os 7 pecados* ou *os pecados mortais*; nome que se perpetuará, embora queiram lhe sobrepor a placa de generais”.

Os anúncios de compra, venda, aluguel e fuga de escravizados, conforme apresentado na análise das seções, caracterizam-se pela objetificação das pessoas negociadas, que aparecem muitas vezes, inclusive, junto aos demais bens comercializados, como acontece na edição do dia 16 de julho de 1827: “Vende-se huma morada de Cazas, com cinco janelas na frente, corredor com bom quintal amurado, na Rua de Bragança Nº 12, e huma Escrava muito boa; quem quizer comprar dirija-se a Rua da Praia ao Armazém Nº 60 aonde achará com quem tratar tudo”.

O tratamento dado aos escravizados, nos anúncios dos jornais brasileiros, ao longo do século XIX foi objeto de estudo de diferentes pesquisadores, desde os primeiros trabalhos sobre o tema realizados por Freyre (2010), passando por estudos que discorrem sobre esses textos em recortes regionais (Schwarcz, 1987; Amantino, 2008; Bastos, 2016), chegando à investigação panorâmica sobre os escravos e o mundo da comunicação, de Barbosa (2016). De acordo com esta autora, até 1870, dois tipos de textualidades dominam as publicações quando as referências são os escravos: os anúncios que falam de suas fugas e os textos que enumeram, em colunas fixas, os nomes dos que foram presos nos espaços urbanos, por infringir as normas vigentes. Chama a atenção que, no *Diário de Porto Alegre*, embora a escravidão e a comercialização de pessoas apareça como algo natural e cotidiano, a notícia de prisão relacionada a um escravizado traz situação contrária: um homem branco envia carta ao jornal, denunciando ter sido preso injustamente por conta de violência cometida contra um *moleque* negro, como vimos anteriormente.

Como lembra Pesavento (1999, p. 29), pelas ruas e praças de Porto Alegre circulavam negros de ganho, pequenos comerciantes, artesãos, funcionários públicos, além de senhoras e cavalheiros da elite local. Ricas mansões vizinhavam com cortiços superlotados. Os conflitos entre esses diferentes grupos transformavam-se em notícia no *Diário de Porto Alegre*, onde também foram publicados outros relatos de prisões, assaltos e atentados. A naturalização da escravidão, neste jornal, pode também estar relacionada com a posição de sua equipe a respeito do assunto – ao morrer, o

impressor Estivalet teria deixado dois escravos: Roque, 15 anos, e Lourença, 20 (Haigert, 1999, p. 98).

Outros assuntos também têm lugar nas páginas do *Diário de Porto Alegre* com menor número de aparições, como mostra o Gráfico 2. Embora *Imprensa* tenha apenas duas menções no *corpus* analisado, vale destacar texto em defesa da liberdade de imprensa (03/08/1827), enviado para o jornal como resposta a artigo publicado no dia 20 de julho do mesmo ano: “Ora, o Governo Constitucional da Inglaterra, já há remotos anos, tem liberdade de imprensa, o dos Estados Unidos é estabelecido com essa faculdade [...] Como diz que até agora não há exemplo de hum só que com a liberdade de imprensa seja solidamente estabelecido?”. Tendo surgido após o fim da censura, o *Diário de Porto Alegre* garante o espaço para a defesa do que declara a Constituição de 1824, que garante a todos a possibilidade de “comunicar seus pensamentos, palavras, escritos e publicá-los na imprensa, sem dependência da censura” (Barbosa, 2010, p. 41).

A observação dos temas abordados pelo jornal permite ir além da discussão acerca de seu caráter oficial, questão que permanece em aberto. A análise permite afirmar que, nas páginas do *Diário de Porto Alegre*, transitaram personagens os mais diversos – generais e soldados envolvidos na Guerra Cisplatina, proprietários de terras e animais que colaboravam com o Estado, comerciantes, viajantes, homens e mulheres escravizados transformados em produtos, como também personagens centrais de conflitos do cotidiano. Ao publicar uma fatura de documentos oficiais, o periódico marca seu apoio ao governo da Província, em especial no

que diz respeito à guerra, embora essa relação também tenha sido de atritos que seriam, inclusive, um dos motivos de seu fechamento. Do mesmo modo, ao dar espaço para numerosos anúncios de compra e venda de pessoas negras, o jornal afirma e naturaliza a sociedade escravagista de então.

Considerações finais

A análise dos conteúdos presentes nessas edições possibilitou a aproximação pretendida com o objeto de estudo. A pesquisa bibliográfica foi fundamental para o levantamento das diferentes e conflitantes versões existentes sobre a gênese da imprensa, no Rio Grande do Sul, e a história do *Diário de Porto Alegre* – mesmo não sendo possível afirmar qual versão corresponde, enfim, à história do jornal. A observação das 34 edições disponíveis revelou um periódico de *perfil* oficial (embora não se possa assegurar que se tratava realmente de folha oficial), mas que também registrava o dia-a-dia da Província.

Os ofícios, atos e relatos reunidos na seção *Declaraçoens*, por exemplo, trazem informações sobre o governo, com especial destaque para as notícias sobre a Guerra Cisplatina, conflito armado que iniciou dois anos antes do lançamento do jornal e terminou no mesmo ano de seu fechamento, em 1828. São textos ricos em informações e opiniões, mas ainda distantes da roupagem jornalística de uma notícia – seriam hoje considerados apenas matéria-prima para notícias e reportagens.

O cotidiano da sociedade escravagista também está presente, nos abundantes anúncios que negociam pessoas escravizadas como simples produtos, e ao lado deles. As

trocas comerciais pretendidas, os diálogos, os desentendimentos e a violência de uma sociedade profundamente desigual se dão no espaço da rua de uma cidade em processo de urbanização e com horizonte de progresso, que passa, desde a primeira metade do século XIX, por uma complexa modificação econômica, social e política (Pesavento, 1999, p 28).

O percurso realizado permitiu a construção de apontamentos históricos sobre o *Diário de Porto Alegre*, em uma investigação que envolveu o contexto da década de 1820, na Província de São Pedro do Rio Grande do Sul, a origem dos equipamentos utilizados para a composição e impressão do jornal, a primeira fase da imprensa local, a tipografia e os profissionais responsáveis pelo jornal, além de seu conteúdo.

O *Diário de Porto Alegre* se aproxima das demais publicações do gênero que circularam na primeira metade do século XIX no Brasil, bastando citar o primeiro jornal editado no país, a *Gazeta do Rio de Janeiro*, jornal oficial da corte de Dom João, que sai diretamente dos prelos da Impressão Régia, mas que, como lembra Barbosa (2010, p. 22), também incluía informações de interesse mais amplo para o público a que se dirigia.

Referências

- AMANTINO, Marcia. Os escravos fugitivos em Minas Gerais e os anúncios do Jornal “O Universal” – 1825 a 1832. *Locus revista de história*. Juiz de Fora. V. 12, n. 2, p. 59-74, 2006.
- ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. *A embalagem do sistema: A publicidade no capitalismo brasileiro*. São Paulo: Duas cidades, 1985.
- BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil*

- 1800-1900. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.
- _____. *Escravos e o mundo da comunicação: oralidade, leitura e escrita no século XIX*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: 70, 1977.
- BARRETO, Abeillard. *Primórdios da imprensa no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Comissão Executiva do Sesquicentenário da Revolução Farroupilha, Subcomissão de Publicações e Concursos, 1986.
- BASTOS, Ana Karine Pereira de Holanda. *Anúncios de escravos: traços de mudanças e permanências de tradições discursivas nos jornais do Recife*. Tese (Doutorado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, 2016.
- CESAR, Guilhermino. *História da literatura do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Globo, 1971.
- CORUJA, Antônio Alvares Pereira Coruja. *Antigualhas: Reminiscências de Porto Alegre*. Porto Alegre: Companhia União de Seguros Gerais, 1983.
- COSTA FRANCO, Sérgio da. *Gente e espaços de Porto Alegre*. Porto Alegre: UFRGS, 2000.
- _____. *Porto Alegre: Guia histórico*. Porto Alegre: UFRGS, 1998.
- DAMASCENO FERREIRA, Athos. *Palco, salão e picadeiro em Pôrto Alegre no século XIX*. Porto Alegre: Globo, 1956.
- ERICKSEN, Nestor. *O sesquicentenário da imprensa rio-grandense*. Porto Alegre: Sulina, 1977.
- _____. *Apontamentos para a história da imprensa no Rio Grande do Sul / A imprensa do Rio Grande do Sul da abolição à República* (Separata dos anais do III Congresso Sul-Riograndense de História e Geografia). Porto Alegre: Globo, 1940.
- FRANCO, Sérgio da Costa. *Gente e espaços de Porto Alegre*. Porto

- Alegre: EDUFRGS, 2000.
- FREYRE, Gilberto. *Os escravos nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX*. 4. ed. São Paulo: Global, 2010.
- HOHLFELDT, Antonio; RAUSCH, Fábio. A imprensa sul-rio-grandense entre 1870 e 1937: Discussão sobre critérios para uma periodização. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2006, Distrito Federal. *Anais...* [...] São Paulo: Intercom, 2006. Disponível em: <goo.gl/SHZb65>. Acesso em: 07/10/2018.
- LESSA, Barbosa. *Rio Grande do Sul, prazer em conhecê-lo*. Porto Alegre: AGE, 2002.
- MACEDO, Francisco Riopardense de. *História de Porto Alegre*. Porto Alegre: UFRGS, 1999.
- MARTINS, Ari. *Escritores do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: UFRGS/IEL, 1978.
- MARTINS, Jorge S. *Redação publicitária: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 1997.
- MELLO, Bruno Cesar Euphrasio de. *A cidade de Porto Alegre entre 1820 e 1890 – As transformações físicas da capital a partir das impressões dos viajantes estrangeiros*. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2010.
- PARANHOS, Paulo. *A Casa da Suplicação do Brasil*, s.d. Disponível em: <https://goo.gl/ADZvpB>. Acesso em: 25/09/2018.
- PEREIRA, Aline Pinto. Relações de Poder: a disputa pela Província Cisplatina (1825-1828) em face da construção do Estado no Brasil. XXIII Simpósio Nacional de História (Anpuh), Londrina, 2005. *Anais...* [...] São Paulo: Anpuh, 2006. Disponível em <http://bit.ly/2uaaTbf>. Acesso em 19/08/2019.
- REVERBEL, Carlos. *Enciclopédia Rio-Grandense*. Porto Alegre:

- Sulina, 1968.
- _____. BONES, Elmar. *Luiz Rossetti: o editor sem rosto & outros aspectos da Imprensa no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: L&PM, 1996.
- RIBEIRO, Célia. *O jornalista farroupilha*. Porto Alegre: Libretos, 2012.
- RÚDIGER, Francisco. *Tendências do jornalismo*. Porto Alegre: UFRGS, 2003.
- SCHWARCZ, Lilia Moritz. *Retrato em branco e negro*. Jornais, escravos e cidadãos em São Paulo no final do século XIX. São Paulo: Companhia das letras. 1987.
- SILVA, Jandira; CLEMENTE, Elvo; BARBOSA, Eni. *Breve histórico da imprensa sul-rio-grandense*. Porto Alegre: Corag, 1986.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*, Rio de Janeiro, Graal. 1977.
- SUSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de letras*. Literatura, técnica e modernização no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
- VIANNA, Lourival. *Imprensa gaúcha (1827-1852)*. Porto Alegre: Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa (DAC-SEC), 1977.

CAPÍTULO 2

Luiz Terragno: o início da fotografia no Rio Grande do Sul

Andréa Brächer (UFRGS)

Sandra Maria Lucia Pereira Gonçalves (UFRGS)

O estudo aqui proposto tem como objetivo principal traçar, historiando, contextualizando local e globalmente os primórdios da fotografia no Rio Grande do Sul. Realizar-se-á tal intento através da figura do fotógrafo e comerciante italiano Luiz Terragno (Gênova, Itália, ca.1831 – Porto Alegre, RS, 1891), um dos primeiros fotógrafos da cidade de Porto Alegre. Emigrou para o Brasil na segunda metade do século XIX, mais precisamente em 1853 (Alves, 1998). Através de sua trajetória será possível também acompanhar o rápido desenvolvimento da técnica fotográfica no século de seu nascimento. Luiz Terragno acompanhou em sua carreira de mais de 30 anos, a mudança técnica, social e cultural porque passou a fotografia no Brasil e no mundo. De simples artefato para o deleite de uma classe social abastada à sua popularização com equipamentos mais baratos e de menor complexidade no uso.

Luiz Terragno faz parte de uma lista onde figuram profissionais atuantes no Brasil durante o século XIX (Itaú Cultural, 2020). Recebeu o título de fotógrafo da casa imperial, concedido por D. Pedro II. A insígnia representa o reconhecimento dado a indivíduos engajados em inúmeras práticas (artísticas, culturais ou científicas), além, é claro, e principalmente

pela dedicação ao meio fotográfico. Além de fotógrafo, comerciante e inventor, possuidor de estúdio e loja, oferecia uma série de serviços e produtos, como cursos e câmeras para amadores e elaborou métodos e técnicas fotográficas para a expansão do meio (vistas estereoscópicas, fotografia panorâmica, novos métodos de impressão sobre superfícies diversas).

De acordo com a Enciclopédia Itaú Cultural (2020) sua contribuição mais conhecida para a história da fotografia brasileira é um pequeno conjunto de fotografias que realizou da família imperial em sua chegada a Porto Alegre, durante a Guerra do Paraguai. Em algumas imagens o imperador se apresenta como um gaúcho, em vestimenta completa. Tal imagem e seu conteúdo será trabalhado ao longo do artigo.

Vê-se a seguir, nas figuras 1 e 2, a cidade de Porto Alegre fotografada por Luiz Terragno na segunda metade do século XIX. De sua trajetória encontramos em coleções imagens de retratos, paisagens, que permitem documentar uma época, e em particular, neste capítulo daremos ênfase as imagens de retratos.

Figura 1. Teatro São Pedro, Porto Alegre RS. 1865.



Fonte: Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileira, 2020.

Figura 2. A Caridade (atual Santa Casa de Misericórdia), Porto Alegre RS. 1870.



Fonte: Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras, 2020.

Pretende-se aprofundar as questões apresentadas nesta introdução e desse modo, traçar a trajetória da fotografia no Rio Grande do Sul, contextualizando-a social, cultural e tecnicamente, através do personagem Luiz Terragno. O referencial para a construção do artigo veio, basicamente de pesquisa bibliográfica e acervos com o material do fotógrafo, bem como de publicações sobre ele dentre outras fontes possíveis. Algumas vezes, pelo fato de a história da fotografia estar incorporada na vida das autoras do artigo, algumas passagens não terão referência sendo fruto de um conhecimento elaborado por elas.

A Fotografia e o século XIX

Parece não ser obra do acaso o surgimento da fotografia no século XIX. Século de crença positivista e afeito aos achados da razão, teve no advento da fotografia um de seus balizadores racionais no domínio do tempo e do espaço bem como, no campo social, possibilitou um consumo mais

amplo das imagens, antes restritas as elites econômicas e aos detentores do poder simbólico, como reis, imperadores e aristocratas. Não mais o desenho, a gravura, mas sim, o documento fotográfico que não mente e que se reproduz, democratizando o acesso à imagem.

Racional e devoto aos produtos fruto da ciência, o Homem ocidental do século XIX reverência a não intervenção da mão humana no processo de confecção da imagem oferecida pela fotografia, vista então como fria, objetiva, neutra, imagem que não mente. A fotografia oitocentista é percebida como um documento fidedigno de um novo mundo que surge e de outro que se esvai. Sua principal característica, imagem oriunda da reflexão luminosa da matéria em uma superfície fotossensível, é ressaltada atestando e afirmando a existência do fotografado no tempo e no espaço, seja coisa ou humano. O século em questão vê na nova técnica características objetivas e a subjetividade é expulsa da cena da representação. O retrato, a paisagem, as cidades, as ciências naturais e as guerras passam a ser o foco das primeiras imagens ditas democráticas e passíveis de crença. Junto com a expansão urbana, as ferrovias e a navegação à vapor aumentando o ritmo das trocas a fotografia participa da velocidade e das mudanças do século XIX, sendo afeita aos valores do capital.

As primeiras e principais pesquisas fotográficas oitocentistas

As primeiras pesquisas em busca de uma imagem o mais próximo do que se entende por real, remontam ao Renascimento, no século XVI, com a utilização da Câmera Obscura

como auxiliar do desenho e da pintura pelos artistas. Artefato com base científica, a Câmera Obscura oferece um modo de representação do mundo que agrada o homem moderno do século XIX: imagem perspectiva em relação a um olhar central para onde tudo converge. Fixar tal imagem sem o auxílio da mão humana era um desafio, resolvido na primeira metade do século XIX, quando pesquisas na área da química fixaram essas imagens em suportes fotossensíveis. Surge, nesse século, a Fotografia.

O cenário europeu de então, era de expansão econômica, de transformações sociais e culturais e a fotografia irá corroborar e documentar essas transformações. Junto com a expansão urbana, as ferrovias e a navegação à vapor aumentando o ritmo das trocas, a fotografia irá participar da velocidade do século em questão. Se fará a seguir um breve relato das primeiras e marcantes descobertas fotográficas, ocorridas principalmente na França, Inglaterra e Brasil. Os nomes abordados serão os dos franceses Joseph Nicéphore Niépce, Louis-Jacques Mandé Daguerre e do inglês William Henry Fox Talbot os primeiros a serem reconhecidos como obtendo resultados satisfatórios na produção de imagens sem a intervenção da mão do homem.

A Heliografia

A primeira imagem fotográfica de que se tem notícias data de 1826 e foi realizada por Joseph Nicéphore Niépce (1765-1833). Niépce, em sua pesquisa sobre um método de impressão que facilitasse sua vida como litógrafo, chegou a uma imagem fixa desenhada pela luz sem a intervenção da mão humana no processo de confecção da imagem. A

imagem de 1826 é considerada por muitos a fotografia mais antiga de que se tem notícia (Figura 3). A partir da janela de seu local de trabalho e casa em Gras, França, Niépce expos à luz dentro de uma câmara escura uma placa de metal (placa de cobre prateada e polida) recoberta de uma substância chamada Betume da Judéia, substância que clareia e endurece quando exposta à luz. A placa permaneceu aproximadamente 8 horas em exposição. Nas partes não afetadas pela luz, o betume que não havia endurecido era retirado com uma solução de essência de alfazema ou em óleo animal de *Dnippel* (Sougez, 2001). Mesmo sem apresentar meios tons e não ser útil ao processo litográfico, os estudiosos do assunto à época a consideraram como a primeira fotografia realizada no mundo. Tal processo recebeu o nome de Heliogravura, gravura feita a partir dos raios da luz.

Figura 3. Vista dos fundos da casa de Niépce, Gras, França. 1826.



Fonte: Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras, 2020.

Por envolver grandes e difíceis manipulações e não se prestar de modo satisfatório ao processo litográfico, Niépce rapidamente abandona esse processo como modo de obter imagens e volta-se, como já fizera antes em 1816, para suas pesquisas com o uso da prata como substância fotossensível na sua busca pela obtenção de uma imagem positiva a partir de um negativo original. Em 1826, Louis-Jacques Mandé Daguerre, um francês como Niépce, toma conhecimento das pesquisas sobre a heliografia e envia uma carta à Niépce propondo pesquisarem juntos, sociedade que tem início em 1829.

A Daguerreotipia

Louis-Jacques Mandé Daguerre (1787-1851), pintor e decorador, famoso pela criação do Diorama, iniciou sua parceria de pesquisa com Niépce em 1829. Seu conhecimento da descoberta de Niépce deu-se através de contato com os irmãos Chevalier, famosos óticos parisienses. Ponto de encontro de pesquisadores, a loja dos irmãos recebeu a visita de um tio de Niépce que relatou o invento do sobrinho. Por sua vez, os irmãos fizeram o relato para Daguerre. Apaixonado por questões relacionadas a captura de imagens e um utilizador da Câmera Escura para a decoração de teatros e a feitura de cenários do Diorama, Daguerre, de imediato entra em contato com Niépce, já em 1826, mas a parceria entre ambos só terá início em 1829, quando Daguerre vai a Chalon-sur-Saône, lugar de nascimento de Niépce, para assinarem o contrato, sendo esse o único encontro entre eles. A parceria entre eles teve curta duração, Niépce faleceu em 1833 e Daguerre deu prosseguimento a pesquisa. Ainda

quando Niépce encontrava-se vivo, Daguerre sugeriu a ele o uso do iodo combinado com a prata como emulsão fotosensível. Niépce não foi receptivo à ideia.

Em 1837, Daguerre chega ao processo que se conhece hoje como Daguerreotipia. Sua descoberta só é levada à público em 1839, após várias tratativas com o governo francês sobre a compra de sua descoberta através de uma pensão vitalícia para si e para o filho de Niépce. O anúncio da invenção foi feito por François Arago (1786 – 1853), secretário da Academia de Ciências da França e diretor do Observatório de Paris, em 19 de agosto de 1839. O invento foi colocado em domínio público, fazendo com que todos tivessem acesso à invenção. O daguerreótipo consiste em uma imagem única e positiva, formada sobre placa de cobre, revestida com prata polida e sensibilizada por vapores de iodo. Depois de exposta na câmara escura, a imagem é revelada por vapores de mercúrio e fixada por uma solução salina (Hipossulfito de sódio) descoberta pelo astrônomo inglês John Frederick William Herschel (1792-1871) em 1819. Observa-se a seguir (Figura 4), um daguerreótipo produzido por Daguerre em 1839. A imagem apresenta uma natureza morta, o tempo de tomada foi de cerca de 20 a 30 minutos de exposição à luz e, o modelo deveria se manter imóvel durante o período de captação da luz. O Daguerreótipo era chamado à época de espelho com memória, tal era sua precisão na captação do real. Rapidamente o daguerreótipo revolucionou para sempre a forma de se representar e registrar o mundo e seus habitantes, o mundo se tornou imagem. A hegemonia do daguerreótipo durou por volta de 10 anos.

Figura 4. *Daguerre. Shells and Fossils. Paris, 1839.*



Fonte: SOUGEZ, 2001.

Com o anúncio feito por Arago em 1839, inúmeros outros inventores se manifestaram reclamando para si a primazia do processo de fixação da imagem em uma superfície fotossensível, entre ele o francês Hippolyte Bayard (1801-1877) e o inglês William H. Fox Talbot (1800-1877). O primeiro havia feito uma exposição de fotografias antes mesmo do anúncio de Arago; no lugar da chapa de metal utilizava o papel como suporte para a emulsão fotossensível e obtinha também uma imagem em positivo. O segundo, já havia descoberto e fixado uma imagem, em negativo, na Inglaterra em 1835 (Monteiro, 2001). No Brasil, outro francês, Hercule Florence, havia também descoberto o processo fotográfico em 1833, dado a esse o nome de fotografia (Kossov, 2006).

O Processo Negativo/Positivo

O inglês William Fox Talbot, escritor e cientista, criador do sistema negativo/positivo, foi um dos pioneiros

nas pesquisas fotográficas. Ao saber do anúncio realizado por Arago na Academia Francesa de Belas-Artes em 1839, aprofundou-se em suas pesquisas que até então, envolviam cópias feitas por contato de silhuetas de folhas, rendas e inúmeros outros objetos e algumas experiências com a câmera escura. Em janeiro de 1839 comparece à *Royal Institution of Great Britain* para apresentar seu sistema negativo/positivo. O processo era o seguinte: uma folha de papel era mergulhada em nitrato, cloreto de prata e sal. Quando seco, objetos eram postos sobre o papel sensível e exposto à luz. Quando os objetos eram retirados, se podia observar a silhueta deles. O papel era fixado com amoníaco ou sal. Mais tarde, Talbot passou a utilizar o Hipossulfito de sódio como agente fixador.

Em 1840, Talbot fez o anúncio de um avanço significativo em suas pesquisas: o uso de um material muito sensível que permitia gravar dentro da Câmera Escura uma imagem latente que necessitava ser revelada. Obtinha-se assim uma imagem em negativo e em seguida, por contato uma imagem em positivo. Diferentemente do daguerreótipo que apresentava uma imagem muito nítida, os chamados Calótipos, nome dado por Talbot ao processo negativo/positivo, assemelhavam-se a desenhos feitos com carvão. A imprecisão das linhas era consequência das fibras do negativo de papel que não permitia a passagem homogênea da luz (Figura 5). Essa questão do negativo de papel será resolvida em 1847, quando se iniciará o uso do vidro como superfície para manter os sais de prata em suspensão (Sougez, 2001).

Figura 5. Fox Talbot. *Negativo a esquerda e imagem em positivo a direita*



Fonte: <https://discoveringtheworldoftomorrow.wordpress.com/2016/02/28/calotipo/>

Contrariamente ao daguerreótipo que produzia apenas uma imagem em positivo, o processo criado por Talbot permitia inúmeras cópias a partir do negativo original. Pode-se dizer que a fotografia, tal qual a que se praticou massivamente até os anos noventa do século XX, partiu desse invento, aperfeiçoado ao longo dos anos.

A fotografia no Brasil Oitocentista

Em “As Barbas do Imperador”, a pesquisadora Lilia Moritz Schwartz dedica um capítulo de sua pesquisa a descrever a introdução da daguerreotipia no país. D. Pedro II é descrito como grande incentivador da fotografia e fotógrafo, sendo considerado o primeiro brasileiro e o primeiro soberano-fotógrafo do mundo (2002, pp. 345-355). A fotografia será instrumento de divulgação de sua imagem bem como irá favorecer a construção da imagem de um país em

busca de uma modernidade e cujo paradigma é a Europa. Na fotografia oitocentista os retratos, as paisagens e cenas urbanas irão predominar.

De acordo com historiadores da fotografia (Brizuela, 2013; Vasquez, 2003), o encontro de D. Pedro II com a fotografia deu-se em 1840, quando a corveta franco-belga *L'Orientale* passou pela cidade do Rio de Janeiro. Nela vinha a bordo o Abade Louis Compte, amigo do inventor da daguerreotipia, Louis-Jacques Mandé Daguerre, com quem o Abade aprendeu a técnica (Vasquez, 2003, p. 14). No largo do Paço, atual Praça Quinze de Novembro no Rio de Janeiro, o Abade realizou 3 demonstrações da técnica da daguerreotipia, assistidas pelo jovem Imperador do Brasil, então com 14 anos de idade. Curioso e inteligente, D. Pedro II adquiriu para si, tão logo pode, um aparelho que lhe permitiu praticar a daguerreotipia. Além de fotógrafo, o Imperador foi um entusiasta da imagem fotográfica possibilitando a vinda de inúmeros fotógrafos estrangeiros para o país, sendo também um dos primeiros colecionadores de fotografia no Brasil. Deve-se a D. Pedro II a iconografia histórica do Brasil oitocentista. Segundo Brizuela (2013, p. 34), quando o Imperador morreu, 1891, “[...] ele havia copilado uma coleção de 25 mil fotografias [...]” entre registros de várias partes do mundo.

Marque-se que apenas cinco meses após o anúncio da descoberta do daguerreotipo na França, 19 de agosto de 1839, a técnica chega ao Brasil, 17 de janeiro de 1840. Graças a D. Pedro II, entusiasta da técnica como já observado mais acima, a imagem fotográfica marcou a construção visual do Brasil em busca de sua modernidade. Fotógrafos como Revert Henrique Klumb, Augusto Stahl e George Leuzinger

foram fundamentais nessa construção. Trazidos ao Brasil e financiados por D. Pedro II irão fotografar o Império compulsivamente a mando do Imperador. Esses fotógrafos traziam “[...] para perto lugares distantes, eliminando o espaço, recortando vastidões [...]” (Brizuela, 2013, p. 36). Na década de 1840, segundo a mesma autora, as grandes cidades brasileiras como o Rio de Janeiro, Recife e Salvador passaram a ser fotografadas, bem como tudo que ficava entre elas possibilitando uma visibilidade do Império do Brasil.

De acordo com Vasquez (2003, p. 16), marcando sua posição de vanguarda, D. Pedro II foi um dos primeiros soberanos a outorgar títulos e comendas para fotógrafos. Tais fotógrafos eram agraciados com o título de Fotógrafo da Casa Imperial. Havia aí fotógrafos estrangeiros, em maior número, bem como fotógrafos brasileiros. Luiz Terragno, fotógrafo italiano radicado no estado do Rio Grande do Sul e personagem eleito nesta pesquisa, também ostentava o título e as armas imperiais no verso de suas fotografias. Falaremos dele e de sua atuação em seguida.

É a partir do final da década de 1850, quando a fotografia (processo negativo-positivo) substituiu o daguerreótipo, que o imperador fotografa e se faz fotografar com insistência. Segundo Besouchet (apud Schwarcz, 2002, p. 351) “o imperador enviou centenas de retratos aos amigos, amigas, conhecidos, nobres e parentes do mundo todo, utilizando a nova técnica de forma a evidenciar ainda mais sua presença em todo o império”. Grandes somas foram gastas pela Casa Imperial em ensino particular da fotografia aos filhos do imperador, na compra de álbuns fotográficos, no serviço de retratos e no registro das viagens empreendidas por D.

Pedro II. Conforme veremos a seguir Luiz Terragno, como já indicado, ostentava o título de Fotógrafo da Casa Imperial, fez retratos de D. Pedro II e sua família, e registrou a Guerra do Paraguai. Depois de sua saída do país (1889), D. Pedro II doa parte de sua coleção de livros e de fotografias ao Instituto Histórico (1891). E é nessas coleções que algumas das imagens a seguir foram encontradas, em particular na coleção da Biblioteca Nacional (versão digital).

Luiz Terragno

O fotógrafo e comerciante italiano Luiz Terragno (Gênova, Itália, ca.1831 – Porto Alegre, RS, 1891) foi um dos primeiros fotógrafos da cidade de Porto Alegre. Sugere Hélio Ricardo Chaves (1998, p. 9) que talvez outros fotógrafos profissionais, que não Luiz Terragno, tenham passado por Porto Alegre antes, como Roberto Offer ou Timeleon Zolony. Junto com Ferrari e Callegari, foram os pioneiros que atuaram com destaque em Porto Alegre.

Luiz Terragno emigrou para o Brasil na segunda metade do século XIX, antes havia estado em Paris, onde se pode encontrar registros de suas fotografias (Enciclopédia Itaú Cultural, 2020). Segundo Lenzi e Menestrino:

Em 1851, faz uma passagem por Pelotas, mas regressa a Rio Grande em agosto de 1853. Neste segundo momento, o fotógrafo abandona o daguerreótipo e passa a trabalhar com retratos de eletrótipo, um processo mais rápido que o daguerreótipo que permite fotografar com facilidade crianças. Desta vez instala-se na Rua do Pito nº 59 e o ateliê passa a se chamar Terragno e C^a. Permanece na cidade de agosto a novembro de 1853 (2011, p. 172).

Ainda segundo Lenzi e Menestrino (2011, p. 170) destaca-se o anúncio publicitário de Terragno em jornal local, enfatizando uma das características enumeradas em seu artigo, o da itinerância de fotógrafos pelo interior – no recorte, entre Rio Grande e Pelotas (Figura 6). Mais adiante neste capítulo veremos que essa itinerância persiste ao longo da trajetória de trabalho de Terragno. Se têm registros de fotografias realizadas por ele em cidades como Florianópolis (SC) e Pelotas (RS). Esta última, cidade abastada do estado do Rio Grande do Sul, conhecida pelas suas charqueadas e punjância econômica no século XIX, assim como desenvolvimentos urbano e sócio cultural. Também foram encontrados imagem realizada no Paraguai.

Figura 6. Anúncio de Terragno no jornal indicando sua itinerância entre as cidades de Pelotas e Rio Grande, RS. S/l, S/d.



Fonte: LENZI; MENESTRINO, 2011, p. 170.

Em 1853 Luiz Terragno chega a Porto Alegre e se fixa na capital. Escolhe como endereço a esquina da rua da Alegria (atual General Vitorino) com rua do Rosário. Imagina-se que na cidade se estabelece com o processo fotográfico do

daguerreótipo, uma vez que não se conhecem reproduções de imagens feitas no início de sua carreira. Assim que inicia seu negócio, faz sociedade com o pintor e desenhista Bernardo Casseli, mas esta parceria não duraria mais do que um ano. Neste momento, “Terragno muda-se para a rua de Bragança – rua Marechal Floriano, no. 206” (Alves, 1998, p. 10).

Luiz Terragno acompanha o crescimento e desenvolvimento da cidade de Porto Alegre que à época se apresenta como uma cidade estruturada com características de entreposto comercial e porto de escoamento da produção regional, quando do estabelecimento das colônias de imigrantes (alemães a partir de 1824 e italianos a partir de 1875). Durante o intervalo de 70 anos, é o momento em que a população da cidade cresce de 12 mil habitantes em 1820 a pouco mais de 52 mil em 1890 (Mello, 2010, p.45). Com o crescimento da população e o aumento da cidade vê-se casas de comércio e negócio mais presentes (Mello, 2010, p.78).

Figura 7. Foto de Luiz Terragno, década de 1860. Vista de seu estúdio fotográfico, rua Vigário José Ignácio, Porto Alegre.



Fonte: PESAVENTO, 1996, p. 23 APUD MELLO, 2010, p.89.

Observa-se na imagem acima (Figura 7) uma casa à direita, a placa do estabelecimento comercial do fotógrafo, onde lê-se “L. Terragno, Retratista”. Na região do centro da cidade, especificamente na rua da Praia, havia um comércio de aparência abastada, onde era possível adquirir produtos vindos da Europa (Mello, 2010, p.89). O estúdio de Terragno está localizado bem próximo desta rua e de seu comércio, o que demonstra, de certa forma, seu protagonismo como fotógrafo e comerciante na cidade.

Além de fotógrafo, comerciante e inventor, possuidor de estúdio e loja, oferecia uma série de serviços e produtos, como cursos e câmeras para amadores e apetrechos para laboratório; elaborou métodos e técnicas fotográficas para a expansão do meio (vistas estereoscópicas, fotografia panorâmica, novos métodos de impressão sobre superfícies diversas, o ambrótipo com colódio-úmido, gravava fotos em vidro e oleado, entre outros). Ele se dedicou à pesquisa de processos fotográficos como Eletrótipo, sistema de retratos à luz tangente, retratos de carbono (carvão), cianotipia, fototipia, cristalografia, bem como o sistema “Foto metálico” ou “Sinete Terragno”, confeccionado em borracha e semelhante a um carimbo (Stumvoll; Silva, 2019, p. 71), além dos já citados. Em seu ateliê comercializava também molduras, medalhas, estojos, correntes, anéis e alfinetes.

A seguir pode-se observar um exemplo de fotografia panorâmica produzida por Terragno (Figura 8). A imagem representa uma vista panorâmica da cidade de Porto Alegre às margens do Rio Guaíba: à esquerda navios ancorados no porto da cidade, ao centro Igreja Matriz de Nossa Senhora Madre de Deus, atual Catedral Metropolitana, à direita desta,

o Teatro São Pedro. Em primeiro plano: Ilha do Pavão com algumas pessoas.

Figura 8. Foto de Luiz Terragno, papel albuminado, p&nb ; 20 x 69 cm em cartão-suporte: 34 x 81 cm. Porto Alegre, RS : [s.n.], [entre 1855-1870].



Fonte: Biblioteca Nacional.

Supõe-se, a partir de uma imagem feita por Terragno da Praça da Harmonia, que o fotógrafo seja o introdutor da fotografia estereoscópica em Porto. Tal imagem é autenticada com seu carimbo profissional, onde consta “Luiz Terragno, Photographo da Caza Imperial” (Alves, 1998, p. 10), (Figura 9). Se desconhece a data em que Terragno foi agraciado como fotógrafo do Império, “[...] Provavelmente, ocorreu, em meados de 1870, pouco depois de 1865, quando Terragno retratou dom Pedro II e o Conde D’Eu em trajes típicos gaúchos” (Stumvoll; Silva, 2019, p. 72).

Figura 9. Carimbo pessoal de Luiz Terragno, como fotógrafo da Casa Imperial.



Fonte: ALVES, 1998, p. 11

No ano de 1866, trabalhou por um período breve em Desterro – atual Florianópolis, SC (Stumvoll; Silva, 2019, p. 71).

Atribui-se ao fotógrafo a descoberta do “sulfo-mandio-cato de ferro como alternativa para o banho revelador de ferro, substituindo o ácido asséptico pelo ácido de mandioca” (Santos, 1998, p.35). Mas outro pesquisador, Hélio Ricardo Alves interroga-se como Terragno chega às experiências com a mandioca (1998, p. 11) “ao prensá-la, extrairia um suco que poderia servir como fixador de negativos, bem como melhorar a qualidades dos detalhes. Ele fez umas misturas perigosas e deu o nome de Sulfo-mandiocado de ferro”. Portanto, os dois pesquisadores relatam as experiências inovadoras de Terragno, porém, ainda é incerto se tratava de um revelador ou fixador fotográfico. Apresenta esse método na Exposição Nacional de 1866 e recebe menção honrosa (Enciclopédia Itaú Cultural, 2020). Em 1867 vende todo o seu acervo e material, anunciando uma partida para o exterior (Enciclopédia Itaú Cultural, 2020). Por outro lado, encontramos registros da venda de todo seus equipamentos, ateliê laboratório por cinqüenta mil réis, “para ir em definitivo ao Rio de Janeiro”, no período compreendido de antes de 1865 e 1868 (Alves, 1998, p. 11).

Participa da Exposição Comercial e Industrial de 1875 em Porto Alegre, juntamente com os irmãos Callegari e uma Mme. Reeckel (Gastal, 1998, p. 39). Participa também com fotografias na Exposição Internacional da Filadélfia, USA (1876). Nas exposições universais ou internacionais, o Brasil participou de 5 durante o século XIX – Londres (1862), Paris (1867 e 1889), Viena (1873) e Filadélfia (1876) – , nelas eram expostos os símbolos do progresso das sociedades

industrializadas (Wanderley, 2019). As fotografias produzidas por Marc Ferrez (1843 – 1923) para a Comissão Geológica do Império e Joaquim Insley Pacheco (c. 1830 – 1912) foram premiadas na Exposição de 1876.

Além deles, representaram o Brasil Felipe Augusto Findanza (c. 1847 – 1903), um dos mais importantes fotógrafos que atuaram no norte do Brasil no século XIX e no início do século XX; José Tomás Sabino (18? – ?), cujo ateliê ficava em Belém; Luís Terragno [...] e Pedro Satyro de Souza da Silveira (18? – ?), que atuou no Rio de Janeiro nas décadas de 1870 e 1880. Expuseram no *Photographic Exhibition Building*, prédio projetado pelo arquiteto H.J. Schwarzmann (1846 – 1891), especialmente construído para a mostra dos fotógrafos da Exposição Internacional da Filadélfia que aconteceu entre 10 de maio e 10 de novembro de 1876, tendo sido a mais popular das exposições internacionais realizadas até então, com 9.789.392 visitantes (Wanderley, 2019).

Em 1882 transfere-se para a Praça da Alfândega, em Porto Alegre. Nesse período faz novas descobertas: retratos duplos e inalterados de carbono projetados em papel, porcelana, mármore e tela (Alves, 1998, p. 11). Entre 1885 e 1887 atuou na cidade de Pelotas, RS. (Stumvoll; Silva, 2019, p. 71). No ano seguinte (1888) associa-se a um dos seus filhos. Morre em 1981, pobre. Os filhos não dão continuidade a seu trabalho.

A Guerra do Paraguai: imagens da família imperial e de soldados

De acordo com a Enciclopédia Itaú Cultural (2020) a contribuição de Terragno mais conhecida para a história da fotografia brasileira resume-se a um pequeno conjunto de fotografias

que realizou da família imperial em sua chegada a Porto Alegre, durante a Guerra do Paraguai. Terragno registrou aspectos da guerra, ocorrida entre 1865 a 1870. Numa das imagens captadas do imperador, esse se apresenta com a vestimenta típica de um gaúcho. “Destituído de toda indumentária real, a novidade da foto não é a apresentação de D. Pedro como um civil, mas como um cidadão localizado geográfica e culturalmente no país” (Idem). Observa-se então, na imagem abaixo (figura 10) o Imperador com a indumentária gaúcha ou traje de campanha, como documenta Pedro Vasquez (1985, pp. 92-93).

Figuras 10 e 11. Fotografia de Luiz Terragno. Dom Pedro II, Imperador do Brasil, 1865. 1 foto cartão cabinet: papel albuminado, pb ; 12 x 8 cm. Fotografia de Luiz Terragno. Luis Augusto Maria Eudes de Saxe-Coburgo e Gotha, Duque de Saxe. 1865. 1 foto cartão cabinet: papel albuminado, pb ; 12 x 8 cm.



Fonte: Biblioteca Nacional Digital.

Terragno realizou ainda, uma série de retratos em estúdio de outros membros da família imperial nessa mesma ocasião; do Conde d'Eu e o Duque de Saxe, com os uniformes do exército brasileiro e de campanha em estilo gaúcho (Lenzi; MENestrino, 2011, p. 172), como se observa na

imagem acima (Figura 11). Importante notar a semelhança dos retratos de Terragno com aos desenhos de Brás Inácio de Vasconcelos no Álbum Guerra do Paraguai. O desenho abaixo (Figura 12) é assinado e datado 1872.

Figura 12. S. Magestade o Sñr. Dom Pedro II, S. Alteza o Sñr. Conde d'Eu, e S. Alteza o Sñr. Duque de Saxe quando estiveram em Uruguayana, em 1865. [S.l.: s.n.], 1872. 1 desenho: grafite, pb ; 22,2 x 30,5cm.



Fonte: Biblioteca Nacional Digital.

O pesquisador Pedro Vasquez (1985, p. 94) faz menção ao fato da Figura 10 possuir um enquadramento descuidado, com o fundo meio torto e a cadeira cortada ao meio, no lado esquerdo, sugerindo que a foto deveria ter como única finalidade servir de modelo para a confecção de uma pintura. A pintura a que Vasquez (1985) se refere faz parte hoje da coleção Dom João de Orleans e Bragança, na qual foi acrescentada uma paisagem no segundo plano. Encontramos referência a uma pintura de Edouard Vienot de 1868 intitulada “D. Pedro II em Uruguaiana” cuja semelhança ao retrato de Terragno é muito grande. De igual modo a semelhança a um desenho de Valério Vieira denominado “D. Pedro II em Uruguaiana”, do Museu Paulista da USP.

Conhece-se imagens de soldados brasileiros e paraguaios, algumas presentes em “Excursão ao Paraguay: Álbum de retratos brasileiros e paraguaios e vistas dos locais de batalhas”, acervo da Biblioteca Nacional. Segundo André Toral (2001, p. 86) depois da rendição da coluna de Estigarribia, alguns prisioneiros paraguaios foram levados a Porto Alegre e fotografados pela iniciativa de um oficial brasileiro. Segundo o autor o fotógrafo é desconhecido. No entanto, a Biblioteca Nacional (Digital) traz o retrato identificado como sendo de Luiz Terragno, observada na imagem a seguir (Figura 13).

Figura 13. Fotografia atribuída a Luiz Terragno. 1 foto: papel albuminado, p&b; 14,3 x 9,5 cm. Cartão-suporte: 21 x 26,5 cm.



Fonte: Biblioteca Nacional Digital.

Para André Toral (2001, p. 95) as fotos de prisioneiros paraguaios, feitas em Porto Alegre são iguais às de outros carte-de-visite.

Ali está a figura, com o rosto centralizado, ali estão as cortinas, as colunas ou a balaustrada greco-romana, ali está o estúdio, o cenário. Entretanto, alguma coisa estava errada.

Era o retratado, um soldado paraguaio, triste prisioneiro de chiripá, com expressão humilde num rosto cansado. A visão do “inimigo”, subitamente transformado em ser humano, tocava até os mais duros defensores da guerra. O carte-de-visite se transformou em documento histórico, em testemunho e denúncia. Como neste caso, muitos dos outros registros, de retratos a paisagens, feitos por evidente interesse comercial, tornaram-se, involuntariamente, documentos de crítica da guerra.

Uma versão da mesma imagem, com recorte apenas do rosto, traz a legenda escrita à mão: “Soldado paraguaio Antônio Gomes, prisioneiro em Uruguaiana. Tem 21 anos de idade. Natural da vila de Jaguarão, no Paraguai. Mande tirar este retrato em Porto Alegre, em 27 de abril de 1867”, Figura 14. O retrato de prisioneiros paraguaios parece ter se tornado um gênero de fotografia bastante comum entre os retratistas que atuaram ao lado das tropas da Aliança, segundo Toral. “Diversos profissionais, todos anônimos, retratavam oficiais e soldados paraguaios aprisionados, vendendo as imagens em formato carte-de-visite” (Toral, 2001, p. 87).

Figura 14. Fotografia atribuída a Luiz Terragno. 1 foto: papel albuminado, p&b ; 12,7 x 9,5 cm. Cartão-suporte: 21 x 26,5 cm, Porto Alegre, 1867.



Fonte: Biblioteca Nacional Digital.

Ao final desse capítulo, pode-se afirmar que o Brasil e o Rio Grande do Sul acompanharam o movimento do Ocidente na busca e difusão de uma imagem permanente e objetiva. A não interferência da mão Humana em sua confecção lhe dava sua característica principal, qual seja a da credibilidade. Através dessa crença foi possível a construção de uma imagem de nação e povo brasileiro. Deve-se a D. Pedro II, então Imperador do Brasil, a possibilidade de uma documentação do Brasil do século XIX. O Imperador fomentou a vinda de inúmeros fotógrafos estrangeiros que ajudaram na construção de uma imagem moderna do país, um país imaginário que a partir dessas imagens ganha concretude. Luiz Terragno, fotógrafo sobre o qual esse artigo se debruça, participa desse movimento de modo local reproduzindo o global. Através de suas pesquisas técnicas, das funções dadas a imagem fotográfica Terragno repete o movimento das nações centrais do Ocidente.

Referências

- A Caridade (atual Santa Casa de Misericórdia), Porto Alegre RS. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2020. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra25953/a-caridade-atual-santa-casa-de-misericordia-porto-alegre-rs>>. Acesso em: 30 jun. 2020. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7
- Álbum “Guerra do Paraguai”. Disponível em: <http://objdigital.bn.br/objdigital2/acervo_digital/div_iconografia/icon1387682_90/icon1387682_90.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2020.

- Álbum «Excursão ao Paraguay: Álbum de retratos brasileiros e paraguaios e vistas dos locais de batalhas». Disponível em: <http://objdigital.bn.br/objdigital2/acervo_digital/div_iconografia/icon393035/icon393035.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2020.
- ALVES, Hélio Ricardo. A Fotografia em Porto Alegre: o século XIX. In: ACHUTTI, Luiz Eduardo (Org.). *Sobre o Fotográfico*. Porto Alegre: Unidade Editorial, 1998.
- BRIZUELA, Natalia. *Fotografia e Império: paisagens para um Brasil moderno*. São Paulo: Companhia das Letras; Instituto Moreira Salles, 2012.
- FOX TALBOT. Negativo a esquerda e imagem em positivo a direita. Disponível em: <<https://discoveringtheworldoftomorrow.wordpress.com/2016/02/28/calotipo/>>. Acesso em: 03 maio 2020.
- GASTAL, Susana. Arte e fotografia no Rio Grande do Sul: o “caso” Weingärtener. In: ACHUTTI, Luiz Eduardo (Org.). *Sobre o Fotográfico*. Porto Alegre: Unidade Editorial, 1998.
- KOSSOY, Boris. *Origens e expansão da fotografia no Brasil – século XIX*. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1980.
- LENZI, Teresa; MENESTRINO, Flávia. *Pioneiros da fotografia em Rio Grande. Índícios de passagens e permanências. Relato de uma pesquisa histórica*. Revista Memória em Rede, Pelotas, v.2, n.5, abr. / jul. 2011 – ISSN – 2177-4129
- LUIZ Terragno. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2020. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa22141/luiz-terragno>>. Acesso em: 20 de Jun. 2020. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7
- MELLO, Bruno Cesar Euphrasio de. *A cidade de Porto Alegre entre 1820 e 1890: as transformações físicas da capital a partir das*

- impressões dos viajantes estrangeiros. 2010. 212 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) – Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2010.
- MONTEIRO, Rosana Horio. *Descobertas múltiplas: a fotografia no Brasil (1824-1833)*. São Paulo: Mercado das Letras/FAPESP, 2001.
- REVERBEL, Carlos et al. *Enciclopédia Rio-Grandense*. Porto Alegre: Sulina, 1968.
- Santa Casa de Misericórdia de Porto Alegre, RS (fotografia). Verbetes da Enciclopédia. In: *Enciclopédia Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras*. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra25953/a-caridade-atual-santa-casa-de-misericordia-porto-alegre-rs>>. Acesso em: 15 maio 2018. ISBN: 978-85-7979-060-7
- SANTOS, Alexandre Ricardo dos. O gabinete do Dr. Calegari: considerações sobre um bem-sucedido fabricante de imagens. In: ACHUTTI, Luiz Eduardo (Org.). *Sobre o Fotográfico*. Porto Alegre: Unidade Editorial, 1998.
- SCHWARCZ, Lilia Moritz. *As Barbas do Imperador: D. Pedro II, um monarca nos trópicos*. 2a. ed. São Paulo: Cia. das Letras, 2002.
- SOUGEZ, Marie-Loup. *História da Fotografia*. Lisboa: Dinalivro, 2001.
- STUMVOLL, Denise; SILVA, Wellington. *Carte de Visite e outros Formatos: retratos no acervo fotográfico do Museu da Comunicação Hipólito José da Costa (1880-1920)*. Porto Alegre: Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa, 2019. ISBN:
- TEATRO São Pedro, Porto Alegre RS. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú

Cultural, 2020. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra16571/teatro-sao-pedro-porto-alegre-rs>>. Acesso em: 30 jun. 2020. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7

TERRAGNO, Luiz. Fotografia. Dom Pedro II, Imperador do Brasil, 1865. 1 foto cartão cabinet: papel albuminado, pb ; 12 x 8 cm. Disponível em: <http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_iconografia/icon852422/icon852422.jpg> Acesso em: 30 jun. 2020.

_____. Fotografia. Luis Augusto Maria Eudes de Saxe-Coburgo e Gotha, Duque de Saxe. 1865. 1 foto cartão cabinet : papel albuminado, pb ; 12 x 8 cm. Disponível em: <http://objdigital.bn.br/objdigital2/acervo_digital/div_iconografia/icon852420/icon852420.jpg> Acesso em: 30 jun. 2020.

_____. Panorama fotográfico, papel albuminado, p&b ; 20 x 69 cm em cartão-suporte: 34 x 81 cm. Porto Alegre, RS : [s.n.], [entre 1855-1870]. Disponível em:< http://objdigital.bn.br/objdigital2/acervo_digital/div_iconografia/icon841151/icon841151.jpg>. Acesso em: 30 jun. 2020.

_____. Fotografia. Prisioneiro paraguaio. 1 foto : papel albuminado, p&b ; 14,3 x 9,5 cm. Cartão-suporte: 21 x 26,5 cm. Disponível em: <http://objdigital.bn.br/objdigital2/acervo_digital/div_iconografia/icon393035/icon1408786.jpg>. Acesso em: 30 jun. 2020.

_____. Fotografia. Prisioneiro paraguaio Antonio Gomes. 1 foto : papel albuminado, p&b ; 12,7 x 9,5 cm. Cartão-suporte: 21 x 26,5 cm, Porto Alegre, 1867. Disponível em: <http://objdigital.bn.br/objdigital2/acervo_digital/div_iconografia/icon393035/icon1408787.jpg>. Acesso em: 30 jun. 2020.

TORAL, André Amaral de. Imagens em Desordem: iconografia

da Guerra do Paraguai. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, 2001. Disponível em URL: < <http://fortalezas.org/midias/arquivos/2736.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2020. ISBN 85-7506-019-8

VASQUEZ, Pedro Karp. *Dom Pedro II e a fotografia no Brasil*. Rio de Janeiro: Fundação Roberto Marinho: Companhia Internacional de Seguros: Ed. Index, 1985. 243 p.

_____. *O Brasil na fotografia oitocentista*. São Paulo: Metalivros, 2003. ISBN 85-85371-49-8

WANDERLEY, Andrea C. T. *Café Brasil: o Império na Exposição Internacional de Filadélfia*. . Disponível em: <<http://brasilianafotografica.bn.br/?p=17283>>, 4 de dezembro de 2019. Acesso em: 27 jun. 2020.

CAPÍTULO 3

A campanha abolicionista na Província do Rio Grande do Sul: Política, contradições e silenciamentos no jornal *O Século*

Deivison M. C. de Campos (ULBRA)
Maria Berenice da C. Machado (UFRGS)

A superação do processo escravista foi um dos principais temas de debate da elite brasileira, estabelecido principalmente por políticos, intelectuais e jornalistas, na segunda metade do século XIX. A imprensa de características partidária e literária tornou-se o lócus onde essa discussão foi travada.

Em Porto Alegre, a criação do Centro Abolicionista no final de 1883, junto ao Parthenon Literário (Livro de Ouro, 1884), engaja jornais na campanha que leva à libertação de grande número de escravizados na Capital da Província. Uma das publicações a participar ativamente do processo é o jornal *O Século*, editado por Miguel de Castro Canto e Mello de Werna Bilstein (Miguel de Werna). Por suas características editoriais e ideológicas, a publicação fica relegada a pequenas notas, ou referências, na historiografia sobre o período.

O Século circula em Porto Alegre entre os anos de 1880 e 1893. A linha editorial desse periódico, ao mesmo tempo

em que apoia a monarquia, ataca com críticas e sátiras os republicanos e, principalmente, os liberais, posiciona-se contrária à escravidão, mantida pela monarquia que defende (Fig. 1). Com o advento da república, o editor cai no ostracismo, transfere-se para o Rio de Janeiro encerrando o ciclo do jornal.

Figura 1: *O Século*, capa da edição Nº 146, 14 de outubro de 1883.



Fonte: Acervo Musecom.

Na literatura, as poucas referências ao jornal *O Século* são de que se trata de um semanário ilustrado e satírico. No entanto, as perseguições sofridas por Miguel de Werna, exonerado¹ do cargo público que ocupava (Chaves, 2017),

1. No arquivo do jornal *A Federação*, a última medida de Miguel de Werna como Diretor de Estatística da Intendência Municipal data de

e o número expressivo de adversários políticos importantes, como Karl von Koseritz e Ramiro Barcelos, apontam o incômodo que a publicação causava. Idêntica situação observa-se em relação à campanha abolicionista, as edições do jornal contêm, além das informações sobre esta, críticas de todas as ordens, aos políticos que negociam o modelo de libertação a ser adotado, mediante ressarcimento ou não, ao escravismo e a abolicionistas com atuação em outras publicações.

Os registros historiográficos, a partir dessa imprensa liberal e republicana, e a memória construída sobre a campanha abolicionista, invisibilizam não só *O Século*, mas entidades formadas por negros e a participação destes no processo de libertação dos escravizados (Zubaran, 2009). Assim sendo, o movimento abolicionista na Província do Rio Grande do Sul ainda demanda de um melhor aprofundamento a partir de outras perspectivas que não a dos homens ligados à elite republicana da Capital.

Estudar um veículo dos primórdios da imprensa, que produz notícias a partir de uma contradição monarquista-abolicionista e, ao mesmo tempo, critica e denuncia outras narrativas da libertação, oferece novas possibilidades de análise. Desejamos com este capítulo colaborar com a história da mídia, da política e da própria sociedade gaúcha, pois os estudos que tivemos acesso referem a participação do

19 de julho de 1893. A publicação informa que no dia 29 de abril de 1894 ele partiu para o Rio de Janeiro. Sua exoneração por pressão dos republicanos ocorre neste período de tempo (<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=825409&pesq=>).

jornal, sem aprofundar, questionar ou articular a sua função com o movimento reformista.

O objetivo específico é apresentar o conteúdo do jornal *O Século* (notícias, colunas, notas, imagens e as suas respectivas legendas), identificar referências ao movimento abolicionista e as estratégias editoriais da publicação. O período observado compreende as edições de N° 6 (Ano 1, 16 de dezembro de 1880) a N° 220 (Ano 6, 9 de abril de 1885). Seguimos como método a Análise de Conteúdo (Bardin, 1977) para destacar elementos visuais e verbais – cenas, personagens e textos – das quatro páginas do periódico. A partir desses recortes desejamos refletir sobre a posição do semanário ao pautar o modelo de relações sociais e trabalhistas então vigentes. Os pressupostos teóricos têm como base a História da Mídia, da Sociedade e da Cultura; os conceitos norteadores são imprensa, notícia, propaganda, jornais partidários, escravismo, movimento político e abolição.

Importa ainda observar que o jornal *O Século* teve homônimos pelo Brasil. A busca no site da Biblioteca Nacional, setor Hemeroteca, identifica sete ocorrências de jornais com o mesmo nome, todos dos anos 1880, vinculados aos estados do Ceará, Pará, Amazonas, Rio de Janeiro (duas diferentes datas), Paraíba e Sergipe. Não há registro da publicação gaúcha objeto deste estudo.

Encontramos a coleção do jornal *O Século* no acervo do Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa (Musecom), no Centro Histórico de Porto Alegre, ainda que incompleta: são dois livros referentes aos anos 1880 a 1885, que é o recorte temporal desta análise. Os exemplares

foram examinados e fotografados em julho de 2019, fevereiro e dezembro de 2020, oportunidades em que notamos falhas nas edições, não só pela má conservação dos impressos, mas também em relação à descontinuidade dos exemplares². Agregamos ao corpus algumas edições reproduzidas na bibliografia consultada. Para a transcrição dos trechos do jornal optamos por conservar a grafia original.

Imprensa, Propaganda e Publicidade na Província do Rio Grande do Sul

Embora em 1631 já houvesse a *Gazette de Théophraste Renaudot*, com todas as características básicas de um jornal, Marcondes Filho (2000, p.10) entende o jornalismo, forma organizada para dar publicidade aos acontecimentos cotidianos, como filho legítimo da Revolução Francesa (1789-1799) e da conquista do direito à informação. Para o autor, o aparecimento do jornalismo está associado aos movimentos de luta pelos direitos humanos, destituição da aristocracia, fim das monarquias e de todo o sistema absolutista herdado na Idade Média, afirmação do espírito burguês, “desconstrução” do poder instituído em torno da Igreja e da Universidade.

No Brasil, ainda Império, é na segunda metade do século seguinte que começam os movimentos reformistas que colocam em xeque a monarquia e a escravidão. Dihl (2016, p. 173) considera que “a imprensa é tida como a grande responsável

2. Não tivemos acesso ao primeiro exemplar do jornal *O Século*, impresso em 11 de novembro de 1880, tampouco ao do encerramento da publicação, em fevereiro 1893; esta data vem de Damasceno Ferreira (1944).

pela difusão das ideias em favor do abolicionismo e, então, por transformá-lo num clamor nacional”.

A instalação da imprensa no Brasil ocorre após a chegada da Família Real Portuguesa, em 1808. Os porões dos seus navios trazem, também, os prelos. Vários títulos são criados pela então Colônia, e a vez da Província de São Pedro do Rio Grande do Sul chega dezenove anos mais tarde, com a inauguração do *Diário de Porto Alegre*. Outros periódicos o “sucederam, com tanta afoiteza e bravura”, que até o final daquele século Porto Alegre conta quase com uma centena “de jornais de todos os gêneros e formatos – alguns diários, outros semanais e outros ainda que saiam apenas quando podiam” (Damasceno Ferreira, 1944, p.5).

Essa fase é considerada a “pré-história da imprensa sul-rio-grandense”, a que se estabelece a partir de 1827, com o decreto de Dom Pedro I extinguindo a censura. A quantidade de novos títulos tem, entre outras causas, relação com a “luta político-partidária que se desenrola na província”. Coincide com o término da Revolução Farroupilha (1835-1845), a organização de “uma imprensa partidária ou panfletária civil” na qual “os proprietários e editores de periódicos se alinham obrigatoriamente a algum dos partidos políticos existentes, já que, sem tal vínculo, era quase impossível a sobrevivência financeira” (Hohlfeldt, 2006, p. 1, 3 e 5).

Um dos estilos e recursos do jornalismo praticado na Província é a imprensa caricata³, que estreia em julho de 1867 com o jornal *A Sentinela do Sul*, editado durante dois

3. “A caricatura é a representação plástica ou gráfica de uma pessoa, tipo, ação ou ideia interpretada voluntariamente de forma distorcida sob

anos por Júlio Timóteo de Araújo e Manuel Felisberto Pereira da Silva. Sucede-o *O Charivari* (1877), dirigido por Miguel de Werna, e que não duraria mais que um ano, ainda que Werna multiplicasse as suas publicações dali em diante, destacando-se especialmente com *O Século*, entre 1880 e 1893 (Hohlfeldt, 2006, p.6).

O Século, desde as primeiras edições, estampa notícias e imagens pró-abolição, mantendo-se contrário e crítico aos que pedem a república. O semanário, com circulação prevista para as quintas-feiras, apresenta em sua trajetória a instabilidade periódica apontada por Damasceno Ferreira (1944). Ao examinarmos a coleção notamos: dois números, caso do N° 8 e N° 9, estampados na capa de uma mesma edição (Ano 2, 9 de janeiro de 1881); datas de capa que correspondem a domingos (por exemplo, Ano 3, N° 76, 21 de maio de 1882); intervalo de cinco dias entre as edições (caso dos Números 128 e 129, Ano 3, com datas 12 e 17 de junho de 1883, respectivamente) ou prazo maior entre uma e outra edição (21 dias entre as edições números 192 (7 de setembro de 1884) e a 194 (28 de setembro de 1884)⁴.

De acordo com os “Apontamentos” de Joaquim de Salles Torres Homem (1888), os anos iniciais de *O Século* coincidem com os da campanha pela extinção do escravismo. O autor informa ter proposto em 26 de abril de 1883 “pela primeira vez da tribuna a abolição imediata” na Província do

seu aspecto ridículo ou grotesco” (FONSECA, 1999, p. 17).

4. Entre esses dois exemplares haveria o de número 193, em falta na coleção.

Rio Grande do Sul. Torres Homem destaca as participações do *Jornal do Comércio* de Porto Alegre, de *A Reforma* e *O Mercantil*, este “mantinha uma caixa para libertar a dinheiro os escravos”, e que paralelamente o “Diretório do Partido Liberal organizava conferências públicas, no Teatro São Pedro, para tratar das reformas sociais”. Segundo o abolicionista, essas iniciativas vingam de maneira que no ano seguinte “a propaganda estava ativa na Capital” e sustentada por “quase todos os órgãos de imprensa”, além dos três já citados ele acrescenta *A Federação, O Século, Evolução e Athleta*: “As ideias, postas em circulação por essas folhas, penetraram o geral dos espíritos e constituíram o assunto dominante, que a todos preocupava” (Homem, 1888, p.4-7).

Thompson (1998, p.115) observa que “a palavra impressa sempre foi um meio de tornar público os fenômenos para indivíduos – público leitor – que não estavam fisicamente presentes às suas ocorrências”. Além de informar, o autor credita aos impressos e, mais especialmente aos jornais, funções persuasivas, ou seja, formadores de opinião na comunidade, servindo tanto “às proclamações oficiais do estado, como aos grupos de oposição, para salientar ações e eventos que de outra maneira passavam despercebidos”. É o caso da Porto Alegre do século XIX, na qual jornais como *O Século* levam (in)formações sobre os processos políticos e sociais. A abolição é tema constante.

Sobre as bases do jornalismo, Hudec (1980, p.36) destaca as ideológicas. Numa sociedade de classes o jornalismo tem sempre um caráter de classe e exprime os interesses dos diversos grupos políticos. É uma tribuna para os seus pontos de vista políticos e ideológicos e um dos mais importantes

canais de propaganda de massas, participando efetivamente nas atividades sociais. Umberto Eco (2001) vê igualmente o jornalismo como um “instrumento de poder”, originado pelos discursos que produz e torna visíveis no campo sociopolítico. Para este autor, os jornais são “administrados por partidos ou grupos econômicos que usam uma linguagem voluntariamente crítica, pois sua verdadeira função não é dar notícias aos cidadãos, mas enviar mensagens cifradas a um outro grupo de poder passando por cima da cabeça dos leitores” (Eco, 2001, p.58). Neste sentido a observação de Damasceno Ferreira (1944, p. 19) em relação ao semanário *O Século*, o tema abolição serve também para a guerra que Miguel de Werna trava com a concorrência e com os partidos políticos.

Sodré (1983) estuda a história da imprensa no Brasil e dá destaque aos movimentos sociais e políticos da segunda metade do século XIX:

A agitação, que revelava o aprofundamento das contradições da sociedade brasileira, despertou o interesse pelas reformas, que começaram a ser propostas e discutidas, cada vez com mais veemência, pontilhadas pelas questões que iam surgindo, conduzidas ou resolvidas em clima de crescente turbulência: a questão servil, com as lutas em torno de algumas reformas de que dependia o seu andamento, a da liberdade do ventre, a da liberdade dos sexagenários, a Abolição finalmente (Sodré, 1983, p. 223).

O historiador considera que o período coincide com a “abertura, realmente, da segunda fase destacada e fecunda da história da imprensa brasileira – a primeira fora da Regência”, observa também que a emancipação dos cativos

não era a única questão que pulsava na sociedade, havia outras de cunho religioso, eleitoral, federativa, militar, do próprio regime,

como coroamento do processo de mudança institucional. Questões e reformas refletiam-se na imprensa, naturalmente, e esta ampliava a sua influência, ganhava nova fisionomia, progredia tecnicamente, generalizava seus efeitos – espelhava o quadro que o país apresentava (Sodré, 1983, p. 223).

O cenário no Rio Grande do Sul (RS) coincide com o do restante do Brasil, há uma proliferação de jornais, “a maioria de oposição, de combate, lutando pelas reformas de que o país carecia, particularmente a federativa, a do trabalho, a do regime”. Sobre as práticas da imprensa durante aquele que seria o fim Império, o mesmo pesquisador ressalta “o que mais se fazia, naquela fase, era precisamente discutir, pôr em dúvida, analisar, combater”, e elenca os tipos de combate,

a pretensa sacralidade das instituições: da escravidão, da monarquia, do latifúndio. E a imprensa tinha, realmente, em suas fileiras, grandes combatentes, figuras exemplares, como homens de jornal e como homens de inteligência ou de cultura. (Sodré, 1983, p. 229 e 233).

Mais adiante Sodré tece considerações sobre a linha editorial praticada pelos jornais no período, “(...) era a linha historicamente necessária, aquela que se conjugava com o avanço do país, que estava em consonância com os seus mais altos interesses, os interesses populares, e se desenvolvia no nível que as possibilidades permitiam”. Seus objetivos, segundo o historiador, seriam “(...) liquidar

o escravismo, inteiramente obsoleto, obstáculo ao desenvolvimento material e cultural do país, e de destruir a monarquia, que era a sua roupagem institucional” (Sodré, 1983, p. 234).

Ao revisarmos a obra clássica sobre a História da Imprensa no Brasil, notamos que Sodré não menciona o jornal objeto deste estudo. Entendemos que a posição editorial de *O Século*, e lógico também a do editor Miguel de Werna, divergem da conclusão do historiador ao afirmar que “A imprensa era, por isso, abolicionista e republicana, pelos seus melhores jornais, pelos seus melhores jornalistas” (Sodré, 1983, p. 234). Encontramos parte da problematização que norteia esta reflexão: *O Século* (Fig. 2) defende a abolição e a continuidade da monarquia.

Figura 2: *O Século*, capa da edição N° 205, 14 de dezembro de 1884.



Fonte: Acervo Musecom.

A campanha abolicionista na “cidade dos alemães”

A partir dos anos 1850, começam a pulsar no Brasil Império ares reformistas nos planos políticos e sociais. O fim do escravismo é questão central e as suas razões são, entre outras, de cunho religioso, ao pregar a igualdade entre homens, e filosóficas, colocando a liberdade como um direito humano. Joaquim Nabuco, na obra “O Abolicionismo”, escrita em 1883, defende a abolição como “forma de pensar a nação” e a liberdade dos sujeitos como uma questão pública. O processo para a emancipação dos cativos segue paralelo às discussões sobre a forma de governo; em oposição ao Partido Conservador (no poder na Província do Rio Grande do Sul) estão os liberais, que mais tarde fundam o Partido Republicano, alcançando êxito e proclamando a República em 1889.

O fim da Revolução Farroupilha desencadeia uma série de investimentos e melhorias, levando ao desenvolvimento de Porto Alegre, até então concentrada na parte alta de uma colina. Essa expansão acontece no sentido das estradas do povoamento, originando diferentes arraiais (Monteiro, 1995). Da mesma forma, são adotadas iniciativas a fim de modernizar o espaço urbano central.

Durante a Guerra do Paraguai (1864-1870), o governo imperial incrementa os investimentos em infraestrutura e, principalmente, na área naval, pois a cidade gaúcha é a mais próxima da área de conflito. Ao final da Guerra, o próprio imperador Dom Pedro II visita a Capital da Província do Rio Grande do Sul, a caminho de Uruguaiana, onde recebe a rendição dos paraguaios.

Na cidade, como observa Dihl, durante a década 1870, “havia uma grande movimentação em torno da questão do elemento servil”. Sobre o tema escravidão, a autora aponta discussões em torno das “alternativas possíveis para a sua manutenção ou término – ou os mecanismos de controle que seriam implementados”, sendo “pautas constantes na imprensa e no cenário político porto-alegrense. Inúmeras associações e sociedades passaram a ser fundadas tendo como finalidade a libertação dos cativos” (Dihl, 2016, p.173).

A grande presença de alemães em Porto Alegre, enriquecidos pelo desenvolvimento a partir da região de São Leopoldo, e a concessão da cidadania em 1846 (Flores, 1987), leva Singer, segundo Monteiro (1995), a classificar o período entre 1850 e 1920 como o da “cidade dos alemães”. Na Rua da Praia, descrita pelo viajante Wilhelm Breitenbach, encontram-se “grandes magazines do vestuário e diversas alfaiatarias alemãs, chapelarias de alemães, duas livrarias brasileiras e duas alemãs, que também possuem tipografias, diversos hotéis [...]” (apud Noal Filho; Franco, 2004, p.183). Muitas das oficinas surgidas nos caminhos das colônias transformam-se em indústrias, inserindo os alemães na elite da cidade.

Os primeiros colonos alemães chegam ao Rio Grande do Sul em julho de 1824, iniciando a substituição da mão de obra escrava por trabalhadores especializados e assalariados. São 38 imigrantes de um grupo com 841 pessoas, cuja maioria ficara no Rio de Janeiro para engajar-se no exército e assim proteger e garantir o poder ao Imperador. A antiga Real Feitoria do Linho-cânhamo, preparada para receber os colonos com lotes de 77 hectares, foi rebatizada

para Colônia de São Leopoldo em referência ao “onomástico de nossa primeira imperatriz” (Flores, 1996, p.84).

Com a chegada de novos colonos e a descendência dos primeiros imigrantes, muitos dos que não se adaptam às atividades agrícolas fixam-se em núcleos urbanos que surgem em torno da sede do município, ou nos povoados ao longo dos caminhos, dando início a um conjunto de indústrias familiares. Cinco anos após a chegada das primeiras famílias, já havia em pleno funcionamento oito moinhos, uma fábrica de azeite, uma fábrica de sabão e oito pequenos curtumes na colônia (Flores, 1996).

São implantadas colônias também em São Pedro de Alcântara (próximo a Torres), Três Forquilhas, Santa Cruz e São Lourenço, iniciadas por Jacob Rheingantz, que cria anos depois a primeira indústria têxtil do estado na cidade de Rio Grande. Em São Leopoldo, entre os anos de 1824 e 1845, em torno de 60% dos homens são artesãos das áreas de metalúrgica, produção têxtil e comércio; geram empresas e indústrias com os sobrenomes das famílias: Adams, Arnt, Dreher, Gerdau, Mentz, Oderich, Renner, Ritter entre outros (Arendt;Witt; Weimer, 2013).

Entre os líderes das colônias germânicas destaca-se Karl von Koseritz, defensor do teuto-brasileirismo, ou seja, a integração dos imigrantes e descendentes na sociedade brasileira. Essa posição não era a única entre os teutos. Havia os que defendiam a não integração e a continuidade de relações com o Império Alemão (Oliveira, 2008).

Koseritz utiliza-se de jornais e *kalenders*, gênero de imprensa mais cultivado no mundo colonial gaúcho, escritos em alemão, para a formação dos cidadãos

germânicos e como instrumento político. O *Koseritz' deutscher Volkskalender für Brasilien* funciona entre os anos 1874 e 1918, sendo retomado em 1921 até 1938. A atuação de Koseritz é tão proeminente na imprensa política em língua alemã que o período entre 1864 e 1890 é denominado “Era Koseritz” (Carneiro, 1959). Além deste, são conhecidos outros dezessete jornais publicados em língua alemã na segunda metade do século XIX na Província do Rio Grande do Sul (Oliveira, 2008).

No entanto, esses colonos não são os primeiros alemães no Brasil; com a Família Real, em 1808, chegam também famílias germânicas que viviam na Corte Portuguesa, entre estas a de Ernesto Frederico de Werna Bilstei, pai de Miguel de Werna (Weimer, 2006).

Ernesto Bilstei é transferido da sede da corte, no Rio de Janeiro, para Porto Alegre, nomeado como veador⁵. O alemão elege-se deputado distrital em 1846, para a segunda legislatura da Assembleia Provincial, sendo o primeiro germânico a ocupar um cargo eletivo. Contudo, ele não estabelece relações com os colonos da Província. Em 1854, ainda como veador, recebe a medalha da Divisão Cooperadora da Boa Ordem. Dez anos mais tarde, consta em documento da Corte, na lista de Oficiais da Armada reformados, na patente de Capitão de Mar e Terra (Haring, 1864).

5. Título honorífico em Portugal e no Brasil dado ao oficial-mor da casa real que servia junto ao rei, ou imperador, no paço ou fora dele, escolhido entre membros da nobreza. Além de veador, Werna pai era engenheiro e foi eleito por diversas legislaturas deputado provincial. Também era cavaleiro da Ordem de Cristo (MASSON, 1860; DICIO, 2009-2020).

Em Porto Alegre, Ernesto Bilstei casa-se com Maria do Carmo de Castro Canto e Melo, filha do Brigadeiro João de Castro e Canto e Melo, 2º Visconde de Castro, irmão de Domitila de Castro Canto e Melo, a Marquesa de Santos (Duarte, 2001). Essas relações apontam a origem aristocrática de Miguel de Werna, o que explica a sua posição de monarquista extremado e, ao mesmo tempo, a disputa política com Koseritz, um representante das colônias, liberal, teuto-brasilianista e escravista.

No contexto do embate político-ideológico estão também os antigos colonos alemães, responsáveis pelas principais empresas e indústrias, a maioria instada na Capital, junto ao Caminho Novo – atual Rua Voluntários da Pátria – com trapiches próprios no Rio Guaíba, sendo responsáveis por 90% das exportações de produtos manufaturados do estado nas décadas de 80 e 90 do século XIX (Flores, 1987). A “influência estava presente no estilo arquitetônico dos prédios, estabelecimentos comerciais, novas empresas e sociedades fundadas” (Monteiro, 1995, p.33).

Os teutos são os responsáveis pela navegação no Guaíba, pela atividade de caixeiro-viajante, além da criação de entidades associativas, educacionais e esportivas. Em 1858, por exemplo, eles criam um fundo de auxílio para imigrantes e descendentes que está na origem do Hospital Moinhos de Vento (Flores, 1987). Esses estabelecimentos resultam do enriquecimento de famílias, formando parte da elite do estado e, ao mesmo tempo, intelectuais envolvidos com o processo abolicionista, seja através da imprensa, ou pela atuação direta na campanha pela Abolição, principalmente a realizada no ano de 1884 pelo Centro Abolicionista do Parthenon Literário.

O Parthenon Literário, fundado em Porto Alegre, em 1868, por escritores e intelectuais, a maioria deles atuando como jornalistas a fim de estimular a produção literária na Província, tem a liderança de Apolinário Porto Alegre, Caldre e Fião e Aurélio Bitencourt. A entidade, portanto, tem entre os seus articuladores um preto, Bitencourt, que ocuparia o cargo de chefe de gabinete de Júlio de Castilhos e de Borges de Medeiros (Moreira, 2014). A associação recebeu diversos outros sócios negros, como Arthur Rocha, sendo a primeira sociedade literária a aceitar mulheres. Sua sócia nº 1 foi Luciana de Abreu. Para Maria Eunice Moreira,

O Parthenon não foi uma sociedade meramente literária, mas de ordem cultural e com viés político. A maioria dos Parthenonistas tinha dois ideais. Eles defendiam sobretudo a República, sendo contrários à Monarquia vigente, e eram abolicionistas (in Sperb, 2018).

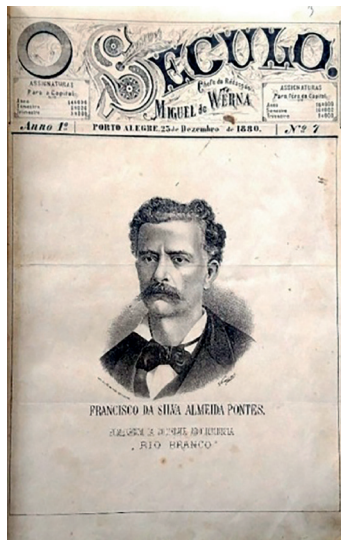
O Parthenon Literário inicia a sua campanha abolicionista em 1869, libertando principalmente crianças escravas. O teatro foi a primeira arte utilizada para a libertação de fato. Em 19 de setembro de 1869, no Teatro São Pedro,

Quando a cortina foi levantada, a plateia viu a personagem Liberdade visitando o Brasil. Na peça, ela encontra um *escravo*, “coberto de andrajos e cicatrizes recentes, entregue à lida diurna”. A Liberdade, então, “invoca o auxílio do céu”. Um anjo mensageiro responde o chamado e devolve o escravo à Liberdade. Além disso, ele também ordena a *libertação* das crianças escravizadas. No palco, então, surgem 21 crianças. Nenhuma delas é aspirante a ator mirim. Todas são negras e filhas de escravas. Elas recebem cartas legítimas de alforria (Sperb, 2018).

Nas duas décadas seguintes, os sócios do Parthenon produzem peças teatrais, conferências, contos, novelas, poesias e romances com ideias abolicionistas e republicanas. Quando da criação do Centro Abolicionista, o Parthenon Literário conta com aproximadamente 150 sócios, muitos deles envolvidos na seção Abolicionista da associação (Garcia, 2016). Vem dessa seção a proposta da criação de um Centro Abolicionista em Porto Alegre, feita pelo historiador Joaquim de Salles Torres Homem, então presidente da associação, junto com o jornalista Júlio Cesar Leal, ambos articulistas são contrários à propaganda escravista em jornais, e através do *Jornal do Comércio* incrementam o processo de libertação de escravizados (Livro de Ouro, 1884).

A operacionalização dos movimentos abolicionistas na Província do Rio Grande do Sul desenvolve-se por meio dessas sociedades e comissões emancipadoras muitas delas estampadas nas capas dos jornais identificados com a causa. *O Século* (Fig. 3) homenageia o fundador da Sociedade Emancipadora Visconde de Rio Branco, que um ano mais tarde seria composta pelos alunos da Escola Normal. Outras iniciativas são a Seção Abolicionista do Parthenon Literário (1883), a Sociedade Emancipadora Esperança e Caridade (1883), “constituída pelos próprios escravos e alguns libertos”, a Libertadora Mercantil (1883) e o Centro Abolicionista de Porto Alegre (1883); todos atuavam promovendo “festas para concessão de cartas de alforria compradas” (Homem, 1888, p.6; Zubaran, 2009, p.6).

Figura 3: O Século, capa da edição N° 7, 25 de dezembro de 1880.



Fonte: Acervo Musecom.

O Centro Abolicionista é criado em 28 de setembro de 1883 durante uma sessão pública do Parthenon Literário, convocada pelo jornal. O coronel Joaquim Pedro Salgado⁶, principal chefe do Partido Liberal, é aclamado como presidente da nova entidade, declarando logo após os aplausos a libertação de todos os seus escravizados⁷. Essa nomeação aponta a tendência liberal

6. “Foi um dos chefes de mais prestígio do Partido Liberal (...) Durante anos foi eleito deputado á assembléa provincial e á câmara dos representantes da nação” (PORTO-ALEGRE, 1917, p.165, grafia do período). Tomou parte da Revolução Federalista, tendo que se asilar no Uruguai e depois mudar-se para o Rio de Janeiro. O coronel é pai do político Salgado Filho, importante articulador dos dois períodos de governo de Vargas e que hoje dá nome ao aeroporto de Porto Alegre.
7. Essa passagem relatada no Livro de Ouro (1884) abre espaços para

do Parthenon Literário e também para o modelo de abolição defendido pelo grupo e, por extensão, pelo Centro Abolicionista. Na mesma data em que ocorre o ato solene de criação deste Centro no Teatro São Pedro, a Sociedade Emancipadora Esperança e Caridade distribui “diversas cartas de liberdade; continuando desde esse tempo modestamente, mas, com constância inalterável, devotada ao sagrado empenho de libertar seus associados do monstruoso cativeiro social”⁸ (Livro de Ouro, 1884). Depois da instalação do Centro, o militar e historiador Torres Homem é nomeado primeiro secretário e Júlio César Leal, segundo secretário.

O contexto de crise política possibilita o avanço de legislações abolicionistas no Ceará e no Amazonas, levando ao aprofundamento da campanha em diversas outras Províncias, principalmente no Rio Grande do Sul. Com isso, o governo imperial dissolve a Câmara dos Representantes da Nação, de maioria escravocrata, em julho de 1884, a fim de avançar nas políticas ligadas ao regime servil como forma de atender o clamor público (Livro de Ouro, 1884). Frente aos acontecimentos, o Centro Abolicionista incrementa as suas ações e lança

desdobramentos, pois o coronel aclamado para liderar a cruzada abolicionista, mantinha escravizados no momento da aclamação. Os liberais também defendiam a abolição mediante indenização, ou acordo de prestação de serviços pelo liberto por até mais cinco anos.

8. Há espaço para aprofundamento em futuras pesquisas sobre as entidades negras de libertação e como estas negociavam e se relacionavam com as entidades brancas. A Sociedade Emancipadora Esperança e Caridade, por exemplo, era constituída principalmente por escravizados e libertos, razão da referência para “libertar seus associados”. Observa-se que esta manteve relação de primeira hora com o Centro Abolicionista.

a “Semana Abolicionista”, organiza comissões nos três distritos e na Freguesia de Belém, em Porto Alegre e, ainda, nos três distritos de Pedras Brancas, realizando ações corpo a corpo. A associação destaca o dia 13 de agosto como determinante na campanha, com ações conjuntas em todas as áreas da cidade, com o apoio de outras associações, como a Sociedade Barão do Rio Branco e a própria direção do Centro Abolicionista. A Câmara de Vereadores, a quem é dedicado o Livro de Ouro do Centro Abolicionista (Livro de Ouro, 1884), declara em sessão oficial a extinção da escravidão em Porto Alegre no dia 7 de Setembro de 1884⁹, em seguida, troca o nome do campo da Várzea para Campo da Redenção. A ação repercute em outros municípios, como São João do Montenegro que o faz igualmente neste dia (Livro de Ouro, 1884).

O relato sobre a campanha abolicionista promovida pelo Centro Abolicionista é redigido por Joaquim de Salles Torres Homem no Livro de Ouro, dedicado à Câmara de Vereadores. O texto lista pessoas, entidades e poderes que participam da campanha. Nas 16 páginas, há diversas referências aos jornais *O Mercantil*, *Jornal do Comércio*, *A Reforma* e *A Federação*, com os seus diferentes articulistas, valorizando a participação da imprensa no processo de abolição. Também aponta o envolvimento de jornais menores e efêmeros, como *A Evolução*, *A Lente*, *O Athleta* e *A Convocação*.

9. Sabe-se, no entanto, que na prática muitos escravizados mantiveram essa condição e outros, em troca da libertação, firmaram contrato de trabalhos análogos. Da mesma forma, não houve nenhum debate sobre a inserção dos libertos na sociedade porto-alegrense, levando ao processo de periferização e marginalização das populações negras.

O livro faz elogio à imprensa, principalmente a Karl von Koseritz, “publicista de renome no Brasil e na Europa, predizia pelas columnas da Reforma a colheita de temas que deverão juncar a estrada seguida pelos abolicionistas Rio Grandenses”. Em outro trecho a única referência ao jornal *O Século*, “semanário ilustrado, convertia o brilho do espírito em que é redigido no viço e fragrância das flores de linguagem com que entretecia uma grinalda para a cidade de Porto Alegre”. Miguel de Werna, entretanto, não é citado, como monarquista tinha como um de seus principais alvos os liberais e desafeto pessoal com Koseritz (Livro de Ouro, 1884, p.10).

Joaquim Homem registra ainda em “Apontamentos” (1888) que o escritor Karl von Koseritz, em coluna no jornal *A Reforma*, predisse que até a festa marcada para o dia 7 de setembro haveria mil cartas de liberdade; o abolicionista observa que o “número foi superado” e que no dia da festa, uma sessão extraordinária da Câmara Municipal proclama “livre de escravos o município de Porto Alegre”. Na sequência, realiza-se a “*kermesse* abolicionista” (Fig. 4), divulgada pela imprensa e para a qual as comissões muito trabalham no sentido de arrecadar donativos e bens para custear as cartas de alforria (Homem, 1888, p. 7,8 e 10).

Figura 4: Quermesse abolicionista



Fonte: Zubaram, 2009, p. 14.

O texto do Livro de Ouro (1884), repassado à Câmara de Vereadores, bem como os “Apontamentos para uma história do Movimento Abolicionista na Província do Rio Grande do Sul” (1888), ambos produzidos por Torres Homem, servem de referência para a construção da história abolicionista no Rio Grande do Sul, enfatizando as sociedades da elite letrada, principalmente o Parthenon Literário, o Centro Abolicionista e a imprensa republicana, silenciando não só a organização negra pela liberdade, como também o monarquista e polemista Miguel de Werla, reforçando a proposição de Zubaran (2009, p. 1) sobre “A invenção branca da liberdade negra”.

Esta posição encontra as análises de Ramos (2013, p. 12), “nos textos publicados no jornal *A Reforma* não há referência à participação de escravos ou libertos nesse movimento em Porto Alegre ou em quaisquer outras localidades do Império”. A pesquisadora traz também as considerações de Margareth Bakos sobre a “abolição antecipada” na Província do Rio Grande do Sul, em 1884: “muito mais do que uma preocupação real com as condições dos escravizados” serve para alimentar os debates na arena política, auxiliando no confronto entre as diferentes posições que os sujeitos ocupam naquela cena e que seria “uma farsa, pois a maioria das alforrias naquele evento foi concedida com cláusulas de prestação de serviços” (Bakos apud Ramos, 2013, p. 14).

Jornais, jornalistas e colonistas, portanto, estão no centro do debate público sobre o processo de abolição e sobre o modelo de libertação a ser adotado. Os federalistas, que num primeiro momento defendem a libertação irrestrita e

imediate, aderem por consenso ao projeto de liberdade com ressarcimento financeiro, ou por continuidade do trabalho proposto pelos liberais. Esta será uma das questões centrais na disputa travada no jornal *O Século* contra os diferentes grupos republicanos, o que faz com que Miguel de Werna seja pouco referido na historiografia abolicionista.

O jornal *O Século*

A segunda metade do século XIX é de “fecundidade respeitável!” para a imprensa Rio-Grandense. Um expoente nesse período é o jornal *O Século*, fundado em 11 de novembro de 1880 e com circulação até fevereiro de 1893, no formato 43 por 30, com quatro páginas, impressas “em ótimo papel de Holanda na tipografia do diário local *Deutsche Zeitung*”. O semanário saía às quintas-feiras, entretanto, em alguns períodos registram-se interrupções por questões industriais e logísticas. O diretor-proprietário e redator é Miguel de Castro e Mello de Werna e Bilstein, ex-chefe de redação de *A Atualidade* (1867), “jornal crítico, literário e noticioso”, vice-presidente do Parthenon Literário, em 1869, a principal agremiação cultural da Província, e um dos dirigentes do semanário *O Charivari* (1877-78) (Dillenburg, s/d, p. 57; Damasceno Ferreira, 1944, p. 6 e 29; Damasceno Ferreira, 1962, p. 91, 94, 130).

Considerando que a palavra escrita tem, desde a sua origem, uma “função propagandística” dada a característica do texto escrito para fixar ideias e legendas, poder ser reproduzido muitas vezes e com autoridade persuasiva maior que a da palavra falada (Quintero, 1993, p.31), reconhecemos o potencial de *O Século* para a “função propagandística” apesar

de, diferentemente de outros títulos daquele período¹⁰, não ser considerado órgão de propaganda de um partido político. Essa condição não retira o caráter ideológico, publicitário e propagandístico dos conteúdos impressos nas páginas de *O Século*, pois como propõe Medina (1988, p.119120) um jornal “sempre deixa transparecer a posição opinativa” do proprietário.

O Século defende as posições políticas do seu editor, marcadas por críticas direcionadas à classe política, principalmente aos liberais, ao clero e a indivíduos da elite da Capital. Atendendo à sua origem aristocrática, Werna, descendente de nobres pelas famílias paterna e materna, é um monarquista extremado. Isso lhe produz inimizades, como Karl von Koseritz e Ramiro Barcelos, e ainda agressões como num inquérito em que o pardo Inocêncio João Ferreira, cozinheiro do tenente-coronel José Semião de Oliveira, foi acusado de “ferimentos e outras ofensas físicas” no dia 26 de dezembro de 1878 (Pessi; Silva, 2010, p. 137).

Os historiadores gaúchos consideram o jornal como o “mais completo semanário crítico, humorístico e ilustrado” daquele período, mesmo que frequentemente tenha exagerado na linguagem, a ponto de cair ao “baixo calão”, empregando adjetivos indicadores de “ódio crescente e irracional”. Parte da sua força advém da tiragem de 1.400 ou 1.500

10. Um dos periódicos identificados com a causa abolicionista foi *A Reforma*, fundado em 1869, em Porto Alegre, como órgão de propaganda do Partido Liberal no Rio Grande do Sul, anunciado como “jornal político, noticioso e comercial”, estudado por RAMOS (2013, p. 1).

exemplares¹¹. Para contextualizar sobre o provável público leitor daquele período, buscamos o Recenseamento da População do Império do Brasil, realizado em 1872: Porto Alegre contava com uma população de 43.998 habitantes (Atlas, 2019). Informação extraída de Hohlfeldt (2006, p. 8, nota de rodapé): “Quando da proclamação da república, em 1889, o Rio Grande do Sul possui 72% de analfabetos nas cidades, e na campanha chega a 90%”. Mesmo que Damasceno Ferreira tenha se equivocado ao indicar 12000 exemplares como a tiragem de *O Século*, o erro de digitação não nos parece invalidar a observação sobre a circulação do jornal: “realmente astronômica para Porto Alegre daquele tempo” (Dillenburg, s/d, p. 57; Damasceno Ferreira, 1944, p.6 e 29).

O Século marca “época na Província” com as suas polêmicas, apresentando algumas características do que Dillenburg (s/d, p. 57) classifica como “imprensa marrom”: jornais com “linguagem chula e destemperada, visando apenas atacar os adversários”. O periódico de Werna recorre ao humor para exceder-se “com muita frequência em indiscrições reprováveis e motejos felpudos” (Damasceno Ferreira, 1944, p. 19). No entanto, tem uma ação importante durante a campanha abolicionista, sendo homenageado pela população, pelos centros abolicionistas e também pela Câmara de Vereadores.

O front das batalhas promovidas pelo *O Século* não fica restrito às palavras. As ilustrações, que aparecem antes no

11. Os números correspondem, respectivamente, ao que está estampado na capa da edição Nº 31, do dia 3 de julho de 1881, e no miolo das edições Nº 32 e 33, dos dias 10 e 17 de julho de 1881.

jornal *Sentinela do Sul* (1867 a 1869) pelo traço elegante, criativo e revelador do talento de Inácio Weingartner, são poderosas ferramentas discursivas e estéticas também para Werna, que com litografia de boa qualidade¹² aborda com humor e crítica os fatos do momento e, sobretudo, ataca as autoridades e a concorrência (Dillenburg, s/d, p. 57). Além de Inácio Weingartner, assinam desenhos nas edições de *O Século* Antônio Eduardo de Araújo Guerra (Araújo Guerra ou A. Guerra) e J. Samarach.

Provavelmente, Miguel de Werna descrito como “um demônio em tamanho natural”, com aparência “graúdo e bonito” usando “roupas justas e gravatas espalhafatosas, e passeava, arrogante, a sua proa de moço aristocrata pelas ruas ensolaradas do burgo”, tenha se valido do jornal para extravasar a sua personalidade “provocadora”. Para marcar a sua origem aristocrática, exhibe em solenidades públicas e procissões um “espadim na cintura”, fomentando ainda mais os seus desacatos, as inúmeras rusgas e os desafetos (Damaseno Ferreira, 1944, p. 29 e 30; Dillenburg, s/d, p. 58).

Como “monarquista ferrenho”, Miguel de Werna, cujo apelido é “Urso Fidalgo”, ataca os republicanos com “violentos artigos” e imagens impressas (Fig. 5) nas páginas de *O Século*.

12. Se os apelos formais – visuais e linguísticos – de uma matéria jornalística equiparam-se à “embalagem no produto publicitário” (MEDINA, 1988, p.118), o conteúdo da capa e contracapa podem ser considerados como a embalagem do produto jornal, portanto os com mais visibilidade. Observamos na coleção examinada que nem todas as edições têm ilustrações na capa; algumas poucas trazem ilustração na contracapa e raras no miolo.

Figuras 5: O Século, capa da edição Nº 37, 14 de agosto de 1881.



Fonte: Acervo Musecom.

Um dos ataques seria revide a Ramiro Barcelos, que alugara o urso de um circo local para desfilar pelas principais ruas da cidade. A caricatura viva de Miguel de Werna “ostentava chapéu armado, gravatão rubro ao pescoço e espada a cinta” (Dillenburg, s/d, p. 58; Damasceno Ferreira, 1944, p. 31; Damasceno Ferreira, 1962, p. 113).

Naquele período, “quase todos os jornais porto-alegrenses eram políticos. Políticos e de combate” como observa Damasceno Ferreira (1944, p. 6). Entretanto, essa não seria a pretensão de Werna de acordo com a nota de apresentação da primeira edição: “Não tem *O Século* um programa definido. Tratará de todos os assuntos com imparcialidade e critério proporcionando a seus favorecedores uma leitura variada e útil, circunscrita aos limites da boa moral.” No

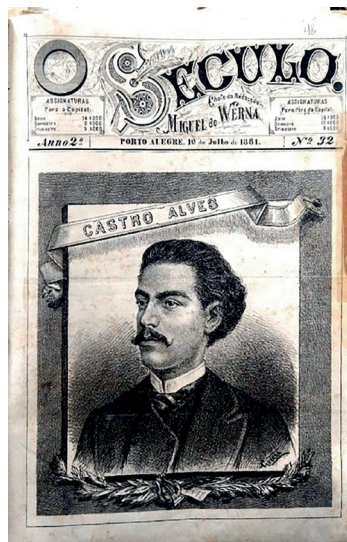
mesmo texto o editor faz a sua profissão de fé e adiante fornece mais alguns esclarecimentos:

Escrupulosos na observância dos princípios da moralidade, temos na crítica – um dos principais assuntos de nosso periódico – como única divisa: (...) promover o riso sem ofensa dos bons costumes, acatando o santuário da vida privada (...)” (Damasceno Ferreira, 1962, p. 95).

Entretanto, Damasceno Ferreira (1962, p. 97e 98) observa que em seis meses o jornal quebraria o protocolo inicial, passando “(...) a revelar os fins que tinha em mira (...) e, em breve, fará estrepitar nos quatro cantos da cidade toda sorte de engenhos de seu conceituado arsenal de explosivos (...)”. Miguel de Werna também exerce uma função pública, mas “é posto para fora da Câmara de Vereadores”, comandada pelo Partido Liberal. Um pouco depois, não conseguindo mais imprimir *O Século* nas oficinas do *Deustsche Zeitung*, e sem estar preparado, tem que montar tipografia própria, o que o faz suspender por alguns dias a publicação.

A partir do número 32 (Fig. 6), o jornal reaparece “inteiramente mudado”, com “maior conteúdo e brilho”, ganhando “o caráter de típica publicação caricata”, com retratos “de esmerada e segura execução”, assinadas pelo artista e caricaturista profissional Araújo Guerra. Esse período é “das críticas mais contundentes”, uma vez que Werna não tinha mais compromissos com a antiga casa impressora, ou seja, com “empresas estranhas” (Damasceno Ferreira, 1962, p. 99-102).

Figuras 6: *O Século*, capa da edição Nº 32, 10 de julho de 1881.



Fonte: Acervo Musecom.

A parceria Guerra-Werna estende-se por pouco mais de dois anos¹³, “fase mais expressiva de *O Século*”, que se torna o jornal de “maior tiragem e circulação da Província”. Ao público “cada vez mais interessado”, o jornal oferece “a mais sortida e adubada penca de novidades (...) mexericos mundanos, os irreverentes motejos contra o clero e as cascadeantes sátiras políticas de ácida composição”. Nem figuras públicas de prestígio, como Karl von Koseritz (Fig.

13. *O Século* provou o fel de Araújo Guerra quando este deixou o jornal após desentender-se com o proprietário; nas folhas de *A Lente* (1883 a 1886) o antigo parceiro-deseñista refere-se ao jornal como um “pasquim” e a Werna como “Zé das Neves, Canalha, cachaceiro...” (DILLENBURG, s/d, p. 57-58; DAMASCENO FERREIRA, 1944, p. 27-28).

7), foram poupadas das críticas impressas no jornal (Damasceno Ferreira, 1962, p. 99-104).

Figuras 7: *O Século*, capa da edição N° 66, 05 de março de 1882.



Fonte: Acervo Musecom.

O Século, como nenhum outro jornal daquele ciclo, alcança os tão desejados “aplausos, a extração e a popularidade”, mas também ódios, “muitos ódios” (Damasceno Ferreira, 1944, p. 29). Miguel de Werna lida com esses ódios fazendo graça: no próprio jornal informa, certa vez, estar recebendo ameaças de morte; passa então a publicar na folha as suas longas “disposições de última vontade”. Provavelmente, esses episódios tenham sido mais uma das suas galhofas, uma vez que tanto o diretor quanto *O Século* seguem na ativa por um bom período. Coincide com o período de J. Samaranch, terceiro e último ilustrador fixo, nas charges

mais violentas ele oculta a sua rubrica. Independente do desenhista, de onde, como e quando é impresso e distribuído, *O Século* segue com “seu primitivo e rude timbre crítico e satírico” (Damasceno Ferreira, 1962, p. 108 – 117).

Em relação aos propósitos que moviam o jornal de Werna, o historiador da imprensa gaúcha destaca a causa abolicionista

Não se dirá que ao periódico faltassem invariavelmente os bons propósitos nem que certos sentimentos generosos deixassem de inspirá-lo aqui ou ali. A *causa abolicionista* [grifo nosso], por exemplo, teria nele um dos seus mais pugnazes propagandistas e, se é exato que na esfera mundana e na órbita política, seu comportamento era dos mais imprudentes, seria injusto negar-lhe a diligência com que procurava policiar os costumes locais e, sobretudo, a coragem com que denunciava a incúria, as omissões ou os desmandos do Poder (Damasceno Ferreira, 1962, p. 118).

J. Samaranch adoece em meados de 1884 e deixa *O Século*, que passa a ter colaboradores provisórios, vinculados “ao estabelecimento gráfico de Alves Leite Sucessores”, onde também é impresso o jornal. Este arranjo dura menos de ano, com a chegada à mesma gráfica do concorrente *A Lente*, Werna suspende as edições, volta para as antigas oficinas e sob as condições do *Deutsche Zeitung*. O semanário “teria ainda vários anos de vida, mas apenas como folha literária, crítica e noticiosa, isto é, sem o gostoso, apreciado e indispensável complemento da charge” (Damasceno Ferreira, 1962, p. 123 – 125).

A quarta e mais acidentada etapa de *O Século* é em tipografia própria, uma rotativa Marinoni. As edições, muitas vezes interrompidas, encaminham o fim da publicação; a razão são os acontecimentos políticos – cresce a propaganda republicana

na Província – e a coleção de inimigos do “moço fidalgo”. De repente, as portas começam a se fechar: “anúncios negados, assinaturas devolvidas – falta de dinheiro. Vida dura. Na redação, poucos amigos. Na rua, gente rosnando” (Damasceno Ferreira, 1944, p. 32; Damasceno Ferreira, 1962, p. 127).

A par das reviravoltas formais – estéticas, gráficas e visuais – *O Século*, repellido pelas famílias, alcança êxito, podendo-se inferir que refletia a opinião de boa parte da sociedade gaúcha, dos leitores e seus círculos de influência. Também os seus conteúdos políticos e polêmicos podem ter corroborado com o sucesso; são muitas as contradições que envolvem o jornal de Werna: monarquista, alinhava-se aos republicanos no ataque ao clero, mas opunha-se a estes ao preservar o imperador Pedro II, pai da Princesa Isabel que viria a assinar a lei da abolição (Damasceno Ferreira, 1962, p. 119) e cuja visita a Porto Alegre, logo após a Campanha Abolicionista de 1884, foi comemorada pela publicação (Fig. 8).

Figuras 8: *O Século*, capa da edição Nº 194, 28 de setembro de 1884.



Fonte: Acervo Musecom.

Apesar da inimizade de políticos republicanos influentes, Werna segue como uma figura de referência no período posterior à República tanto como jornalista, como cidadão da sociedade que se reestruturava politicamente. Acontecimentos relativos à sua vida eram noticiados, por exemplo, pelo jornal *A Federação*, que se torna o principal veículo do início do período republicano. O falecimento de sua esposa Maria José de Werna (*A Federação*, 1890, nº 97) e de sua mãe Maria do Carmo de Werna e Bilstein (*A Federação*, 1892, nº 183), a venda de sua chácara no bairro Menino Deus (*A Federação*, 1893, nº 235) e de sua residência na rua General Portinho (*A Federação*, 1894, nº 93).

Com a eclosão da Revolução Federalista (1893-1895), a situação de Miguel de Werna torna-se insustentável em Porto Alegre. Sua partida para o Rio de Janeiro, em 29 de abril de 1894, é publicada na primeira página do periódico *A Federação* (Nº 99). A pequena nota está publicada em meio a um editorial de elogio à ação dos presidentes Júlio de Castilhos e Floriano Peixoto contra os monarquistas, uma carta de desabono a Gaspar Silveira Martins, entendido como seu líder, e ainda a tradução do editorial do *Deutsche Zeitung*, publicação dirigida por Karl von Koseritz, inimigo político de Werna desde sempre há décadas.

No entanto, Miguel de Werna e Bilstein e *O Século* permanecem no imaginário da cidade por algumas décadas. Sua filha Miguelina casa-se com o major da Guarda Nacional, João Damatta Coelho. Vereador no Império, na República ele preside a Junta Municipal, equivalente ao cargo de prefeito, entre os anos de 1891 e 1892. Nas muitas vezes que o nome do casal aparece na imprensa, é feita a referência

ao jornalista, caso da notícia da morte do major Damatta Coelho (A Federação, 1920, Nº 33), quase 25 anos depois da morte de Werna no Rio de Janeiro: “fora casado com a exma. sra. d. Miguelina Werna Coelho, filha do jornalista Miguel Werna”, o que aponta a relação de admiração e ódio ao jornalista aristocrata. No entanto, assim como *O Século*, com o aprofundamento do regime Republicano, Miguel Werna foi relegado ao esquecimento.

A propaganda abolicionista nas páginas do jornal *O Século*

Ao estudar a história do jornalismo gaúcho, Rüdiger (1998) credits aos progressos tecnológicos, introduzidos nas tipografias provinciais no século XIX, o surgimento de várias folhas ilustradas que fizeram da sátira social principal tema de publicidade. O pesquisador destaca *O Século* como a de maior longevidade e renome, principalmente pelo seu engajamento na causa abolicionista. O período inicial e áureo deste semanário, entre os anos 1880 e 1884, coincide com o recrudescimento da propaganda abolicionista nos jornais da Província do Rio Grande do Sul.

Sobre o engajamento da imprensa com a questão servil, o autor observa “ganhou autonomia dos partidos na esfera pública, forçando os jornais a agirem como partidos, de modo que não constitui exagero dizer que foram responsáveis em grande parte pela massa de alforrias verificadas em 1884”. A participação do jornal *O Século* na campanha advém da sua “(...) grande receptividade pública, promoveu e organizou a quermesse que libertou a escravaria da capital em 1884” (Rüdiger, 1998, p. 27 e 33). O prestígio da

publicação na causa abolicionista pode ser observado em um registro do jornal *A Federação* (1884, Nº 188) que noticia “Moveu-se a enorme multidão pela rua dos Andradas em direção ao 3º distrito, levando vivas à porta da casa do cidadão Miguel Werna”, quando da eliminação do escravismo no 3º distrito da Capital.

A consulta às edições do jornal *O Século* nos permite afirmar que desde os números iniciais, caso da já exibida edição de Nº 7 (Fig 3), o periódico propaga a causa abolicionista, campanha que prossegue nas capas das edições dos dois primeiros anos, seis delas reproduzidas a seguir (Fig. 9 a 14).

Figuras 9 e 10: *O Século*, capa da edição Nº 11, 23 de janeiro de 1881.
O Século, capa da edição Nº 12, 30 de janeiro de 1881.



Fonte: Acervo Musecom.

Figuras 11 e 12: O Século, capa da edição Nº 13, 6 de fevereiro de 1881.
O Século, capa da edição Nº 35, 31 de julho de 1881.



Fonte: Acervo Musecom.

Figuras 13 e 14: O Século, capa da edição Nº 43, 25 de setembro de 1881.
O Século, capa da edição Nº 76, 21 de maio de 1882.



Fonte: Acervo Musecom.

Figuras 17 e 18: *O Século*, capa da edição Nº 137, 12 de agosto de 1883.
O Século, capa da edição Nº 172, 20 de abril de 1884.



Fonte: Acervo Musecom.

A edição seguinte saúda a abolição pioneira no estado do Ceará, em 25 de março de 1884, homenageando na capa (Fig. 19) um líder jangadeiro.

Figura 19: *O Século*, capa da edição Nº 173, 20 de abril de 1884.



Fonte: Acervo Musecom.

Para a quermesse que se realiza na Capital da Província do Rio Grande do Sul, nos dias 7 e 8 de setembro de 1884, o repórter jornal *O Século* entra novamente em ação (Fig. 20) tirando o chapéu para clamar aos leitores por doações. A parte central do impresso (Fig. 21) traz a lista com nomes e os respectivos objetos já ofertados.

Figuras 20 e 21: *O Século*, capa da edição Nº 189, 17 de agosto de 1884. *O Século*, página 2 da edição Nº 189, 17 de agosto de 1884.



Fonte: Acervo Musecom.

Na capa da edição seguinte (Fig. 22) a representação de Porto Alegre liberta das suas correntes e o estímulo no texto-legenda para os cidadãos-leitores prosseguirem a missão humanitária.

Figura 22: *O Século*, capa da edição Nº 190, 24 de agosto de 1884.



Fonte: Acervo Musecom.

No dia 7 de setembro de 1884, considerado por alguns autores como a data da “libertação” dos escravizados em Porto Alegre, sai a edição Nº 192 do jornal *O Século* com ilustrações na capa, miolo e contracapa. Na página 1, o abolicionista Joaquim Pedro Salgado, ligado ao Parthenon Literário e presidente do Centro Abolicionista de Porto Alegre. A liberdade é representada na contracapa desse mesmo exemplar com a imagem (Fig. 23) descrita por Zubaran (2009, p. 8):

uma figura feminina, branca, vestida à romana, de sandálias, na cabeça o barrete frígio vermelho, símbolo republicano, na mão esquerda a bandeira do Rio Grande do Sul e no fundo, o sol raiando no horizonte na data da independência corroborava a imagem de uma abolição rio-grandense patriótica. No chão jaziam os grilhões partidos, símbolos da abolição da escravidão.

A historiadora refere José Murilo de Carvalho para quem “até o final do século, jornais e revistas não se afastaram desse modelo estabelecido pela Revista Ilustrada” para representar a liberdade (Zubaran, 2009, p. 8).

Figura 23: *O Século*, contracapa da edição Nº 192, 7 de setembro de 1884.



Fonte: Acervo Musecom.

Mesmo após o término da jornada e da quermesse abolicionistas, *O Século* segue dando publicidade aos atos e personagens pró-emancipação. E defendendo a continuidade da monarquia (Fig. 24 e 25).

Na contracapa da mesma edição Nº 217 (Fig. 26) a disputa pelo poder entre a liberdade e os escravagistas.

Figuras 24 e 25: O Século, capa da edição Nº 202, 23 de novembro de 1884.
O Século, capa da edição Nº 217, 15 de março de 1885.



Fonte: Acervo Musecom.

Figura 26: O Século, contracapa da edição Nº 217, 15 de março de 1885.



Fonte: Acervo Musecom.

As estratégias do jornal *O Século*

Do conjunto de imagens e textos apresentados é possível apontar que *O Século* atuou pró-campanha abolicionista com duas estratégias através das suas imagens, e com outras duas a partir de formatos escritos. Nas imagens de capa, o semanário realiza homenagens a abolicionistas de perfil conservador. Internamente, as imagens apresentam denúncias de situações cotidianas, instituições e o povo, ou atacam opositores. Nos textos, o periódico critica a posição dos partidos e das elites da cidade sobre o processo de abolição. Outro recurso é a publicação de notas, cartas e artigos sobre a campanha, e convites relacionados a atividades e eventos abolicionistas.

Assim como a historiografia republicana construiu um panteão de heróis da causa abolicionista – muitos tornados nome de rua na Capital do estado – as capas do jornal *O Século* apresentam um conjunto de personagens que atuaram pró-abolição principalmente os de perfil monarquistas, caso de Joaquim Nabuco (1881, Nº 11), Castro Alves (1881, Nº 32), José de Alencar (1881, Nº 36) e, também, a princesa Isabel (1884, Nº 194) quando anuncia a sua visita à Capital logo depois do processo abolicionista. Para o dia 7 de setembro de 1884, que marca oficialmente a Abolição em Porto Alegre, é reservada a capa ao coronel Joaquim Pedro Salgado (1884, Nº 192).

No conjunto de homenagens aparece Quintino Bocaiúva (1883, Nº 143) um notório abolicionista e importante líder republicano. *O Século* parece destacar apenas o processo da abolição sem creditar suas outras iniciativas políticas. A visita do casal de príncipes ao Rio Grande do Sul, durante

janeiro de 1885, é acompanhada com entusiasmo pela publicação durante as edições de janeiro, retomando a perspectiva monarquista com mais força. Em 14 de dezembro de 1884 (Nº 205), a capa é dedicada à defesa. Seis figuras tentam arrancar as raízes da monarquia, entre elas o jornal *A Federação*.

O periódico de Miguel de Werna dedica grande parte da sua produção informativa a notas e artigos sobre anúncios e convites para eventos. A criação de entidades abolicionistas ganha destaque nas suas páginas, caso da edição do dia 23 de setembro de 1883, quando o editor saúda “É com intima satisfação que noticiamos ao publico a criação da sociedade libertadora Sul-riograndense na capital do Imperio.” (Nº 143). Também as ações em prol da liberdade de entidades tradicionais: “A comissão nomeada pela loja maçônica Luz e Ordem que funciona nesta capital, para promover a libertação de escravos no dia 24 de junho proximo vindouro” (1884, Nº 177).

Além de informar, o periódico publica as chamadas para os atos dos abolicionistas da capital, como o importante evento de criação do Centro Abolicionista em setembro de 1883 (Nº 143). Da mesma forma dedica bastante espaço à organização da quermesse, prevista para ocorrer no dia 7 de setembro de 1884, desde o lançamento da proposta quase um mês antes. Seguindo a nota, “O Centro Abolicionista, do qual é presidente o sr. coronel Joaquim Pedro Salgado, resolveu promover uma kermesse abolicionista, que se realizará na praça do palacio no proximo dia 7 de setembro.” (1884, Nº 188). Os atos oficiais também estão noticiados como a medida definida pela Câmara de Vereadores em função das

festividades abolicionistas. O principal registro é a oficialização da Libertação pela Câmara de Vereadores que “Para comemorar o grande acontecimento abolicionista que festejamos hoje, resolveu a câmara municipal dar ao Campo do Bomfim o nome de Campo da Redenção” (1884, Nº 192).

Desta forma, observam-se estratégias informativas que buscavam fortalecer as instituições envolvidas nos processos, sem com isso destacar os indivíduos. Estes aparecem principalmente de forma jocosa, como nas eleições em dezembro daquele mesmo ano de 1884, quando o jornal noticia que “O nosso colega Koseritz é talvez o homem mais popular de Porto Alegre. E a prova tivemos-na na eleição do dia 3 do corrente. O eminente publicista teve dois votos”. Depreende-se com isso que os informes sobre o processo abolicionista, de maneira geral, têm como finalidade exaltar as diferentes iniciativas ou convocar para atividades, postura contrária às notas políticas e de cotidiano que em sua maioria ironizam ou provocam os envolvidos, reforçando a definição satírica conferida à publicação.

O debate sobre o processo escravista também aparece em colunas e artigos, ou seja, em formatos do gênero opinativo. A principal coluna é “A voz do Escravo”, definida por Werna como “órgão protetor dos infelizes que vivem no cativeiro” (1881, Nº 21), e presente em várias edições (Fig. 21) desde o surgimento do jornal, em 1880, até a abolição antecipada em 1884. Nessas colunas são apresentadas, principalmente, denúncias de violências cometidas por escravistas. O jornal também se posiciona editorialmente em relação à atuação dos partidos no processo abolicionista

Dous partidos se levantaram – o liberal e o conservador, disputando cada um a posse da bandeira da liberdade, porem ambos iguaes em idole, ambos tendo por guia o mesmo norte, isto é, a ambição, e na satisfação de seus vis interessesde tudo cogitam, menos a liberdade. (...) Nada disso enxergão os partidos políticos do Brazil. Mergulhados numa política tacanha, tendo por divisa unicamente os seus interesses, eles querem a todo transe a escravidão (...) Incapazes do trabalho, incapazes de tudo julgão que no dia em que terminar a escravidão no brazil, terminará também sua gloria, o seu bem estar! (*O Século*, 1881, Nº 12).

A imprensa, igualmente, é alvo de críticas no jornal de Miguel de Werna, apesar da crítica mais dura ser em relação aos liberais, os conservadores do jornal *A Reforma* não escapam do crivo de *O Século* para quem

o divertidissimo conservador entende que o seu amigo de Bagé, o sr. Gaspar Lemos Bittencourt, praticou uma ação nobilissima e digna de figurar em letras garrafaes no frontispicio da nossa historia, alforriando *por dinheiro* uma sua escrava¹⁴ (*O Século*, 1884, Nº185).

As personas criadas para informar ou acompanhar os acontecimentos são uma outra estratégia de atentar para o debate abolicionista. No entanto, ao mesmo tempo em que defendem a libertação e o acesso à cidadania dos escravizados, transparecem nessas figuras o imaginário do período. As personagens institucionais são geralmente mulheres caucasianas, seja a representação de *Porto Alegre*, que sempre aparece com a coroa que representa a fortaleza da

14. Destaque do jornal.

cidade, ou a *Liberdade* que mesmo referindo-se aos negros, está sempre em contexto que lhes remete a entidades abolicionistas de brancos, como o Centro Abolicionista.

A imagem de Porto Alegre, no entanto, tem uma exceção, na edição do dia 24 de agosto de 1884 (Nº 190), a figura da cidade é representada com traços – boca e nariz – mais negroides. A figura tem correntes arreventadas em sua mão e em torno da coroa aparece uma estrela e uma aureola. A legenda refere que “A Leal e Valorosa Porto Alegre prossegue em sua humanitaria e santa missão. Um hurrah a Porto Alegre! Viva a Liberdade!”

A personagem negra que aparece desde 1883 possui uma função complexa: anuncia-se como repórter (1883, Nº 151), representa a perspectiva do próprio jornal (1884, Nº 189), mas também quer ser a voz do povo, partindo da lógica de que o jornal refletiria a opinião pública (1884, Nº 188). É o imaginário de Werna sobre a população da cidade, que apesar de ser considerada pelos visitantes como a “cidade dos alemães”, para o editor de *O Século* o povo, em geral, é considerado como negro.

Considerações finais

O conteúdo do jornal *O século* apresenta permanências e algumas diferenças em relação à historiografia produzida pelos republicanos sobre a abolição em Porto Alegre. Por um lado, os textos mantêm o silenciamento das entidades e iniciativas promovidas por negros escravizados e libertos em prol da causa. Por outro, denunciam articulações dos partidos Liberal e Federalista, principalmente, em construir um modelo de abolição que não produzisse uma quebra nos privilégios das elites escravistas, seja através de recompensa pecuniária, ou principalmente pela manutenção dos trabalhadores através de contratos de ressarcimento.

Para isso, editorialmente, foram utilizados quatro formatos durante todos os anos da campanha abolicionista. As imagens de capa homenageiam abolicionistas, mas ao mesmo tempo buscam reforçar a linha editorial do jornal que alia abolicionismo com monarquia. A iconografia construída atende a esse propósito.

Essa relação entre monarquistas e abolicionistas não constitui exatamente uma contradição, mas sim uma incoerência, ou seja, a defesa de um regime imperial que mantinha na prática o escravismo. Mesmo a referida simpatia do Imperador e da Princesa ao movimento escravista, esses governantes defendiam uma transição que não afetasse a estabilidade social e da nação. Com isso, os interesses políticos e econômicos reais estavam colocados acima da questão humanitária, defendida por muitos abolicionistas monarquistas.

As outras imagens são caricaturas ou registro situações cotidianas, que se propõem à crítica ao escravismo, à política

e às elites da cidade. Imagens que estampam as ações de liberais e republicanos a favor da campanha abolicionista, mas também apontam as incoerências destes em relação aos princípios abolicionistas. Como exemplo, Karl von Koseritz, um liberal frequentemente atacado, pois mantinha escravos, mesmo atuando em entidades com princípios abolicionistas como o Parthenon Literário. Questões como essas são apontadas em muitas das edições do jornal.

Dois outros formatos prioritários são textuais, ou seja, um conjunto de textos em forma de notas, colunas e artigos com função informativa e objetivo de manter as pessoas atualizadas sobre os acontecimentos relativos ao processo de libertação, enquanto outros exaltam algumas iniciativas dos abolicionistas. Os demais textos, de caráter opinativo, são críticos aos partidos, clero e integrantes das elites. Com exceção dos partidos políticos, cuja presença é permanente nesses textos, muitas das críticas são contra indivíduos – o que criou animosidades e inimizades em relação a Miguel de Werna.

A controversa personalidade do editor, espelhada nos textos e imagens das edições de *O Século*, pode ter contribuído para a sua desqualificação como sujeito ativo na história da campanha abolicionista. Entretanto, um olhar mais atento mostra que a elite política e intelectual mantinha uma relação dúbia com o jornalista. Por sua origem nobre, ele ocupa um lugar diferenciado em relação aos outros descendentes germânicos cujas famílias haviam enriquecido com o trabalho na colônia. Essa relação, assim como os recorrentes ataques aos liberais e aos republicanos, produzem uma permanente tensão entre

admiração, temor e ódio a Werna. A figura de urso a ele atribuída é reveladora nesse sentido.

A atuação marcante de Miguel de Werna na imprensa e na política explicam a sua permanência no imaginário da cidade até as primeiras décadas do século passado. Tanto na campanha abolicionista – sendo homenageado pela Câmara, pelo Clube Abolicionista e pela população – como em entidades literárias e intelectuais, indicando que o seu esquecimento na história tem relação com a postura de monarquista extremado. Na substituição de regime, marcada ainda pelo conflito armado no Rio Grande do Sul, a Revolução Federalista, tudo o que remete ao Império deve ser superado e, desta maneira, Werna é também deixado no tempo.

A abolição pelo registro da imprensa, aqui estudada no jornal *O Século*, é construída pelas elites políticas regionais em Porto Alegre, durante a “libertação dos escravos” no dia 7 de setembro de 1884, quase quatro anos antes da abolição nacional e na mesma data da independência do Brasil. Os festejos e os registros mostram uma monumentalização da abolição, pois sabe-se que existiram escravizados na cidade até 1888, além dos contratos de cinco e sete anos de prestação de serviço em troca da liberdade. Com isso, muitos abolidos em 1884 mantiveram as antigas relações por contrato mesmo depois da abolição legal.

A elite preocupa-se, igualmente, em afirmar a primazia da Capital da Província do Rio Grande do Sul em defesa da liberdade dos escravizados, refletindo a índole do povo gaúcho. Mas esta é uma construção posterior, pois historicamente Ceará e Amazonas realizam a abolição antes, são os estados que desencadeiam o processo em nível nacional

e reforçam as narrativas que destacam os líderes republicanos. Zubaran (2009, p. 3), citando David Blight, define o estudo da memória social como a “disputa cultural de verdade contestadas ou de textos que apresentam versões antagônicas do passado, que são postas a serviço do presente”. A autora entende que a narrativa dominante sobre a abolição em Porto Alegre se trata de um “produto seletivo do imaginário social das elites brancas e que exerceu um impacto considerável na historiografia tradicional sobre a abolição no Rio Grande do Sul” (Zubaran, 2009, p. 5).

A ideia de uma invenção branca produz o apagamento dos negros como sujeitos históricos. Ficam relegadas ao silenciamento as ações realizadas pelos escravizados de maneira individual, organizada e mesmo através de fugas e violência, o que faz com que muitos defendam a abolição por questões de segurança. Fato esse que é possível observar na imprensa do período, incluindo o jornal *O Século*. Ao mesmo tempo, fica externo ao processo todo o discurso eugênico do período que leva ao afastamento e à marginalização da população negra.

Com isso, o escravismo, mesmo abolido juridicamente no século XIX, deixa sequelas que ainda repercutem sobre a sociedade. Para reparar a dívida estrutural e histórica que o Brasil tem com parte tão representativa da sua população – importa lembrar que os negros constituem cerca de 56% do atual contingente populacional brasileiro – é necessária uma maior amplitude nas políticas públicas. Um bom começo e exemplos são às ligadas à educação e ao trabalho, com cotas para acesso às universidades e aos serviços públicos.

Referências

- ARENDDT, Isabel Cristina; WITT, Marcos Antônio; WEIMER, Günter. A imigração alemã no Rio Grande do Sul. In: BOLLE, Will; KUPFER, Eckhard E. *Cinco séculos de relações brasileiras e alemãs*. São Paulo: Editora Brasileira Arte e Cultura, 2013. Disponível em <http://brasil-alemanha.com/br/index.php>. Acesso em fev.2020.
- ATLAS. *Atlas Econômico do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Procergs, 2019. Disponível em <https://atlassocioeconomico.rs.gov.br/demografia-1872-a-1980> Acesso em abr.2020.
- BAKOS, Margaret Marchiori. *Rio Grande do Sul: escravidão e abolição*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1982.
- BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: 70, 1977.
- CARNEIRO, José Fernando. *Karl von Koseritz*. Porto Alegre: Secretaria da Educação e cultura, 1959.
- CHAVES, Ricardo. Os primórdios da charge na Província Gaúcha. Zero Hora. Disponível em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/almanaque/noticia/2017/08/os-primordios-da-charge-na-provincia-gaucha-9874017.html>. Acesso em mar.2020.
- DAMASCENO FERREIRA, Athos. *Imprensa Caricata do Rio Grande do Sul no Século XIX*. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1962.
- DAMASCENO FERREIRA, Athos. *Jornais Críticos e Humorísticos de Porto Alegre no Século XIX*. Porto Alegre: Livraria do Globo, 1944.
- DICIO (2009-2020). *Dicionário Online da Língua Portuguesa*. Disponível em <https://www.dicio.com.br/veador/>. Acesso em mar.2020.
- DIHL, Tuane L. (Des) construindo uma memória: a campanha

- aboliconista nas páginas do jornal A Federação. *Revista Hydra*, vol. 1, n. 2, agosto de 2016, p. 170 a 185.
- DILLENBURG, Sérgio R. *Quatro publicações marcantes no Jornalismo Rio-Grandense*. Nova Petrópolis/ RS: Editora Amstad, [s.d.].
- DUARTE (2001). *Descendentes de João Batista do Canto*. Disponível em <http://famihamiguelduarte.blogspot.com/2011/01/descendentes-de-joao-baptista-do-canto.html> Acesso em fev.2020.
- ECO, Humberto. *Cinco Escritos Morais*. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- FLORES, Hilda Agnes Hübner. Alemão, vida associativa. In: FLORES, Hilda Agnes Hübner (Org.). *Porto Alegre: história e cultura*. Porto Alegre: Martins Livreiro: 1987.
- FLORES, Moacyr. *História do Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: Ed. Nova: Dimensão, 1996.
- FONSECA, Joaquim. *Caricatura: a imagem gráfica do humor*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1999.
- GARCIA, Letícia. 2016. *O Parthenon Literário*. *Jornal do Mercado*. Disponível em <https://jornaldomercado.com.br/o-Parthenon-literario/> Acesso em mar.20.
- HARING, Carlos Guilherme. *Almanak da Corte e Província do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Editores Eduardo e Henrique Laemmert, 1864.
- HOHLFELDT, Antonio; RAUSCH, Fábio. A imprensa sul-rio-grandense entre 1870 e 1937: Discussão sobre critérios para uma periodização. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2006, Distrito Federal. *Anais...* [...] São Paulo: Intercom, 2006. Disponível em: <http://goo.gl/SHZb65>>. Acesso em jan. 2020.
- HOMEM, Joaquim S. T., *Apontamentos para a História do Movimento Abolicionista na Província do Rio Grande do Sul*. Porto

- Alegre: Typ.da Reforma, 1888.
- HUDEC, Vladimir. *O que é Jornalismo*. Lisboa: Caminho, 1980.
- LEI. Lei nº 3145, de 18 de junho de 1968. *Legislação Municipal de Porto Alegre*. Disponível em <https://leismunicipais.com.br/a1/rs/p/porto-alegre/lei-ordinaria/1968/314/3145/lei-ordinaria-n-3145-1968-oficializa-a-homenagem-ao-1-centenario-de-fundacao-da-sociedade-Parthenon-literario> Acesso em fev.20
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação e Jornalismo*. A saga dos cães perdidos. São Paulo: Haecker, 2000.
- MASSON, Camilo de Lellis. *Almanak Administrativo, Mercantil e Industrial da Bahia para o ano de 1860*. Salvador: Thypografia de Camilo de Lellis Masson& C, 1860. Disponível em http://memoria.bn.br/pdf/706825/per706825_1860_00002.pdf. Acesso em jan.20
- MEDINA, Cremilda. *Notícia, um Produto à venda: Jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Summus, 1988.
- MONTEIRO, Charles. *Porto Alegre, urbanização e modernidade – a construção social do espaço urbano*. Porto Alegre: Edipucrs, 1995.
- MONTI, Verônica A. Martini. *O abolicionismo: sua hora decisiva no Rio Grande do Sul – 1884*. Porto Alegre: Martins Livreiro, 1985.
- MOREIRA, Paulo Roberto Staudt. *Os cativos e os Homens de Bem: experiências negras no espaço urbano*. Porto Alegre: EST Edições, 2003.
- MOREIRA, Paulo Staudt. O Aurélio era preto: trabalho, associativismo e capital relacional na trajetória de um homem pardo no Brasil Imperial e Republicano. *Estudos Ibero-Americanos*, PUCRS, v. 40, n. 1, p. 85-127, jan.-jun. 2014.
- NABUCO, Joaquim. *O Abolicionismo*. São Paulo: Publifolha, 2000.

- NOAL FILHO, Valter Antonio; FRANCO, Sérgio da Costa. *Os viajantes olham Porto Alegre:1754-1890*. Santa Maria: Anaterria, 2004.
- OLIVEIRA, Ryan de Souza. *Colonização Alemã e Poder*. A cidadania brasileira em construção, Rio Grande do Sul 1863-1889. Dissertação de mestrado. Programa de pós-Graduação em História. Universidade de Brasília, 2008.
- PEOPLEPILL. Biografia de Miguel de Castro Canto e Mello de WernaBilstein. Disponível em <https://peoplepill.com/people/miguel-de-castro-canto-e-melo-de-werna-e-bilstein/>. Acesso em jan. 2020.
- PESSI, Bruno S.; SILVA, Graziela Souza e. *Documentos da escravidão: processos crime: o escravo como vítima ou réu*. Rio Grande do Sul. Secretaria da Administração e dos Recursos Humanos. Departamento de Arquivo Público. Porto Alegre: Companhia Rio-Grandense de Artes Gráficas (CORAG), 2010.
- PORTO-ALEGRE, Achylles. *Homens Ilustres do Rio Grande do Sul*. Livraria Selbach, Porto Alegre, 1917. Disponível em <http://arrow.latrobe.edu.au/store/3/4/4/0/9/public/B17581473CompleteBook.pdf> Acesso em fev.2020
- QUINTERO, Alejandro Pizarroso. *História de la Propaganda*. Madrid: EUDEMA, 1993.
- RAMOS, Gislaine Borba. *A campanha abolicionista em Porto Alegre: considerações a partir do jornal A Reforma (1870-1888)*. Disponível em <http://www.escravidaoliberdade.com.br/site/images/Textos.6/gislaineramos.pdf>Acesso jul. 2019.
- _____. “*Anda que ninguém te valerá*”: violência contra escravos nas páginas do jornal A Reforma (Porto Alegre, 1870-1888). UFRGS: Trabalho de Conclusão de curso em Bacharelado

- em História, 2010. Disponível em:<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/30470>. Acesso jul. 2019.
- _____. “*É a causa dos oprimidos a que abraçamos*”: considerações sobre escravidão e liberdade nas páginas do jornal *A Reforma* (Porto Alegre / 1870-1888). UFRGS: Dissertação de Mestrado PPGHIST, 2014. Acesso jul. 2019.
- RÚDIGER, Francisco. *Tendências do jornalismo*. Porto Alegre: UFRGS, 1998.
- SILVA, Jandira; CLEMENTE, Elvo; BARBOSA, Eni. *Breve histórico da imprensa sul-rio-grandense*. Porto Alegre: Corag, 1986.
- SODRÉ, Néelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Martins Fontes, 1983.
- SPERB, Paula. 2018. Antes da abolição, intelectuais faziam vaquinha para libertar escravos. *BBC News Brasil*. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45559374>. Acesso em fev.2020.
- THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade: Uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- WEIMER, Günter. *Arquitetos e construtores Rio-Grandenses na Colônia e no Império*. Santa Maria: Editora da UFSM, 2006, 214 pp.
- ZUBARAN, Maria Angélica. A invenção branca da liberdade negra: memória social da abolição em Porto Alegre. *Revista de História e Estudos Culturais Fênix*. Ano 6, n.3, 2009. Disponível em <http://www.revistafenix.pro.br/PDF20/ARTIGO>. Acesso jul. 2019

Fontes primárias impressas

A FEDERAÇÃO – Hemeroteca Digital Brasileira da Fundação
Biblioteca Nacional

O SÉCULO – *Museu da Comunicação Hipólito José da Costa*
LIVRO DE OURO DO CENTRO ABOLICIONISTA (7/9/1884) –
Arquivo Histórico de Porto Alegre

CAPÍTULO 4

Jornalismo e *flânerie* na cidade mutante: o viés da nostalgia na crônica de Aquiles Porto Alegre (1848-1926)

Cida Golin (UFRGS)

Claudio Cruz (UFSC)

A escrita e a cidade moderna

Em sua monumental obra *A cidade na história* (1988), Lewis Mumford sugere a hipótese de que escrita e cidade talvez tenham nascido juntas, e juntas tenham constituído o ponto de partida da cultura humana no pleno sentido da palavra. Alguns anos depois dessa publicação, Roland Barthes parece enriquecer tal ideia ao perceber a própria cidade como constituindo uma escrita. Por fim, quando Ítalo Calvino lança *Cidades invisíveis*, pode-se fechar o círculo. Em uma de suas narrativas, diz Marco Polo ao todo poderoso Kublai Khan: “Você sabe melhor que ninguém, sábio Kublai, que jamais se deve confundir uma cidade com o discurso que a descreve.” Contudo, existe uma ligação entre eles¹. Antes dos três escritores citados, mais precisamente a partir do final dos anos de 1920 e, principalmente, ao longo

1. Esse trecho inicial foi quase integralmente retirado de: CRUZ, Claudio. Erosidades: o grande motel das estrelas. *Portuguese Literary & Cultural Studies*, Utrecht (Holanda), 1, Spring, 2007.

da década de 1930, o crítico e filósofo Walter Benjamin iria desenvolver textos fundamentais no que diz respeito às relações entre escrita e cidade. Entre as cidades que escolheu investigar, a mais importante delas veio a ser Paris, que o crítico elevou à condição de “capital do século XIX”. E, se quisermos refletir sobre jornalismo e *flânerie*, é a Paris, sem dúvida, que devemos dirigir inicialmente nossa atenção. Foi nesta cidade que surgiu tanto o que ficou mundialmente conhecida como *flânerie*, como o próprio jornalismo moderno, de cunho empresarial. Na obra que dedicou para investigar, nas suas mais variadas dimensões, aquela “capital do século XIX”, a inacabada *Passagenwerk*, ou, *O trabalho das passagens*, Benjamin afirma: “A base social da *flânerie* é o jornalismo”. (Benjamin, 2006, p. 490)

Que o cronista que nos ocupa seja um jornalista, não há a menor dúvida, como veremos neste artigo; já classificá-lo como *flâneur* solicitará algumas considerações prévias. O tema do *flâneur* é antigo e teve seu aparecimento na cidade de Paris, remontando pelo menos ao século XIX, mas voltou a ganhar um grande destaque a partir da progressiva recepção da obra de Benjamin que iria ocorrer ao longo do século XX. O filósofo alemão fez do *flâneur* algo mais do que um simples “tema”, já que elaborou a partir dessa figura histórica um de seus mais importantes conceitos para o entendimento da vida urbana moderna e da modernidade em geral. Naturalmente que não se pretende aqui considerar o *flâneur* em toda a sua complexidade e riqueza encontradas nos textos benjaminianos que dele se ocupam, geralmente vinculados às análises da obra de Baudelaire. Como se sabe, o poeta francês foi tomado por Benjamin como um

dos autores mais representativos do processo de modernização do capitalismo ocidental. Nem a obra de Aquiles Porto Alegre, nem a cidade que procurou representar, comportariam a utilização extensiva do conceito de *flâneur* tal como elaborado por Benjamin. Não obstante isso, a utilização parcial desse conceito, assim como a ideia do *flâneur* em geral, pode ser útil para analisarmos as crônicas desde que consideremos a *flânerie* possível naquela Porto Alegre que mal iniciava seu processo de modernização.

Quanto às características desta figura típica do século XIX francês, mas que se espalhou pelo mundo rapidamente, muitas delas podem ser encontradas na sessão intitulada “O *flâneur*” da monumental *Passagenwerk*. Ali podemos nos deparar com inúmeros excertos que Walter Benjamin retirou dos mais variados livros que buscam configurar e definir esse tipo urbano, sendo que as características mais condizentes com nosso cronista seriam: o desejo onívoro de perambular diariamente pelas ruas da cidade, observar tudo que a compõe, andar em busca de seus acontecimentos, seus tipos característicos, suas paisagens, sua arquitetura, tudo isso devendo de alguma forma ser envelopado num texto, mais especificamente, numa crônica.

Por fim, se quisermos identificar uma data de nascimento tanto para esse jornalismo moderno quanto para a figura do *flâneur*, não estaremos longe da verdade se a situarmos na década de 1830, justamente nesta cidade de Paris (Benjamin, 1989). Seguindo com Benjamin lemos: “Sem dúvida que foi Paris que criou o tipo do *flâneur*” (1997, p. 215). E, por sua vez, esse mesmo tipo será, na visão benjaminiana, o leitor da cidade por excelência. Mais propriamente, será um dos primeiros

intérpretes da cidade moderna, que terá na capital francesa o seu paradigma. Há uma abundante literatura a sustentar a ideia de que foi no período do Segundo Império francês (1852-1870), dominado pela figura de Napoleão III, que Paris iria se transformar, a partir das radicais mudanças urbanas implementadas pelo seu prefeito Haussmann. Já “por volta de 1880 os padrões de Haussmann foram universalmente aclamados como o verdadeiro modelo do urbanismo moderno” (1986, p. 147).

Mais do que Paris propriamente dita, irá nos interessar daqui pra frente a Paris como “fonte inspiradora de um imaginário exportável” (Pesavento, 1999, p. 59), que se reproduz rapidamente por todas as partes do Ocidente, gerando em alguns casos fenômenos de impacto regional considerável. No caso sul-americano, há duas cidades que merecem destaque: Buenos Aires e Rio de Janeiro, que disputaram no período da *Belle Époque* qual delas mereceria chamar-se a “Paris da América do Sul”. O fato de a primeira ter levado larga vantagem neste aspecto, por motivos que não vêm ao caso aqui, importa menos que o fato de que a cidade de Porto Alegre, que serviu de solo para as crônicas de Aquiles, ficava aproximadamente equidistante dessas duas principais metrópoles sul-americanas naquele momento. E, além disso, algo mais importante, situava-se relativamente próxima de ambas. Sujeita, portanto, a uma influência mais direta dessas metrópoles regionais, além, claro, da mais distante de Paris, que nunca deixou de existir.

Porto Alegre, capital

Feitas essas considerações sobre as três cidades que pautaram a modernização de Porto Alegre, que terá início

logo após a proclamação da República, retracemos em rápidas linhas o desenvolvimento urbanístico da cidade que serviu de base tanto para a *flânerie* do nosso cronista quanto para as crônicas que, a partir dela e da memória, produziu, quase em sua totalidade, no período de 1915 a 1925 – principalmente no último quinquênio, que atingiu o impressionante ritmo de cerca de dois livros publicados por ano.

Fundada no final do século XVIII, Porto Alegre, tomando por base o registro de dezenas de visitantes estrangeiros que por ali passaram no decorrer do século XIX², foi se constituindo como a principal cidade do sul do Brasil. Nas primeiras décadas do século XX, a partir do comando da chamada geração positivista gaúcha, sob a liderança incontestada de Júlio de Castilhos, a capital sulina iria passar por um rápido processo de modernização, paralela às transformações urbanas que vinham ocorrendo em outras partes do país, em especial no Rio de Janeiro, que servia de inspiração direta às outras capitais brasileiras, somada à experiência semelhante de Buenos Aires e, de forma mais distante, à de Paris, como já vimos.

Há certamente uma “temporalidade das práticas sociais e de suas representações, mas as ideias ‘viajam’ no tempo e no espaço e são recicladas em outro contexto, que as historiciza”. (Pesavento, 1999, p. 23) O que se tinha em Porto Alegre era uma cidade que, por décadas, havia se mantido ainda firmemente estabelecida em seus valores “coloniais”,

2. Ver, especialmente, NOAL, Valter Antonio & FRANCO, Sérgio da Costa. *Os viajantes olham Porto Alegre. 1754-1890*. Santa Maria, Anaterria, 2004.

no sentido de serem antigos e tradicionais, e que se lançava então naquilo que Marshall Berman chamou de uma aventura da modernidade (Berman, 1986). No entanto, como lembra corretamente Sandra Pesavento, não podemos esquecer as substanciais diferenças entre uma capital central como Paris (e mesmo entre periféricas, mas importantes em termos internacionais, como Buenos Aires e Rio de Janeiro) e capitais de menor porte, como a cidade de Aquiles Porto Alegre. Não obstante isso, não devemos “descartar a possibilidade das analogias”, que fornecem a porta de entrada para o ingresso da modernidade urbana (Pesavento, 1999, p. 163)

Célia Ferraz de Souza, em seu livro *Plano Geral de Melhoramentos de Porto Alegre – o plano que orientou a modernização da cidade*, um estudo detalhado sobre as diretrizes que serviram de base e que, em grande medida, orientaram todo o planejamento da capital gaúcha ao longo do século XX, explica muito bem o contexto histórico em que Aquiles publica os seus vários livros de crônicas sobre a cidade. O referido plano foi apresentado ao governo municipal pelo engenheiro-arquiteto João Moreira Maciel em 1914, a pedido do então prefeito José Montauray. Como já dito, de 1915 a 1925 Aquiles iria publicar a maioria de suas crônicas. Diz Ferraz:

No início do século XX, a nascente burguesia local passava a exigir novos ambientes, como cafés, confeitarias, restaurantes, teatros, cinemas, espelhando-se no comportamento da burguesia da capital do país, o Rio de Janeiro, ou mesmo da própria burguesia francesa, que era a grande referência. (Ferraz, 2020, p. 24)

Mais adiante, a autora voltará a tratar desses ambientes “modernos”, para acrescentar alguns dados novos, como a

importância da construção do porto fluvial, obra seminal e decisiva para a modernização efetiva da capital, que se daria nas décadas seguintes, em dois surtos fundamentais de crescimento. O primeiro abarcou o período de 1924 a 1943 – em três dinâmicas administrações municipais encadeadas –, e o segundo ocorreu já nos anos de 1970, em pleno regime militar.

Se tomarmos como parâmetro a população da cidade no ano da proclamação da República, 1889, que contava com cerca de “42 mil almas”, veremos que aumentou mais de quatro vezes desta data até o ano da morte de Aquiles, em 1926, quando Porto Alegre já atingia os 180 mil habitantes. Além desse crescimento exponencial, constituía-se numa cifra populacional bastante significativa para a época, em termos brasileiros, já que apenas a Capital Federal havia ultrapassado a cota de um milhão de pessoas, e São Paulo mal havia atingido 500 mil.

A pergunta que se impõe é: como Porto Alegre e seus moradores reagiram às transformações consideráveis que vinham ocorrendo com a cidade desde a última década do século XIX? E, mais especificamente, como Aquiles Porto Alegre, através de suas crônicas, iria representar aquela acelerada modernização? Seja lá como tenha sido – buscaremos analisar a seguir –, o certo é que, em vários aspectos, ele não diferiu muito de outros cronistas de várias partes do país e do mundo frente a fenômeno semelhante; sob outros aspectos, o autor conseguiu deixar uma marca particular e representativa do seu tempo e lugar, e daí o seu merecido reconhecimento.

Herdeiro e contemporâneo dos românticos, em profunda sintonia com a influência simbolista na constituição do

sistema literário e intelectual da capital sulina, Aquiles José Gomes Porto-Alegre chegou à cidade ainda menino, aos 11 anos, em 1859. Vinha de Rio Grande, importante polo econômico da província, e encontraria uma comunidade com 20 mil habitantes e ares de “roça”, descrita pelo pioneiro cronista Coruja, desde seu “exílio” no Rio de Janeiro, como se estivesse “encaixilhada entre verduras, como um presépio” (Porto Alegre, 1994, p. 139). Essa forma afetuosa de olhar e pertencer à cidade, de perto ou de longe, plasmou-se na memorialística porto-alegrense, e Aquiles não fugiu à tradição. Considerado um dos precursores da crônica cidadina, transformou o lugar que o acolheu em texto de camadas superpostas, no qual se vê os tipos e a sinestesia da cidade colonial da sua infância, junto à cidade moderna e republicana vivida no tempo da escritura, o tempo do memorar e da velhice.

Aquiles Porto Alegre, cronista em deslocamento

Como a grande maioria dos habitantes de cidades em rápido processo de modernização, Aquiles “acusou o golpe”, como se diz na gíria. Vejamos um primeiro exemplo, retirado de uma crônica dedicada a um dos lugares mais icônicos da capital gaúcha, intitulada “Campo da Redenção”:

É quando eu passo agora por ali, ao ver a mudança porque tudo passou, os meus olhos se marejam de saudade e mergulham no passado, tão cheio de lindezas primitivas que a picareta do tempo destruiu impassivelmente, como impassivelmente destrói seres e coisas, civilizações e impérios. (Porto Alegre, 1994, p. 41)

Temos aí o poeta romântico, como tantas vezes ele próprio se autointitulou, chorando pelas coisas idas, como uma espécie de Casimiro de Abreu extemporâneo. Porém, mais do que esse caráter romântico, certamente tardio, tão explícito e tão comentado por mais de um estudioso de sua obra, caberia destacar também algo que poderíamos chamar de um certo sentimento barroco expresso nas crônicas de Aquiles, alegórico mesmo, no sentido benjaminiano da palavra³, como encontramos naquela intitulada “A Catedral”:

-
3. O sentido de alegoria em Benjamin tomou um aspecto muito particular. Na conhecida contraposição entre símbolo e alegoria, Goethe iria optar pelo primeiro como sendo o mais apto para a representação estética, em prejuízo da segunda opção. Em sua obra capital, *Origem do drama barroco alemão* (2013), Benjamin iria argumentar que, pelo contrário, com a alegoria é que poderíamos representar o mundo moderno com muito mais pertinência e verdade. A argumentação de Benjamin é bastante complexa e hermética, chegando em alguns momentos até o esotérico, mas há alguns aspectos essenciais na questão que podem ser expostos com mais simplicidade. O caminho mais fácil para isso talvez seja tomarmos a ideia da “bela aparência”, sempre endeusada pela estética clássica, e mesmo a romântica, como sendo o objetivo maior da arte. Exemplo notório: a Vênus de Milo. Essa obra, enquanto típica arte simbólica, só expõe o momento do auge da vida humana, o seu esplendor, escondendo o que fatalmente virá depois, ou seja, sua morte e destruição. Nesse sentido, a alegoria, como uma expressão que leva em conta, necessariamente, a passagem do tempo (é temporal, e não espacial), torna-se muito mais condizente para expressar a ruína, inevitável numa perspectiva barroca. Assim, ao esplendor de um rosto, o alegorista expõe sua caveira. Em termos mais simples, o alegorista é aquele que percebe, por trás do rosto, a caveira. Daí, claro, o sentimento melancólico que o acompanha. Não por acaso, Benjamin, ao escrever *Origem do drama barroco alemão*, de 1925, estava certamente aproximando a devastação causada pela

Ali, naquele velho templo augusto, viviam pelo menos 50 anos de minha existência, e eu via-o agora atacado e ferido pela picareta inconsciente do operário rústico, que nada conhece da vida da cidade antiga!

E via arrancados àquela terra santa, e que fora cemitério, a enxadas (sic) brutais, as ossadas de muitos de nossos antepassados, que eram dali expulsos com uma espécie nova e singular de desejos – como inquilinos que não pagam aluguéis da casa... (grifo nosso) (Porto Alegre, 1994, p. 44)

Como se vê, o trecho em itálico evoca de perto o universo barroco, com sua expressão ao mesmo tempo lutuosa e resistente às picaretas do progresso, a se sobrepor aos nossos mais queridos sentimentos de pertencimento a uma determinada comunidade. É forte a sensação de descontinuidade, de ruptura que as transformações urbanas acarretam no íntimo do cidadão, ocasionando uma considerável perda de referências, como décadas atrás havia ocorrido na Paris haussmaniana: “A sensação, já traduzida de forma poética por Baudelaire, era de estranhamento: o indivíduo não reconhecia mais sua cidade e se sentia estrangeiro nela.” (Pesavento, 1999, p. 109).

Um livro anônimo, publicado em 1868, só por seu título já dá uma ideia muito precisa do seu conteúdo. Chama-se *Paris désert. Lamentations d'un Jérémie haussmannisé*. Sem dúvida podemos visualizar Aquiles Porto Alegre como uma

Primeira Guerra àquela similar do século XVII, a chamada Guerra dos Trinta Anos, que também devastou e enlutou a Alemanha, e semeou o solo para o surgimento do “drama barroco alemão”, ou *Trauerspiel* (que pode ser traduzido, aproximadamente, por “peça lutuosa”), gênero artístico privilegiado por Benjamin na obra citada.

espécie de Jeremias a lamentar diuturnamente o tempo que passou, ao contemplar uma cidade que se mostra cada vez menos a sua cidade, em que tudo ia se “desmanchando no ar”, para utilizarmos a hoje tão repetida quanto pertinente expressão de Marx para caracterizar os “tempos modernos”. Na crônica intitulada “Hotel Siglo”, ele constata que “o tempo voa, foge, desaparece” (Porto Alegre, 1994, p. 46), como já havia constatado na citada “O Campo da Redenção” que “a picareta do tempo (...) destrói coisas e seres. Civilizações e impérios”. Caberia lembrar da crônica “Bumba meu boi”, em que lamenta o desaparecimento do tradicional folgado:

É quando vemos e meditamos sobre estas coisas que volvemos às eras de então e vemos quanto, com a marcha do tempo, tudo vai desaparecendo.

A clássica figura esquelética da morte, com a sua pavorosa foice, é um erro secular e grosseiro. O tempo é que ceifa tudo: seres e coisas. (Porto Alegre, 1994, p. 95)

Nos trechos até aqui citados, como em vários outros momentos, Aquiles deixa claro esse sentimento lutuoso que traz para a sua escrita em função do desaparecimento e da morte de tantos seres, coisas e valores definitivamente extintos. Casimiro de Abreu e seus seguidores do século XIX, que empunharam sua lira romântica para expressar sentimentos saudosos e nostálgicos, não chegaram a vivenciar situações como a que experimentou nosso cronista e seus contemporâneos.

Neste sentido, faz-se necessário distinguir cabalmente o saudosismo de um Antônio Álvares Pereira Coruja (1806-1889), o primeiro cronista porto-alegrense, daquele de

Aquiles, que pode ser considerado o seu principal herdeiro até o advento da geração modernista em terras gaúchas, que entraria em campo em meados da década de 1920, justamente quando Aquiles estava partindo. Ocorre que Coruja escreveu suas crônicas sobre a cidade na década de 1880, evocando acontecimentos de 50 ou 60 anos antes, quando Porto Alegre recém havia sido elevada à categoria de cidade, em 1822. Apesar dessa distância temporal, tanto a cidade revivida por ele como a cidade do tempo de sua escrita estavam mergulhadas num ambiente bastante pacato, vivendo como um “burgo açoriano”, ou seja, de aspecto ainda colonial, em grande medida⁴. Na verdade, quando Coruja escreve suas crônicas ele se encontra exilado, longe da cidade, e Porto Alegre já é para ele apenas algo ideal, exclusivamente feita de recordações distantes no tempo.

Muito diferente é a situação do seu principal herdeiro literário até então, que escreve sobre suas recordações da capital nas décadas, fundamentalmente, de 1860 a 1890. Encontram-se poucos dados precisos na cronologia oferecida por Aquiles, mas não fica difícil estabelecer o ano de 1890, grosso modo, como um ano de corte: daí pra trás a cidade do passado, dos valores antigos e tradicionais, “verdadeiros”; a partir daí começariam a imperar, progressivamente, os valores modernos, disruptivos, “falsos”. Um mundo regido pelo tumulto, pela multidão, pelo luxo e pela ostentação. Enfim, trata-se aqui do conhecido paradigma da cidade como

4. Porto Alegre foi inicialmente povoada por casais vindos dos Açores, que ali se estabeleceram em 1752, e seu *modus vivendi* pautou por mais de um século a vida da cidade.

fonte de todo o “mal”, em contraposição aos nobres valores do campo. Claro que, de crônica para crônica, encontraremos nuances a esse quadro geral, mas notamos que Aquiles desenvolve em grande parte delas o que poderíamos chamar de um princípio construtivo básico de sua crônica cidadina. Nele sempre está presente uma contraposição entre um tempo anterior, carregado de valores positivos, e o tempo atual, aquele da escrita, em que esses valores estariam sendo destruídos, dissipados, entrando em franca desapareição.

Ora, guardadas as devidas diferenças, não estamos muito longe daquele sentimento tão bem expresso no poema “O cisne”, de Baudelaire, no qual se constatava que a Paris haussmanianna “mudava mais rápido que um coração infiel”. João Alexandre Barbosa, que analisou em detalhe o poema, destaca o isolamento, a privação, o abandono, a exclusão e a inadequação a que se vê submetido o pobre cisne, que não encontra mais o seu “*beau lac natal*”, mas sim “uma desagradável rua seca, áspero chão, um riacho sem água” (Barbosa, 1986, p. 43-44). Metáfora do sujeito que se vê cada vez mais alienado do entorno em que vivia até então, o cisne logo se encontra com a melancolia, conforme a quadra inicial da segunda parte do poema, tantas vezes citada:

Paris change! mais rien dans ma mélancolie/ N'a bougé! palais neufs, /échafaudages, blocs,/Vieux faubourgs, tout pour moi devient allégorie/ Et mes chers souvenirs sont plus lourds que des rocs. (Baudelaire, 1972, p. 212.)

Paris muda! Porém minha melancolia/É igual! Palácios novos, andaimos, entulhos/ Velhos subúrbios, tudo me é alegoria,/ E as lembranças me pesam mais que pedregulhos. (Baudelaire, 1985, p.327)

O filtro da nostalgia melancólica

Esta melancolia, traduzida pelo prisma da nostalgia, constitui uma chave possível para a leitura das crônicas de Aquiles. Entendemos aqui a nostalgia não no sentido deletério, paralisante ou acrítico, mas justamente como resistência à temporalidade normativa do progresso, outra forma de traduzir a complexidade temporal vivida na modernidade. O presente e o futuro, desenhados por esse viés, impõem o passado como condição. O passado que invade presente e futuro no signo da ruína, sob a consciência da perda, da impermanência e da finitude (Felippe, 2017; Cassin, 2014). A nostalgia, comumente descrita como “dor” (algia) do “lugar” (nostos), que se transformou em conceito somente no século XVII a fim de compreender o abatimento dos soldados suíços que desejavam retornar ao seu “país”, acentua justamente o lugar enquanto espaço físico e simbólico atravessado pelas relações e pelos afetos.

Bachelard (1993) nos diz que, em seus mil alvéolos, o espaço retém o tempo comprimido e que todo o espaço realmente habitado traduz a noção de casa, reduto com valor de concha pela duração das longas permanências. Na dialética entre a consciência da perda e a tentativa de fixação do tempo, a nostalgia, portanto, elege a finitude humana, o retorno ao próprio lugar do viver entre parentes, envelhecer e morrer. Assim, Cassin (2014) leu o livro V da Odisseia, versos que cantam os impasses do retorno de Ulisses à casa. Assim, também lançamos luzes no caminhar-escrever de Aquiles sobre sua Porto Alegre real e imaginada.

Para Bachelard (1993), mais urgente que a determinação do cronos e das datas na produção de uma biografia, seria

importante localizar os espaços de intimidade que configuram os vínculos de um ser. Nas crônicas de Aquiles, Porto Alegre é sua casa e seu devaneio, um texto acionado pelo movimento lento do caminhar pelas ruas da capital, paisagens gráficas que se produzem a partir de uma máquina de escrever. Um exemplo dessa analogia entre a linha no papel e uma paisagem brota no olhar imaginativo do cronista sobre o cais abandonado da cidade baixa em 1920:

[...] Um dia em que a nossa municipalidade tiver lançado o seu olhar para aquele ponto da cidade em abandono, levando a arborização para lá, esse local tornar-se-á o ponto predileto da população, sempre ansiosa pela sombra das árvores nas tardes de verão. [...] À noite, então, veríamos de longe, seguindo toda a extensão do cais, por aí além, a iluminação elétrica como um cordão aéreo e luminoso de reticências, guardando entre si a mesma distância uma das outras. (Porto Alegre, 1994, p. 61)

A biografia de Aquiles traduz o típico perfil do intelectual do século XIX que não pôde cursar o ensino superior fora da província: ele foi jornalista, escritor, professor e funcionário público. No início da década de 1860, seu irmão mais velho Apolinário precisou interromper o curso de Direito em São Paulo em função da morte do pai. A família de quatro irmãos, Apolinário, Aquiles, Lúcio e Apeles, se dedicou, então, à formação da elite letrada da Capital, fundando estabelecimentos de ensino a exemplo do primo, Fernando Gomes, o primeiro a fundar um colégio de referência, o Colégio Gomes, onde Aquiles também estudou. A primeira escola da família, o Colégio Porto Alegre, surgiu em 1867, na rua Nova, atual Andrade Neves (Martini, 2013). O professor

Aquiles tinha, à época, 19 anos. Já havia se formado no Colégio Militar, e acompanhava o irmão mais velho nesta primeira empreitada pela educação primária e secundária de Porto Alegre⁵. O próprio Aquiles, que foi aluno e lente da Escola Normal, explica que todo o jovem sem recursos para cursar uma academia recorria a esta escola pública de formação de professores. A matrícula poderia até ser gratuita, desde que se apresentasse um atestado de pobreza assinado pelo vigário local. O magistério público constituiu, portanto, uma profissão a ser abraçada com todas as suas vicissitudes por esses intelectuais. Ou, então, a atrativa carreira do funcionalismo público, sempre sujeita ao humor e aos ódios dos políticos de plantão (Porto Alegre, 1994, p. 150-151). Aquiles percorreu os dois caminhos.⁶

Embora integrante da elite cultural, e dirigindo a ela a força de seu trabalho, boa parte de sua crônica dá vivacidade aos tipos populares, aos subalternos, às sonoridades, cheiros

-
5. Apolinário participará, posteriormente, da fundação do Colégio Rio-Grandense e, depois, do Instituto Brasileiro, estabelecimentos que recebem a incumbência da formação intelectual dos filhos da elite local no período do Império. O Instituto foi fundado em 1876, junto com Hilário Ribeiro. Durante 16 anos funcionou num imponente prédio do Caminho do Meio (Protásio Alves), onde se ouviu pela primeira vez a Marselhesa na província, assim como o Hino Rio-Grandense. Pela ideologia de seu principal mentor, Apolinário, tais escolas divulgavam um ideário cívico, moral e republicano, exaltando os Farroupilhas e a Revolução Francesa (MOREIRA, 1989; PORTO ALEGRE, 1994; Martini, 2013).
 6. Como funcionário público, Aquiles serviu na Viação e na Fazenda. Em Porto Alegre, além de professor, foi também Inspetor Escolar. (HESSEL et al., 1976)

e gostos de uma comunidade que obedecia, a cada noite, o toque de recolher do sino da Matriz. Por sinal, a paulatina construção das igrejas, modificando com suas torres o perfil da cidade no século XIX, foi registrada nos textos de Aquiles. O interesse pelo cotidiano popular – e não é à toa que seu mais conhecido título, póstumo, chama-se *História popular de Porto Alegre*⁷ – abre janelas tanto para vultos ilustres, especialmente se alinhados ao ideário federalista, como para os *infames* (Foucault, 2003) e para singularidades tantas vezes invisibilizadas, mas que a crônica tem prazer em demarcar a contrapelo. Ou seja, ele passa do jovem e promissor jornalista Caldas Júnior, que faria uma revolução no jornalismo local, ao Alexandre, vendedor de jornais, de passos lentos, calça branca e sobrecasaca.

Aquiles foi um dos autores mais profícuos de seu tempo, publicou cerca de 20 livros, além de poemas, novelas e crônicas na revista da Sociedade Parthenon Litterario. Viveu um tempo em que não era difícil dispor de um jornal próprio

7. Esta edição póstuma, coletânea de crônicas organizada pelo funcionário da prefeitura Drausino Varella, foi um projeto da administração Loureiro da Silva dentro das comemorações políticas do bicentenário da cidade em 1940, já esmiuçado por Monteiro (2006). Os livros editados pelo próprio Aquiles foram escritos nos últimos dez anos de vida do cronista. Ele falece em 21 de março de 1926, oito dias antes de completar 78 anos. Se observarmos somente alguns de seus títulos, percebemos o quanto essas obras são envelopadas pelo viés da nostalgia melancólica: *Folhas caídas* (1912), *Flores entre ruínas* (1920), *Paizagens mortas* (1922), *Noutros tempos* (1922), *Noites de luar: (chronicas)* (1923), *Serões de inverno* (1923), *À sombra das árvores* (1923), *Palavras ao vento: (chronicas)* (1925), *À beira do caminho* (1925), *Prosa esparsa* (1925), *Jardim de saudades* (1926).

para defender posições políticas, engajando-se na campanha abolicionista ao dirigir o *Jornal do Commercio* a partir de 1884, onde assinava também sob pseudônimo de Carnioli. E foi deste jornal que saiu seu genro Caldas Júnior para fundar o *Correio do Povo*. Na crônica sobre o *Jornal do Commercio*, escrita como de hábito após o passeio matinal, Aquiles cruza a Praça da Alfândega conversando com suas “saudades”, interlocutora onipresente. O velho jornalista lembra o quanto as lajes daquele caminho já estavam habituadas ao ruído de seus passos e olha a construção do “alteroso edifício dos senhores Wilson & Sons Company Limited” no endereço onde um dia foi o seu diário. Em um típico enquadramento que se repete na maioria das crônicas, temos pelo menos 40 anos separando o tempo da escritura e o tempo do escrito, espessa massa temporal de onde se desenham os personagens que ali trabalharam e escreveram.

O cronista rememora, provavelmente limando conflitos cotidianos pela lente da saudade, os talentos jornalísticos e literários – Damasceno Vieira, Zeferino Brasil, Mario Totta, Paulino Azurenha – tanto da nova geração pré-modernista que vinha da Escola Militar quanto dos remanescentes da Sociedade Parthenon Litterario, da qual Aquiles é fundador junto ao irmão Apolinário.⁸ Uma seção literária, sob o nome sugestivo de *Lótus Azul*, era publicada todos

8. A Sociedade Parthenon Litterario foi o principal coletivo de literatos do Rio Grande do Sul no século XIX, que formou a base para o sistema literário local e regional, defendendo bandeiras do ideário romântico, republicano e da difusão iluminista da educação e da leitura. Além de poetas, eram também alfabetizadores de adultos e jovens.

os domingos no rodapé da primeira página do *Jornal do Commercio*, abaixo das notícias políticas. A visada bergsoniana de nosso cronista deixa extravasar o passado na perspectiva do presente, enxerga a velha redação jornalística e a ruína da Casa Queimada⁹ no corpo do edifício que cresce, mostra a cidade como se fosse um palimpsesto.

O silenciamento de Aquiles na toponímia política

Em uma província marcada pela violência das guerras e pelo binarismo político, Aquiles atravessou o cotidiano de sua cidade adotiva sentindo fortemente os ecos da Guerra do Paraguai (1864-1870), da Guerra Federalista (1893-1895), da Primeira Grande Guerra (1914-1918) e da Revolução de 1923. A família Porto Alegre alinhara-se ao Partido Liberal,¹⁰ e o primogênito Apolinário precisou se exilar da Casa Branca em função das disputas ferozes com os adversários. A forte ligação com políticos como Gaspar Silveira Martins, além dos revezes de viver sob a hegemonia da administração castilhistas que impunha radicais mudanças na paisagem da capital, todos esses motivos imprimiam certos silenciamentos

9. Segundo Aquiles na crônica sobre o *Jornal do Commercio* (1994, p. 123-124), a Casa Queimada era um sobrado na esquina da rua da Praia com a Praça da Alfândega que tinha uma venda no pavimento térreo. Do andar de cima, que sucumbiu a um incêndio, restaram apenas paredes laterais e a vegetação típica de prédio em ruínas.

10. O Partido Republicano Rio-Grandense (PRR), de ideário republicano e vinculado a Julio de Castilhos, e o Partido Federalista do Rio Grande do Sul, fundado por Gaspar Martins e que defendia o parlamentarismo e o federalismo, polarizaram a luta política no Rio Grande do Sul na última metade do século XIX e primeiras décadas do XX.

nas descrições de Aquiles. É o caso, por exemplo, da Praça da Matriz, que Aquiles escreve a partir de suas memórias oitocentistas de menino, sem pontuar que a mesma praça nos idos dos anos 1910 já abrigava o solene monumento à morte de Julio de Castilhos. O certo, acreditamos, é que a praça, por mais de meio século, mantinha-se como ponto lúdico dos flertes da festa do Divino Espírito Santo:

[...] Sem luz elétrica nem gás, a iluminação da praça, nestas noites festivas era a *Giorno*, é dizer, a lanternas venezianas, o que em verdade se não tinha o brilho feérico das iluminações de hoje. Apresentava, contudo, um aspecto mais suave e pitoresco.

O “Império” é que, por uma espécie de privilégio, se iluminava a gás.

Às vezes, havia danças na “bailante” ou no salão do Theatro São Pedro e então o gás entrava em cena.

A praça da matriz enchia-se nestas saudosas noites.

— Pinhão quente! Peixe frito! Mandubim torrado!

Estes pregões cruzavam o ar de espaço a espaço.

Eram as negras minas, que “in illo tempore” havia à farta e eram as únicas quitandeiras da cidade. (Porto Alegre, 1994, p. 80)

Enquanto a disputa política da memória se consolida e se naturaliza no ato de nomear os logradouros, Aquiles fazia, com a crônica, movimentos de retaguarda iluminando endereços soterrados, descortinando o manto que a Guerra do Paraguai impusera à área central ao trocar os nomes de batismo das ruas. No modo nostálgico de acionar a temporalidade, procura pela infância, pela juventude e pelos afetos com a consciência do “já não mais”. É o “In illo tempore”, repetido pelo saber que nada volta... (Felippe, 2017; Cassin, 2014).

Ao invés da iluminação azeite de peixe, a luz elétrica: ao invés da “maxambomba” – que não matava ninguém –, o “elétrico” e o “auto”, que, como epidemias, estão sempre fazendo “vítimas” – o que o progresso nos trouxe. É doloroso – mas é bonito. Não temos mais “frades” de pão à porta de cada casa, nem de pedra às esquinas. Temos postes telefônicos e de luz elétrica, que nos trazem à casa, de longe, num relâmpago, a palavra e a luz.

Mas, ah! Como nos falta tanta coisa... Faltam-nos a nossa infância descuidada e a nossa mocidade sonhadora. A cidade remoçou, embelezou-se, e nós envelhecemos. Mas, antes assim. Que a nossa querida cidade se alinde, progrida, brilhe, seja grande. (Porto Alegre, 1994, p. 25)

Percebe-se, acima, a superposição dos contrários acionada nas crônicas, movimento que Aquiles cultiva no viés de um lamento (“doloroso”) que se esforça por reconhecer e justificar o novo (“mas é bonito”), provavelmente rebatendo as críticas que recebia pela cronística avessa às normativas da velocidade e do progresso. A evocação da luz elétrica, presente em todos os fragmentos recortados, traduz este olhar de estranhamento de quem um dia viu substituir o acender artesanal dos lampiões pelo clarão repentino da luz elétrica, fenômeno condizente com a experiência moderna do choque perceptivo tão bem conceituado por Walter Benjamin.

A crônica na rotina do caminhar para escrever

O viés do lamento, contudo, não o impedia de cultivar a brejeirice, o tom coloquial do cotidiano, de registrar os aromas e o gosto português dos restaurantes e das padarias locais como a do Azurem, na Praça do Portão, que fazia um

pão sovado macio e gostoso e nas noites de inverno jogava “solo” com dois amigos até o toque de recolher (Porto Alegre, 1994, p. 51). Ele soube explorar o detalhamento, a captação do instante efêmero, mesmo que este instante esteja alojado no presente-passado. Se a narrativa tem a função de organizar o tempo humano (Ricoeur, 1994), a crônica carrega no próprio nome a marca do tempo e da memória, um gênero que, sabemos, ganhou relativa autonomia e dimensão estética no Brasil ao longo do século XIX e XX (Candido, 1992; Arrigucci, 1987).

Aquiles não se furtou, ele próprio, de envelopar seus textos no estilo despretensioso, na “pequena moldura” onde se adaptam perfeitamente todos os assuntos apanhados em flagrante, como se estivesse a “cavaquear” entre amigos. Na sua crônica sobre a “crônica” no livro *À beira do caminho*, reconhece que esse gênero pousou na província desde os *boulevards* parisienses e, “o escritor, se tem dedo para isto, de um fato, que passou despercebido para mim, para ti, para todos, agarra, namora-o, atira-o nos ares, e faz com ele mil jogos, como se fosse uma bola de marfim nas mãos de um malabarista japonês” (Porto Alegre, 1925a, p. 160).

Há uma frase recorrente em Aquiles, “a rua, como já tenho dito várias vezes, exerce sobre os meus nervos uma atração irresistível” (1994, p. 205) ou “eu sou a alma viva da minha cidade” (1994, p. 46), reverberando, certamente, a influência do carioca João do Rio, aquele que, segundo Brito Broca (1993), teria sido o primeiro jornalista, no Brasil, a sair da redação para a rua e fazer do seu movimento na urbe um acontecimento aberto ao acaso. Leitor de Baudelaire e espírito *flâneur*, transfigurando o decadentismo do final do século XIX, João do Rio fez imersões

na vida da cidade captando as assimetrias sociais do centro e da periferia (Bulhões, 2007) e o fascínio pelo fetiche da cidade-mercadoria em mudança. A morte de João do Rio em 1921, aos 39 anos, provocou comoção e alvoroço praticamente simultâneos sobre quem ocuparia sua cadeira na Academia Brasileira de Letras. Na longínqua província (“aqui nos cafundós provincianos”), Aquiles alfineta com o sugestivo título “Abocanhando o osso” as vaidades e disputas por uma cadeira remunerada a cada sessão:

Palavra de honra: eu fico triste com o espetáculo triste que os nossos rapazes poetas e escritores dão ao mundo sempre que morre um imortal.

O nosso país era a terra clássica do “abocanha o osso”.

Aqui, qualquer mancebo eleitor, quando se dava uma vaga de emprego público, corria abaixo e acima, pegava-se com Deus e todo o mundo para apanhar o osso lucrativo.

Agora, qualquer mocinho letrado, que está ainda no período das cataporas literárias, mal cerra os olhos um acadêmico, atira-se ao lugar vago e faz o possível e o impossível para abocanhar o osso da imortalidade.

Olhem que é o caso de a gente, ao ver alguns desses candidatos, gritar de um cantinho como quem apita pela polícia: – “Larga o osso!” (Porto Alegre, 1925b, p. 164-169)

Já sabemos que a escritura crônica-memória de Aquiles Porto Alegre é ativada pela ação de caminhar na cidade regularmente pela manhã, ou seja, o caminhar para escrever. Aquiles não apenas reflete a conquista da rua demarcada por João do Rio, como se insere numa tradição ocidental milenar que concede à caminhada alto grau de significação cultural (Coverley, 2014). Caminhar ativa seus pensamentos

e a vontade de registrar a paisagem da cidade por meio das camadas de um palimpsesto, como já vimos. No escavar constante de cada rua, esquina, beco ou praça, Aquiles imprimiu seu juízo moral, ideológico e, provavelmente, criou um personagem, rotulado por alguns contemporâneos de velho ranzinza e nostálgico, justamente o oposto do cronista carioca que exaltava a excentricidade do choque e da mudança e raramente cedia ao lamento.

Um dia destes, fazendo meu cotidiano giro matinal pela minha querida cidade, achei-me, de repente, na tradicional Praça da Matriz, e logo chamaram minha atenção grandes carroçadas de entulho que saíam dos fundos da nossa antiga catedral.

Pieguismo?

Que o seja!

Como eu, a maior parte da população da cidade há de sentir o desaparecimento da nossa velha igreja, porque não há um habitante da capital que não tenha ali uma relíquia.

São mais de cento e cinquenta anos da crônica da cidade e da vida de nossos avós que são lançados em terra; feito destroços, transformados em poeira. (Porto Alegre, 1994, p. 43-44)

Já na altura dos setenta anos de vida, Aquiles observa e, não raro, lança farpas a uma cidade que mudou muito em hábitos. A sociabilidade do cinema substituiu o protagonismo das festas religiosas, as mulheres ganharam acesso ao passeio e às vitrines. O café, que até meados de 1870 havia sido um lugar suspeito, evitado por todos, era agora o “pivô da vida contemporânea”, da política à literatura, centro onde se tramava tudo, uma espécie de “romance” que, segundo Aquiles, até os analfabetos liam. (Porto Alegre, 1994, p. 43-44)

O lamento expresso no olhar do cronista sobre a pica-reta que desmancha a igreja matriz, entre tantas paráfrases – “bizarras tinturas do progresso”, “vestígios que o camartelo do tempo imprime implacavelmente”, “com a mudança que se nota em tudo” –, faz nosso cronista se assumir “nostálgico” pelo que carrega na memória, pelo “já não mais”, pelas lacunas e pelas perdas. “Não me magoam, pois, os que me chamam desdenhosamente de nostálgico. Sou e me honro de o ser”, escreveu ele na crônica Nostalgia, de *À beira do caminho* (1925, p. 105). Reconhecemos aí, nesta posição, a resistência à temporalidade impositiva da mercadoria, a criação de outra temporalidade capaz de escoar uma sensibilidade que não seja somente a aceleração naturalizada. Para além do lamento, a saudade também pode ser vista como crítica.

Considerações finais

Este capítulo buscou iluminar a trajetória de Aquiles Porto Alegre, um dos precursores da crônica moderna na capital gaúcha. Típico intelectual na passagem do século XIX e XX, Aquiles registrou, pela lente da nostalgia melancólica, a cidade que se preparava para grandes mudanças que se acentuariam a partir dos anos 1920, ecoando com mais força o modelo parisiense. Tendo como base as reflexões de Walter Benjamin sobre jornalismo e a urbe, buscou-se relacionar a crônica de Aquiles com a emergência da figura histórica e emblemática do *flâneur* no século XIX, cuja base social é o próprio jornalismo. Leitor e contemporâneo do carioca João do Rio, Aquiles também saía a passeio a fim de registrar as sociabilidades e a memória de uma cidade que perdia parte

de suas raízes. Foi um intérprete singular do *lugar*, fazendo dele uma tecedura de afeto, pertencimento e escrita.

Por fim, a saudade como potência crítica é uma ideia que nos interessa enfatizar após o percurso de leitura das crônicas de Aquiles Porto Alegre. Entendemos, seguindo Cassin e Fellipe, que este gesto nostálgico implica em dar a ver a complexidade do tempo nas múltiplas camadas expressas no espaço. A partir da finitude e da velhice, Aquiles contrapôs-se à naturalização de olhar o futuro apenas pelo viés da exaltação do progresso tão comum na época. Nosso primeiro cronista *flâneur*, mesmo animado pela rua, pelo passeio diário, pelos tipos e pela cidade mutante, olhou para o futuro tendo o passado como premissa. Atualizou, a partir do horizonte de sua província, a prática cultural de caminhar para escrever. Registrou no envelope da crônica suas perdas, as ruínas na célere modernidade, o desamparo da condição humana.

Referências

- ARRIGUCCI JR, Davi. *Enigma e comentário*. Ensaios sobre literatura e experiência. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- BACHELARD, Gaston. *A poética do espaço*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- BARBOSA, João Alexandre. Baudelaire, ou a Linguagem inaugural. In: _____. *As ilusões da modernidade*. São Paulo: Perspectiva, 1986.
- BAUDELAIRE, Charles. *As flores do mal*. Tradução de Ivan Junqueira. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.
- _____. *Les fleurs du mal*. Paris: Le livre du Poche, 1972.
- BENJAMIN, Walter. *Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1989. Obras Escolhidas III. p. 23

- _____. *Origem do drama trágico alemão*. 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.
- _____. El retorno del flâneur. In: HESSEL, Franz. *Paseos por Berlín*. Madrid: Tecnos, 1997. p. 215.
- _____. *Passagens*. Belo Horizonte, São Paulo: Editora UFMG/Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.
- BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Cia. das Letras, 1986.
- BROCA, Brito. *Teatro das letras*. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.
- BULHÕES, Marcelo. *Jornalismo e literatura em convergência*. São Paulo: Ática, 2007.
- CANDIDO, Antonio. A vida ao rés do chão. In: CANDIDO, Antonio et. al. *A crônica: o gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil*. Campinas: Editora da Unicamp: Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1992.
- CASSIN, Barbara. *La nostalgia*. Ulises, Eneas, Arendt. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 2014.
- FELIPPE, Eduardo Ferraz. Renovar votos com o futuro: nostalgia e escrita da história. *História da Historiografia*, Ouro Preto, v. 10, n. 25, p. 117 – 134, dezembro 2017. Último acesso em 26 de março de 2020.
- COVERLEY, Merlin. *A arte de caminhar*. O escritor como caminhante. São Paulo: Martins Fontes, 2014.
- FOUCAULT, Michel. A vida dos homens infames. In: _____. *Estratégia, poder-saber*. Ditos e escritos IV. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003.
- HESSEL, Lothar et al. *O Partenon Literário e sua obra*. Porto Alegre: Secretaria da Educação; Flama, 1976.
- MARTINI, Cyro. *A cidade risonha de Aquiles Porto Alegre*.

- Porto Alegre século XIX. Porto Alegre: Martins Livreiro Editora, 2013.
- MOREIRA, Maria Eunice. *Apolinário Porto Alegre*. Porto Alegre: IEL, 1989.
- MONTEIRO, CHARLES. *Porto Alegre e suas escritas*. História e memórias da cidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.
- MUMFORD, Lewis. *A cidade na história: suas origens, transformações e perspectivas*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- PESAVENTO, Sandra. *O imaginário da cidade: visões literárias do urbano. Paris – Rio de Janeiro – Porto Alegre*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1999.
- PORTO ALEGRE, Aquiles. *À beira do caminho*. Porto Alegre: Globo, 1925a.
- _____. *História Popular de Porto Alegre*. Porto Alegre: Unidade Editorial/Porto Alegre, 1994.
- _____. *Palavras ao vento: crônicas*. Porto Alegre: Selbach, 1925b.
- RICOEUR, Paul. *Tempo e narrativa*. Tomo 1. Campinas, SP: Papyrus, 1994.
- SOUZA, Célia Ferraz de. *Plano Geral de Melhoramentos de Porto Alegre – o plano que orientou a modernização da cidade*. 2ª ed. Porto Alegre: Armazém Digital, 2010.

Parte II

Séculos XX e XXI

Processos e tecnologias: depoimentos

CAPÍTULO 1

Os primórdios da publicidade no Rio Grande do Sul

Mariângela M. Toaldo (UFRGS)

André Iribure Rodrigues (UFRGS)

Lucas de Moura Leal (UFRGS)

Talvez a grande contribuição da pesquisa histórica seja a de reconstituir os acontecimentos de um período e os produtos dele. Voltar aos primórdios da Publicidade no Rio Grande do Sul (RS) tem a intenção de resgatar as circunstâncias e os fatos que constituíram sua origem e suas conformações a partir de então. Muitas vezes, só se compreende o presente ao olhar para o passado, pois ele explica os elementos humanos, técnicos, conjunturais, que estruturaram um jeito de fazer, de funcionar, que constituíram uma cultura ao longo dos anos, a qual repercute ainda hoje em muitos aspectos da atividade publicitária. O que já foi observado na publicidade gaúcha permite dizer que “as questões que emergem na contemporaneidade fazem parte do passado” (Silva; Toaldo, 2010, p. 136): demandas, serviços e produtos, valores dos mesmos, problemas que circundam a atividade e os relacionamentos que se constituem em torno dela, etc.

Neste capítulo, temos o objetivo de tratar do período embrionário da atividade publicitária gaúcha — de 1930 até meados da década de 1950 — a fim de verificar quais foram os alicerces para o surgimento das primeiras agências de publicidade e para a constituição do mercado publicitário

no Rio Grande do Sul. O recorte temporal é respectivo aos registros dos primeiros movimentos em torno da criação da atividade publicitária no Rio Grande do Sul. A motivação maior para essa pesquisa é a possibilidade de sistematizar o resgate da história da atividade publicitária nesse período para recuperar e resguardar sua memória. Além disso, a história possibilita vislumbrar a ressonância dos alicerces da atividade como embrião de muitas práticas publicitárias contemporâneas, permitindo compreendê-las melhor.

A motivação, no entanto, não vem descolada de seu desafio. Contar uma história passada há tanto tempo requer fontes que relatem os fatos. Nesse ponto, encontramos as maiores dificuldades do processo de produção deste capítulo, pois há pouquíssimos registros bibliográficos e documentais sobre a formação da atividade e do mercado publicitário no período e muitos testemunhos já não mais são encontrados. Precisamos nos desafiar a reconstituir a história da publicidade no RS com os desafios que o próprio andar da história nos concede: as lacunas deixadas em termos de registros e as pessoas que seguiram o fluxo da vida e já não estão mais presentes para narrá-la. Mesmo desse modo, aceitamos o desafio para que a história possa ser registrada desde sua essência e continue a ser contada em suas décadas seguintes, enquanto ainda houver recursos para acessar suas fontes.

Este capítulo se estrutura a partir de pesquisa exploratória em referências bibliográficas e documentais; entrevistas semiestruturadas com dois profissionais que atuaram no mercado a partir da década de 1950 e guardam suas memórias dos anos que a precederam – Jayme Sirotsky e Flavio Corrêa. O primeiro, lendário jornalista e cofundador do

Grupo RBS, cuja jornada passou pela TV Gaúcha e pela fundação da agência Mercur de publicidade; o segundo, jornalista e publicitário, cocriador da Sociedade Gaúcha de Promoções e Publicidades, e, atualmente, sócio-fundador da Brand Motion, uma consultoria empresarial com sede em São Paulo.

Os resultados da pesquisa histórica se apresentam por meio do delineamento que se forma a partir dos dados coletados. Assim, o texto a seguir está organizado em temas que sobressaíram na época inicial da publicidade no RS: características contextuais do período embrionário, protagonismo de algumas agências – Star, Clarim, Mercur e Sotel – e seus fundadores, e a importância de veículos de comunicação – jornal, revista e rádio.

Período embrionário

A fim de compreender a conjuntura em que ocorreu o evoluir da atividade publicitária gaúcha a partir dos anos 1930, convém uma breve incursão pelos distantes corredores de um período embrionário, momento em que se lançavam os alicerces para o surgimento dos primeiros empreendimentos que lograram o título de agências de publicidade no Rio Grande do Sul.

O fazer publicitário próprio de agências, entre estas a STAR, de Canto Jr., e daquelas que, em sua esteira, estabeleceram-se em solo gaúcho, tornou-se possível em consequência de um período primitivo — da virada para o século XX até a década de 1930 — e criou as bases de novas práticas e sujeitos sociais no que viria a ser o mercado publicitário. O contexto de um novel interesse em anunciar foi uma

herança do surto de industrialização no estado, diz Rudiger (1995), ao fim do séc. XIX, centrado, sobretudo, em Porto Alegre, que atravessou grande crescimento demográfico. Os melhoramentos urbanos empreendidos e o crescimento da população na capital levaram-na a se tornar o centro de consumo do estado, o que potencializou a concorrência.

Nessa conjuntura, nas primeiras três décadas do século XX, empresas gaúchas, sobretudo estabelecimentos comerciais, passaram a se interessar cada vez mais em utilizar, sistematicamente, anúncios para atrair seus clientes. Tal era a vantagem em fazê-lo, que a prática despertou, em alguns desses estabelecimentos, a ideia de criar seus próprios estúdios de arte, os quais, afirma Rudiger (1995, p. 45), na prática, tornaram-se “verdadeiras oficinas de publicidade”, como aqueles criados pela Casa Masson, a Casa Neugebauer, a Casa Coates e, mais tarde, a Livraria do Globo (Rudiger, 1995).

Rudiger (1995, p. 44), em seu artigo, observa que no período anterior à década de 1930 já se atribuía importância à qualidade dos reclames, como se depreende da crítica veiculada pela imprensa em Pelotas, no jornal Indústria Pelotense – a arte litográfica, no espaço A Opinião Pública, no dia 9 de outubro de 1924: “O descaso na confecção dos cartazes reclamistas (que se encontram nas ruas da cidade) tem levado algumas autoridades a pensarem na proibição dessas exposições horripilantes e de suas figuras profundamente ridículas. Essa crítica aponta para a atribuição de maior valor aos profissionais que fossem dotados de maior destreza para a composição dos anúncios, o que denota a necessidade de especialização nesse meio.

Em nível nacional, as revistas e jornais perceberam que não podiam mais depender de seus leitores e assinantes para manter sua atividade e que precisariam abrir espaço publicitário em suas páginas. Isso ocorreu, no princípio, de modo bastante informal, porque

[...] ocasionalmente, um ou outro indivíduo procurava solicitar anúncios, sempre na base do favor, e os jornais dividiam o preço da publicidade com quem [para] eles [a] levassem, sem tabelas, sem condições, nem normas preestabelecidas. Os jornalistas faziam também essa corretagem e os outros corretores – a maioria deles esporádicos – não conheciam organização nem se submetiam a regras nem princípios (Rabelo, 1956, p.7-8. In: Canto, 2013, p. 4).

De acordo com a Associação Riograndense de Propaganda (ARP) (2012), no Rio Grande do Sul seguiu-se pelo mesmo caminho, o que constituiu evento catalizador para o crescimento e especialização da atividade publicitária no estado. Aprofundou-se, então, a exigência de mais técnica na confecção dos trabalhos, e os departamentos comerciais dos veículos midiáticos se transformaram em balcões para recepção de anúncios, constituindo as gerências de publicidade. Ainda conforme a ARP (2012), em um desses departamentos comerciais, especificamente no jornal Diário de Notícias, encontrava-se o jovem Arthur do Canto Jr. adquirindo a experiência que, mais tarde, o levaria à criação da STAR.

No Rio Grande do Sul, segundo Rudiger (1995), o mercado publicitário obteve avanços, em torno de 1920, com espaços nos jornais Correio do Povo e Diário de Notícias,

e também na Revista do Globo, que, em 1947, deu à luz à sua própria agência – a Clarim (Canto, 2013). Por seu turno, relata Canto (2013), no setor radiofônico tiveram grande importância as rádios Gaúcha, Farroupilha e Difusora.

Finalmente, como bem assinala Canto (2013), o início dos anos trinta foi marcado pela crise da Bolsa de Nova Iorque, em 1929, a qual marcou o fim da possibilidade de sobrevivência econômica brasileira através apenas da exportação cafeeira. Pode-se dizer que houve uma tentativa de diversificação da economia nacional, trazendo consigo a potencialização da indústria, do comércio e da criação de novos produtos para o mercado.

Na década de trinta, o atendimento à necessidade de ampliação do leque de exportações trouxe o fortalecimento do mercado interno e, por conseguinte, da concorrência e do consumo. Nesse contexto, o aumento do número de consumidores acarretou a urgente necessidade de uma forma eficaz de comunicação entre estes e os produtores. Tornou-se promissor o terreno para um maior investimento da atividade propagandística, o que levou o Rio Grande do Sul a tornar-se o terceiro mercado publicitário do país, superado apenas por Rio de Janeiro e São Paulo (Canto, 2013).

Os anos 1930 e o pioneirismo da STAR

[...] ao cuidar do balcão de publicidade, a duras penas, foi aprendendo a estruturar o anúncio, redigir o texto e distribuí-lo no espaço. Uma autêntica história dos brokers norte-americanos repetida em Porto Alegre. De corretor de jornal veio a evolução para trabalhar com vários veículos, daí a complementação com o preparo dos textos, depois os desenhos, clichês

etc. Assim nasceram as agências de publicidade americanas, assim nasceu a STAR, marco inicial da propaganda gaúcha.” (Régius, C. Caderno da Associação Riograndense de Propaganda, n. 1, [s.d.], p. 7. In: Canto, Ilza Maria Praxedes do. STAR – *A Primeira Estrela*: história da primeira agência de propaganda do Rio Grande do Sul, 2013, p. 12).

Figura 1: Arte de Nery, de 1935, consistindo em uma caricatura de Canto Jr.



Fonte: Canto, 1992, p. 12.

No ano de 1928, a carreira de Arthur do Canto Jr. não estava ligada à publicidade, mas ao jornalismo, desempenhando a função de auxiliar de gerência no jornal Diário de Notícias, com sede na capital, Porto Alegre. Quando foi promovido ao cargo de gerente comercial, tornou-se responsável pelas propagandas veiculadas no jornal, o que o instigou a criar seu próprio negócio na área, abandonando o jornalismo. Tendo como pano de fundo o novo dinamismo do mercado, com seu maior número de consumidores, Do Canto Jr. aliou sua habilidade em desenho à experiência adquirida na gerência comercial para criar

aquela que seria a primeira agência de publicidade do estado – a Sociedade Técnica de Anúncios e Representações – ou STAR (ARP, 2012). Flávio Corrêa, ou apenas “Faveco”, como prefere ser chamado, jornalista e publicitário gaúcho, traz à tona, em suas memórias, a imagem da STAR, que, segundo ele, já na década de 1950 compunha o imaginário no meio publicitário: “a STAR foi a primeira agência organizada do Rio Grande do Sul, há mais de oitenta anos. Ela cumpriu papel pioneiro” (Entrevista com Flávio Corrêa, em 2020).

Ainda conforme a ARP (2012), a STAR teve seu início em 1º de maio de 1932. Em entrevista concedida a Ilza do Canto (2013), ainda em 1992, Régius, C. relata que a STAR constituiu-se pessoa jurídica somente em 1935, com a entrada de Guilherme Gastal, André Serrano e Fausto Santana como sócios. Essa formação inicial foi planejada com anunciantes da indústria, um da prestação de serviços e um do varejo, tripé que se assegurou eficiente por muito tempo, dando força para levar o negócio a diante (Canto, 2013). Desse modo, percebe-se que essa peculiaridade dos anunciantes contribuiu para a constituição das agências, indicando sócios e profissionais, e tornou-se prática no início dos tempos publicitários no Rio Grande do Sul. Por serem poucos os precursores, iniciavam os negócios combinando as parcerias.

A STAR trabalhava com a criação, produção e veiculação de anúncios e atuava como distribuidora de material feito em São Paulo para grandes empresas como a Nestlé. Na área gráfica, produzia rótulos, desenhos para embalagens, catálogos e, mais tarde, anúncios para o cinema (ARP, 2012). “Seu Canto”, como era conhecido pelos colegas, participava de

todos os setores da empresa no período inicial, quando não era fácil encontrar profissionais especializados para dividirem a carga laboral (ARP, 2012). Esse aspecto multitarefa dos primeiros publicitários propriamente ditos se prolongou no tempo, alcançando as décadas seguintes, como se depreende da fala de Flávio Corrêa, que só iniciou sua atuação no mercado duas décadas após a fundação da STAR: “o fazer publicitário era muito artesanal e muito individual. Eu fazia tudo. A gente escrevia os anúncios, arrumava alguém pra fazer o *layout*, o clichê, era tudo artesanal” (Entrevista com Flávio Corrêa, 2020).

O primeiro anúncio veiculado da STAR foi uma propaganda do creme Brancol, no jornal Correio do Povo (Canto, 2013). Entre as criações da agência que se mantiveram até o presente está a mascote mosqueteiro do Grêmio e o logotipo da Fonte Ijuí (ARP, 2012).

Figura 2: Anúncio criado pela STAR para o creme Brancol.



Fonte: GaúchaZH, 2017.

Durante o seu funcionamento, mesmo sem a estrutura completa de uma agência, a STAR atuava, definitivamente, como uma empresa, buscando inspiração nos modelos lançados pela Eclética, de São Paulo (Régius, C. [s.d]). Na sua estrutura, o gerente – papel desempenhado por Do Canto Jr., na maior parte da história da STAR – centralizava as ocupações, sendo responsável pela administração geral da empresa, atendimento de clientes e veículos, idealização das campanhas e planos de mídia, redação e criação de parcela dos anúncios. A agência funcionava como intermediária entre anunciantes e veículos, controlando veiculação, planejamento, orçamento de custos e realizando o que hoje se denomina de planos de mídia. Serviços que ainda são exigidos de agências tradicionais atualmente, resguardados os limites da mídia da época (Canto, 2013).

Ao tempo da fundação da STAR, o que hoje nomearíamos de departamento de arte funcionava com um ou dois desenhistas e um auxiliar. Em sua história, passaram pela função de desenhista figuras como João Pompeu, Marcio Nery e João Braga.

A STAR chegou ao seu ápice de clientes na década de 1950, mas desde os primeiros anos já possuía alguns clientes de peso, como a Companhia Geral de Indústrias (Canto, 2013). No decorrer da sua jornada, angariou grandes clientes como Ovomaltine, Nestlé, Chering, fábrica Limol de perfumarias, Casa Masson, Casas Pernambucanas, Auxiliadora Predial e Cia. Telefônica Riograndense, tornando-se, ainda, distribuidora dos anúncios da Pepsi em Porto Alegre (ARP, 2012).

A primeira sede do empreendimento situava-se na rua dos Andradas, mudando-se, depois, para a rua José

Montuary, em frente ao City Hotel. A história das instalações da agência atravessou a histórica enchente de 1941 e, também, um incêndio. Este atingiu apenas os andares mais altos do prédio, mas a água utilizada para a contenção alcançou o escritório da STAR, acarretando muitos danos. Em 1954, a agência ainda realizou mais uma mudança de sede, para a rua Andrade Neves, número 155 (ARP, 2012).

Nesse mesmo ano, os sócios Gстал, Santana e Serrado retiraram-se da sociedade e, então, o filho de Canto Jr., Alberto Bastos do Canto, tornou-se sócio. Dois anos mais tarde, ingressaram como sócios Adão Juvenal de Souza, João Braga e Osório Saraiva Sobrinho, que permaneceram até 1958 (Canto, 2013).

É importante reconhecer que, com sua qualificação de pioneira, à STAR também coube um papel de escola para alguns profissionais, como se depreende da fala de Adão Juvenal de Souza, em 1969 (ARP, 2012, p. 16), ao afirmar ter sido com Do Canto Jr. que “aprendeu publicidade”. A esse propósito, também teve passagem pela STAR João Stapler, como coordenador de serviços gerais, que mais tarde a deixou para fundar a Stapler Propaganda, a segunda agência publicitária gaúcha (ARP, 2012).

Aproximando-se do fim da vida, Arthur do Canto Jr. desenvolveu problemas graves de saúde e acabou por se retirar da agência. Nesse tempo, sua relação com a publicidade já se encontrava desgastada e o publicitário se recusava a implantar os padrões americanos que se instalavam nas outras agências. Do Canto Jr. deixou a STAR em 1968 e veio a falecer em 1969.

A STAR morreu com seu fundador, mas teve um papel fundamental no desenvolvimento da propaganda no Rio Grande do Sul. Foi a pioneira, responsável pela formação de grande parte dos profissionais gaúchos da área em sua época. Cumpriu seu propósito e inaugurou uma nova fase no mercado publicitário gaúcho, a era das agências de propaganda no estado (Canto, 2013).

Desde a década de 1950, muitas agências multinacionais e nacionais de grande porte, aos moldes americanos, já estavam tendo seu grande momento. Esse fato trouxe maior concorrência e a necessidade de especialização para que as empresas se mantivessem no mercado. O resultado foi a perda paulatina de espaço de agências locais, as quais, para sobreviverem, fundiam-se e eram absorvidas por multinacionais.

Outras agências gaúchas que, juntamente com a STAR, deixaram sua marca, até a década de 1950, foram a Stepler Propaganda, a Clarim Empresa de Publicidade Ltda, Trein Propaganda e a Sotel, esta última foi a primeira agência do futuro cofundador da MPM, Antônio Mafuz (Rodrigues, 2002).

A Revista do Globo e a *Clarim*

Fundada em 1929 por José Bertaso, sócio-proprietário da Livraria do Globo, a Revista do Globo (RG) surgiu para preencher uma lacuna, no estado, no setor de periódicos culturais. A RG tornou-se o mais expressivo veículo cultural, “informando e divulgando as artes, a literatura, os acontecimentos sociais e políticos, a culinária, a moda, o humor, os esportes e os reclames de novos produtos que chegavam ao mercado” (Castro, 2004).

Acompanhando os novos tempos, narra Castro (2004), em 6 de junho de 1947, o grupo da Globo inaugurou a Clarim Empresa de Publicidade Ltda. O anteriormente membro da STAR, Carlos Régius, que foi designado como administrador da publicidade da RG, organizou a Clarim com o intuito de criar os anúncios na Livraria do Globo para aqueles clientes que se interessassem pelo espaço de mídia da Revista. Como nesse período ainda não havia uma estrutura completa nas agências de propaganda gaúchas, a Clarim se espelhou, igualmente, nos padrões estabelecidos no Rio e São Paulo por meio de agências como a Eclética (Castro, 2004).

Sendo a primeira agência estruturada do estado, a Clarim concedeu um toque de modernidade à publicidade rio-grandense. Sua equipe era formada por bons profissionais e um grupo de clientes provindos da editora Globo. Seu departamento de arte era constituído pelo mais excelente grupo de artistas do país, criando desde o logotipo, a embalagem e o desenho industrial até o rótulo, o cartaz, a vitrina e os anúncios. Com efeito, as dependências da agência se consagraram como um lar formador de talentos e casa de algumas das mais criativas ideias publicitárias. Seu primeiro anúncio foi publicado na RG, em 9 de agosto de 1947, criado por Zygmund Haar (Castro, 2004).

A empresa iniciou com dezessete sócios, dentre os quais se destacam Érico Veríssimo, Antônio Barata, Hamilcar de Garcia e Carlos Régius. Teve como clientes as empresas Steigleder, Springer, Rheingantz, Vinhos Michelin, Metalúrgica Mallig, Gazola, Loteria do Estado, Santa Cruz Seguros, Importadora Americana, Casa Mac e Canetas Victor (Castro, 2004).

Júlio Costa, que trabalhou para a Clarim, chegou a ter suas obras gráficas requisitadas por revistas estrangeiras. Em serviço na Livraria do Globo, criou anúncios para a Casa Masson por mais de trinta anos, para o Banco Agrícola Mercantil e Chocolates Neugebauer. Costa também desenhou ilustrações de personalidades públicas, que foram adicionadas no verso dos bônus da Revolução de 1930, elaborados pelo departamento de arte da Livraria do Globo (Castro, 2004).

A Clarim foi a primeira agência a organizar um laboratório fotográfico, onde Zygmund Haar realizava experiências com fotografia. Junto de seu irmão, Leopoldo, Zygmund criou vitrinas modernas na Livraria do Globo, obras originais que eram admiradas por quem por elas passasse na Rua da Praia (Castro, 2004).

A propaganda adentra nas rádios

No ano de 1931, um polêmico decreto-lei finalmente regulamentou a publicidade nas rádios, que, anteriormente, mantinham-se com as mensalidades dos seus associados. Devido ao elitismo da programação das emissoras, a ideia de anunciar nas rádios não se popularizou desde logo e a decisão encontrou a crítica do público e até dos possíveis clientes (ARP, 2012). Não era raro encontrar “cartazes presos nas lojas [dizendo] “não temos verbas para esmolas ou reclamações” (Entrevista com Jayme Sirostky, 2019), direcionados aos corretores que as procuravam, buscando por anunciantes. Assim, ainda por algum tempo, as rádios permaneceram fiéis ao sistema de associados. Alguns grandes nomes desse período foram a Rádio Sociedade Gaúcha, a Difusora e a Rádio Farroupilha.

Em tese, a primeira emissora criada com escopo comercial no estado foi a Difusora, fundada em 1934. Esta angariou Nilo Miranda Ruschel, que deixou a Rádio Gaúcha por se encontrar em desacordo com a redução de percentual percebido pelos corretores publicitários (ARP, 2012).

Era comum, nesse momento inicial, que os próprios radialistas buscassem anunciantes devido à falta de iniciativa por parte destes, como fez justamente Nilo Ruschel, da Rádio Gaúcha. Assim, com a sofisticação das coberturas de jogos de futebol pelas rádios gaúchas, os custos de transmissão aumentaram, e também o interesse de empresas em oferecer patrocínio. Quanto menos elitista se tornava o conteúdo radiofônico, mais aumentava o interesse de anunciantes voltados ao consumo popular (ARP, 2012).

É digno de nota o quanto o interesse em anunciar transformou até os horizontes da programação das rádios. A exemplo disso, temos o caso de Ernani Behs, célebre locutor da Rádio Farroupilha, que, com o auxílio de patrocinadores como as Camisarias Tanhauser, logrou levar artistas internacionais para performarem na rádio, como os italianos Beniamino Gigli e Tito Schippa. Behs ainda levou para a rádio Maurício Sirotsky, com quem formou duradoura dupla na programação da Farroupilha (ARP, 2012).

A utilização de *jingles* também marcou época, contando com o exemplo das Pílulas da Vida do Dr. Ross, indicadas para a mais diversa gama de mal-estares. Igualmente começaram a utilizar efeitos sonoros, como o canto de um galo no anúncio do sal de frutas Eno (ARP, 2012).

Por seu turno, as radionovelas, com suas grandes audiências, eram o alvo de desejo de patrocinadores como

a Colgate, que comprava o espaço publicitário vendido pela rádio para os intervalos dos capítulos quase sempre por um custo muito pequeno (Entrevista com Jayme Sirotsky, 2019).

Outros nomes que integravam o grupo que poderíamos nomear de “publicitários radiofônicos” são lembrados por Jayme Sirotsky:

Havia corretores de publicidade, alguns muito conhecidos como o Ernani Behs [locutor do Repórter Esso], Rui Figueira [narrador das propagandas da Casa Masson], Roberto Aveline, que depois criou a sua agência de propaganda também, enfim estas são as figuras que inclusive eu convivi com eles todos, quando o Maurício e eu começamos a entrar na área de comunicação via veículos de comunicação (Entrevista com Jayme Sirotsky, 2019).

Enquanto as agências publicitárias e rádios de Porto Alegre logravam construir uma clientela de anunciantes, as emissoras do interior defrontavam-se com grande dificuldade em encontrar anunciantes, o que lhes rendia uma situação financeira delicada. Foi então que a Rádio Publicidade Ltda, de Arnaldo Ballvé, Maurício e Jayme Sirotsky, surgiu e desempenhou o papel de representante das emissoras interioranas na capital (ARP, 2012).

Jayme Sirotsky relata que, quando da chegada dele e do irmão ao meio radiofônico e publicitário porto-alegrense, não havia regramento adequado para a relação entre clientes e veículos de comunicação. Com o passar do tempo, os irmãos Sirotsky tentaram contribuir para melhorar esse cenário.

Entre outras coisas, as rádios, por exemplo, cumpriam muito mal os contratos de publicidade que faziam. Na época,

vendia-se trinta jingles, ou trinta textos, ou quarenta, ou até cinquenta, pra serem exibidos ao longo do dia, e muitas rádios não exibiam esta quantidade. Os anunciantes nacionais, praticamente não tinham como comprovar, mas eles também começaram a fazer uma espécie de fiscalização. Mandavam para Porto Alegre, sem que os veículos fossem informados, algum dos seus elementos da área de mídia, que ficavam hospedados num hotel e faziam o controle. No hotel, ficavam o dia todo ouvindo rádio pra saber, e aí depois chegavam nas rádios [dizendo] “olha aqui, vocês nos venderam trinta e só entregaram vinte” (Entrevista com Jayme Sirotsky, 2019).

Os anos 1950

Os anos 1950 foram caracterizados por uma crescente profissionalização do mercado publicitário. Foi a década que nos legou a Mercur, os irmãos Sirotsky a Sotel, de Antônio Mafuz, responsável por promover uma elevação do padrão de serviço no estado, e, é claro, a MPM Propaganda, que obteve reconhecimento como a maior agência publicitária do Brasil em seu tempo.

Flávio Corrêa relembra que as agências à época costumavam surgir em torno de uma pessoa que era o centro gravitacional do negócio, que lhe dava início:

Havia um líder, que era o cara que montava o negócio, o diretor de criação, departamento de mídia, que começou a surgir, daí [...], em 50, apareceu a televisão, produção para os comerciais, produção para os anúncios (Entrevista com Flávio “Faveco” Corrêa, 2020).

Interessante notar que o líder, a quem Flávio Correa se refere era, geralmente, um profissional ligado às áreas em que a publicidade se desenvolveu inicialmente: a criação,

em função da demanda por criação de anúncios quando os veículos ofereciam espaços para os anunciantes; o departamento de mídia, porque as agências começaram a fazer a relação com os veículos para comercializar os espaços publicitários em nome de seus clientes/anunciantes e não deixar essa tarefa mais a cargo dos veículos. Percebe-se, assim, que muitos desses líderes, fundadores das primeiras agências, vinham dos veículos, trazendo sua expertise para promover e atender as demandas do novo mercado que nascia. O mesmo aconteceu com o surgimento da televisão, muitos profissionais que trabalhavam nela passaram a desenvolver a área de produção dos comerciais nas agências.

A atuação prévia dos profissionais no mercado da comunicação também foi a responsável por grande parte das oportunidades angariadas em função de suas relações sociais no meio publicitário e jornalístico. Para os profissionais iniciantes, sobretudo, que pouca ou nenhuma experiência prévia tinham, mais importante ainda se tornava a impressão que causavam no potencial empregador – se inspiravam confiança ou não.

Na época, era muito na base do ‘gostei desse guri’, entende? Gostei do Jayme, gostei do Faveco. Conquistei a conta do GBOEX porque o [empregador] gostou do Faveco. Não era a maior agência que existia, mas ele gostou de mim. Era uma relação de confiança (Entrevista com Flávio “Faveco” Corrêa, 2020).

Nesse período, em 1956, foi fundada a Associação Riograndense de Propaganda (ARP). A obtenção da conta da Ipiranga, uma empresa forte e bem estabelecida, pela recém-nascida Sotel, rendeu a Mafuz o semblante e a influência

necessários para liderar o mercado publicitário gaúcho, tornando-se o primeiro presidente da ARP (ARP, 2012).

A Associação tinha o objetivo estrutural de desenvolver a atividade publicitária, tutelando os interesses das agências, veículos e fornecedores, e também uma finalidade social, promovendo uma aproximação entre os profissionais da propaganda. A atuação da ARP tornou-se fundamental para uma maior estruturação e profissionalização do setor (ARP, 2012).

Nos anos 1950, uma maior conscientização tanto do empresariado quanto dos consumidores em relação aos benefícios trazidos pela publicidade já delineava mais precisamente seus contornos. Com a melhoria das condições econômicas, a entidade Consumidor passou a alimentar curiosidade em produtos e serviços que não possuía em sua casa até então, e a publicidade aumentava esse sentimento, pois oferecia essas novidades com assertividade (Entrevista com Flávio “Faveco” Corrêa, 2020). Na visão de Flávio “Faveco” Corrêa, isso acontecia porque

a publicidade sempre tinha o componente de prestar um serviço para o consumidor. [Ela] informava sobre as características do produto e do serviço de uma forma que o consumidor entendia que era um benefício para ele. Essa transação [entre publicitários e consumidores] foi se fortalecendo muito. [O consumidor] prestava atenção na informação e confiava na informação. Quando você publica um anúncio no Diário de Notícias ou Correio do Povo, a publicidade é conteúdo. O leitor não sabe distinguir exatamente o que é isso ou aquilo, está comprando algo que lhe traz conteúdo, e a publicidade é conteúdo (Entrevista com Flávio “Faveco” Corrêa, 2020).

Percebemos que a relação do consumidor com a publicidade também foi se desenvolvendo com o tempo. No princípio, o consumidor lia o conteúdo publicitário no veículo de comunicação como parte do conteúdo informativo, depois passou a identificar o anúncio como outro tipo de informação – a comercial – e a se interessar por ela, pois lhe oferecia novidades. “A publicidade era um catalizador e oferecia oportunidades e opções que o consumidor estava buscando” (Entrevista com Flávio “Faveco” Corrêa, 2020). *Percebemos, assim*, evolução da participação dos indivíduos como consumidores no mercado, contribuindo também para o desenvolvimento do mercado publicitário.

Tratamos, aqui, de um ambiente ainda dominado pelas agências estrangeiras implantadas em solo brasileiro, como as norte-americanas McCann e Grant Advertising. Ainda assim, algumas agências locais procuraram encontrar seu lugar e deixar seu legado à história da publicidade gaúcha.

Os Irmãos Sirotsky e a Mercur Publicidade

A Mercur, do Jayme e do Maurício, era baseada na criatividade deles [...]. Baseados na aguda criatividade que eles tinham, faziam a diferença na comunicação que eles produziam para os clientes deles (Entrevista com Flávio “Faveco” Corrêa, 2020).

Foi nessa conjuntura de crescimento do mercado que, no ano de 1957, os irmãos Maurício e Jayme Sirotsky fundaram a Mercur Publicidade, contando com a ajuda de Raul Corrêa, Edgar Siegmann e Hugo Hoffmann.

Eu me iniciei no mercado de publicidade na década de 50. Eu vim de Passo Fundo para Porto Alegre em 1956, e, aí, nesse mesmo ano, me associei com o Maurício na criação de uma agência de publicidade – A Mercur Publicidade (Entrevista com Jayme Sirotsky, 2019).

Segundo Jaime Sirotsky, antes da vinda definitiva do irmão para Porto Alegre, Maurício havia sido funcionário na Rádio Passo Fundo e, lá, havia feito amizade com Arnaldo Ballvé, dono da rede Emissoras Reunidas. Dessa relação resultou um cargo de representante comercial do conglomerado de rádios a Sirotsky. Ocupando tal posição, Maurício lidava não apenas com a venda de espaço publicitário nas emissoras, mas com toda a sorte de problemas relacionados à propaganda que os anunciantes lhe traziam. Maurício Sirotsky percebeu a oportunidade a sua frente, passando a resolver os problemas apresentados pelos clientes com o auxílio de outros profissionais, o que deu origem à Mercur (Entrevista com Flávio “Faveco” Corrêa, 2020).

Ao ser fundada, a Mercur vivenciou de perto o processo de maturação que ocorria em solo gaúcho para um fazer publicitário mais profissionalizado. Sua estrutura, lembra Jayme Sirotsky, era formada por atendimento, criação e mídia. Todos os sócios trabalhavam no atendimento, terceiros eram contratados para a criação, como Sérgio Jockyman e Roberto Aveline, sendo que alguns profissionais eram contratados como responsáveis pela arte final, incluindo alguns estrangeiros (Entrevista com Jayme Sirotsky, 2019).

O planejamento era muito incipiente, depois foi aprimorando. [...] As agências de publicidade de 50 ou 60 anos atrás não tem

nada a ver com o conceito das empresas de comunicação hoje, né, como a WPP ou a McCann ou a Young & Rubicam, que tem miríades de facetas especializadas, marketing, relacionamento pessoal, pesquisa, enfim, nada disso. A pesquisa era uma ferramenta que não era utilizada, na época, ou, se era, era muito incipiente (Entrevista com Jayme Sirotsky, 2019).

Os produtos que entregavam aos clientes eram principalmente para mídia impressa – jornais, revistas e *outdoors* – e para reprodução nas rádios. Nesse último caso, tratava-se, preponderantemente, de mensagens de áudio, o que demandava o trabalho de bons redatores, e *jingles*, que eram produzidos em acetado e entregues às emissoras. Roberto Aveline, um dos redatores contratados, criou um *slogan* para as Tintas Renner, “em matéria de pintura, quem dá as tintas é Renner”, que foi utilizado durante anos atingindo tanto o meio radiofônico quanto o televisivo, com a entrada da TV Piratini, em 1959 e, três anos mais tarde, a TV Gaúcha. (Entrevista com Jayme Sirotsky, 2019). O conceito teve tanto significado que foi renascido nos anos 2000 (Entrevista com Jayme Sirotsky, 2019).

À época, os anúncios para mídia impressa eram feitos com clichês, assim, a Mercur encontrava facilidade na criação das gravuras, pois Siegmann tinha uma gráfica e podia mandar produzi-las. Esse fato possibilitava que os clichês e artes finais fossem entregues perto do fechamento dos prazos, pois tudo era concluído rapidamente por Siegmann e entregue aos jornais.

Eu cansei de levar clichê pras oficinas, entregando direto nas oficinas da Caldas Júnior, sobretudo no fim de semana, porque tinha o fechamento da edição dominical, que era na sexta-feira

à noite. Eu cansei de chegar lá afobado, correndo da gráfica mercantil, que era na Doutor Flores, até a Calda Júnior que é ali na Praça da Alfândega, pra poder entrar na edição dominical. E entrava direto na oficina, falava com o chefe da oficina, o seu Júlio, que, aí, colocava. [Pedia:] “Seu Júlio, me dá uma boa colocação”. Então, assim, diagramação não tinha nada. [E continuávamos:] “Seu Júlio, qual é a página que o Senhor vai botar? Espera aí um pouquinho, melhora um pouco, Seu Júlio!” Aí ele dava um jeito, tirava um outro e botava o nosso (Entrevista concedida por Jayme Sirotsky, 2019).

A remuneração, inicialmente, vinha do comissionamento que os veículos concediam às agências. A perspectiva de clientes como fonte direta de renda passou a ocorrer apenas após algum tempo, com a cobrança de algumas etapas do trabalho. Acontece que, ainda na década de 1950, não havia, no mercado, uma consciência da importância do papel das agências e da qualidade do serviço que proporcionavam (Entrevista concedida por Jayme Sirotsky, 2019).

Deve-se perceber que, naquele momento, as agências ainda não eram consideradas atores essenciais para os potenciais clientes. Frequentemente, também eram utilizadas para finalidades distantes do escopo real do seu trabalho, como a realização de favores para facilitar algum diálogo dos clientes com entes públicos ou outros sujeitos de seu interesse. Isso fundado na relação dos publicitários com determinados sujeitos da sociedade, sem que esse tipo de atividade fosse incluído na remuneração dos serviços (Entrevista concedida por Jayme Sirotsky, 2019).

As agências eram, com frequência, “quebra-galhos” dos clientes [...] para outras finalidades que não efetivamente a publicidade.

A relação só se profissionalizou mais tarde, e, aí, eu digo com bastante prazer e orgulho, a RBS, no mercado regional, foi uma das que ajudou a profissionalizar. Nós instituímos conceitos de remuneração adequados, o uso adequado e correto de pesquisa, [...] que nos ajudaram, inclusive, a estabelecer custos de horários dentro da emissora. Com a pesquisa, nós fomos aprimorando a qualidade da audiência, passando a cobrar em função desta qualidade. Com o processo de regularizar comercialmente, também estabelecemos critérios corretos de prazo de pagamento, de desconto. O desconto era absolutamente aleatório, mais tarde é que quase que se padronizou em 20% (Entrevista com Jayme Sirotsky, 2019).

Com o passar do tempo, o efeito de campanhas publicitárias de êxito passou a transmitir à sociedade a mensagem de que as agências publicitárias eram um novo elemento para a convivência entre os sujeitos do mercado e da própria sociedade – o consumidor, o produtor ou distribuidor e os meios de comunicação. Ali surgia uma nova classe de profissionais especializados que conheciam o seu ofício e, por isso, desempenhavam suas funções com assertividade. Pouco a pouco, estabeleceu-se o convencimento de que os publicitários estavam auxiliando as empresas a resolver as mazelas de comunicação que elas, por conta própria, não conseguiam dirimir (Entrevista com Jayme Sirotsky, 2019). E Flavio Corrêa observa que isso passou a acontecer,

porque agregávamos a criatividade, e tínhamos no sangue o senso do que era a publicidade de verdade, que tipo de mensagem deveríamos usar pra captar o consumidor. O corretor do jornal só pegava o material e levava pro jornal. Não tinha essa

parte de criatividade [...] que era o que aumentava a venda do cliente (Entrevista com Flávio “Faveco” Corrêa, 2020).

Urge destacar, aqui, que foi exatamente o instinto negocial dos profissionais que passavam a fazer publicidade que acabou por instigar os empresários a criarem gosto por anunciar. Isso, por seu turno, demandou certa insistência por parte daqueles, conforme relembra Faveco:

Não havia ainda, no entanto, uma consciência absoluta do empresariado [da importância da agência], mas eu convencia eles de que teriam um resultado muito melhor. A gente se remunerava da comissão que recebíamos dos veículos. Teoricamente o cliente não pagava nada, quem pagava era o veículo. A iniciativa era nossa, de implantar o nosso serviço. Tínhamos a noção de que estávamos abrindo um novo mercado, que era o mercado publicitário (Entrevista com Flávio “Faveco” Corrêa, 2020).

Conforme já se mencionou, Maurício deixou a agência antes de Jayme para assumir a Rádio Gaúcha. Ocorre que, antes de sua vinda definitiva a Porto Alegre, este havia sido funcionário na Rádio Passo Fundo e, lá, havia feito amizade com Arnaldo Ballvé, dono da rede Emissoras Reunidas. Ao contratar Maurício, Ballvé o nomeou gerente do escritório geral do empreendimento, e quando adquiriram a Rádio Gaúcha, o mais velho dos irmãos Sirotsky deixou a Mercur para se juntar à emissora.

Quando o Maurício comprou a rádio eu fiquei na agência de propaganda. [...] Conversei com o Maurício: “Então tu vai [para a rádio], porque, se der certo, eu vou depois. Se não der certo,

eu fico aqui com a agência”. Deu certo e depois eu fui, então, pra rádio e me associei também. Depois de muito, das mudanças, eu e o Maurício, ficamos como titulares, primeiro da rádio, depois da rádio e TV [gaúcha], e, finalmente, da RBS como um todo (Entrevista com Jayme Sirotsky, 2019).

A Sotel

No ano de 1953, Antônio Mafuz, que havia adquirido experiência de agência junto à Grant, fundou a Sotel, com Paulo da Costa Gerhardt (Durand, 2008). A empresa representou um grande passo para a publicidade gaúcha, à medida que apresentava um novo padrão operacional, buscando equiparar-se à realidade de mercado de Rio de Janeiro e São Paulo (Rodrigues; Jacks, 2015). Nas palavras de Mafuz, em entrevista, em 2000 (Rodrigues; Toaldo, 2018): “Fizemos uma agência, que foi a primeira agência feita dentro do ‘padrão’ do que era uma agência de bons serviços. A Sotel se tornou logo um destaque no panorama, porque ninguém tinha o que nós tínhamos”.

Em 1951, quando nasceu a FAMECOS – hoje, Faculdade dos Meios de Comunicação Social da PUCRS – os funcionários da Sotel eram quase inteiramente provindos da primeira turma da Faculdade de Propaganda e Comunicação Social (Rodrigues; Toaldo, 2018). A agência chegou a empregar 30 funcionários e revelou talentos como Vítório Gheno e Armando Kuwer. Sua estrutura era formada por departamentos, com setores de atendimento, criação, produção e veiculação, antecipando como seriam sistematizadas as agências das décadas vindouras (Arp, 2012).

A conta da Cia. de Petróleo Ipiranga foi conquistada pela Sotel em 1955 (Rodrigues, 2002). O contrato veio a ser

como um agradecimento a Antônio Mafuz por seu auxílio na relação entre Petrobrás e Ipiranga. Ao assessorar o filho do presidente Getúlio Vargas, Mafuz tratou com o dono da refinaria, Francisco Bastos, que desejava o aumento da capacidade de refino na planta de Rio Grande (Arp, 2012).

Em 1956, a Sotel foi absorvida pela McCann-Erickson. Foi nesse período que Antônio Mafuz, Petrônio Correia e Luiz Macedo uniram-se para criar a MPM Propaganda (Durand, 2008).

Considerações finais

Essa primeira etapa do registro da história da publicidade nos fez entender como a atividade publicitária nasceu no estado do Rio Grande do Sul. Nesse percurso, se destaca a significativa contribuição que a atividade jornalística ofereceu ao evidenciar a importância da publicidade como fonte de renda para os veículos de comunicação e, em consequência, despertar o mercado e os cidadãos para as necessidades da promoção das ofertas empresariais e da informação aos consumidores. A abertura para a publicidade e a inserção de seus conteúdos como informação nos veículos de comunicação, por outro lado, conceberam os primeiros profissionais que se dedicaram à atividade publicitária. Jornalistas que se encantavam com esse novo fazer emprestaram a ele suas habilidades de comunicação aprendidas e utilizadas no fazer jornalístico e, assim, foi se constituindo uma forma de comunicação que passou a ser nomeada de publicitária.

Outra contribuição que essa história evidencia é a importância dos precursores, profissionais atentos ao mercado e a suas oportunidades, que vislumbraram espaço

para uma nova atividade e, com seu empenho, a transformaram em profissão. Mesmo sem formação específica, e com os desafios de estruturar um negócio ainda inexistente no estado, criaram oportunidades de trabalho, estabeleceram funções, convenceram anunciantes a participar, estruturaram agências, atraíram consumidores e ofereceram seu legado à profissionalização da atividade publicitária.

A estruturação da atividade publicitária, no período 1930 até meados de 1950, evidencia também várias questões que permearam os esforços por sua constituição inicial: contexto socioeconômico e político; organização da agência enquanto empresa; prestação de serviços aos anunciantes; relacionamento com os consumidores; parceria com fornecedores, especialmente os veículos de comunicação; remuneração; relacionamento profissional; profissionalização, entre outras. Os aprendizados adquiridos em torno de tais questões se refletem na vivência das mesmas na contemporaneidade, confirmando a importância da contemplação da história para continuar evoluindo a partir dos aprendizados positivos e evitar equívocos já sacramentados.

A história contada não termina enquanto ainda se tem história para viver. É preciso, então, continuar contando a história da publicidade gaúcha para que, além da formalização do seu registro, possamos continuar aprendendo com ela.

Referências

- ASSOCIAÇÃO RIOGRANDENSE DE PROPAGANDA (ARP).
Ideias Registradas: o livro que conta as histórias da propaganda gaúcha. Porto Alegre: Pluralcom, 2012.

- CANTO, Ilza Maria Praxedes do. *STAR – A Primeira Estrela: História da Primeira Agência de Propaganda do Rio Grande do Sul*, 2013.
- CASTRO, Maria Helena Steffens de. *O literário como sedução. A publicidade na Revista do Globo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.
- DURAND, José Carlos Garcia. *Formação do Campo Publicitário Brasileiro 1930-1970*. Rio de Janeiro: FGV, 2008.
- FUNDAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO RIOGRANDENSE DE PROPAGANDA (ARP). Disponível em: <http://www.arpnet.com.br/historia/>. Acesso em: 15.07.2020.
- GAÚCHAZH. Relembre a trajetória das agências de publicidade no Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 02/02/2017. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br>. – Acesso em: 14.07.2020.
- RÉGIUS, C. Entrevista concedida a Ilza do Canto em 1992. In: CANTO, Ilza Maria Praxedes do. *STAR – A Primeira Estrela: história da primeira agência de propaganda do Rio Grande do Sul*, 2013
- RÉGIUS, C. Caderno da Associação Riograndense de Propaganda, n.1,[s.d.] p.7-9. In: CANTO, Ilza Maria Praxedes do. *STAR – A Primeira Estrela: história da primeira agência de propaganda do Rio Grande do Sul*. 2013.
- RODRIGUES, André Iribure. *MPM Propaganda: a História da Agência dos Anos de Ouro da Publicidade Brasileira*. Porto Alegre:UFRGS, 2000. Dissertação (Mestrado em Educação), Faculdade de Educação, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio grande do Sul, 2002.
- RODRIGUES, André Iribure; JACKS, Nilda. *MPM: a Agência dos Anos de Ouro da Publicidade Brasileira*. Florianópolis:

- Insular, 2015.
- RODRIGUES, Andre Iribure; TOALDO, Mariângela Machado. *Antônio Mafuz: um sobrenome para a publicidade gaúcha e brasileira*. Perfis da Comunicação – Trajetórias profissionais no Rio Grande do Sul. Grupo de Pesquisa em História da Comunicação da FABICO/UFRGS. Florianópolis, 2018.
- RUDIGER, Francisco Ricardo. Contribuição à história da Publicidade no Rio Grande do Sul. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, 1995.
- SILVA, I.; TOALDO, M. *Publicitários + Anunciantes: a dinâmica de uma relação complexa*. Porto Alegre: Entremeios, 2010.
- Entrevistas:*
- Entrevista concedida por Jayme Sirotsky, 2019
- Entrevista concedida por Flávio “Faveco” Corrêa, 2020.

CAPÍTULO 2

Rádio no noroeste gaúcho: aspectos históricos e traços culturais

Vera Lucia Spacil Raddatz (Unbral Fronteiras/UFRGS)

A região noroeste do Rio Grande do Sul compreende 77 municípios integrantes dos quatro Conselhos Regionais de Desenvolvimento – Coredes – assim denominados: Corede Missões (25), Corede Fronteira Noroeste, (20), Corede Celeiro, (21) e Corede Noroeste Colonial (11), cujos principais municípios são: Santo Ângelo, Santa Rosa, Três Passos e Ijuí, respectivamente. De acordo com Büttenbender; Siedenberg e Allebrandt (2011, p. 82), “os Coredes devem ser entendidos como fóruns regionais de discussão sobre estratégias, políticas e ações que visam ao desenvolvimento regional, constituídos como pessoas jurídicas de direito privado, organizados sob a forma de associações civis sem fins lucrativos.” Na área do turismo, a região noroeste é dividida pela Secretaria do Turismo em duas rotas: a Rota das Missões e a Rota do Yucumã. Neste contexto, o rádio é um elemento imprescindível para o debate e o desenvolvimento regional.

A história do rádio no noroeste do Rio Grande do Sul tem suas origens na década de 40 do século 20, quando são fundadas a Rádio Cruz Alta AM (1946) e a Rádio Santo Ângelo (1947). Na década de 50 entram em operação a Rádio Repórter, de Ijuí (1950), Rádio Difusora, de Três Passos

(1951); Rádio Santa Rosa, de Santa Rosa (1955), Rádio Colonial, de Três de Maio (1955) e Rádio Progresso de Ijuí (1959).

O objetivo deste texto é apresentar um panorama para se compreender parte da história do rádio nesta região do estado, permitindo conhecer como se deu este processo de formação, recuperando alguns dados e apontando a necessidade de um trabalho de continuidade desta pesquisa, já que são numerosas as emissoras, os profissionais e grande a abrangência da região.

O nascimento do rádio nesta região do Rio Grande do Sul representa um marco para suas comunidades, pois elas contribuem substancialmente para a articulação do desenvolvimento local e regional, na medida em que o rádio é nestes municípios um instrumento essencial para a circulação da informação, seja ela uma informação-notícia, uma informação-serviço, informação-cultural ou informação-entretenimento. O rádio do interior, como é o rádio do noroeste do Rio Grande do Sul, tem como principal característica a comunicação e a informação de caráter local/regional. E isto faz toda a diferença em relação a outras mídias de maior abrangência, porque abre espaço para as fontes, as vozes e a cultura local, formando pela comunicação um legado no tempo histórico que remete a uma memória do lugar.

Na década de 40, quando foram criadas as primeiras emissoras em Cruz Alta e Santo Ângelo, o rádio brasileiro vivia o auge do rádio espetáculo, voltado para os programas de auditório e as radionovelas patrocinadas pelas empresas multinacionais, que descobriram no primeiro veículo de comunicação eletrônica da história a possibilidade de

promover sua imagem a partir da propaganda, autorizada nas rádios do país em 1932, por meio de decreto do presidente Getúlio Vargas.

O rádio no Brasil nasceu como Sociedade Clube, com pioneirismo do trabalho da Rádio Clube de Pernambuco, criada em 1919, e por isso, em 2019, o 12º Encontro Nacional da História da Mídia, realizado de 19 a 21 de junho, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte foi marcado por duas ações – uma mesa em homenagem aos 100 anos de rádio no Brasil, e a reunião do GT de História da Mídia Sonora, da qual resultou o compromisso dos pesquisadores de rádio em oficializar e difundir o pioneirismo da rádio pernambucana, reconhecendo-a como o marco inicial do rádio no Brasil.

Os anos 20 do século XX foram formadores do processo de desenvolvimento das rádios sociedades que se caracterizavam como marcadamente elitistas, sustentadas por um grupo de associados, que adquiriam os poucos e caros aparelhos receptores disponíveis. Os ouvintes da década de 20 tinham acesso a apenas algumas horas de programação por dia, podendo ouvir música instrumental, conteúdo educativo, discursos e concertos de música. Ao mesmo tempo, um privilégio e um deleite. A atmosfera do rádio brasileiro foi se transformando, e a partir do momento que o aparelho ficava mais acessível, crescia o número de ouvintes e se modificava a programação. O grande momento da virada na programação radiofônica brasileira se deu com a sustentação econômica, a partir da inserção da publicidade que passou a financiar a contratação de atores e atrizes, apresentadores e locutores (os speakers), os cantores e cantoras do

rádio, bem como orquestras e músicos. O público correspondia à expectativa do novo intento, formava legiões de fãs e lotava os auditórios das emissoras para ver seus ídolos de perto. A magia da voz, da oralidade e da arte se cruzavam para fazer do rádio um fenômeno comunicacional na primeira metade do século XX.

Este era o cenário no país, com as primeiras emissoras: Rádio Clube de Pernambuco (6/04/1919) antes mesmo da primeira demonstração da *Westinghouse* no Morro do Corcovado nas comemorações ao centenário da independência do Brasil, em 1922; Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (1/05/1923); Sociedade Rádio Educadora Paulista (30/11/1923); Rádio Clube do Brasil(1/6/1924); a Mayrink Veiga, RJ (20/01/1926); Cruzeiro do Sul/SP (2/5/1927); Cruzeiro do Sul, RJ (1933); Kosmos, SP (1933). Estas emissoras eram captadas pelos gaúchos, bem como rádios argentinas e uruguaias. (Ferraretto, 2002; Moreira, 1998).

No Rio Grande do Sul, as emissoras pioneiras tiveram seu surgimento impulsionado pela onda da modernidade tecnológica que era notícia nos jornais da época, e pelo interesse dos clubes formados pelos “amadores da radiotelefonía” que vendiam a ideia de progresso e desenvolvimento. O empurrão final foi dado pelo rádio comercial que transformou as primeiras transmissoras amadoras em emissoras comerciais. Entre os pioneiros, o nome de Arnaldo Ballvé é um ícone da época e do rádio gaúcho, associado principalmente à história da Farroupilha e da Gaúcha, de Porto Alegre, mas também ao surgimento das Emissoras Reunidas, no interior do estado. Seu caráter empreendedor, em 1946, deu início a um complexo de

rádios, criando “estações em cidades onde este serviço não existia, como Santa Cruz do Sul, Cruz Alta, Passo Fundo, Cachoeira do Sul e Caxias do Sul (...) Alegrete, Carazinho, Erechim, Santo Ângelo, São Leopoldo, Encantado e Rio Pardo.” (Press, 2003, p. 24).

As emissoras pioneiras gaúchas, do início dos anos 20 ao final dos anos 50, são a Rádio Sociedade Rio-Grandense (1924), que teve vida curta, apenas até novembro do mesmo ano); Rádio Sociedade Pelotense (1925); Rádio Sociedade Gaúcha (1927); Rádio Difusora Porto-Alegrense (1934); Rádio Sociedade Farroupilha (1935); Rádio Charrua, de Uruguaiana (1936); Rádio Santa Cruz, de Santa Cruz do Sul (1946); Rádio Cultura, de Livramento (1946); Rádio Cruz Alta, de Cruz Alta (1946); Rádio Santo Ângelo (1947); Rádio São Luiz, de São Luiz Gonzaga (1949); Taquara AM (1950); Rádio Santa Rosa AM (1950); Rádio Repórter, de Ijuí (1950); Rádio Colonial, de Três de Maio Rádio (1955); Rádio Cerro Azul, de Cerro Largo (1957); Rádio Guaíba (1957); Rádio Progresso, de Ijuí (1959).

As pioneiras do noroeste gaúcho: história e memória

A região noroeste do Rio Grande do Sul é formada por um conjunto de municípios de pequeno e médio porte baseados na economia agrária, que em sua maior parte contam com pelo menos uma rádio, mas podendo chegar ao número de cinco ou sete emissoras, como é o caso de Santa Rosa e Ijuí, respectivamente. As rádios da região são de três segmentos, distribuídas entre comerciais, comunitárias e educativas.

A história do rádio nesta região tem sido acompanhada pelo curso de Jornalismo da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – Unijuí, por meio de pesquisas no ensino de radiojornalismo, Trabalhos de Conclusão de Curso, Projetos Experimentais e, de modo mais específico, pela pesquisa científica produzida no Projeto Fronteiras: a identidade fronteiriça nas ondas do rádio, desde o ano de 2008, cujos dados levantados por esta autora constituem acervo da área de comunicação da Unijuí e servem como base para a publicação deste texto.

Como as rádios não costumam manter um acervo regular para consulta pública, a pesquisa se utiliza mais de depoimentos e entrevistas, ou seja, constitui-se a partir da história oral, considerada “um método de pesquisa que utiliza a técnica de entrevista e outros procedimentos articulados entre si, no registro de narrativas da experiência humana.” (Freitas, 2006, 18). Esses recursos normalmente norteiam a maioria das pesquisas do gênero e enfrentam problemas quanto à documentação, pois o único documento, às vezes, provém da memória do entrevistado, o que acaba duplicando o trabalho, porque é preciso ouvir mais pessoas para proceder a checagem dos dados. De acordo com Alberti (2005, p. 29), “a história oral não é um fim em si mesma, e sim um meio de conhecimento. Seu emprego só se justifica no contexto de uma investigação científica, o que pressupõe sua articulação com um projeto de pesquisa previamente definido.” Deste modo, o “Projeto Fronteiras: a identidade fronteiriça nas ondas do rádio”, 2008-2020, utilizou-se da técnica da história oral combinada com a busca a outros instrumentos de pesquisa, como visitas *in locu* às emissoras,

acesso a materiais em acervos de museus e consulta a jornais regionais, tendo em vista a constituição de um conjunto de informações que contribuem para o resgate de parte da história de diversas emissoras desta região do interior do Rio Grande do Sul.

A emissora pioneira da região noroeste é a Rádio Cruz Alta AM, de 13 de maio de 1946. Nasceu como integrante do grupo das Emissoras Reunidas, comandado por Arnaldo Ballvé. Desde 1983 pertence ao Grupo Pilau de Comunicação, formado ainda pela Pop Rock FM, Cruz Alta, Rádio Vera Cruz AM, de Horizontina (13/05/1962) e a Rádio Sul Brasileira AM, de Panambi. A Rádio Cruz Alta é voltada para o segmento de informação e música e utilidade pública, com incursões especialmente na área da cobertura de feiras e notícias do agronegócio, naturalmente impulsionada pela vocação agrícola de seu município de origem. Três profissionais atuam no jornalismo, de um total de aproximadamente 20 colaboradores. Acompanhou não só os movimentos da sociedade cruz-altense e regional no decorrer do tempo, bem como seguiu a tradição de entreter o público com as radionovelas, os programas de auditório e o radioteatro, mantendo na época um elenco próprio. A rádio foi se ajustando às tecnologias, informatizando a área administrativa e hoje os ouvintes podem interagir pelas redes sociais e a programação ser ouvida pela internet. O município de Cruz Alta conta ainda com mais quatro emissoras de rádio: Independente AM, Diário Serrano FM, Pop Rock FM, e a comunitária Rádio Popular 107,9.

Em Santo Ângelo está a segunda emissora mais antiga do noroeste gaúcho, a rádio Santo Ângelo, que entrou no ar

em dia 15 de agosto de 1947 como uma das integrantes do grupo Emissoras Reunidas Rádio Cultura Ltda., (Emissoras Reunidas) criado por Arnaldo Ballvé. Assim como as suas coirmãs que chegaram na sequência à região, também imprimiu o selo do rádio espetáculo, programas de auditório e radionovelas oferecendo à comunidade shows no estúdio de rádio e no Cinema Municipal. Fizeram parte dos shows artistas como Ivon Curi, Vanderlei Cardoso, Luiz Gonzaga (o Rei do Baião), Linda Batista, Angela Maria, Eliana Macedo, Renato Murce e a Orquestra Cassino de Sevilha. Um dos programas históricos no radiojornalismo da emissora, pois nasceu com ela criado por Arnaldo Ballvé, é o Grande Jornal Falado, dirigido a um público bem diversificado. Seguindo o próprio desenvolvimento do rádio no Brasil, a Santo Ângelo passou na década de 80, já sob nova direção, para uma visão de rádio mais voltado para a comunidade. Nos anos 90, a família Loureiro assumiu a emissora, que passa a investir principalmente em informação, adequação tecnológica e qualificação da equipe.

Já a Rádio Sepé Tiaraju, também de Santo Ângelo, entrou em funcionamento em 14 de setembro de 1977. É de propriedade da família Andres, que mantém ainda a Rádio Mais Nova FM, na cidade. A Sepé construiu sua história por meio do jornalismo e da informação de interesse público, destacando-se em algumas coberturas esportivas como a Copa do Mundo de 1986, a Libertadores da América e jogos do Inter e do Grêmio. O programa mais antigo de radiojornalismo da emissora é Aldeia Global, criado em 1977 por Luiz Valdir Andres. Ainda na linha noticiosa, o programa Panorama Notícias, também foi criado no início de funcionamento da

rádio e hoje é apresentado por dois locutores, João Francisco Bernardi e Paulo Renato Ziembowicz. Com o processo de migração do AM para o FM, a direção da rádio avaliou a entrada no dial de FM, considerando a decisão federal de 2013, quando foi publicado o Decreto nº 8.139 que autorizou o início do processo de migração das rádios que operam na faixa de AM para FM, assinado pela Presidente Dilma Rousseff. A preocupação do diretor da emissora Valdir Andres (2018, informação verbal) é sobre como será a gestão dessa programação da AM no novo canal em FM, sentimento também demonstrado pelo diretor da rádio Cruz Alta, Álvaro Felipe Pilau (2018, informação verbal), o que representa um conjunto de incertezas frente a esta nova realidade.

Santo Ângelo conta também com uma emissora de rádio Comunitária, constituída pela Associação Cultural de Radiodifusão Comunitária de Santo Ângelo, a Rádio Com FM, no ar há 21 anos, enfoca o serviço de utilidade pública, apoiando campanhas de educação, saúde, trânsito e cultura. Registram-se muitas iniciativas de rádio comunitário nesta região, instituídas principalmente na década de 90 em cidades de porte menor, que ansiavam em ter um canal local de comunicação em FM, como por exemplo, Mauá, de Tuparendi; Olinda, de Tucunduva; Rádio Liberdade, de Augusto Pestana; Ativa, de Coronel Barros; Comunitária, de Nova Ramada; Cultura, de Ajuricaba; Rádio Acesa, de Santo Cristo; Sentinela, de Bozano. A Rádio Acesa, de Santo Cristo, por exemplo, foi inaugurada em 16 de setembro de 2006, na frequência 104,9 FM, com sua programação diária com início às 6h até 23h. Mas o processo para obter a outorga definitiva, desde a criação da Associação Comunitária

Cultural Santo Cristense, em 28 de junho de 1996, demorou dez anos. Já a rádio NWPan FM 87, de Panambi, entrou no ar em 10 de maio de 2002.

Santa Rosa, pertinho da fronteira castelhana, recebeu os serviços de radiodifusão com a implantação da Rádio Santa Rosa, fundada em 10 de junho de 1950, a partir do trabalho de um grupo de cerca de vinte cidadãos da comunidade que formou uma associação para colocar no ar a primeira emissora da cidade, tendo como pressuposto o incentivo ao desenvolvimento regional. A abrangência da emissora compreende a região da grande Santa Rosa, contemplando mais de vinte municípios, chegando até a Argentina. De acordo com o diretor da emissora desde 1965, Roberto Antônio Donadel (2009, informação verbal), a rádio nasceu com um perfil comunitário. Costumava levar sua programação para os bairros e a praça principal do município, atraindo a participação popular e contribuindo para ajudar instituições e fomentar a música regional, divulgando artistas locais. O aspecto técnico da transmissão, com seus 250 watts de potência nas primeiras décadas, era considerado algo fantástico para aquele momento, segundo Donadel.

Este perfil de atuação e de caráter comunitário não é particularidade da pioneira do rádio em Santa Rosa, mas um traço das emissoras pesquisadas na região, que se constituíram como um importante irradiador de informação, debate de ideias, música e diversão para seus ouvintes e, por isto, se tornaram veículos de comunicação muito importantes e com um grande poder de penetração na vida de suas comunidades. Hoje, a Santa Rosa retransmite música e não mantém nenhuma equipe de jornalismo. É do mesmo grupo

que tem a propriedade da Liderson FM, voltada aos jovens de até 45 anos, focando alguns horários com participação de ouvintes e sorteio de brindes.

Além destas duas, Santa Rosa conta com mais quatro emissoras: a Rádio Mais FM, com estúdio na cidade desde 2010, parceira do mesmo grupo da Mais FM, de Santo Cristo, inaugurada em 2008; a FEMA FM, uma emissora educativa com uma programação de caráter cultural, nos segmentos música e informação, criada por iniciativa de Carlos Alberto Nasi em 28 de julho de 2003; a Noroeste (ex-AM), que opera agora em FM e a Guaíra FM, ambas pertencentes ao mesmo grupo de comunicação, a Empresa Jornalística Noroeste (EJN), que publica o Jornal Noroeste, desde 8 de julho de 1971.

No início, a Noroeste chamava-se Rádio Sul Brasileira AM. Foi fundada em 20 de maio de 1963, e hoje mantém uma equipe que produz jornalismo em boa parte da programação, no sistema *talking-news*, com entrevistas, debates, unidade móvel e transmissões especiais, sob o comando de um âncora no estúdio. O locutor, âncora e gerente da emissora Zelindo Cancian (2016) explica que na Noroeste há uma linha editorial, mas nenhum radialista interfere no trabalho do outro, sendo cada um responsável pelo seu programa, sem ter um produtor exclusivo, embora todos possam contar com a ajuda da equipe. O programa mais popular da emissora não é jornalístico e sim de utilidade pública, misturado com música: o “Oh de casa”. Apresentado por Mauri Carlos, com enfoque em anúncios sobre compra e venda, achados e perdidos, está há quase cinco décadas no ar e comprova que alguns modelos antigos de

programação permanecem vivos, apesar de todas as mudanças da sociedade em rede. Conforme estudos realizados especialmente sobre a boa repercussão do programa “Oh de Casa, da Noroeste, em texto publicado pela Alcar 2019, afirma-se que no “interior, a popularidade do rádio está geralmente centrada na figura de algum locutor ou apresentador, que por sua característica individual estabelece determinados vínculos com o seu público”. (Raddatz, 2019, p. 11). Assim, funciona como o porta-voz de muitas vozes, em razão de que representa publicamente a audiência por meio daquilo que anuncia.

A Guaíra é a irmã mais nova da Noroeste. Implementada em 3 de maio de 1988 através de um processo de expansão da EJA, seu foco é o entretenimento musical e informativo. É uma rádio que mescla em sua programação diversos estilos de músicas, com destaque para as bandas regionais, sertanejo e pop-rock.

Também muito próximo da linha divisória com o outro país, o município de Porto Lucena conta com a Rádio Navegantes AM, ultrapassando as fronteiras pela comunicação sonora desde 10 de abril de 1963, com audiência na vizinha Província de Misiones, território argentino. Faz parte do Sistema Funave Comunicações de Rádio, composto pela Rádio Caibaté AM, de Caibaté, e Ativa FM, de Campina das Missões.

Em Ijuí, município de 80 mil habitantes e importante polo da região, são sete emissoras de rádio. A pioneira é a Rádio Repórter, de 1950, seguida da Rádio Progresso (1954), Rádio Iguatemi FM (1987); Rádio Jornal da Manhã (1996) Rádio Unijuí FM (2001) Rádio Fraternidade, pertencente à

Igreja Católica que adquiriu do Grupo JM o canal da Antena Um, de Ijuí, no final dos anos 90; e a caçula da cidade, a Rádio Mundial FM (2008). O Grupo JM é formado pelo Jornal da Manhã, Rádio Jornal da Manhã, Revista Stampa e Gráfica Cia de Arte.

Mas o início da radiofonia em Ijuí reporta ao rádio poste, que já existia em toda a área central de Ijuí (Praça da República e rua do Comércio) no início dos anos 40, o que possibilitou a primeira transmissão esportiva da cidade.

Foi no dia 10 de novembro de 1940, por ocasião do então clássico da época, entre o Esporte Clube São Luiz e o Grêmio Literário e Esportivo Ijuicense, que foi vencido pelo São Luiz, pelo placar de 5 a 3. Luiz Mendes foi o narrador desse jogo e o comentarista o professor Heitor Silveira Neto. Mais tarde trabalhou nesse Serviço de Alto Falantes o Juvêncio Mendes, que era irmão de Luiz Mendes (Bindé, 2011, p. 11).

Em foto da Coleção Jaunsen, de 1945, observam-se os alto falantes na rua do Comércio, em frente ao Banco Nacional, no centro da cidade. Esse registro do arquivo do Museu Antropológico Diretor Pestana – MADP, de Ijuí, foi publicado em 2009, acompanhado de um texto de uma estudante de História e voluntária do Museu, que aponta uma data histórica na radiofonia de Ijuí: 23 de junho de 1943, quando os sócios Antônio Donadelo e Juvêncio Mendes, cansados das reclamações dos cidadãos do centro da cidade com o barulho da rádio poste, inauguraram a Rádio Ijuí, também em sistema de alto falantes, às 19h na sede do Esporte Clube São Luiz. Pelos microfones da Rádio Ijuí emitiam “notícias cívicas, informes de bailes e outros eventos”. (Soares, 2009,

p. 27). Por este mesmo alto falante se projetou o pioneiro da narração esportiva de Ijuí e um dos maiores jornalistas esportivos do Brasil, Luiz Mendes, que cobriu 13 Copas do Mundo. Veio de Palmeira das Missões para Ijuí, depois foi para a Farroupilha de Porto Alegre e dali para o Rio de Janeiro, em 1944, onde na Rádio Globo ocupou a posição de um dos principais narradores esportivos. Luiz Mendes faleceu em 2011.

A cobertura esportiva é uma marca do rádio ijuicense desde suas origens, pois todas as emissoras, em algum momento de sua história realizaram ou retransmitiram modalidades esportivas, principalmente o futebol protagonizado na cidade pelo Esporte Clube São Luiz. A Rádio Repórter e a Rádio Progresso – e a Rádio Jornal da Manhã somente por algum tempo – constituíram equipes de profissionais especializados nessas coberturas, que se mantém até hoje. Porém, se antes as coberturas representavam um equilíbrio no faturamento, hoje estão mais escassas pelas condições que o mercado oferece para o setor e os custos altos de produção, transporte, equipe e transmissão. As transmissões ganharam uma conotação predominantemente local, sendo que a tecnologia procura suprir a lacuna das urgências e o custo das distâncias.

Em 10 de abril de 1950, Ijuí ganhou a primeira estação de rádio, a Rádio Sulina, por iniciativa de Wandroaldo Kopf e Remiro Muraro. Em 1965 foi comprada pelo radiologista, ex-prefeito de Ijuí e ex-deputado estadual Wilson Mânica. Por meio de um concurso passa a denominar-se Rádio Repórter. Hoje, a emissora é dirigida pela Sr^a Salet Mânica e pelo filho Enzo Mânica. Com uma potência de

10Kw, no dial do AM trafegava pelos 1030 Khz, sendo reconhecida como a “mais popular”. No dia 26 de junho de 2019, a Repórter desligou o sinal do AM e passou a operar com a mesma programação em FM na frequência 93.9. O Grupo Repórter que tinha também um jornal, cuja primeira edição foi publicada em 10 de abril de 2008, comunica ainda com outro canal de FM, a Iguatemi. O diretor Enzo Mânica (2019, *online*) ressalta o impacto que isso vai gerar a partir do ganho em qualidade de áudio, a potência e consequente alcance da rádio. Pelo menos, por enquanto, não se observa alteração na programação da nova Repórter, prevalecendo o jornalismo, as notícias de esporte e o entretenimento. Assim, ela distingue-se da programação da outra FM do grupo, a Rádio Iguatemi (101.5), fundada em 25 de julho de 1979, na época batizada de Rádio Repórter FM, hoje com dez Kw de potência.

A Rádio Progresso de Ijuí, surge nove anos depois da Repórter AM, em 19 de outubro de 1959, dia do aniversário do município. Na década de 60, ainda sob a influência do rádio espetáculo das grandes emissoras, a Progresso transmitia às quartas feiras programas de auditório. O locutor mais antigo da emissora Milton Silva (2012, informação verbal), recentemente falecido em 3 de junho de 2019, em entrevista ao Projeto Fronteiras, recordava que a Progresso trazia artistas de todo o RS e do Brasil para apresentações ao vivo no cinema Serrano, que ficava lotado com o público que ia apreciar artistas como Teixeirinha e Mary Terezinha, José Mendes, O Incríveis, Pedro Raimundo, Nelson Gonçalves e Elis Regina, um dos maiores nomes da MPB. Milton criou programas de longa duração na rádio como “No

tempo do gramofone” e “Sertão em Festa”. Delfino Coimbra (2012, informação verbal), noticiarista, rádio escuta, redator e apresentador da Progresso também criou um programa musical, exibido nas noites de domingo: “o Ponto de Encontro Saudades”, que oferece subsídio para as novas gerações da cronologia e do avanço da música popular brasileira.

A Progresso foi uma das primeiras emissoras do interior a cobrir os festivais de música nativista, como a Califórnia da Canção de Uruguaiana; depois vieram outros como a Coxilha de Cruz Alta, o Carijo, de Palmeira das Missões, a Moenda, de São Francisco de Paula, entre tantos outros. A emissora também fez história com as coberturas esportivas do campeonato gaúcho, acompanhando a dupla da capital Grêmio e Inter e o Esporte Clube São Luiz, de Ijuí, bem como jogos da seleção brasileira no Beira-Rio em Porto Alegre, em Curitiba, no Maracanã no Rio de Janeiro contra a Alemanha e em jogos internacionais com o Chile, indo também para Tóquio, no Japão, em 1995, para a cobertura do jogo Grêmio e Ajax. Este tipo de iniciativa era mantida por fortes patrocínios dos empresários, principalmente locais, às jornadas esportivas das rádios do interior da época. Tempos bem diferentes hoje para as mesmas emissoras.

Na interação com o público, na época em que as cartilhas dos ouvintes movimentavam a recepção da rádio e os correios, o grande sucesso musical da rádio em toda a região de cobertura era o “Campeões da simpatia”, que listava semanalmente as músicas campeãs da preferência dos ouvintes. Leandro Heck (2012, informação verbal), um dos diretores da Progresso, destaca o programa diário “Pinga Fogo”, que tem a primeira parte direcionada ao esporte, especialmente

futebol, a segunda voltada para assuntos gerais. O Companhia da Noite também é um programa com variedades, informação e música. Desde 2004 a rádio pode ser ouvida pela internet em tempo real, ano em que a rádio passa também a ser dirigida por Alessandro Heck

Depois da Repórter e da Progresso, as pioneiras do AM em Ijuí, veio a Rádio Jornal da Manhã, em 18 de maio de 1996. Dirigida por Edmundo Henrique Pochman é a ponte sonora do Grupo JM com a comunidade regional. O objetivo da emissora era declaradamente operar com a instantaneidade e para tanto montou uma equipe de repórteres e jornalistas para cobrir a informação de caráter local e regional, transmitindo também pela Rede Gaúcha Sat. Chegou a ter uma equipe para jornadas esportivas, mas com a mudança do mercado, não a manteve. Hoje a equipe está mais enxuta, mas o perfil de “canal da informação”, ainda permanece no ar. O Jornal do Meio Dia, bem como o Linha Direta, ambos do segmento jornalístico são o carro chefe da emissora.

A Rádio Mundial FM, de 25 de dezembro de 2008, é a emissora mais jovem de Ijuí, liderada por José Luiz Bonamigo, da mesma família proprietária da Rádio Progresso. O nome foi inspirado na Rádio Mundial AM 860 do Rio de Janeiro, que nos anos 70 e 80 se destacou no país pela comunicação jovem, impulsionada pelo DJ (*disc jockey*) Big Boy. Com uma proposta dirigida para o público jovem, programas de variedades e de boa repercussão como “Os Karas”, a rádio é eclética. Leandro Heck (2012, informação verbal) (Rádio Progresso/Rádio Mundial), integrante do grupo, explica que a proposta desse programa é justamente

a terapia do riso, constituindo uma pauta descontraída, chegando ao humor para estabelecer uma maior interação e aproximação com o ouvinte.

Além das emissoras comerciais, Ijuí conta com uma emissora educativa, desde 20 de julho de 2001, data em que foi inaugurada a Unijuí FM, 106.9, cujo processo de implantação demorou dez anos tramitando no Ministério das Comunicações, encaminhado pela Fidene, a Fundação de Integração e Desenvolvimento do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, a mantenedora da Unijuí, Universidade Regional. A proposta aglutinou professores das áreas de educação e comunicação, jornalistas e radialistas de dentro da universidade e também de fora.

A primeira equipe diretiva da Unijuí FM foi formada pela diretora geral Lídia Inês Allebrandt, pedagoga; pelo coordenador de programação Luiz Henrique Berger, jornalista; pela Coordenadora Pedagógica Vera Lucia Spacil Raddatz, professora do curso de Jornalismo. A parte técnica era de responsabilidade de João Carlos Casali, técnico de rádio. Como rádio educativa sua função é produzir uma programação que corresponda à difusão do conhecimento em todas as áreas, na perspectiva da pesquisa, do ensino e da extensão. Além disso, também cumpre a função de laboratório do curso de Comunicação da Universidade, abrindo espaço para a prática radiofônica e estágio para os alunos.

Sua programação musical é de relevância para a formação de um gosto musical do público, e se estende do clássico ao nativismo de raiz, passando pela MPB, blues e rock nacional e internacional, excluindo-se o sertanejo universitário e a música de circuito mais comercial. A Unijuí FM

cobre as atividades da universidade e levanta pautas que promovem o debate em relação à cultura, à educação e aos temas da atualidade, numa perspectiva de comunicação para a cidadania.

Próximo a Ijuí temos vários municípios de pequeno e médio porte com rádio. Catuípe e Panambi estão entre eles. Em Catuípe, a pioneira é a Radiodifusão Águas Claras, inaugurada em março de 1987, que já migrou para o FM e está na frequência 100.3, podendo ser ouvida também via internet. A primeira emissora de rádio em Panambi é a Sul Brasileira AM, depois veio a Sorriso FM, em A rádio Sorriso FM, em 5 de dezembro de 1989, pelo diretor Lauri Brietzke, conhecida como “o tambor da aldeia”, funcionando como um termômetro das questões locais, mesmo não sendo este o seu *slogan* oficial.

O nascimento da Sul Brasileira está relacionado com a necessidade de criar um novo meio de comunicação em Panambi, além do jornal O Panambiense, que já existia na década de 60. Em 30 de setembro de 1962 foi inaugurada então a rádio Panambi, iniciativa dos irmãos Mário Pilau, Liton Lanes Pilau, Lineu Fernando Pilau, e Loy Newton Pilau, que mais tarde passou a se chamar Rádio Sul Brasileira. O foco da emissora sempre foi a informação e o esporte e a estrutura de rádio poste da época em Panambi contribuiu para a divulgação do novo meio de comunicação da cidade.

A década de 50 foi marcada pela inauguração de muitas emissoras de rádio no interior do Estado. Entre elas está a Rádio Difusora AM, de Três Passos, que entrou em operação em 20 de setembro de 1951, na região Celeiro. Antônio

Maximiliano Ceretta, acompanhado de mais dois sócios apostou primeiro em ser uma sucursal da Rádio Colonial de Três de Maio, para mais tarde transformar o empreendimento em uma emissora local. Desde o final da década de 50, o controle da propriedade da emissora passou para a família Breitenback. A Rádio Difusora AM no aparelho tradicional, pode ser sintonizada em áreas do nordeste da Argentina e nos estados de Santa Catarina e Paraná.

Em Três Passos também está instalada a Rádio Alto Uruguai FM, inaugurada em 4 de abril de 1987, chegando a afiliar-se na Rede Líder, de SP, mas declinou da ideia para retomar a aproximação com a comunidade, por meio de uma programação voltada para o segmento local. Na frequência 92,5, tem sua sede em Três Passos, com sucursal em Crissiumal. A emissora é de propriedade dos mesmos sócios da Alto Uruguai AM, de Humaitá, que primeiro denominava-se Rádio Celeiro Humaitá Ltda, como na data de sua primeira emissão em 18 de abril de 1983. Em 1985 passou a ser denominada Rádio Alto Uruguai Ltda AM. Hoje, com a migração para o FM, pode ser sintonizada na frequência 106,1 com estúdios em Humaitá e sucursal em São Martinho.

O nascimento do rádio em Três de Maio pode ser olhado curiosamente, pois o nome do município está na data que corresponde ao início das transmissões da primeira emissora em 3 de maio de 1955, a Rádio Colonial AM. O nome Colonial foi escolhido pela relação que existe com a região Noroeste Colonial. Entre os seus slogans de época, um deles demonstra o afeto da rádio com o lugar em que está inserida: “A Princesinha dos Pampas”. Parte de sua história está

guardada em uma sala da emissora, que se preocupou em identificar e preservar os equipamentos que fizeram parte das mudanças tecnológicas que a rádio passou no decorrer do tempo. Guardar sua memória é um ato muito importante para que os mais jovens conheçam os processos de transformação que o rádio sofreu e assim também estará guardando sua história. Um dos locutores que tem acompanhado a história da Colonial é Alexandre Souza, na emissora desde 1991, quando tinha 16 anos. Hoje, jornalista formado pela Unijuí, exerce sua função principal no setor de radiojornalismo da Colonial, comandando os principais programas. A emissora também se destacou pelas coberturas esportivas nos bons tempos de transmissão de campeonatos além dos limites da cidade. Como próprio da região de imigração alemã, muitas emissoras veiculavam ou ainda veiculam programas em língua alemã. Na Colonial, um programa diário nesse idioma era bastante ouvido: o *Freund und Fest*, que significa Amigos em Festa. Seguiu o ritual da maior parte dos programas do gênero na região, apresentando pedidos musicais, e recados, além de rodar exclusivamente músicas de bandas típicas de festas como a Oktoberfest e o o Kerb.

Três de Maio também se distinguiu no desenvolvimento de radiodifusão com a Cidade Canção FM, fundada em 13 de novembro de 1989. Voltada para o segmento jovem, construiu sua visibilidade pela interação com o ouvinte e pela música. Mas, como a Rádio Colonial, manteve sua identidade também relacionada às influências dos imigrantes e isso justifica programas que fizeram parte da sua grade em alemão, como o “Baile de Kerb” e: “Festão da Cuca e da

Linguiça”, apresentado por João Seno Bach, aos domingos, com a duração de três horas, iniciando às seis da manhã.

No município de Santo Cristo, a Rádio Regional AM entrou no ar na data consagrada ao colono e ao motorista: dia 25 de julho do ano de 1979, por iniciativa de Roberto Antônio Donadel, e fez primeira locução pelos microfones da emissora, seguido do gerente Valdir Bohrer. A emissora viria a fazer parte do grupo de Emissoras de Integração Regional, integrado também pela Rádio Santa Rosa AM, de Santa Rosa, Rádio Mauá FM, de Tuparendi, Rádio RM, de Giruá, Liderson FM, de Santa Rosa e Cidade Canção de Três de Maio, todas de propriedade de Roberto Antônio Donadel.

A vocação musical da rádio era fortemente regional, com destaque para a Banda Os Futuristas de Ijuí e Os Montanari de Santa Catarina, entre outras. Um dos programas históricos da rádio, que nasceu com a programação inicial é o Alvorada Regional que ainda faz parte da programação. Outro programa importante para a rádio pela participação dos ouvintes é o Compra, Venda e Troca. Voltado para a utilidade pública, de caráter gratuito, confirma a vocação do rádio do noroeste gaúcho para esse tipo de serviço.

Traços culturais que delineiam as ondas do rádio

O rádio contribui para o imaginário e a memória popular a partir de sua linguagem focada na oralidade, a mais próxima do ouvinte, independentemente do nível de sua escolaridade. Hoje, para compreender determinadas informações que circulam na mídia, é necessário ter algum

tipo de conhecimento sobre elas. Na linguagem do rádio, de estrutura mais simples, e de âmbito mais localizado, as informações são veiculadas de forma menos complexa, quase traduzidas para o código do cotidiano. Mesmo que o rádio, em algum momento, discuta temas de interesse global ou esteja conectado no mundo digital e nas mídias sociais pela internet, deve fazer a relação com a realidade local e regional, a fim de que a audiência encontre sentido naquela reprodução.

As rádios ocupam um importante papel nos municípios em que estão inseridas e isso irradia para os arredores. A partir da programação das emissoras e dos depoimentos do acervo da pesquisa desenvolvida por esta autora desde 2008 nesta região do Rio Grande do Sul, entende-se de que modo as emissoras interagem com a vida social, econômica e política da região. O radialista Leandro Benetti (2011, informação verbal) da rádio Águas Claras, de Catuípe, explica que mesmo o pequeno ato do toque do sino da igreja da praça da cidade estabelece uma relação com o rádio, pois se o toque do sino é fúnebre, imediatamente as pessoas procuram sintonizar a rádio para saber quem faleceu porque sempre que ocorre o falecimento de um ente querido, a primeira coisa que os parentes fazem é comunicar pela rádio o falecimento.

É a ideia de um rádio de serviço e de utilidade pública que está na essência desta mídia, não só na região noroeste do RS, mas também em outras do interior gaúcho e de outras partes do Brasil. Esta prática que ocorre em Catuípe se repete em lugares em que as rádios dos municípios maiores fazem a cobertura dos menores e dos povoados,

desempenhando uma função de proximidade e, de certa forma, de um laço quase afetivo com as comunidades, resguardadas as proporções comerciais, pois os referidos falecimentos são anúncios pagos. Mas, é importante frisar que em lugares menores, as pessoas se conhecem melhor e, portanto, o hábito de anunciar o falecimento na rádio da cidade é uma forma de informar a comunidade sobre a situação, já que este veículo é o principal meio de comunicação local e que pode ser acessado via internet.

Esta função social do rádio inclui estar atento para informações do cotidiano do município e da região. A equipe de Jornalismo da rádio Ativa FM, criada em 10 de março de 2001, de Campina das Missões, por exemplo, costuma informar sobre um problema recorrente de acidentes em uma curva na estrada entre os municípios de Campina das Missões e Cândido Godoi. Também o caráter cultural das emissoras é evidente quando elas se programam para cobrir bailes e festas durante o final de semana. Segundo o radialista Adélcio Zepe (2011, informação verbal) durante programas como Sabadaço e Domingaço, os profissionais da rádio Ativa costumam realizar entrevistas com as bandas de baile que chegam à cidade e com os participantes do evento, bem como trazer outras informações diretamente do local.

Isto é prática em diversas emissoras da região, ocasião em que as músicas de bandinha, de inspiração folclórica alemã, podem ser transmitidas ao vivo, sendo, portanto, um gênero que extrapola a programação semanal. É importante salientar que este tipo de música é comum em regiões que se desenvolveram com a influência da imigração alemã. Por ser uma manifestação cultural dessas comunidades, observa-se

que está presente no rádio por meio das seleções musicais dos programadores e nos pedidos do público, havendo inclusive espaços dentro da programação comercial voltados somente para este gênero. E por esta prática, verifica-se que outros gêneros impostos pela grande mídia, ou seja, as músicas mais populares da música nacional e internacional, são suplantados pelas bandinhas em muitos momentos.

Destaca-se ainda em uma parte das emissoras da região, aquelas mais próximas dos limites com a Argentina, um intercâmbio cultural que transparece nas ondas do rádio e é expressado pela história dessas emissoras, por meio da música e da linguagem (portunhol), como em entrevistas, cartas, telefonemas, e-mails e até mesmo no bate-papo informal dos radialistas com os ouvintes, como é o caso de emissoras como a Noroeste, de Santa Rosa, a Colonial de Três de Maio e a Difusora, de Três Passos. Os relatos de radialistas sobre suas rotinas, incluem exemplos dessa natureza.

O rádio da região noroeste é versátil e aberto para as influências culturais, especialmente quando traduz os aspectos do cotidiano de suas comunidades na relação socio-histórica com os ambientes e as pessoas que o cercam. Entretanto, este rádio está também afinado com o mundo digital, adequando-se aos poucos aos novos processos de interação com o ouvinte por meio das redes sociais e dos sites e aplicativos no celular. Uma peculiaridade dessas rádios, quanto mais próximas se encontram da linha divisória geográfico-territorial com a Argentina, é a questão cultural que passa pela língua e pela música. Santa Rosa, por exemplo, está a 40 km da fronteira com a Argentina (Alba Posse), tomando a balsa em Porto Mauá.

Quanto ao aspecto linguístico, observa-se que muitos locutores brasileiros compreendem o espanhol devido à participação de ouvintes argentinos na programação das emissoras. Da mesma forma, os argentinos não consideram a língua um empecilho para ouvir rádios brasileiras. Desta relação surge a convivência no rádio e a comunicação por meio de uma língua peculiar, uma fusão cultural de idiomas, conhecido popularmente em outras regiões do país nos limites do Brasil com os países do Prata, como “portunhol”, ou seja, uma integração da língua portuguesa, falada no Brasil, com a língua espanhola ou castelhano, idioma dos argentinos.

Ao lado da língua, a música que toca nestas emissoras é uma das formas de integração cultural entre argentinos e brasileiros, evidenciando o gosto pelas bandas regionais e pelo som de grupos tradicionalistas gaúchos, temas de proximidade e sintonia entre ouvintes gaúchos e argentinos. O então diretor da Rádio Acesa FM, de Santo Cristo, Luís Carlos Rossato (2009, informação verbal), indica algumas razões que levam argentinos a ouvir a rádio brasileira e lembra que a música missioneira que ultrapassa o rio Uruguai e o rio Paraná, por exemplo, é fruto da interação entre os povos vizinhos e lembra parte de ambas as origens relacionadas ao povo guarani que habitava a região. A proximidade com a rádio e a cultura também se dá por meio do turismo, pois no verão, os vizinhos argentinos costumam frequentar os balneários de Santo Cristo e interagem com a comunidade.

Um dos ritmos frequentes nas rádios da região é a música de bandinhas, que entram também no solo argentino

pelas ondas sonoras, por exemplo, da Rádio Regional (AM) de Santo Cristo. O então locutor Fabiano Lopes (2008, informação verbal) ressalta que a região é um expoente de bandas, o que favorece a relação entre argentinos e brasileiros e os incentiva a acompanhar e participar da programação da emissora. Ele salienta que os conjuntos locais de música, inclusive, vão buscar letras e músicas no outro lado do rio Uruguai e os vizinhos argentinos vem fazer o mesmo aqui, introduzindo esse ritmo nos encontros, bailes e festas.

O locutor da Rádio Progresso de Ijuí Delfino Coimbra (2015, informação verbal) entende que a expressão musical contribui para que muitos brasileiros incentivem os argentinos a ouvir emissoras de rádio brasileiras. Na época em que as rádios recebiam cartas, Delfino conta que muitas delas eram de argentinos que moravam próximo à costa do rio Uruguai. Agora, com a internet, essa interação fica mais fácil, não só com os *hermanos*, mas com o mundo todo.

O ex-diretor da Rádio Progresso, de Ijuí, e atual diretor da Rádio Mundial FM, de Ijuí, José Luís Bonamigo (2008, informação verbal) entende que a música de bandinha é um dos principais fatores que aproxima os argentinos da nossa programação, entretanto, pondera que a relação comercial entre os dois povos também é importante. Cita o apreço que os povos vizinhos têm por bandas como Os Atuais ou Corpo e Alma, mas lembra que o câmbio da moeda é também um elemento que permite a integração de matriz econômica, mas que incide sobre o aspecto cultural nas idas e vindas para o outro país.

Roberto Antonio Donadel (2008, informação verbal), da Rádio Santa Rosa, ressalta que esta integração cultural pelo

rádio é histórica entre os dois países, pois muitos brasileiros migraram para a Argentina, mas continuam querendo saber sobre seu país de origem, por isso, acompanham as rádios de Santa Rosa para recados, avisos de utilidade pública (em especial notas de falecimento), homenagens e pedidos musicais.

A utilidade pública é um importante aliado na integração e na audiência do país vizinho, segundo a visão do gerente da Rádio Regional AM, de Santo Cristo, Baldur Bohrer (2012, informação verbal). Ele explica que a emissora brasileira procura manter sempre presente os laços entre os povos e incentiva os ouvintes que moram na Argentina e até no Paraguai, onde a Rádio Regional também tem alcance, a participarem da programação. Não significa que estes ouvintes sejam argentinos ou paraguaios, mas brasileiros que foram há algum tempo tentar uma nova vida por lá e ficaram residindo, mas que de vez em quando voltam para uma visita a um familiar, especialmente em caso de festas e falecimentos. Nestas ocasiões entram em contato com a rádio e informam que são ouvintes da Regional. Como a cidade é pequena, a rádio é um lugar para onde convergem as informações de toda ordem que circulam na comunidade.

Em Três Passos, na Rádio Difusora, os locutores Herton Baum e Jerônimo Breitenbach (2008, informação verbal) confirmam a mediação do rádio na realização de intercâmbios esportivos, de bailes e de festas entre brasileiros e argentinos vizinhos e também a informação de utilidade pública que ultrapassa o limite territorial, especialmente as notas de falecimento, que quando solicitadas, pedem que sejam extensivas a parentes residentes na Argentina, sinal visível

de que, segundo eles, acompanham o que acontece no Brasil, pela emissora brasileira.

Os traços culturais deste rádio da região noroeste do RS passam, portanto, pela identidade local marcada pela imigração, pelo cotidiano das comunidades e pelas relações com os povos vizinhos.

Conclusões

Rádio é vivência e experiência no dia a dia das comunidades da região noroeste do Rio Grande do Sul. Nota-se a cada visita *in locu*, a cada fala dos locutores e gestores, o quanto os radialistas sentem prazer em realizar o seu ofício e falam sobre isto com emoção e entusiasmo. É muito importante a memória destes profissionais para fazer o registro da história desse rádio, ainda que seja de forma fragmentada.

Desde a década de 40 do século passado, quando surgiram as primeiras emissoras da região noroeste do RS muita coisa mudou nas rotinas radiofônicas, nos processos de comunicação e gestão e nas tecnologias necessárias à execução dessa prática. As exigências e demandas para esta área implicam também em perfis profissionais flexíveis a todas as transformações do meio. Mas dois aspectos permanecem igualmente relevantes para a manutenção do veículo rádio: a relação com o público e a cobertura de identidade local e regional, pois é isto que lhe dá razão de existência, porque vincula o rádio a sua base e ao desenvolvimento regional.

Mesmo com o processo de migração das emissoras AM para o FM, instituído em 7 de novembro de 2013, com evidências claras de que as pioneiras vão ter que mais uma

vez de adaptar ao novo cenário, tanto em termos de programação como de gestão, o ouvinte ainda continuará sendo o principal capital das emissoras, porque é para ele e por causa dele que o rádio justifica sua existência.

Referências

- ALBERTI, Verena. *Manual de história oral*. 3 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.
- ANDRES, Valdir. Rádio Sepé Tiaraju de Santo Ângelo. *Entrevista concedida ao Projeto Fronteiras em outubro de 2018*. Ijuí, acervo do Projeto.
- BAUM, Herton. Rádio Difusora AM de Três Passos. *Entrevista concedida ao Projeto Fronteiras em outubro de 2008*. Ijuí: acervo do Projeto.
- BENETTI, Leandro. Rádio Águas Claras de Catuípe. *Entrevista concedida ao Projeto Fronteiras em setembro de 2011*. Ijuí: acervo do Projeto.
- BINDÉ, Ademar Campos. Quando Ijuí começava a entrar no ar. *Jornal O Repórter*. Ijuí, 28 set. 2011. História, p. 11.
- BOHRER, Baldur. Rádio Regional de Santo Cristo. *Entrevista concedida ao Projeto Fronteiras em setembro de 2012*. Ijuí: acervo do Projeto.
- BONAMIGO, José Luiz. Rádio Mundial FM de Ijuí. *Entrevista concedida ao Projeto Fronteiras em abril de 2008*. Ijuí: acervo do Projeto.
- BÜTTENBENDER, Pedro Luís; SIEDENBERG, Dieter Rugar; ALLEBRANDT, Sérgio Luís. Conselhos Regionais de Desenvolvimento (Coredes) RS: Articulações Regionais, Referenciais Estratégicos e Considerações Críticas. *Revista DRd*. Desenvolvimento Regional em Debate. Ijuí, v. 1, n. 1, p. 79-104,

jul./dez. 2011.

- BREITENBACH, Jerônimo. Rádio Difusora de Três Passos. *Entrevista concedida ao Projeto Fronteiras em outubro de 2008*. Ijuí: acervo do Projeto.
- COIMBRA, Delfino. Rádio Progresso de Ijuí. *Entrevista concedida ao Projeto Fronteiras em novembro de 2009*. Ijuí: acervo do Projeto.
- DONADEL, Roberto Antônio. Rádio Santa Rosa AM e Liderson FM de Santa Rosa. *Entrevistas concedidas ao Projeto Fronteiras em maio de 2008 e outubro de 2009*. Ijuí: acervo do Projeto.
- FERRARETTO, Luiz Artur. *Rádios no Rio Grande do Sul (anos 20, 30 e 40): dos pioneiros às emissoras comerciais*. Canoas: Ed. da Ulbra, 2002.
- FREITAS, Sônia Maria de. *História oral: possibilidades e procedimentos*. 2.ed. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2006.
- HECK, Leandro. Rádio Progresso de Ijuí. *Entrevista concedida ao Projeto Fronteiras em agosto de 2012*. Ijuí: acervo do Projeto.
- LOPES, Fabiano. Rádio Regional AM de Santo Cristo. *Entrevista concedida ao Projeto Fronteiras em maio de 2008*. Ijuí, acervo do Projeto.
- MÂNICA, Enzo. Rádio Repórter cumpre mais uma etapa da migração e está em definitivo no FM 93,9. *Site Grupo Repórter*. Disponível em: <http://www.gruporeporter.com.br/noticias/13585/radio-reporter-cumpre-mais-uma-etapa-migracao-e-esta-em-definitivo-no-fm-939.html>. Acesso em 27 de junho de 2019.
- MOREIRA, Sonia V. *Rádio Palanque: fazendo política no ar*. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.
- PILAU, Álvaro Felipe. Rádio Cruz Alta, de Cruz Alta. *Entrevista*

- concedida ao Projeto Fronteiras em setembro de 2018. Ijuí: acervo do Projeto.*
- PRESS, Colecionável da Revista. *Nomes que fizeram a imprensa gaúcha*. Vol. II. Porto Alegre: Revista Press, 2003.
- SILVA, Milton. Rádio Progresso de Ijuí. *Entrevista concedida ao Projeto Fronteiras em novembro de 2012. Ijuí: acervo do Projeto.*
- RADDATZ, Vera Lucia Spacil. Serviço de Utilidade Pública e o rádio local de proximidade. *Anais do XII Encontro Nacional de História da Mídia*. Natal, RN: Alcar, 2019.
- ROSSATO, Luis Carlos. Rádio Acesa de Santo Cristo. *Entrevista concedida ao Projeto Fronteiras em maio de 2009. Ijuí: acervo do Projeto.*
- SOARES, Celoni Tatieli Bueno. Os alto-falantes da Rádio Ijuí. In: *Jornal da Manhã*. Ijuí, 26 de setembro de 2009, p. 27.
- ZAPPE, Adélcio. Rádio Ativa Fm de Campina das Missões. *Entrevista concedida ao Projeto Fronteiras em outubro de 2011. Ijuí: acervo do Projeto.*

CAPÍTULO 3

A TVE pela memória de quem a fez: relatos sobre a esfera produtiva da emissora

Ângela Lovato Dellazzana (UFRGS)
Ana Luiza Coiro Moraes (Cáspcr Líbero)

Os estudos sobre a história da comunicação gaúcha costumam levar em consideração as emissoras locais que se destacaram ao longo do período de prevalência de veículos tradicionais como o rádio e a televisão, considerando-se o cenário pré-internet. No que tange à comunicação pública, é incontestável a contribuição que a Fundação Piratini e, mais especificamente, a TVE-RS exerceu como principal protagonista no âmbito local. Ainda que o conceito de emissora pública segundo a Constituição de 1988 não possa ser aplicado *ipsis litteris* ao modelo que foi exercido pela TVE-RS desde a sua criação, esta nomenclatura foi um interesse expresso pelo seu Conselho Deliberativo.

Alguns estudos acadêmicos foram realizados neste sentido, com destaque para a pesquisa de Torves (2006), que busca justamente identificar o caráter público ou estatal da TVE-RS. Em 2008, Silva também realiza uma pesquisa relacionada à emissora, dando especial ênfase ao contexto histórico de sua criação. Outra pesquisa mais recente que buscava um resgate histórico é o projeto Memórias da TVE-RS de Weber Santos e Coiro-Moraes (2015), cujo foco foram os acervos audiovisuais da programação. A partir

destes relatos, fica evidente o caráter educativo da concessão pelo Governo Federal em 1968 de um canal VHF¹ para sua radiodifusão, sendo que a primeira transmissão ocorreu apenas em 1974, através de uma parceria da Secretaria de Educação do Estado com a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS (Silva, 2008).

Denominada na época de CETEVE – Centro de Televisão Educativa, a emissora passou a se chamar TVE-RS em 1981 tornando-se uma Fundação, que viria a ser a Fundação Piratini – Rádio e Televisão Educativa, em 1987, segundo Silva (2008). Nesse sentido, Torves (2006, p.98) adverte que sendo “uma fundação pública de direito privado [...] incorporou normas da administração direta, como a exigência de concurso público para o ingresso de servidores [...] e a necessidade de licitação pública para adquirir bens”. Para o autor, estas características e a dependência de verbas do Estado, tornam nebuloso o caráter público da emissora, aproximando-a muito de um perfil estatal.

No entanto, a questão que agora torna este objeto o foco de nosso estudo, é o controverso processo de extinção da Fundação Piratini e de suas emissoras (TVE-RS e Rádio FM Cultura), perpetrado pelo governo estadual na gestão Sartori (2015-2018) e até o momento, sem uma definição final pelo atual governo Leite. Desta forma, considerou-se pertinente, neste momento, resgatar a história da programação da TVE-RS a partir de relatos de colaboradores que participaram dos períodos iniciais mais marcantes da

1. Very High Frequency (Frequência Muito Alta), faixa de radiofrequências de 30 a 300 MHz, o primeiro método de transmissão televisiva.

entidade. Este resgate se torna ainda mais urgente pois, em função do processo de extinção, algumas fontes institucionais, como o próprio site da emissora, não disponibilizam mais as informações históricas que foram fonte de consultas para pesquisas anteriores, fazendo com que os relatos de testemunhas se justifiquem.

Em pesquisas anteriores (Coiro-Moraes e Dellazzana, 2017), relatamos a mobilização do público em redes sociais para tentar impedir a extinção da fundação. Nessa oportunidade, foram identificados os aspectos de ciberativismo por parte da audiência que reivindicava a manutenção das emissoras e de suas respectivas grades de programação com foco na cultura local. A partir deste cenário percebeu-se a importância de resgatar as peculiaridades da programação, tão reverenciadas pelo público telespectador e ouvinte, sob a ótica de quem participou da esfera produtiva dos programas. Sendo assim, esta pesquisa tem como objetivo a reconstituição dos fragmentos de memória acerca das grades da emissora a partir de relatos de testemunhas que atuaram como apresentadores, produtores, editores, repórteres ou de alguma forma atuaram em outros cargos relacionados com a programação da emissora.

Partindo do embasamento dos Estudos Culturais como proposta teórico-metodológica, realizamos seis entrevistas em profundidade com estas testemunhas, entre agosto de 2018 e agosto de 2019. As falas dos entrevistados foram interpretadas a partir do método da análise cultural, conforme propõe Coiro-Moraes (2016), considerando também os conceitos de regulação cultural (Hall, 1997), memória (Assman, 2011), bem como os cenários político e conjuntural

que de alguma forma se articularam às esferas produtivas da grade de programação da TVE-RS. A falas dos entrevistados também serviram de referência para caracterizar e contextualizar o cenário político que envolve a esfera produtiva de uma emissora pública.

De educativa à pública: O caráter da TVE-RS no âmbito da radiodifusão brasileira

Antes de pensar na questão de regulação cultural, no que diz respeito às televisões públicas, é preciso considerar a natureza da mídia nas três formas de transmissão previstas pela Constituição Brasileira de 1988: pública, estatal e privada, que deveriam equilibrar-se no papel de conferir ao público um espaço de debate democrático. Como natureza pública, a mídia seria pautada pelos interesses dos grupos que a representam, destacando-se seu papel educacional e cultural, sem a pressão de anunciantes. Como natureza estatal, estaria a serviço da divulgação das ações do governo e dos serviços públicos e, por fim, como natureza privada, a mídia estaria, como qualquer outra empresa privada, agindo conforme a lógica de mercado, em busca de audiência e de anunciantes para ser economicamente atraente.

No entanto, conforme relatado anteriormente, o objeto de estudo em questão, não se enquadra perfeitamente em nenhuma das classificações previstas na Constituição, uma vez que foi originalmente criado como TV de cunho Educativo, mas de natureza estatal, durante o regime militar no país. Nesse sentido, Fredrizzi (2019) relata que, ao assumir a Presidência da TVE, deparou-se com cargos ligados exclusivamente

ao âmbito educacional da emissora. Ou seja, não existiam os cargos de repórteres ou jornalistas, mas de pedagogos e professores. Desta forma, é interessante destacar sua fala:

Naquele momento, várias emissoras estavam demitindo gente, desativaram ou demitiram gente. Então eu tive condições de contratar bons nomes, porque os salários (da TVE) não eram competitivos. Eu reestruturei todos os cargos, porque os cargos eram de uma estrutura de quem produzia aula. Eu levava ofícios para ele (o governador) extinguir o cargo de pedagogo para colocar de repórter. Eu fui fazendo esse papel mais político, de administrar a relação com o governador (Fedrizzi, 2019, informação verbal).

Percebe-se que, neste período, a TVE-RS, que tinha cunho educativo e natureza estatal, passou a operar com uma dinâmica mais relacionada às emissoras de natureza pública. Inclusive, relata Fedrizzi, sua intenção ao assumir a presidência foi de desvincular as decisões de programação do governo, a partir de sua independência política, aproximando-se de modelos públicos europeus, com destaque para o caso da Holanda e da Inglaterra:

Na Holanda eles tinham um modelo que me chamou a atenção, mais ou menos assim, por exemplo, a sociedade organizada monta uma espécie de associação de proteção aos animais e temos lá 2.000 associados. Em função da quantidade e da importância, eles nos avaliavam e nós nos candidataríamos junto à Tv pública para concorrer a um espaço de produção com X tempo por semana. Eles cediam um megacentro de produção, então imagina toda a sociedade gaúcha, poder se organizar, produzir seus conteúdos e ter um suporte técnico,

que é a parte mais cara, para produzir sua programação. Uma coisa nesses termos eu pensei em fazer. (Fedrizzi, 2019, informação verbal).

Trata-se, em sua fala, de um exemplo de programação não só produzida com caráter público, mas também produzida pelo público, aproximando-se, inclusive, de uma emissora comunitária, que seria aquele tipo de emissora pública com programação feita por e para comunidades, de maneira não necessariamente profissional e não visando o lucro, o que implicaria em questões regulamentais diferentes do sistema privado.

As TVs públicas, então, diferenciam-se das privadas principalmente por suas programações não estarem condicionadas aos índices de audiência, constatação que vai ao encontro da visão do cineasta Jorge Furtado (2019, informação verbal):

Uma TV comercial tem, como primeiro critério, o IBOPE, ele define tudo, define o orçamento, porque a publicidade paga o espaço pelo IBOPE. Então, o primeiro critério de qualquer TV comercial é a audiência. O critério de uma TV pública não deve ser esse, não precisa ser esse, ele não tem que fazer exatamente aquilo que o povo quer ver, o critério dela não é a audiência, o programa é legal, é importante registrar isso, não importa que pouca gente vá assistir. Então a função de uma TV pública é servir ao interesse público e não (ao índice de) à audiência.

Furtado cita ainda alguns exemplos de emissoras estrangeiras como a BBC, A TVE espanhola, A ZDF alemã, A PBS americana que têm em comum a natureza pública e a preocupação primeira em produzir conteúdo de interesse para

o público local. Segundo ele, uma televisão assim, desvinculada da pressão por audiência, é fundamental, e a TVE vinha cumprindo este papel em relação à Porto Alegre e ao Rio Grande do Sul, ao dar prioridade em sua programação para músicos e artistas gaúchos e cobrir os festivais locais, por exemplo.

Nesse sentido, é importante destacar que, quando se trata de propriedade de mídia e regulamentação, alguns autores consideram os sistemas públicos e estatais como sinônimos, caracterizando o caráter comunitário como um sistema à parte:

Fica claro, do exposto aqui, que o modelo mais apropriado à democracia exige uma pluralidade de formas de propriedade da mídia – um setor comercial regulado, um setor público forte, um setor comunitário apoiado pelo Estado. Cada um destes setores representa uma forma diferente de produção de informação; em todos, devem atuar mecanismos que promovam a pluralidade (a regulação que impede a concentração da propriedade, o pluralismo “interno” que o mandamento profissional da imparcialidade jornalística incentiva, a diversidade de grupos sociais a serem incentivados a gerar informações); em conjunto, eles proporcionariam um ambiente informacional mais democrático. (Miguel, 2008, p. 197)

Nas palavras do autor, a questão da regulação é mais importante para o âmbito da mídia privada, ainda que faça a ressalva de que as outras formas de propriedade devam estar expostas ao que ele chama de mecanismos que promovam a pluralidade. Contudo, é preciso lembrar que este viés é adotado num contexto democrático, e que perde sua importância em regimes de exceção.

Sabe-se que o autoritarismo se caracteriza, pelo menos a partir da era moderna, pela imposição de suas ideologias nos meios de comunicação de massa. Ou seja, os governos que não são legítimos, costumam, como primeira estratégia de adesão das massas aos seus projetos, “aparelhar” os meios de comunicação, não importando sua natureza e propriedade. Desta maneira, compete para a complexidade da questão o fato de que a TVE-RS foi idealizada por governantes que se mantinham no poder sem o voto do povo, e que, dedução nossa, usariam a nova emissora para a manutenção do seu projeto de governo.

Alguém poderia afirmar, como já foi divulgado na mídia recentemente, que o regime militar no país era considerado uma democracia. No entanto, em que pese as evidências de uma tentativa de ser ou parecer ser democrático, o regime no qual foi erguido o embrião do que viria a ser a TVE-RS não pode ser caracterizado de tal maneira:

Neste período de ditadura militar, funcionam algumas das instituições assim chamadas democráticas, como eleições para alguns cargos políticos (exceto para presidente da República e governadores de Estado). O funcionamento destas instituições, no entanto, não corresponde à ideia ou à realidade de uma democracia. (Baquero, Ranincheski e Castro, 2018, p.90)

Sobre este aspecto, é interessante destacar a fala do jornalista Eduardo Bueno (2019, informação oral), ao comentar exatamente este ponto em relação à sua participação na TVE-RS. Ele afirma que, mesmo em regimes de exceção, não democráticos, “sempre existe uma brecha”. Ele contou o caso do Programa “Pra Começo de Conversa”, que veiculou, entre 1982 e 1985 – ou seja, durante o período final

do regime militar no país, conteúdo voltado aos jovens com caráter de contestação do *status quo*, algo que se espera de uma emissora pública e que não se via em emissoras privadas na época, mais constrangidas pelo governo.

Outra característica que evidencia o caráter público da emissora foi a instituição do Conselho Deliberativo da Fundação Piratini, que demonstra a intenção de desvincular suas emissoras de um caráter mais estatal ou puramente educativo. Sobre a criação do Conselho, destaca-se a fala de Vera Vergo (2019, informação oral),

Acho que nos anos 90 [...] se muda a legislação da TVE, se cria um estatuto... porque até então ela era um departamento da Secretaria de Educação, então ela surge como um órgão mesmo, com estatutos, com tudo. Aí pra que ela exista, cria-se junto um conselho da TVE, aí que acho que transformam ela em Fundação. E esse conselho deve, entre outras coisas, aprovar indicação de novo presidente e dos diretores. Só que isso era respeitado até ali, nunca foi totalmente respeitado.

Ou seja, a existência deste conselho, apesar de demonstrar um esforço no sentido de trazer o interesse público em detrimento de interesses políticos, não foi suficiente para alcançar a plena caracterização de um veículo público, conforme as expectativas a que se propunha alcançar. Este é um ponto que faz muitos autores considerarem a TVE como uma emissora híbrida, uma vez que, sendo estatal, tenta se tornar pública, mas não chega a alcançar plenamente a desvinculação do governo.

Anos mais tarde, em estudo sobre o tema, Miola (2009, p. 13) atesta que o Conselho teria o potencial de fazer algumas mudanças substanciais, que acabaram não se concretizando:

A criação do Conselho Deliberativo propunha mudanças profundas na forma de lidar com os assuntos da Fundação Cultural Piratini Rádio e Televisão, pois estabelecia um mecanismo de *accountability*, submetendo as decisões governamentais e da Direção da empresa à apreciação de um colegiado predominantemente social. [...]. Pode-se concluir que a concretização dos ideais que caracterizavam o projeto do Conselho Deliberativo esbarrou em alguns condicionantes decisivos.

A autora continua sua reflexão ao apontar os interesses privados que se sobrepõem historicamente a interesses públicos no sistema brasileiro de radiodifusão, como o principal impeditivo para a atuação plena do Conselho. Ainda que tenha esbarrado nestas dificuldades, encontraram-se episódios em que as decisões do Conselho conseguiram se impor, com a ajuda do poder judiciário, aos interesses governamentais, como o caso de uma indicação do então governador Rigotto que foi derrubada pelo Conselho. Ignorada pelo governador, a decisão acabou sendo levada aos tribunais:

Nós entrávamos na justiça... aí derrubava esse entrava outro igual, sabe? Por exemplo, no governo Collares nós tivemos 4 presidentes. Qual outro? No governo do Rigotto acho que tivemos uns 3 presidentes.[...] Por exemplo no do... foi no do Rigotto? Foi! Eu sei que era o Ricardo Azevedo, só que o conselho não aprovou e mesmo assim ele ia tomar posse, com festa e tudo, salgadinhos contratados. E nós ali olhando. Aí entrou uma liminar que não permitiu. A gente jogava pesado. (Vergo, 2019, informação oral)

Fica evidente que a atuação do Conselho não era plena, o que leva, novamente, à constatação de que a caracterização

da TVE como uma emissora pública não se concretiza. Ferraretto (2014), ao analisar a atuação e os documentos do Conselho também considera sua pouca liberdade de atuação como insuficiente para alcançar as expectativas de uma emissora pública e considera um grande equívoco a crença de que a existência formal deste conselho pudesse lograr este patamar. Para ele,

pode-se dizer que a Fundação Cultural Piratini constitui-se como estatal, embora a existência de um conselho representativo da sociedade tenda a lhe conferir, em uma análise superficial, uma caracterização como pública. De certo modo, chega a prevalecer uma noção meio-termo: há a Diretoria Executiva, nomeada por quem exerce o governo, e existe um Conselho Deliberativo, que deveria representar uma continuidade institucional própria do Estado. (Ferraretto, 2014, p.73)

Esta ambiguidade foi sentida pelos profissionais que fizeram parte da sua equipe, como se evidencia na fala de Vera Vergo, que atesta seu desejo de que a emissora pudesse atuar como pública, independente da interferência de governos e a partir de um financiamento estatal:

Ela (a TVE) fica sempre no meio. Ela não se define. Eu acho que o estado tem que bancar, mas... Claro que pra nós o ideal seria uma BBC né? Cobra 2 centavos na conta do contribuinte pra sustentar. [...] Seria pública mesmo e com conselho forte, pessoas ligadas a área mesmo, sabe? E esse conselho é capaz de eleger uma boa diretoria de programação. [...] Isso pra mim é pública mesmo né? No sentido que os recursos venham sem interferir. (Vergo, 2019, informação oral).

Não está no escopo deste artigo debater os limites da interferência dos governos em sistemas públicos de comunicação, mas, ainda que estes constrangimentos fizessem a emissora se constituir como estatal, entende-se que devem existir mecanismos que atuem com força de regulação em veículos públicos, tema que é abordado a seguir, a partir da ótica dos Estudos Culturais.

Comunicação pública, regulação cultural e memória

Sobre a questão da regulação, no circuito da cultura de Du Gay et al. (1997)², onde se iniciam as discussões deste conceito no âmbito dos Estudos Culturais, este eixo corresponde à noção de regramento, isto é, leis, normas e convenções através das quais as práticas sociais são ordenadas e políticas culturais são implementadas. No âmbito da comunicação social, esse regramento pode incluir tanto o direito universal de “procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”³ quanto legislações nacionais que regem os sistemas de comunicação, como o sistema de concessões públicas para a operação de canais de televisão no Brasil, por exemplo (Coiro-Moraes, 2014).

Albuquerque (2013), em artigo publicado no Observatório da Imprensa, ao apontar as diferenças entre regulamentação

-
2. O circuito da cultura sugere cinco eixos como categorias analíticas a serem aplicadas a bens e artefatos culturais: produção, recepção, representação, consumo e regulação (DU GAY et al., 1997).
 3. Conforme preconiza o Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da Organização das Nações Unidas (ONU).

e regulação, acentua o aspecto mediador do último termo e seu caráter precípua de defesa do interesse público.

A regulamentação é um privilégio da Presidência da República: “Cabe ao presidente sancionar, promulgar e fazer publicar as leis, bem como expedir os decretos e regulamentos para sua fiel execução. Estes atos, que compõem a função de exercer as políticas públicas nada mais são do que a regulamentação” [...] Regular significa “agir e interferir na atividade econômica de um país para proteger o interesse público dos efeitos das atividades privadas e públicas nesta esfera”, ensina Mariana Mazza⁴. A regulação serve com ponte, como mediadora entre os interesses do público e, aqui no caso em questão, da mídia. Seu pressuposto básico é a defender o interesse público. (Albuquerque, 2013, s/p).

Neste sentido, a própria reflexão em torno dos conceitos de público, estatal e privado, no que diz respeito à televisão, enseja diversos questionamentos a respeito da regulação da cultura, como faz Hall (1997, p. 34), em seu texto sobre a centralidade da cultura: “Por que deveríamos nos preocupar em regular a ‘esfera cultural’ e por que as questões culturais têm estado cada vez mais frequentemente no centro dos debates acerca das políticas públicas?” (Hall, 1997, p. 35). A resposta a tais perguntas em grande parte se situa na relação entre cultura e poder, e quanto maior a centralidade da cultura, tanto maior são as disputas para governá-la, moldá-la e regulá-la. Exemplo disso são

4. Mariana Mazza é jornalista especializada em telecomunicações e seu artigo, *Regulamentação não é regulação*, citado por Albuquerque (2013), foi publicado no site de notícias da Band-UOL, em 12/11/2012. Disponível em <https://www.band.uol.com.br/Colunas/podcast.asp?colunista=189&podcast=631422>. Acesso em 30 jul.2019.

[...] o poder de controlar a quantidade e o tipo de imagens de televisão de origem estrangeira a serem irradiadas por satélite para os lares de toda a nação, ou o poder de decidir que tipo de publicação pode ou não ser vendida aos menores, ou questões políticas ainda mais abrangentes tais como as que se referem à quantidade de notícias oferecidas ao cidadão, através dos principais canais de televisão, como sendo uma matéria de política pública, deixada à autorregulação das próprias autoridades da TV, como o resultado do gosto pessoal de pessoas como Robert Murdoch ou de companhias como a Disney Corporation, que possui e controla as maiores empresas de mídia do mundo, ou exposta ao jogo livre das “leis de mercado” (Hall, 1997, p. 35).

Isso implica pensar a cultura e os bens e serviços culturais sob a tutela da economia, do mercado e das forças políticas dos estados nacionais, o que, na ordem neoliberal, de acordo com Hall (1997) leva a duas tendências aparentemente contraditórias na adoção de políticas culturais: a desregulação e a retomada da regulação.

Em primeiro lugar, a desregulação tem se transformado em senso comum na era neoliberal. O movimento em direção às “forças libertadoras do livre mercado” e a estratégia de “privatização” tornou-se a força motora de estratégias econômicas e culturais tanto nacionais quanto internacionais (Hall, 1997, p. 36).

Mas, se a tendência global tem sido a de retirar dos estados nacionais as suas responsabilidades na regulamentação dos assuntos culturais e, sob a batuta do neoliberalismo econômico, entregar a cultura às leis de mercado; por outro lado, esse avanço da livre iniciativa não responde ao clamor por regulação estatal em questões comportamentais, como sexualidade, moralidade, relações parentais, valores familiares, punição e

vigilância com relação a crimes e violência, padrões de conduta em público, com apelos inclusive a mecanismos de censura nos meios de comunicação (Hall, 1997).

Ao se perguntar as razões pelas quais precisamos nos preocupar “com a forma como são regulados os meios de comunicação (rádio e TV) e suas instituições, com o que podemos ou não ver em nossas telas ou comprar nas prateleiras das livrarias, com a possibilidade ou não das culturas nacionais se protegerem contra a onda das redes globais de comunicação”, Hall (1997) pontua: De um lado, “estas são algumas das áreas-chave de mudança e debate na sociedade contemporânea, para onde convergem as apreensões, onde os modos tradicionais de regulação parecem ter se fragmentado ou entrado em colapso” (Hall, 1997, p. 39); e, de outro, é importante sabermos como é modelada, controlada e regulada a cultura, porque ela, “por sua vez, nos governa — ‘regula’ nossas condutas, ações sociais e práticas e, assim, a maneira como agimos no âmbito das instituições e na sociedade mais ampla” (Hall, 1997, p. 40).

De todo modo, sintetiza Hall (1997), tanto a tendência à regulação da esfera da cultura, associada a poderes estatais, quanto a desregulação, sob a batuta do mercado, são marcadas por pressões econômicas e de grupos, bem como de estruturas de poder, e se conectam aos modos de produção econômica e às formas de consumo. E, neste sentido, discutimos o caráter público da TVE, no modo como vem sendo apropriada a legislação que a regula por aqueles a cujo poder está ou esteve submetida.

Justifica-se a reflexão sobre as processualidades de regulação de bens e artefatos culturais, articulando-as aos

depoimentos pessoais de nossos entrevistados acerca da grade de programação da TVE, porque os meios de comunicação desempenham um papel crucial na formação de uma ideia de memória social, de acordo com Ribeiro e Ferreira (2007) ocupando o verdadeiro “lugar da memória” da contemporaneidade.

Dessa forma, para além dos registros documentais passíveis de leitura nos meios de comunicação, investigar os circuitos percorridos pelos bens culturais, significa atentar ao seu papel seminal na memória socialmente construída e compartilhada na cultura contemporânea. Aleida Assmann (2011) afirma que a memória viva vem de variados suportes, mas se lembrar ou esquecer são processos individuais e psíquicos, no nível coletivo e institucional, “não há auto-organização da memória cultural, ela depende de mídias e de políticas”, que lhes são específicas. A recordação tornou-se parte essencial da criação identitária individual e coletiva e enseja tanto conflitos quanto identificações (Assmann, 2011, p. 19).

Contudo, pondera Assmann (2011, p. 437), ao exercício de recordar, de jogar luz, se interpõem, por outro lado, “contornos de esquecimento”. Além disso, a autora argumenta que a memória reside, ainda, nas imagens. “A imagem reforça a posterioridade da memória, o hiato que se verifica entre experiência e sua repetição na recordação” (Assmann, 2011, p.179), isto é, para aqueles que não viveram um dado momento a imagem funciona como um aporte para construir memória ou recordação, mesmo que não tenha sido presenciada, experienciada ou sentida pelos receptores. Porém, para a autora, os espaços de recordação e

esquecimento não são fixos, seguindo o percurso da cultura, das identidades, que também são móveis, cambiantes.

As diversas mídias da memória não se sucedem, simplesmente, substituindo-se umas às outras. Elas subsistem umas ao lado das outras e equivalem a formas diversas de continuidade e descontinuidade na memória cultural. A referência ao passado não se dá de forma única, em momento algum; mais que isso, chega-se a uma estrutura sempre mais complexa de superposições e entrecruzamentos entre diferentes planos da memória: o plano dos textos, dos objetos remanescentes, dos vestígios e do lixo (Assmann, 2011, p. 233).

Assim, a memória pode ser considerada como o reconhecimento de imagens do passado, já que se vale de lembranças/lembranças (re)integradas subjetivamente a esse passado, que se não volta de forma objetiva, apresenta-se, nas imagens da memória, quase que sem rupturas (Santos, 2013). Contudo, é na concretude das ações humanas que memória se revela, pois, como indica Nora (1993, p. 9), ela “se enraíza no concreto, no espaço, no gesto, na imagem, no objeto”. É o caso da memória construída com imagens televisivas, que se concretiza no presente através das mídias que as retransmitem e, no caso de perda dos registros originais, nos relatos de quem as produziu.

A memória está relacionada às vivências sociais, culturais e históricas dos indivíduos, e “cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva” (Halbwachs, 2006, p. 69). Para o autor, a memória coletiva se aproxima das comunidades afetivas, isto é, de um conjunto de indivíduos que partilham valores e normas transmitidas no tempo.

“É no tempo, no tempo que é o de um determinado grupo que ele procura encontrar ou reconstituir a lembrança, e é no tempo que se apoia” (Halbwachs, 2006, p. 146). Resumindo, Assmann (2011) aponta que a memória cultural se baseia em elementos simbólicos e sensíveis que compartilham sentidos; ela é transmitida por formas simbólicas (culturais) incorporadas numa sociedade.

Procedimentos e apontamos acerca das entrevistas como fenômenos culturais

Neste artigo, elegemos a análise cultural como método de interpretação, buscando no próprio levantamento bibliográfico que convoca como referencial teórico as categorias analíticas e interpretativas aplicadas aos dados da pesquisa.

A análise cultural pode ser pensada a partir do que Lakatos e Marconi (2003, p. 221) nomeiam métodos de procedimentos, que “pressupõem uma atitude concreta em relação ao fenômeno”; ou, como pontua Gil (2008), métodos que indicam os meios técnicos da investigação. Trata-se de caracterizar a análise cultural como um instrumento interpretativo, a partir dos princípios instituidores e de algumas das regularidades que devem ser levados em conta por aqueles que querem lançar mão do arcabouço teórico-metodológico dos Estudos Culturais em suas pesquisas (Coiro-Moraes, 2016).

Assim, para propor este método de procedimentos, parte-se de *The Long Revolution*, a obra de Williams (2003 [publicada originalmente em 1961]) onde há um capítulo denominado análise cultural. Metodologicamente, a análise cultural desloca a centralidade da investigação da estruturação política, econômica, para buscar contextualizar essa

estruturação na “vida real expressa pelo conjunto da organização” social (Williams, 2003, p. 58).

Neste sentido, Williams (2003) distingue três níveis de cultura: 1) a cultura vivida em um determinado período e lugar, que apenas se encontra totalmente acessível para aqueles que vivem ou viveram em tal espaço-tempo; 2) a cultura registrada, desde a arte até os fatos mais cotidianos, isto é, a cultura documentada de um período; e 3) a cultura da tradição seletiva, fator vinculante entre a cultura vivida e os registros da cultura em distintos períodos.

Ele observa que quando a cultura de um período já não é presente, ou seja, não é mais uma cultura vivida, o passado sobrevive, ainda que de maneira mais restrita, nos documentos deixados por essa e/ou acerca dessa cultura. E, através da cultura registrada, é possível obter uma ideia razoavelmente clara sobre o acervo cultural, os padrões gerais de atividade e os valores desse período. Contudo, permeando a sobrevivência da cultura de determinado período há seleções (do que constitui acervo, de quais são efetivamente os padrões e valores culturais), que se dão no momento mesmo em que essa cultura é vivida, mas, também, nos próximos períodos, formando, de modo gradual, em continuidades e rupturas que acontecem em cada época subsequente, uma tradição (Williams, 2003).

Exemplo disso é a consulta a dados documentais sobre os programas da TVE-RS, pois se à cultura vivida correspondem os acontecimentos que estavam em curso em determinado tempo e lugar, o agendamento do que, como e quem deve ser pautado, no momento do registro desses fatos, isto é, quando eles passam a fazer parte da grade da emissora, já se constituiu em uma primeira seleção; e, finalmente,

quando acontece a busca pelos testemunhos das fontes, é muito provável que ela venha a ser orientada pelos propósitos atuais da pesquisa que originou a consulta, por aquilo que ficou na memória dos entrevistados, pelo que se conseguiu apreender no momento da entrevista, e outras circunstâncias que instituem tradição seletiva. “Teoricamente, um período se documenta; na prática, essa documentação é absorvida por uma tradição seletiva, e ambos os momentos são diferentes da cultura vivida” (Williams, 2003, p. 59). De tal modo, o que a análise cultural deve apontar são as interpretações, as alternativas históricas e os específicos valores contemporâneos através dos quais são trazidos para o presente uma obra, o acervo ou a experiência dos sujeitos de determinado período, de dado lugar.

Dessa forma, elencamos como características da análise cultural, a sua natureza política e conjuntural, no que diz respeito à interpretação das formas como se articulam bens e artefatos culturais. A vinculação política do projeto dos Estudos Culturais é evidenciada na interlocução com o pensamento marxista e com as diversas reflexões que o sucederam e atualizaram, a partir do próprio ativismo contestatório de Raymond Williams, Richard Hoggart e Edward P. Thompson no contexto da cultura britânica do final dos anos 1950.

Os estudos culturais constituem um corpo de teoria construída por investigadores que veem a produção de conhecimento teórico como uma prática política. Aqui, o conhecimento não é nunca neutro ou um mero fenômeno objetivo, mas é questão de posicionamento, quer dizer, do lugar a partir do qual cada um fala, para quem fala e com que objetivos fala (Barker, 2008, p. 27).

Aponta-se, também, o caráter fortemente conjuntural necessário à análise cultural, que corresponde à direção que Grossberg (2006, p. 8) reivindica como a própria condição de sobrevivência dos EC como projeto, cujas análises devem se posicionar “em resposta às condições conjunturais e demandas” localizadas. Para ele, “o cerne dos estudos culturais é um projeto – uma prática intelectual radicalmente contextual, anti-universalizadora, comprometida com a complexidade, oposta a toda e qualquer forma de reducionismo etc.” (Grossberg, 2013, p. 4).

Desta forma, selecionamos como *corpus* desta pesquisa seis entrevistas com informantes-chave de diferentes instâncias da esfera produtiva, listados no quadro 1, em ordem cronológica pelo período inicial de trabalho na TVE, mencionando funções e cargos exercidos.

Esta etapa visa identificar nas falas dos entrevistados as características da grade de programação a partir da memória dos envolvidos na sua esfera produtiva. Assim, os entrevistados foram convidados a reconstituir os programas e seu conteúdo para que, a partir de suas falas, pudéssemos identificar a preocupação com o interesse público que caracteriza a programação de uma emissora pública.

Quadro 1 – Entrevistados

Entrevistado	Período de trabalho	Funções/cargos
Jorge Furtado	1982-1986	Estagiário/assistente de produção (multifunção)
Eduardo Bueno	1982-1984	Apresentador, repórter
Alfredo Fedrizzi	1987-1989	Diretor executivo/Presidente
Ivette Brandalise	1987 – 2015	Apresentadora
Vera Vergo	1988 – 2018	Produtora
Newton Silva	1998 – 2017	Repórter de TV, Produtor, Apresentador, Diretor de programa

Fonte: as autoras.

Também foram questionados sobre a interferência dos governos nesta programação, uma vez que foi encontrado na bibliografia um estudo que atesta mudanças significativas em trocas de governo:

Em 2015, realizamos uma sistematização da programação da TVE/RS para classificar seus programas e poder comparar mudanças ocorridas na troca de governo no período. Em um corpus composto por duas semanas (governo anterior – semana 6 a 12 de abril; governo atual – semana 18 a 24 de maio) identificamos gêneros e formatos. [...] As mudanças demonstram a instabilidade na programação da emissora, pois são efetivadas a cada quatro anos pelos membros da direção, escolhidos pelo governador “do dia”. O Conselho Deliberativo fica à margem deste processo, sem chance de assegurar o compromisso com o interesse público nas decisões. (Ribas, Finger e Ihtiz, 2015, p.12-13)

Assim, o roteiro de perguntas foi elaborado de maneira a identificar também, a partir da memória dos entrevistados,

estas interferências na grade de programação ao longo da história da TVE. Para amparar a análise conjuntural das entrevistas, julgamos adequado, inclusive por ajudar a manter o foco na grade programação, listar alguns dos programas da emissora a partir das informações dos entrevistados (Quadro 2).

Quadro 2 – Programas citados pelos entrevistados

Entrevistado	Programas mencionados
Jorge Furtado	Quizumba, Pra Começo de conversa, Paralelo 30, Linha geral
Eduardo Bueno	Quizumba, Pra Começo de conversa
Alfredo Fedrizzi	TV Pirata; Pandorga
Ivette Brandalise	Primeira pessoa, Frente a frente; Estação Cultura; Quizumba; Corpo e alma, Linha direta.
Vera Vergo	Primeira Pessoa, Pandorga, Palcos da vida, Estação Cultura, Concertos da OSPA, Galpão nativo, Cidadania, Radar, Aldeia Sonora, Povo Gaúcho, Sonora tribo, Corpo e alma, Direito e literatura.
Newton Silva	Estação Cultura; Radar, TVE repórter; TV Nação

Fonte: as autoras.

Para apresentar os resultados da pesquisa num contexto cronológico, iniciamos a análise das entrevistas com o cineasta Jorge Furtado, que ingressou na equipe da emissora ainda em 1982.

Jorge Furtado lembra que atuou na TVE em dois períodos distintos. Ele entrou com um grupo de estudantes de jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, a Fabico, e cita os nomes de oito colegas

que o acompanharam e se tornaram estagiários da emissora: Jairo Jorge, Beto Andrade, Suzana Naiditch, Valério Azevedo, Marcelo Torres, Egon Laufer. Nesta época, Pedro Furtado, seu pai, era o presidente da Fundação Piratini. Ele conta resumidamente como foi sua trajetória na primeira vez que trabalhou na TVE:

Eu falei com meu pai porque tínhamos um projeto na faculdade, o BarBrasil, e queríamos apresentar para a TVE. O projeto juntava ficção e documentário e tinha um quadro final que se chamava Quizumba. Na época apresentamos para o diretor Clovis Prates, que disse que o BarBrasil não era muito bom, mas que podíamos fazer um piloto do Quizumba. Entrei como estagiário, fiquei um tempo trabalhando sem receber nada e o grupo foi sendo contratado e eu fui o último a ser contratado como assistente de produção, era o meu cargo lá, mas eu fazia apresentação, texto, roteiro, edição, câmera, swith, além do diretor geral, tinha um diretor de jornalismo que era o Ênio Staud e tinha o Ênio Rocha que era o diretor de produção e ele nos ajudou muito. Os dois Ênios no ajudaram bastante. [...] logo depois entrou um novo presidente que acabou com o Quizumba e com todos os outros programas e fez um programa todas as noites com três jornalistas entrevistando ele mesmo (Jorge Furtado, 2019, informação oral).

Esta fala atesta a interferência de novos presidentes que acabam extinguindo e criando programas de maneira autoritária. Como o presidente é uma indicação do governador, fica evidente a interferência dos governos na definição da programação da época. É interessante destacar que ele lembra também que a TVE era em preto e branco, segundo ele a única que ainda usava as câmeras Marconi herdadas

da TV Piratini. Para todos os envolvidos, a experiência foi um primeiro contato com a TV:

A gente tinha o acervo da TV Piratini e então a gente misturava essas cenas, uma coisa bem experimental. [...] Usávamos uma cena de faroeste. A gente não conhecia e fazia algo bastante experimental. O Quizumba repercutiu bem, havia uma ebulição cultural, Nei Lisboa, Bebeto Alves. E tudo isto a gente dava espaço, chamava músicos daqui. O Quizumba durou um ano e meio, dois anos. [...] E a gente aprendia a fazer tudo porque era muito precário, só tinha uma ilha e a gente só podia usar das 23h até às 06h, então a gente tomava conta da TV de noite. (Furtado, 2019, informação oral)

Destaca-se em sua fala a liberdade que tiveram para experimentar formatos e produzir conteúdo de interesse do jovem da época, já se aproximando de características de um veículo de comunicação mais comunitário do que exclusivamente educativo. Nesse período, o jornalista Eduardo Bueno também ingressou na emissora e conta sua trajetória no programa Pra começo de Conversa:

Abriu vaga para apresentador. O programa já tinha 30min, quando eu entrei passou para 45min com as minhas reportagens de 15min. Quando o Cunha sai e eu assumo como apresentador, virou uma hora o programa e eu inovei o jornalismo mundial e eu inventei um tipo de entrevista que eu inovei, eu perguntava e eu mesmo respondia. [...] E aí, realmente eu peguei o programa pra mim e eu decidi que ia ser um cultura de rebeldia, de rebelião de contracultura e entrevistei o Luis Melodia, o Tim Maia, só entrevistava maluco e aquele Edinaldo, pavão misterioso, foi muito marcante, é uma

lástima que isso tenho sido tudo queimado, tem um trecho da entrevista com Millor e Gabeira que ainda tem, não foi queimado. Gabeira era o maioral na época e veio a Porto Alegre e só deu entrevista pra mim. E é engraçado porque ia ao ar das 19h às 20h. E várias pessoas me contaram que acabaram saindo de casa porque os pais não deixavam ver o programa porque tinham que brigar pela TV, porque era na hora da novela e do noticioso. Era um conflito de gerações, conflitos familiares. Então iam morar em comunidades para poder ver o programa. O programa era ao vivo e não tinha reprise. (Bueno, 2019, informação oral)

Percebe-se na fala de Bueno que o programa tinha considerável liberdade de produção e que abria espaço para artistas inovadores e representantes da juventude atuante no cenário cultural da época, indo ao encontro, nesse sentido, das funções de uma emissora pública. Sobre esta liberdade em relação à produção de conteúdo, Ivette Bradalise (2019, informação oral) – que ingressou na TVE em 1987 para ser apresentadora do programa de debates ao vivo Linha Direta – afirma que existiam algumas pautas obrigatórias:

O que acontecia na TV era que cada vez que mudava o governo mudava a direção da TV e cada grupo que entrava queria deixar a sua marca. [...] A gente fazia três programas por semana, dois programas nós escolhíamos a pauta e um dos programas era um compromisso que a TV tinha, herdado do antigo diretor que tinha sido o Cândido Norberto, que fez um acordo com o CREA. Eu não sei o que ele trocou, um equipamento, mas foi uma permuta e incluía um programa por semana de debates, sugerido, decidido, ou encaminhado pelo CREA. Então era assim, discussão de coisas de construção, era muito chato, mas

eu tinha liberdade para fazer perguntas se eu quisesse (Ivette Bradalise, 2019, informação oral).

Esta “pauta pronta” vinda do CREA, por não envolver questões políticas, não poderia se caracterizar como uma interferência direta do governo do Estado, mas aproxima-se mais de um apoio, em função da permuta citada. Em certo sentido, poderia inclusive se aproximar de um programa comunitário, por envolver questões de interesse de grupos da sociedade. Na medida em que era vinculado à diretoria de jornalismo e que se tratava de um programa de debates em torno de um assunto principal com três ou quatro convidados com opiniões contrárias, poderia ser caracterizado também como um programa de interesse público.

Ela conta que após a saída de Fedrizzi da presidência este programa de debates foi descontinuado e em seguida foi designada para assumir a apresentação do programa de entrevistas Primeira Pessoa, que ficou no ar por mais de 20 anos. Seu envolvimento, então, foi além da apresentação, tenho participado das etapas de elaboração do projeto, sugerindo inclusive o nome que acabou sendo adotado para o programa. Neste caso, ela conta que a liberdade na escolha das pautas era maior:

Nunca fiz programa com perguntas prontas [...] Nunca tive problemas de ‘esse convidado, não’. A gente tinha uma liberdade total para escolher os entrevistados, eu e a produtora, aquela famosa ‘pauta 500’ no meu programa não tinha. [...] E hoje, eu acho até que em função daquilo, é proibido alguém da direção pegar o microfone. [...] e eu acho que isso foi em função do Bibó que apresentou um programa e brigou com o Clóvis

e levou a TV pra filmar a casa dele [...] foi uma coisa ridícula, um baixo nível total [...] Era inviável isso (Ivette Bradalise, 2019, informação oral).

Ou seja, ela afirma que não existiam pautas prontas e obrigatórias vindas direto da direção (pauta 500), o que caracteriza a pouca interferência do governo neste programa, apesar de contar que, muitas vezes, soube que esteve a ponto de perder o cargo em trocas de governo, talvez por tocar em algum assunto que não estivesse de acordo com a visão do governante em questão. Este registro de memória é endossado por Vera Vergo, que atuou como produtora da TVE, ao afirmar que as mudanças na programação também eram frequentes mas que os funcionários se mobilizavam para tentar minimizar a interferência de cada novo diretor indicado nas trocas de governo. Ela conta que essas mobilizações eram necessárias porque, muitas vezes, as decisões partiam de pessoas sem qualificação técnica para o cargo:

Não tinham qualificação técnica, era só indicação. [...] Cada governo que entrava, a gente só falava “ó, isso aqui é imexível, não tem como mexer, vamos melhorar aqui e ali, mas é tradição”. A princípio queriam mexer, mas é jogo duro, a gente sempre teve muita resistência. [...] Tinham casos bem difíceis, mas a gente sempre lutou pelo que a gente queria. Eles acho que vinham com algumas ideias, um pouco mais chulas... e a gente falava “não...” e transformava numa limonada legal, sabe? Fazia uma coisa legal. Ano passado foi um ano de muita luta nossa né? Muita muita luta. Eu acho que nós somos diferenciados, por exemplo assim, fazia muitos anos que eu não via e agora tenho visto o Jornal do Almoço. Puxa. A amplitude que tem o jornal,

onde pega e é super raso assim, superficial, não tem tempo de fazer uma entrevista um pouco maior.

Essa mobilização dos funcionários pode ter ajudado a moldar a programação da emissora para se parecer mais com um veículo público, ou seja, um veículo que prioriza o interesse da comunidade e não está sujeito a interesses políticos ou comerciais.

Já Newton Silva conta que ingressou na TVE em 1998 na área de produção do programa Estação Cultura, após ter prestado concurso para repórter de TV em 1994. Segundo ele, o Estação Cultura da época era um programa diário, de meia hora, abordando basicamente as áreas de teatro, dança, música, cinema e literatura. Destaca-se na sua fala uma questão que evidencia a influência da troca de governo na programação: o programa era relacionado à programação considerada de entretenimento da emissora, mas a partir do ano 2000, no governo de Olívio Dutra, passou a fazer parte da programação de jornalismo, sendo designado como jornalismo cultural:

Foi uma questão de novas diretrizes de programação, digamos assim, nesta época, inclusive, aconteceu o seguinte: dentro da área da programação nós tínhamos equipes externas para fazer programas duas, três vezes por semana e quando fomos para a áreas de jornalismo, ganhamos uma externa diária, então o programa ganhou, em termos de conteúdo (Silva, 2018, informação oral).

Este registro de memória representa a importância que o cenário político e conjuntural teve para o entrevistado e seu fazer profissional, uma vez que ele espontaneamente iniciou a narração localizando o fato no período de governo

de Olívio Dutra. Trata-se, segundo ele, de novas diretrizes de programação, que podem estar relacionadas à troca de Direção da emissora, inerente à cada troca de governo.

E foi após uma troca de governo que o processo de descaracterização da TV começou a tomar corpo, sob o comando de Ivo Sartori. A extinção da Fundação Piratini, ainda que não tenha sido completada totalmente, definição que ainda aguarda despacho do governador atual (Eduardo Leite) e que acabou gerando uma disputa judicial, trouxe diversos prejuízos para a programação da TVE, conforme percebe-se na fala de Vera Vergo (2019, informação oral):

Acabou. A TV acabou. Mandaram todos os profissionais pra tudo que é lado, tá na polícia, tá na saúde, na agricultura. Eu fui aposentada. Eu já estava aposentada. Eu tenho 66 anos e me aposentei aos 60, então eu fui a primeira. Então assim ó... hoje a TVE mantém-se ligada à TV Brasil, acho que só à TV Brasil, nem sei se está ligada à TV Cultura em São Paulo. A TV Brasil que foi um projeto onde se criou uma coisa... uma ação de comunicação pública, está, desde o Temer, abandonada. Então eu não sei. [...] Jornalismo não existe mais.

Este depoimento retrata o sentimento de muitos funcionários que fizeram ou fazem parte da TVE-RS, além de muitos ouvintes e telespectadores das emissoras da Fundação Piratini. Em pesquisa anterior (Coiro-Moraes e Dellazana, 2018), foi possível acompanhar relatos através de um grupo virtual de ciberativismo criado em prol da manutenção da TVE-RS e FM Cultura. O apreço pela programação diferenciada feita localmente foi um tema recorrente neste grupo, evidenciando que o então caráter público da TVE,

ainda que não pudesse ser legalmente denominada como tal, era percebido em sua programação.

Sobre este aspecto, os entrevistados foram convidados a finalizar suas falas descrevendo como a programação da TVE diferenciou-se de emissoras privadas ou estatais. As respostas foram unânimes em apontar o serviço à comunidade, em detrimento da busca pela quantidade de audiência, e podem ser resumidas nas palavras de Jorge Furtado:

a TVE tinha esse critério, mostrar as coisas de Porto Alegre, do Rio Grande do Sul, dar prioridade para os eventos aqui, transmitir estes festivais locais, e a TVE fazia isso e fez isso muito tempo, os músicos gaúchos, artistas gaúchos tinham um espaço que eles não tinham em nenhum outro lugar. (Jorge Furtado, informação oral, 2019)

Assim, entende-se que, ainda que não tenha sido caracterizada como uma emissora pública em seu estatuto – a despeito das intenções de Conselho Deliberativo da Fundação Piratini –, os relatos de memória dos entrevistados indicam que os membros da esfera produtiva da TVE procuravam conduzir a programação de acordo com o que se espera de uma emissora pública.

Considerações finais

As falas que destacamos atestam o interesse público da emissora e o desencanto dos entrevistados com as medidas que encaminharam a extinção da Fundação Piratini e a descaracterização da TVE como agente da comunicação pública. A extinção do conselho atesta esse processo que levou ao desmantelamento da equipe e à descontinuação

da programação. Com relação à programação, percebe-se, tanto nos depoimentos dos entrevistados como na consulta ao site da emissora, o esvaziamento da preocupação com o interesse público, numa grade que indica o futuro da emissora cada vez mais marcada por um caráter estatal, que, em sua pior versão, pode vir a se constituir em propaganda do governo. Durante o processo de extinção da Fundação também se esvaziou a função de promotores culturais que os programas locais exerciam, em uma grade de programação em que se percebe a forte presença da TV Brasil (também em processo de extinção no governo Bolsonaro), uma espécie de cabeça de rede da qual a TVE se associou.

Em 2019 houve uma retomada da programação. Apenas dois programas foram mantidos inicialmente, o Radar e o Estação Cultura, mas a grade de programação foi sendo retomada aos poucos. As emissoras que constituíam a Fundação Piratini, segundo reportagem veiculada no site Gaúcha ZH (agosto, 2019), têm passado por um esvaziamento no período do processo de extinção da fundação:

Pouco mais de 80 funcionários foram demitidos ou se demitiram nesse período. Atualmente, cerca de 160 funcionários seguem vinculados à TVE e à FM Cultura. No que se refere à programação, em agosto de 2019, apenas cinco programas eram produzidos localmente: Radar, Estação Cultura, Frente a Frente, Consumidor em Pauta e Panorama. Outros cinco deixaram de ser produzidos, como Nação, Galpão Nativo, TVE Repórter e dois telejornais. O restante da grade é preenchido com retransmissão das TVs Brasil e Cultura de São Paulo. (Ely, 2019, n.p.)

Em outubro de 2019, o site Coletiva.Net informou que também voltava à programação o programa TVE Esportes (que havia sido descontinuado em agosto de 2017). Em consulta ao site da emissora em janeiro de 2020 encontra-se ainda como programa local o Rio Grande Rural, que é uma parceria com a Emater e não é produzido pela TVE. Dessa forma, percebe-se que a emissora tem tentado retomar a programação produzida localmente, mantendo ao menos esta característica de emissora pública.

Detentora da memória e da experiência que mais se aproximou de um conceito de comunicação pública, a TVE, agora desvinculada de uma fundação com conselho independente, dificilmente estará isenta de interesses políticos. Por estar vinculada diretamente ao governo do estado, sendo hoje parte da Secretaria da comunicação, tenderá a se caracterizar mais ainda como o veículo estatal que efetivamente é, em que pese as intenções de sua equipe de profissionais.

No entanto, é possível afirmar que a tentativa do então conselho em tornar a TVE-RS uma emissora pública atingiu seus objetivos no que tange ao conteúdo da programação, constatação que não é originalmente nossa, pois representa um importante registro na memória de quem a fez.

A análise cultural que visamos empreender neste artigo, se não alcançou completamente a complexidade do objeto aqui pesquisado, trouxe à baila o posicionamento dos entrevistados, que não veem a TVE apenas como uma emissora em que trabalharam, um mero emprego, mas sim como um lugar a partir do qual se posicionaram como agentes culturais.

E deste lugar a partir do qual cada um deles em algum momento falou, cientes de para quem falavam e com que

objetivos falavam, promoveram regulação cultural, especialmente no sentido de não entregar a cultura às leis de mercado, atuando como forças vivas da resistência à *tradição seletiva* sob influência neoliberal, cuja pauta vai de privatização a extinção das emissoras públicas.

Referências

- ALBUQUERQUE, S. da M. e. Regular ou regulamentar a imprensa? *Observatório da Imprensa*, edição 739, 26/03/2013. Disponível em <http://observatoriodaimpresa.com.br/jornal-de-debates/ed739-regular-ou-regulamentar-a-imprensa/> Acesso em 30 jul.2019.
- ASSMANN, A. *Espaços da recordação: formas e transformações da memória cultural*. Campinas: UNICAMP, 2011.
- BARKER, C. *Cultural Studies: theory and practice*. London, Sage, 2008.
- BARQUERO, M. RANINCHESKI., S. e CASTRO, H. A formação política do Brasil e o processo de democracia inercial In: *Revista Debates* v. 12, n. 1 (2018). Disponível em <https://seer.ufrgs.br/debates/article/view/81460> Acesso em 10 out. 2019.
- CEVASCO, M. E. *Para ler Raymond Williams*. São Paulo, Paz e Terra, 2001.
- COIRO-MORAES, A.L. A análise cultural: um método de procedimentos em pesquisas. *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação*, v. 4, p. 28-36, 2016.
- DU GAY et al. *Doing Cultural Studies: the story of the Sony Walkman*. Londres: Sage, 1997.
- ELY, D. Plano de conceder TVE à iniciativa privada está descartado pelo governo Leite. In: Gaúcha ZH. Política 19 out. 2019. Disponível em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/>

- politica/noticia/2019/08/plano-de-conceder-tve-a-iniciativa-privada-esta-descartado-pelo-governo-leite-cjzipfsd-2040901qmmnokqnf.html Acesso em 16 jan. 2020.
- FERRARETTO, L. 2014 Conselhos deliberativos na radiodifusão pública entre o Estado e o governo, uma análise da Fundação Piratini. In: *Políticas públicas e pluralidade na comunicação e na cultura* [recurso eletrônico] / organização Marcos Dantas, Marcelo Kischinhevsky. – 1. ed. – Rio de Janeiro : Epapers, 2014.
- GROSSBERG, L. Does cultural studies have futures? Should it? (Or what's the matter with New York?). Cultural studies, contexts and conjunctures. *Cultural Studies*, London/New York, Routledge, 20(1):1-32, jan. 2006
- _____. Entrevista a Adriana Braga. *E-compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Brasília, 16(2):1-13, maio/ago, 2013.
- HALBWACHS, M. *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro, 2006.
- HALL, S. A centralidade da cultural: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Revista Educação e Realidade*, 22 (2), Porto Alegre, p. 15-46, jul./dez.1997.
- LISBOA FILHO, F.; COIRO-MORAES, A. L. Estudos Culturais aplicados a pesquisas em mídias audiovisuais: o circuito da cultura como instrumental analítico. *Significação*. Revista de Cultura Audiovisual. v. 41, n. 42, 2014.
- MIGUEL, L. F. Alternativas na Paula. in: AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA – ANDI. *Mídia e políticas públicas de comunicação*. Brasília: ANDI, 2007.
- MIOLA, E. 2009 Produção Negociada De Políticas De Radiodifusão Pública:A participação da sociedade no Conselho Deliberativo da Fundação Cultural Piratini Disponível em: <http://>

www.compos.org.br/data/biblioteca_1106.pdf

NORA, P. “Entre memória e história: a problemática dos lugares”.

Projeto História, São Paulo, n. 10, dez. 1993, p. 7-28.

RIBAS, FINGER E IHTIz. TVE/RS – Televisão pública no contexto de convergência midiática. 2015 In: *Revista Lumina* Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora / UFJF ISSN 1981 – 4070 Disponível em

RIBEIRO, A. P. G.; FERREIRA, L. M. A. *Mídia e Memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

WILLIAMS, R. *La larga revolución*. Buenos Aires, Nueva Visión, 2003.

Entrevistas:

BRANDALISE, Ivette. Memória da programação da TVE. Entrevista concedida a Ângela Lovato Dellazzana. 04 abr. 2019

BUENO, Eduardo. Memória da programação da TVE. Entrevista concedida a Ângela Lovato Dellazzana e Ana Luiza Coiro Moraes. 10 jun. 2019.

FEDRIZZI, Alfredo. Memória da programação da TVE. Entrevista concedida a Ângela Lovato Dellazzana. 27 jun. 2019.

SILVA, Newton. Memória da programação da TVE. Entrevista concedida a Ângela Lovato Dellazzana. 28 ago. 2018.

VERGO, Vera. Memória da programação da TVE. Entrevista concedida a Ângela Lovato Dellazzana. 11 dez. 2018.

CAPÍTULO 4

Entidades de classe: a criação do Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas do Rio Grande do Sul e Santa Catarina

Karla M. Müller (UFRGS)

Camila C. Barths (Hospital de Clínicas de Porto Alegre)

Diego P. da Maia (UFRGS)

Júlia P. Herzog (UFRGS)

Conhecer a história – a criação e a consolidação – de uma atividade profissional da área da Comunicação é do interesse de toda uma comunidade tendo em vista a importância que ocupa, cada vez mais, a gestão dos processos comunicacionais e a influência que a mídia tem sobre uma coletividade. Neste aspecto, insere-se às Relações Públicas.

Para compreender os caminhos trilhados pelos profissionais que deram base para a estruturação da profissão, por meio da criação de entidades de classe, optamos por apresentar o surgimento do Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas que abrange os estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. A quarta entidade da área a ser criada no início dos anos 70, em Porto Alegre, por isso denominado de CONRERP – RS/SC 4ª Região, está vinculada ao Conselho Federal da categoria.

Para a realização deste trabalho investigativo, de caráter científico, optamos em adotar como aporte metodológico a pesquisa bibliográfica, base teórica que sustenta a discussão

(Stumpf, 2009). Recorrendo a autores que tratam do tema, abrimos caminho para melhor interpretar as informações obtidas, ampliando a reflexão sobre o assunto tratado, nosso objeto e os sujeitos consultados.

Dando prosseguimento ao estudo, recorremos a documentos que dão conta de dados que, no caso, demonstram como foram os registros sobre a criação do CONRERP gaúcho e catarinense, como legislação e apontamentos que possibilitam acompanhar o andamento dos processos empregados para a consolidação do Conselho como instituição, órgão regulador e fiscalizador da atividade profissional de Relações Públicas no país e, em especial, no nosso estado. Neste sentido, realizamos a análise documental que, segundo Moreira (2009), é realizada por meio da identificação, verificação e apreciação de documentos, procedimentos este que irão contribuir com a melhor interpretação dos dados coletados.

Por fim, o grupo de pesquisadores se dedicou a conversar com uma das personalidades mais importantes, responsável pela criação do CONRERP/ RS-SC, Jerônimo Braga, primeiro presidente do Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas 4ª Região. A partir de questionamentos básicos, realizamos entrevista semiaberta, cujo roteiro foi composto de poucas questões semiestruturadas, mas que deram amplitude para que fosse possível uma discussão em profundidade com o entrevistado (Duarte, 2009).

Organizamos as informações obtidas na entrevista, e complementadas posteriormente, em três itens: a) dados pessoais, que esclarecem quem é Jerônimo Braga; b) descrição do contexto da época, início dos anos 70; c) informações

sobre a implantação do Conselho e atividades desenvolvidas pela primeira gestão. Os fatos não estão necessariamente nesta ordem, pois há entrelaçamentos relativos à pessoa de Braga, os acontecimentos do período e as atividades que se sucederam para a criação da entidade.

Passamos então para os resultados obtidos com a investida de pesquisa, no intuito de contribuir com os atuais e novos profissionais de Relações Públicas e acadêmicos da área, que a partir do conhecimento do que aqui está exposto, possam compreender melhor a construção da atividade em si e a importância que os “desbravadores” tiveram para a constituição da profissão nos dois estados do extremo sul do Brasil e em nosso país, que hoje é uma referência no que tange à formação e à pesquisa no Campo.

A regulamentação das Relações Públicas

O Brasil esteve sobre o comando de governos militares de 1964 até o início dos anos 80. Neste período, houve a abertura para a entrada de empresas multinacionais e o aporte de investimentos consideráveis no ramo da comunicação, especialmente da publicidade e propaganda e também das relações públicas, abrindo espaço para a atuação destes profissionais. A presença de militares no governo é vista, por um lado, como positiva para a abertura de espaço para a atuação de relações públicas no mercado de trabalho, devido ao estímulo do governo com a criação de órgão ligados à comunicação; por outro, como negativa, pois passou a vincular a profissão a um governo autoritário (Fernandes, 2011).

O Regulamento da profissão de Relações Públicas no Brasil está baseado na Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de

1967, cujo Decreto é assinado pelo Ministro do Trabalho e Previdência Social, Jarbas G. Passarinho, em 26 de setembro de 1968.

A profissão de relações públicas foi oficializada no país em 1967, tornando-se atividade privativa dos bacharéis de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas. Trata-se do fato mais marcante da década, comemorado na época por seu pioneirismo, tendo o Brasil sido o primeiro país do mundo a tomar tal iniciativa. (Kunsch, 2008, p. 120).

Naqueles anos ainda não havia bacharéis em Relações Públicas no país. Neste sentido, verifica-se que foi necessário criar uma estrutura acadêmica em nível universitário, como destaca a autora, para atender as necessidades do setor. Isto ocorre a partir de 1969, com a reforma curricular que implementa a formação do Curso de Comunicação Social com suas habilitações, entre elas, Relações Públicas.

No ano de 1967 a Universidade de São Paulo cria na Escola de Comunicação e Artes (ECA/USP) o primeiro curso em nível superior de Relações Públicas, com a duração prevista para quatro anos:

Não resta dúvidas de que, paralelamente à regulamentação, a criação do curso universitário de Relações Públicas no Brasil, em 1967, favoreceu o desenvolvimento da área que, aos poucos, ajudou a diminuir o espaço existente entre a teoria que se ensina na academia e a prática profissional. (Ferrari, 2009, p. 180).

Neste período é criado o Conselho Federal e, na sequência os Conselhos Regionais de Relações Públicas, como

é o caso do CONRERP 4ª Região. O Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas foi criado em 1972 (conrerp4.org.br). A entidade constitui-se como uma autarquia federal e integra, juntamente com mais seis Conselhos Regionais e o Conselho Federal desses profissionais, o Sistema CONFERP (conferp.org.br), criado por meio do Decreto-Lei 860, de 11 de setembro de 1969.

A instalação efetiva do Conselho Federal se dá a partir da publicação do Decreto 68.582, de 04 de maio de 1971. A partir daí, os Conselhos Regionais passam a se constituir, como é o caso do CONRERP 4ª Região, sediado em Porto Alegre, responsável pelos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

Dentre as profissões ligadas ao Campo da Comunicação, com formação em nível superior, Relações Públicas é a única que possui um Conselho Profissional, o que garante a regulamentação e a fiscalização da atividade destes comunicadores no mercado de trabalho:

O Conrerp4 prima pelo merecido respeito à categoria e, por meio de informações, quer garantir condições justas de exercício da profissão e proteger o mercado da atuação ilegal de profissionais desqualificados.

Para tanto, zela pelos direitos dos relações públicas, fiscaliza o cumprimento de seus deveres e busca ampliar o valor da profissão perante o mercado, garantindo ao profissional o respaldo necessário para planejar e gerenciar os relacionamentos das organizações com os stakeholders, estabelecendo uma comunicação verdadeiramente estratégica (conrerp4.org.br).

No site da entidade encontramos sua Missão, que destaca a busca pelo reconhecimento, respeito e valorização

dos profissionais de Relações Públicas e destaca o papel do Conselho na coordenação, fiscalização e na função de disciplinar o exercício desta profissão.

A constituição destas entidades e o desenvolvimento de ações voltadas para atender os profissionais da época, exigiu dedicação e empenho de toda uma equipe de pessoas que já atuavam na área (Fig. 1), embora ainda não existisse a formação desta profissão em nível superior no Brasil.

Figura 1: Registro dos profissionais em ata de reunião do ano de 1982.

Nº	Nome	Data de nascimento	Local de nascimento
01	Procurador Carlos Santos Braga	2.12.22	Curitiba - Paraná
02	Roberto José Pinto Simões	2.12.22	Curitiba - Paraná
03	Ermano de Amorim Duarte	2.12.22	Curitiba - Paraná
04	José Pedro Lopes de Souza	20.12.1928	Curitiba - Paraná
05	José Theofilo Bezerra de Lima	05.05.1933	Curitiba - Paraná
06	Wilson Duarte Müller	2.12.22	Curitiba - Paraná
07	Raul Francisco Caputo	2.12.22	Curitiba - Paraná
08	Paulo José Cavalli de Fozes		Curitiba - Paraná
09	Henri Schmitt		Curitiba - Paraná
10	Caetano Gregório Guimarães		Curitiba - Paraná
11	Cláudio Vicente Guimarães		Curitiba - Paraná
12	Luís Spaldino de Lemos	2.12.22	Curitiba - Paraná
13	Leandro dos Santos Cavalcanti		Curitiba - Paraná
14	Poliana Schmitt Neitzel		Curitiba - Paraná
15	Cláudio Walter Lemos Farias	11.02.22	Curitiba - Paraná
16	Wilson Duarte Müller	2.12.22	Curitiba - Paraná
17	Roberto José Pinto Simões		Curitiba - Paraná
18	Diogo José de Souza	2.12.22	Curitiba - Paraná
19	Cláudio Cavalli		Curitiba - Paraná
20	Antônio Carlos Tostes		Curitiba - Paraná
21	Ermano de Amorim Duarte	2.12.22	Curitiba - Paraná
22	Robelaine Schmitt Neitzel		Curitiba - Paraná

Fonte: CONRERP 4ª Região.

Para entender melhor o que passou, ouvimos atentamente o primeiro presidente do CONRERP – RS/SC, Jerônimo Carlos Santos Braga (Fig. 2), Coronel reformado da Brigada Militar do Rio Grande do Sul, Relações Públicas, Professor e Mestre em Comunicação, em entrevista concedida aos pesquisadores em 20 de março de 2019, na sede do CONRERP – RS/SC, em Porto Alegre.

Desafios para a criação do CONRERP – RS/SC e atuação profissional

A regulamentação das Relações Públicas

O relato de alguém que ama sua profissão é de grande inspiração aos que almejam uma carreira. Se depender da fala de Jerônimo Carlos Santos Braga, com o “Número 1” do Conselho de Relações Públicas do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, esta atividade terá uma gama de jovens interessados em pertencerem à categoria. No depoimento de Braga, compreende-se como sua paixão pela profissão o levou a tornar-se professor da área, em instituições como a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS) e a Federação de Estabelecimentos de Ensino Superior em Novo Hamburgo (FEEVALE)¹. Além disso, ele abriu as portas para que organizações passassem a conhecer e valorizar o trabalho de um Relações Públicas. Devido ao seu empenho, dedicação, e por acreditar na profissão, Jerônimo trilhou uma brilhante carreira profissional o que lhe garantiu reconhecimento em nível local, regional e nacional.

Jerônimo Braga teve uma forte influência em casa para ser tão apaixonado pela Comunicação: seu pai, que apesar de ter sido contador, trabalhou com jornalismo nos Diários Associados e no Grupo RBS, onde foi radialista da Rádio Farroupilha. Jerônimo, ainda garoto, saía do colégio e ia à

1. Na época em que foi criada, final dos anos 60, a FEEVALE era uma federação, pois agrupava diversos cursos, mas foi se ampliando e no final dos anos 90 tornou-se uma Universidade.

rádio ver o pai trabalhar, aprendendo como se desenvolvia a comunicação dentro daquele importante veículo.

Figura 2: Jerônimo Braga, primeiro presidente do CONRERP – RS/SC.



Fonte: Diego da Maia

Em 1958, iniciou o curso de Formação de Oficiais da Brigada Militar do Rio Grande do Sul, que foi concluído em 1962. Durante o curso, dentro da Sociedade Acadêmica, trabalhava na área de divulgação. Como aluno, Jerônimo foi presidente da Sociedade Acadêmica e demandou constante esforços para divulgar as atividades da Escola, na época com quase 300 alunos em formação de oficiais. Foi redator e preparava o programa da Polícia Militar na Rádio Princesa, desde a época do preparatório, além disso, os cadetes tinham no Diário de Notícias, uma coluna dominical, com grande destaque, chamada “Cadetes de Milícia²”, no início da década de 1960, onde Jerônimo atuava também na redação.

-
2. Jerônimo explica porque a expressão milícia naquele tempo não era estereotipada: “significava polícia militar – milícia, que era a origem das milícias portuguesas, quando Dom João VI veio para o Brasil, em 1808; era uma função honrosa, hoje a palavra é estereotipada em função das condições sociais, mas naquele tempo não era”, destaca o entrevistado.

Por consequência, lá pelo ano de 1964, prestes a ser transferido para Santa Maria, para o 1º Regimento de Polícia Montada, foi chamado para assumir a Divisão de Relações Públicas da Brigada Militar, denominação criada em 1961, pelo Gabinete do Comando Geral.

Segundo ele, disseram que “se tem alguém que entende do assunto e que gosta, pelo menos, é o Jerônimo”. Assim, ele foi para lá como tenente e começou a aprender mais sobre a área e desenvolver o setor. Consequentemente, foi convidado a fazer parte da Associação Brasileira de Relações Públicas: “ali conheci a Martha Geralda D’Azevedo, conheci uma série de profissionais que já atuavam no campo; aprendi com eles. Naquele tempo, surgiram alguns cursos sobre Relações Públicas, do SESI e no SENAI”.

Foi por aquele período, no governo do General Artur da Costa e Silva, que, segundo Jerônimo, os profissionais de São Paulo eram muito atuantes e tiveram a iniciativa de criar Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), entidade que logo se estendeu para o Rio de Janeiro e outros estados como o Rio Grande do Sul: “aquele pessoal de São Paulo conseguiu que a profissão fosse regulamentada por meio de Decreto do Governo Federal”, o que é confirmado por diversos estudiosos da área como Kunsch (2008), Fernandes (2011) entre outros.

Braga destaca que:

Regulamentada a profissão, a primeira coisa que aconteceu foi determinar o registro dos profissionais nas Delegacias do Trabalho. Imediatamente São Paulo tomou a iniciativa de novo. Junto com o apoio do pessoal de Minas Gerais e do Rio de Janeiro foram ao Ministério do Trabalho e criaram a autarquia

Conselho Federal de Relações Públicas; dividiram o Brasil para a criação de Regiões. Então foram criadas inicialmente, o Conselho Federal, a 1ª, a 2ª e a 3ª Região – São Paulo, Rio e Minas. Nós, da Associação Brasileira de Relações Públicas, da qual eu era associado, nos alertamos – estavam comigo Salvador Abeche, e outros companheiros – , e decidimos: “Vamos criar”. O Salvador era Relações Públicas da Companhia Estadual de Energia Elétrica, e tinha facilidade de fazer contatos e conhecimento; fomos atrás e propusemos logo a criação do Conselho Regional de Relações Públicas (Braga, 2019).

Uma das dificuldades que surgiu logo após a regulamentação da profissão foi como resolver o caso dos profissionais que atuavam na área já há algum tempo, porém não possuíam formação em nível superior. De acordo com Freitas, os “provisionados”, como foram denominados aqueles profissionais que não eram bacharéis em Relações Públicas, mas exerciam a profissão e tinham a formação em algum curso superior – conforme exigência da lei, tiveram o direito ao Registro:

Segundo ela,

Eles auxiliaram de modo significativo os professores e alunos a descobrirem a grandiosidade da atividade e sua razão de ser. Estrategistas por excelência, foram eles que, durante a vigência do regime militar (1964-1985), nos apontaram sutilmente os princípios democráticos da atividade, destacando a importância de se ouvir o público, do processo de mão dupla das relações públicas e da pesquisa (Freitas, 2009, p. 48).

Braga lembra que naquele momento algumas pessoas estavam se dirigindo às Delegacias do Trabalho e se registrando como profissional, porque a lei permitia; segundo ele, não havia exigência de comprovação de atuação efetiva, era só solicitar

o registro e recebia a denominação e, conseqüentemente, a permissão para atuar. Por conta disso, “muitos jornalistas se registraram logo em seguida, porque conheciam, porque trabalhavam no meio, como foi o caso de Ênio Rockemback e outros, e se registraram na Delegacia do Trabalho”.

Ele recorda que cerca de dezenove pessoas se registraram como Relações Públicas na Delegacia do Trabalho em Porto Alegre, cerca de 90% era de jornalistas. Como Conselho, eles deram registro a provisionados que atendessem aos pré-requisitos básicos, o que ocorreu por um tempo, porque o Decreto dava o prazo de alguns anos para a efetivação do registro profissional para quem exercesse a profissão e tivesse um título universitário.

Nos primeiros anos a implantação do Conselho e de todo o processo não foi tarefa fácil, ocorrendo embates entre os provisionados e os primeiros formados nos cursos de Relações Públicas: “Nós fazíamos muito trabalho para dizer que ‘Olha, vocês [os novos formados na área] hoje têm uma profissão regulamentada porque os provisionados conseguiram isso’, não se formou alguém primeiro. Até porque se não conseguisse naquela época criar o Conselho, não se conseguiria até hoje”.

Foi para dar garantias a quem era notadamente profissional da área, muitos deles já pertencentes à ABRP/RS, que um grupo de profissionais gaúchos, entre eles Jerônimo Braga, se reuniu para a criação do CONRERP 4ª Região.

Abrindo caminhos para os profissionais da área

Em 1972, foi criado o Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas 4ª Região – RS/SC. A primeira

sede estava situação na Rua Alberto Bins, junto com a sede da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP). Um grupo que já atuava como Relações Públicas, e que recebeu o reconhecimento como profissional da área, tornando-se Relações Públicas provisionado.

Eles se reuniram e fizeram uma Comissão Organizadora do Conselho que propôs ao Conselho Federal a criação da 4ª Região. O Conselho Federal apoiou e encaminhou a proposição, acrescentando alguns dados, ao Ministério do Trabalho que acolheu o pedido. Aquela Comissão foi designada como primeira Diretoria.

Para entender como funcionava uma autarquia, eles se debruçaram sobre a documentação:

Era uma novidade extraordinária, o mundo das autarquias: regras, legislações, controle financeiro, todo um sistema que tinha que ser implantado; naquele tempo tudo era em papel, inclusive os documentos; tivemos que fazer muitos cursos e viajar a São Paulo para aprender o que era isso afinal de contas. A gente sabia que era para registrar o profissional, ninguém mais podia se registrar como RP na Delegacia, porque foi sustado no Ministério do Trabalho, e a Delegacia aqui de Porto Alegre passou para nós o livro de quem já tinha se registrado. Esse livro deve estar aqui, tinha uma pasta histórica (Braga, 2019).

Segundo Jerônimo, pouco após a sua criação, o Conselho mudou-se para a atual sede, que fica na Av. Borges de Medeiros, 915, no terceiro andar, no centro de Porto Alegre. Logo depois a ABRP também se mudou para o mesmo prédio. Desde aquela época, a relação dos profissionais de RP era boa com os jornalistas, por isso, a partir de um convite de

Alberto André, presidente da Associação Riograndense de Imprensa (ARI) naqueles tempos, houve então o deslocamento da sede do Conselho para o prédio da ARI, no qual ocupa até os dias de hoje parte do quarto andar.

Aí aconteceu que no meu último ano como presidente do Conselho, eu fui indicado para fazer o curso de Comunicação – categoria A do Exército Brasileiro, no Centro de Estudos de Pessoal, no Rio de Janeiro, no forte Duque de Caxias; e lá fui, na metade daquele ano, passei então a presidência para o Abeche que terminou o nosso período (Braga, 2019)

Ao retornar do Rio, Jerônimo resolveu cursar Relações Públicas na FEEVALE, a primeira instituição a oferecer o curso aqui no estado, coordenado pelo professor Roberto Porto Simões, que também tinha vínculo com a Brigada Militar. Assim como o curso de Comunicação, cursado no Rio de Janeiro, o curso de Relações Públicas também seguia o modelo estrutural. Em ambos ele estudou muito matemática para poder aprofundar os conhecimentos em estatística e depois estabelecer processos comunicacionais mais ligados a um sistema exato.

Na sequência, a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS) cria a Faculdade dos Meios de Comunicação (FAMECOS) cujo diretor era o jornalista Alberto André, na época, como já destacamos, presidente da ARI. Foi então que André convidou Braga para concluir seu curso de Relações Públicas na PUC, pois ele morava em Porto Alegre, o que lhe facilitaria frequentar as aulas. Jerônimo solicitou sua transferência e em meados dos anos 70 concluiu sua formação.

Uma questão pitoresca relatada por Jerônimo é que, como ele já era profissional provisionado e possuía a formação em nível superior no Curso de Formação de Oficiais, por convite de Antoninho Gonzales, diretor da FAMECOS, após Alberto André, passou a ministrar classes para os alunos dos primeiros anos, ao mesmo tempo em que era formando, cursando o último ano de Relações Públicas.

Para complementar seus conhecimentos, após formado em Relações Públicas, Jerônimo cursou várias Especializações na própria PUC, tendo em vista que naquela época ainda não havia pós-graduação em nível de mestrado e doutorado.

Concluindo esta etapa, ele foi convidado para fazer a Escola Superior de Guerra. Deslocou-se para o Rio novamente, morando lá por cerca de um ano. O curso exigia dedicação total, com atividades manhã e tarde, o tempo todo; muito trabalho, muita pesquisa, e muito planejamento estratégico, conhecimento das escolas de planejamento estratégico, no mínimo as dez mais importantes e da Escola Superior de Guerra do Brasil, que tem um método próprio de planejamento estratégico. Conforme os procedimentos do curso, os alunos eram divididos em grupos. Braga foi designado a coordenar um dos grupos, responsável por fazer o Plano de Governo voltado para a Comunicação Social:

Por causa das formações anteriores, eu me dediquei a pesquisar e a analisar os métodos estruturais nos quais se aprofundavam o estudo e o conhecimento dos trabalhos de opinião pública. (Braga, 2019)

Terminado o curso no Rio, ele retorna a Porto Alegre e segue como professor da PUC, onde fez mestrado, chegou a iniciar o doutorado, mas não concluiu o curso. Neste período, Jerônimo era Diretor da FAMECOS, cargo que ocupou por nove anos.

Ainda na PUC, ele foi convidado pelo reitor a ocupar o cargo de Diretor da Editora e do Parque Gráfico daquela universidade:

Por todos os lugares que passei, eu me dediquei, apliquei os métodos, os conhecimentos; Relações Públicas era a base fundamental de tudo. Então em termos de formação, eu fiz esses cursos possíveis, cheguei ao título de mestre. (Braga, 2019)

Entre os desafios da profissão, Jerônimo lembra sobre o papel da mulher na área de Relações Públicas:

A mulher RP naquela época tinha que ser bonita, aparentar sensualidade e sexualidade, em exposições de automóveis e outras exposições eram contratadas mulheres RPs, aquelas moças bonitas, altas, esbeltas, esguias, que, enfim, vestiam determinadas roupas – vestido de baile, vestido de gala – para fazer RP. Os anúncios diziam: ‘Contratamos cinco RPs para nossa festa hoje’. Uma visão que as mulheres profissionais realmente se sentiam desconfortáveis porque nos nossos eventos que a gente ia conversar com pessoas, o pessoal estranhava muito por exemplo “Como a Martha D’Azevedo de RP? Não pode”. Diziam que a Martha não tinha nada para ser RP, porque mulher não precisa pensar, só tinha que rebolar, aí era uma boa RP... (Braga, 2019)

Segundo ele, nada mais era do que o pensamento da sociedade da época. Enfatiza que, “não somos uma ilha,

repetimos o que a sociedade faz, nós somos o que a sociedade é, e era mais ou menos esse o padrão”. Mas destaca que não havia demérito no sentido de desmerecer a profissional, não chegava nesse nível.

Jerônimo recorda que, naquele tempo, buscava-se exemplos de mulheres, como Vera Giangrande, de São Paulo, entre outras, profissionais de alto valor para trazer a Porto Alegre e dar palestras e conferências na Federação das Indústrias, onde havia uma intelectualidade que tinha que reconhecer também que era uma intelectualidade do profissional de Relações Públicas, tanto homem como mulher. Assim era estimulado para “não contratar dois menininhos bonitinhos engravatadinhos como profissional de Relações Públicas, sem se interessar pelo conteúdo”. A contratação deveria se dar para apoiar aqueles que estavam na faculdade, e o Conselho ajudou nisso, pois o problema do estágio era muito grande, porque se queria o estagiário para esse tipo de coisa, e não para pensar a comunicação.

Se por um lado foi mais fácil criar a instituição, pois o Grupo recebeu apoio do Ministério do Trabalho e do Conselho Federal para organizar a entidade; por outro, o que mais exigiu dedicação foi a realização de um trabalho social:

O trabalho legal mesmo que nós fizemos foi o trabalho social, de convencimento das relações com os profissionais, com o meio ambiente, com a sociedade; compreender o que é a profissão, compreender o profissional, vencer barreiras e preconceitos. Esse foi o grande trabalho, que aqui e ali foi facilitado dentro de algumas empresas, crescendo dentro das organizações governamentais, porque era o modelo governamental; as pessoas seguiam aquele padrão governamental, queriam se dar

bem com o governo, seguiam aquela regra sem maiores problemas, mas a aceitação social mesmo, essa sim, essa deu trabalho, de pessoas querendo se aproveitar: ‘Eu sou amigo do fulano, ele vai me dar emprego, vou me registrar aí e vai me dar um emprego’. Aí foi sempre trabalho do Conselho: ‘Você não tem know-how de RP, a lei manda ter, você tem que ter um profissional de RP’. (Braga, 2019)

Segundo ele, isto também acontecia nas instituições militares, como na própria Brigada, que tinha a Seção de Assuntos Cíveis, Divisão de Relações Públicas. Neste aspecto, houve ação do CONRERP esclarecendo que era necessário um profissional de Relações Públicas para atuar como tal. Não precisava ser o chefe do setor, o chefe poderia ser um militar. No caso da Brigada, ela se beneficiou porque Jerônimo já estava formado, já era Bacharel, já era provisionado, assim ele pode continuar na corporação, o que lhe manteve mais tempo ocupando aquelas atribuições. Depois, abriu espaço para estagiários; mais tarde os próprios oficiais começaram a fazer cursos, ficando habilitados para exercer a profissão dentro da Brigada.

Para Braga, o maior trabalho e o legado real desse primeiro grupo foi confirmar à sociedade gaúcha que havia uma profissão nova e uma profissão de qualidade, e que por causa da criação do Conselho foi barrada a entrada de aventureiros, e se passou a valorizar a profissão: “a criação do valor profissional foi o melhor que nós fizemos porque se conseguiu, a partir daí, cortar preconceitos e elevar a imagem institucional e a própria reputação institucional”.

Ainda hoje, na casa dos 80 anos de idade, Jerônimo contribui com a Comunicação na Brigada Militar: a Brigada,

por exemplo, hoje tem um setor de Planejamento Estratégico, e dentro dele tem o que chamam de Sênior; esse setor Sênior chama as pessoas que estão na Reserva ou Reformados para ajudar a trabalhar determinadas estratégias e eu trabalho no Setor na parte de Comunicação Social:

Continuo lá, trabalho junto com o processo de criação das relações, da imagem, da estratégia... Hoje está muito em discussão a questão da identidade e a questão da imagem e muito principalmente a capacidade de criar reputação para sobrevivência futura; se não tivermos capacidade para isto teremos problema porque a política está cada vez mais dinâmica e mais forte. (Braga, 2019)

Em meio a sua atuação profissional nas instituições militares, acadêmicas e de classe, Jerônimo constituiu família, que sempre esteve presente em meio a tantos compromissos. Jerônimo é pai de Simone e Jeferson. Relata que teve um período engraçadíssimo quando os filhos deviam ter 6, 7, 8 anos de idade:

meu filho com 6 anos de idade começou o primário e fui tirar curso no Rio, naquele tempo não tinha telefone fácil, um dia recebia uma cartinha dele, com letra de primário, “Meu paizinho querido ainda me lembro da tua cara”, eu disse “Opa, tá na hora de voltar, que daqui a pouco qualquer cara é a cara”. (Braga, 2019)

Houve uma época que saía de manhã cedo para dar aula na Famecos e na Feevale, saindo às 7h de casa, e deixava os filhos dormindo. Só retornava 1h da manhã, podendo ficar com eles apenas sábado e domingo:

aí os três estavam acordados sábado e domingo e fazíamos, evidentemente, que era o terror da minha esposa porque eram três crianças dentro de casa, não havia cama que ficasse arrumada, era correria, brincadeira, mas vivia assim, meus filhos sempre compreenderam isso e onde eu podia levar, levava. (Braga, 2019)

A atuação de Jerônimo também influenciou as escolhas dos filhos; conta com orgulho que sua filha, quando era adolescente, dizia que queria entrar para a Brigada Militar. Ele a aconselhou que estudasse e tentasse entrar. Ela fez todo o processo e hoje é tenente-coronel. O filho fez Direito, e se dedicou a estudar línguas, hoje fala quatro línguas fluentemente. Também se formou em Relações Internacionais nos Estados Unidos, mestrado e doutorado em Cambridge, foi convidado para imigrar para o Canadá, e vive lá atualmente. O relato dele sobre os filhos e a esposa, no ambiente familiar, demonstra que este convívio também foi responsável pelo sucesso profissional.

Considerações

Diante dos relatos do profissional e da pesquisa documental e bibliográfica, foi possível compreender e valorizar as ações dos profissionais de comunicação e de outras áreas, mas que desenvolviam a atividade à época, para a criação do CONRERP a nível regional. Este movimento possibilitou que a profissão de Relações Públicas, mesmo passando por momentos de fragilidade em consequência das mudanças de governo e regimes políticos, ganhasse força ao longo dos anos. Hoje, a profissão encontra respaldo neste conselho, que vem aprimorando sua atuação e é a única profissão

da Comunicação a ter um conselho profissional no estado e no país.

A entrevista com Jerônimo trouxe luz aos fatos registrados pela entidade, e evidenciou seu envolvimento com a profissão nos diferentes âmbitos onde circulou em sua vida profissional. Para os profissionais que iniciam suas atividades atualmente, cabe a valorização dos pioneiros que deram os primeiros passos, e não desistiram em meio às adversidades para que o conselho continuasse a funcionar e não perdesse sua importância.

Acreditamos que registrar a história da profissão e dos profissionais, também é papel dos comunicadores para manter vivo o que nos trouxe até aqui, e muitas vezes fica guardado apenas na memória das pessoas que viveram estes momentos. Com esta produção, esperamos ter contribuído para perpetuar as lembranças do início da criação deste conselho profissional.

Referências

- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2009.
- FERNANDES, Backer Ribeiro. História das relações públicas: surgimento e consolidação na América Latina. In: FARIAS, Luiz Alberto (org.). *Relações Públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos*. São Paulo: Summus, 2011.
- FERRARI, Maria Aparecida. A prática das relações públicas no cenário latino-americano. In: GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria A.; FRANÇA, Fábio. *Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamentos*. São Caetano: Difusão Editorial, 2009.

- FREITAS, Sidnéia Gomes. As entidades de classe de relações públicas no Brasil: caminhos e descaminhos. In: KUNSCH, Margaria M. K. (org.). *Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva, 2009.
- KUNSCH, Margaria M. K. Relações Públicas. In: MELO, José Marques de (org.). *O Campo da Comunicação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- MOREIRA, Sônia V. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2009.
- Site da *Câmara dos Deputados* – <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-63283-26-setembro-1968-404540-publicacaooriginal-1-pe.html> (acessado em 23 de outubro de 2019).
- Site do *Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas* – <http://conferp.org.br/> (acessado em 23 de outubro de 2019).
- Site do *Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas – 4ª Região* – <http://www.conrerp4.org.br/home/> (acessado em 23 de outubro de 2019).
- STUMPE, Ida R. C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2009.

CAPÍTULO 5

Redações integradas no Rio Grande do Sul

Alciane Nolibos Baccin (UNIPAMPA)
Maíra Evangelista de Sousa (UNAMA)
Marlise Brenol (UNB)

Os processos de integração nas redações jornalísticas no Rio Grande do Sul tiveram início na segunda década de internet comercial. Este artigo adotou como método entrevistas em profundidade para colher os relatos dos jornalistas Rosane de Oliveira, Telmo Flor e Roberto Brenol, selecionados qualitativamente pela experiência profissional longa nas redações de *Zero Hora* (do Grupo Rede Brasil Sul – RBS), *Correio do Povo* (do Grupo Record) e *Jornal do Comércio* (Empresa Jornalística J.C. Jarros Ltda), respectivamente. Para os entrevistados, as rotinas dos jornais impressos passaram a ser afetadas pela transformação digital em meados dos anos 2000. A primeira década de internet comercial no Brasil foi marcada por iniciativas isoladas de digitalização, como a transposição digital do *Jornal do Brasil*, do Estado de S. Paulo, e no caso do Rio Grande do Sul, do caderno de informática de *Zero Hora* (Mielniczuk et al, 2015; 2018).

Neste capítulo, vamos identificar quais os marcos de integração nas redações do Rio Grande do Sul por meio do acionamento da memória dos profissionais entrevistados. As fontes desta pesquisa foram selecionadas pelo tempo de

atuação no jornalismo dentro da mesma redação, conhecidos e reconhecidos pelos pares como profissionais identificados com a cultura dos respectivos jornais para os quais trabalham. Iniciamos com uma breve contextualização teórica da integração de redações, seguida da apresentação dos entrevistados com os relatos de memórias pessoais e, por fim, as considerações finais.

Integração das redações: uma contextualização teórica

A tecnologia e a prática do jornalismo caminham juntas historicamente no que se convencionou chamar de história social da mídia (Briggs e Burke, 2016). Os jornais no século XVIII estavam associados à formação de uma esfera pública esclarecida, influente nos ambientes onde era relevante a circulação de informações de economia, ciência e política. O prestígio adquirido pelos jornais, em especial na Europa, foi ampliado nos séculos XIX e XX, quando a imprensa mais do que refletir os interesses da sociedade, ela os moldava, investigando e ao mesmo tempo divulgando. Nesse período, a imprensa foi também relacionada a um quarto poder, em função do papel de fiscal do Estado.

No século XX, a ideia de um público informado foi dando lugar na mídia à realidade do mercado, “para alguns editores, o seu negócio era dar ao público o que ele deseja” (Briggs e Burke, 2016, p. 237). Nessa época, o jornalismo se consolidou como um negócio empresarial estruturado na propriedade dos bens de produção e na escassez dos meios de transmissão (CW Anderson et al, 2013). Com a aceleração da informatização e do acesso à internet, iniciou-se, na

virada do século XX para o XXI, um movimento de transformação social, empresarial e profissional. O desenvolvimento tecnológico propiciou o amplo acesso aos meios de produção e à criação de canais digitais, impactando a prática jornalística nas redações da era industrial.

Esse processo que envolve sobretudo o trabalho dos jornalistas, tem passado por mudanças desde a informatização das redações (marcada também pela chegada da internet e, mais tarde, dos dispositivos digitais móveis) até as alterações provocadas pelos processos de integração de meios em veículos jornalísticos. Desse modo, as transformações que caracterizam o jornalismo no começo do século XXI podem ser relacionadas aos processos de convergência, os quais têm sido o “novo imperador da ordem” dos discursos nas organizações jornalísticas (Adghirni, 2012) e podem ser entendidos como uma estratégia para reduzir custos e ganhar coesão (Müller, 2012).

Para Barbosa (2009), o processo de convergência jornalística abarca distribuição em múltiplas plataformas, reorganização das redações, jornalista multitarefa, introdução de novas funções e atuação do público nos processos jornalísticos. Salaverría, Avilés e Masip (2010), por sua vez, compreendem a convergência jornalística como um processo acarretado pela implantação das tecnologias digitais que ocorre em distintas dimensões:

[...] afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregadas, de forma que os jornalistas

elaboram conteúdos que são distribuídos através de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma. (Salaverría; Avilés; Masip, 2010, p. 59, tradução nossa)

Dentre essas esferas, nos interessa a empresarial (concentração), que abarca as novas formas de organizar a logística com o objetivo de melhorar a produtividade, e a profissional (polivalência), que envolve o jornalista polivalente que precisa produzir todo o conteúdo (texto, fotografia, vídeo) para as diferentes plataformas de uma mesma organização noticiosa (Salaverría, 2010).

Ao tratar das redações convergentes, Diaz Noci e Zubizarreta (2010) apontam quatro cenários referentes às relações entre as redações e os tipos de configuração física estabelecidas. São eles: (1) relação mínima, são independentes, não compartilham a mesma estrutura nem organizativa e nem física, dividem recursos somente em casos pontuais, estabelecendo alguma vinculação; (2) espaços separados, são independentes, não compartilham um espaço em comum e ocasionalmente podem dividir algum tipo de conteúdo; (3) espaços em comum, diferentes redações que compartilham um mesmo espaço físico, podem dividir os conteúdos e algum tipo de estrutura organizativa; (4) redação integrada, fusão total das diferentes redações, estrutura organizativa única e produção de conteúdos sem distinção para as diversas mídias, configurando-se como o máximo nível de convergência. O modelo chamado de redação integrada é o que melhor representa os veículos de mídia do Rio Grande do Sul analisados neste texto.

Já Recchia (2010), ao abordar a incorporação de tecnologias na prática jornalística, classifica as redações em três fases

históricas com base no momento tecnológico e nos métodos de trabalhos. São elas: (1) redação analógica, período anterior à chegada dos computadores; (2) redação informatizada, período que compreende desde a substituição das máquinas de escrever pelos computadores até o uso dos mesmos para pesquisa e redação de notícias; (3) redação unificada, período em que as redações do impresso e do digital começaram a trabalhar conjuntamente para a produção de conteúdos.

No Brasil, foi somente a partir dos anos 1960 que o jornalismo se consolidou como negócio. A partir de então “institucionaliza-se como tal e se organiza em conglomerados privados nacionais” (Fonseca, 2008, p. 101), começando a oligopolização do setor, a concentração de propriedade, de capital e de tecnologia. Há também o estabelecimento de novos processos nas indústrias jornalísticas e a modificação na maneira de organização e gerenciamento dos negócios com destaque para a centralização de produção, a hierarquização e especialização de funções, o sistema de controle, a integração entre os setores, a publicidade e a mudança de linguagem (Fonseca, 2008).

Na década de 1980, as redações começaram a receber os computadores em substituição às máquinas de escrever. Taschner (1992, p. 92) afirma que “[...] a redação informatizada permitiu um ganho de 40 minutos entre a matéria ficar pronta na redação e o processo de impressão”. Na década seguinte, 1990, temos a chegada da internet comercial no Brasil e no mundo e, por conseguinte, a aceleração do processo de digitalização das redações. No final dessa década, há ainda a chegada dos celulares nas redações, o que também transforma as práticas jornalísticas (Recchia, 2010).

Assim, no início dos anos 2000, o jornalismo passava por transformações relacionadas às linguagens e aos conteúdos, à reorganização do trabalho dos jornalistas, à estrutura das redações, à relação entre veículos, jornalistas e o público, e à reestruturação dos processos de produção e de circulação (Machado, 2000; Pavlik, 2001), mudanças ligadas aos processos de convergência jornalística. A chegada de celulares inteligentes, os *smartphones*, colaboraram para a descentralização das práticas produtivas do interior da redação, gerando um ambiente móvel (Recchia, 2010).

Passadas mais de três décadas de informatização das práticas jornalísticas “estamos diante do cenário de convergência das redações, que tem como uma das principais características o fato de a mesma equipe de jornalistas poder produzir matérias para diferentes plataformas” (Lenzi, 2017, p. 22). Nesse sentido, segundo Barbosa (tradução nossa, 2016, p. 53), “o fenômeno da convergência tecnológica influenciou diretamente a conformação das empresas jornalísticas, possibilitando a convergência jornalística, a integração das salas de redação, a publicação multiplataforma e, com ela, sua renovação”.

Deste modo, a estratégia das empresas jornalísticas exige reorganização da equipe profissional da redação e aproximação com grupos profissionais de áreas distintas, em especial com competências tecnológicas como programação e design, chamados de tecnoatores (Canavilhas et al, 2016). Diante desse cenário, as redações de jornais gaúchos adotaram diferentes estratégias para se adaptar às demandas contextuais, atualizar as práticas e sobreviver aos desafios impostos pela crise de transição à era pós-industrial. Neste capítulo, vamos

abordar a história de três redações: *Correio do Povo*, *Jornal do Comércio* e *Zero Hora*.

Jornal digital: viagem a Marte

Ainda nos anos 1990, o futuro dos veículos noticiosos com a digitalização era associado a roteiros de ficção científica. Os jornais pouco haviam alterado os processos de produção e circulação, mas havia grupos de pesquisadores vislumbrando a transformação digital que se avizinhava e tecendo alertas. Um desses alertas foi feito pessoalmente por um teórico americano chamado Nicholas Negroponte em palestra proferida em 1995 em Porto Alegre. Na época, Negroponte havia recém publicado o livro *Vida Digital*, no qual desenhava teoricamente um cenário de uma sociedade regida por inteligência artificial, que ele então se referia como mordomos digitais. Para o autor, a nova tecnologia afetaria irreversivelmente a forma como as pessoas iriam consumir informação e notícias: segundo ele, de modo cada vez mais personalizado.

Uma das jornalistas presentes nessa palestra foi a atual colunista de política do *Grupo RBS*, Rosane de Oliveira. Quase 25 anos depois, Rosane lembra como se sentiu ao ouvir aquelas ideias: “Parecia falar de ficção científica, de viagem a Marte” e recorda de ter se questionado se iria viver para ver um cenário “tão futurístico”. Rosane sobreviveu e se adaptou a sistemáticas mudanças provocadas pelos bits de Negroponte. Ela atribui essa sobrevivência à fome de aprender, sentimento que compartilha com o colega de profissão Telmo Flor, diretor de redação do *Correio do Povo* (CP). Os dois trabalharam juntos nos anos 1980, quando construíram

a introdução de processos de informatização na redação do jornal do então grupo Caldas Júnior, hoje pertencente ao grupo Record.

Telmo Flor se considera um deslumbrado tecnológico, característica que o permitiu enxergar oportunidade quando os colegas resistiram aos novos processos provocados pela chegada do computador. Telmo recorda da Caldas Júnior oferecer treinamento de digitação para os funcionários, em 1986, quando “apenas eu e a Rosane de Oliveira fomos fazer o cursinho”. O otimismo de Telmo em relação ao ambiente digital é sustentado pela crença de que os jornais tradicionais – o CP fez 123 anos em 2019 – têm melhores condições de sobrevivência no mundo digital, devido à alta credibilidade com o público.

A adaptação do Jornal do Comércio (JC) aos processos digitais foi mais gradativa ao longo dos anos. O jornal, que possui leitores do segmento empresarial, adotou como estratégia a intensificação dos negócios cauda longa (Anderson, 2006), com a criação de novos cadernos impressos com extensão digital para abordar temas de logística, informática e empreendedorismo. Os novos processos de produção jornalística foram sendo incorporados à medida que a redação passou a ser habitada por nativos digitais que influenciaram os mais veteranos. O editor de Opinião do JC, por exemplo, Roberto Brenol Andrade, no jornal desde os anos 1960, iniciou a seleção dos artigos via e-mail nos anos 2010. Brenol tem vivo na memória textos de personalidades políticas que só foram possíveis pela produção por meios digitais. Entre os nomes mais relevantes conquistados por comunicação online estão Fernando Henrique Cardoso, Fidel Castro

e Barack Obama, quando atuavam como presidentes nos seus respectivos países.

As mídias digitais alteraram a configuração das redações a partir de processos de integração implementados pelas organizações para se adaptar a essas tecnologias. Tais ações passaram por mudanças de estrutura organizativa, produção de conteúdos para diversas mídias e incorporação de novas competências por parte dos profissionais. Os marcos de redações jornalísticas integradas no Rio Grande do Sul iniciaram a partir dos anos 2000. *Zero Hora* e *Correio do Povo* adotaram como marco o ano de 2007 para os primeiros movimentos de redação integradas. Já no *Jornal do Comércio*, as ações de integração têm início a partir dos anos 2010.

2007 – 2017: os marcos de integração

Telmo Flor acompanhou a chegada da internet no centro pulsante das redações, não só do *Correio do Povo*, mas também em reuniões da *Associação Nacional dos Jornais* (ANJ). O jornalista recorda de uma reunião na década de 1990, que lhe causou certa perplexidade quando foi sentenciado que os jornais impressos teriam apenas mais cinco anos de vida. “Mais adiante passou para uma previsão de 10 anos, depois de 20 anos e hoje ninguém mais dá prazo”, afirma Telmo, que tem atuação ativa em fóruns da ANJ. A perplexidade se deve ao fato de, nos anos 1990, as redações mal estarem iniciando a apropriação de processos de produção jornalística com o uso da internet. Na época, o *Correio* ainda nem estava acessível ao leitor virtual.

Rosane de Oliveira lembra que, quando começou a trabalhar no *Correio do Povo* em 1986, como repórter de política,

já havia computadores, mas eram “praticamente máquinas de escrever eletrônicas”. Os computadores PC (*personal computer*) foram adotados integralmente na redação do CP em 1997. Na *Zero Hora*, quando Rosane chegou, em 1992, encontrou uma redação equipada com computadores, mas os jornalistas os utilizavam também aquém das possibilidades. Os aparelhos eram explorados como máquina de digitação com um pouco mais de recursos. O mesmo aconteceu no *Jornal do Comércio*: a primeira etapa da digitalização foi caracterizada pela substituição do processo industrial de linotipos por softwares no computador. Nessa época “a diagramação era feita na tela”, comenta Brenol, lembrando que um dos diagramadores mais antigos, que já tinha idade para se aposentar, negou-se a aprender a usar o computador e trabalhar com telas. Quando foi informado que teria de estudar e se adaptar, o colega de redação se levantou, pediu demissão e foi para casa, conta Brenol, afirmando que esse é o único caso de não adaptação testemunhado por ele.

Foi a partir dos anos 2000 que a internet passou a fazer parte da rotina da redação como ferramenta para receber informações e imagens de agências de notícias. O ano de 2007 foi um dos marcos apontados por Telmo Flor e Rosane de Oliveira. Para a jornalista de ZH, a primeira memória foi a guinada provocada pelos *blogs* no digital. Rosane recorda que ela e os também jornalistas de ZH Paulo Sant’Ana e David Coimbra foram os precursores na redação em produção de conteúdos originais específicos para o digital. A jornalista lembra que naquela época exerceu um pouco de resistência à produção para o *online* porque “a gente não sabia bem para que servia, parecia o digital pelo digital”, já que o *blog* trazia pouca repercussão

junto aos leitores do jornal. Também nesse período, Rosane teve o primeiro contato com “*haters*” digitais que a agrediram em comentários, o que a abalou na época.

Naquele momento, a Caldas Júnior foi vendida ao Grupo Record e a estratégia da empresa foi treinar a equipe de jornalistas da redação que trabalhava no impresso para atuação no digital com cautela, observando os movimentos do mercado. Também em 2007, o CP contratou um time específico de edição digital com foco em atualização do site, o primeiro marco de integração na visão de Telmo.

A lógica da edição unificada para o impresso e para o digital se inverteu em 2017, quando o CP passou a ter uma equipe específica de impresso e uma redação integrada em produção de conteúdos para o digital. “A separação de tarefas é um método industrial e seguimos sendo uma indústria. Identificamos que produção de conteúdo tem como integrar, mas edição, não. Edição exige competências específicas”, sentencia Telmo.

O marco de 2017 no Correio do Povo tem relação com a intensificação da produção de notícias para *tablets* e *smartphones*. Desde então, a produção de conteúdo tem sido monitorada por métricas digitais que apontam para os hábitos de consumo dos leitores. O consumo *mobile* e ubíquo de notícias provocou maior distribuição de conteúdos por faixa de horários e canais distintos. Foi a partir dessa constatação que se formou um núcleo específico multimídia na redação que reúne vídeos, infográficos e mídias sociais, com produção, edição e publicação *mobile*. Além dessa competência de produção direta, a equipe tem a responsabilidade de agregar conteúdos e conhecimentos de imagem, agências,

design gráfico, otimização para buscadores e repassar a outras editorias. Essa integração foi alavancada por dois fatores: uma atualização do sistema de produção em 2016 e uma reestruturação física de reorganização das ilhas na redação em 2017.

Rosane (2019) se orgulha de ser repórter da própria coluna de Política. Ela mesma faz a apuração das notas, os contatos com as fontes, a digitação e o ajuste do texto na página, o que tem sido cada vez mais facilitado pela tecnologia dos dispositivos móveis. Ela lembra de 2004, quando foi em uma viagem à China para cobrir uma comitiva do governo Germano Rigotto e teve de levar um equipamento pesado sozinha: laptop, câmera filmadora, microfone, tripé, gravador e outros. Hoje se sente aliviada em poder levar o *smartphone* para qualquer cobertura e gerar com ele conteúdos multimídia.

A jornalista conta que há alguns anos tinha dúvida se o digital era capaz de qualificar o jornalismo, mas com o tempo ela percebeu, no grupo RBS, que as competências de rádio, TV e jornal são complementares. Ao longo do processo, muitos talentos de rádio foram descobertos como bons repórteres de texto e vice-versa. Ela ressalta, no entanto, que reportagens investigativas têm processos particulares e exigem competências e processos diferentes da rotina de notícias diárias.

Para Telmo (2019), a integração tem vantagens de mão dupla. A integração do digital repercute no impresso pelas vantagens da internet: diversidade de fontes, design gráfico, aprofundamento de apuração. No digital, repercute pela transferência de credibilidade da marca.

Brenol (2019) ressalta que os conteúdos do Jornal do Comércio ainda são todos gratuitos no digital: tudo que está na versão impressa está também no online e muitas vezes com extensões de conteúdos. O editor de Opinião do jornal seleciona os artigos de colaboradores externos e lembra que “acontecia de receber artigos vinculados a temas do dia que perderiam a validade e não seriam publicados caso não entrassem no impresso. Hoje eu publico no site”.

A integração das redações não foi um processo simples e de fácil implantação ao longo desses 10 anos (2007 a 2017). No Grupo RBS, por exemplo, embora redações do impresso e do digital funcionassem em alguns momentos no mesmo espaço físico, o trabalho demorou a ser articulado. As redações não compartilhavam a apuração das informações, o que resultava em trabalho duplicado e consulta de mesmas fontes para a cobertura de um acontecimento (Mielniczuk et al, 2015). Um modelo de trabalhar mais compartilhado, que promovesse a integração não só do espaço físico, mas também de todo o processo do fazer jornalístico, é aos poucos experimentado pelas redações e se consolida em 2017, com práticas jornalísticas totalmente digitais.

A abundância de espaço para publicação é uma característica cara do ambiente digital, onde as redações integradas se inserem. Outro aspecto destacado pelos entrevistados foi a mobilidade propiciada pelos dispositivos digitais móveis como meios de produção de conteúdos. A linguagem multimídia – compondo áudio, vídeo e texto – também se evidenciou nos relatos dos jornalistas que testemunharam os últimos 25 anos de internet dentro de empresas jornalísticas gaúchas com sede em Porto Alegre.

Considerações finais

As entrevistas em profundidade com os jornalistas Rosane de Oliveira, Telmo Flor e Roberto Brenol nos permitem apontar três marcos de redações integradas: em 2007, dois focos dividindo o mesmo espaço físico; 2010, produção multimídia integrada; e 2017, virada digital. A sinalização dos marcos temporais consensuada pelos entrevistados nos permite inferir que as empresas de tradição impressa no Rio Grande do Sul adotaram tardiamente os primeiros passos para implementar políticas de integração de redação. O ano de 2007 foi acelerado em inovações tecnológicas; a Apple anunciava o primeiro modelo de smartphone iPhone, Google lançava o mapa virtual Street View e o Facebook anunciava um plano para adicionar anúncios à plataforma (Facebook ads). Nas redações, a circulação algorítmica de notícias, a produção *mobile* para conteúdos e para transmissões ao vivo, e o uso de Google Maps para produzir infografia soava uma prática futurística.

A demora na adoção de processos digitais se deveu a desafios de ordem empresarial e profissional. As empresas vinham atingindo as metas financeiras estabelecidas, garantindo a receita com publicidade e propaganda. O novo mundo estava no horizonte, mas pouco ameaçava o fechamento do ano. Para a prática profissional, os desafios estavam na dificuldade de compreensão sobre o novo ambiente, obstáculos para lidar com as ferramentas e pouco retorno por parte das fontes e dos leitores mais assíduos. O jornal impresso ainda reinava em termos de receita e repercussão junto ao público assinante e leitor. Mesmo assim, os relatos dos jornalistas indicam que em 2007, ZH e CP iniciaram

a implementação de equipes digitais atuando no mesmo espaço físico das equipes de impresso, com algumas iniciativas individuais como o blog da Rosane.

As águas calmas, no entanto, virariam uma tormenta tanto para o negócio como para os profissionais logo em seguida, a partir dos anos 2010. Foi o período no qual o termo convergência passou a traçar uma nova ordem organizacional, abarcando a distribuição em múltiplas plataformas, a redução de ingressos publicitários, a ameaça de gigantes da tecnologia como Google e Facebook, que também disputavam o negócio da publicidade de marca e produtos. A fórmula negócio encolhido e tecnologia expandida tem sido fatal para o modo de fazer jornalismo com foco em rotinas de fechamento de jornal impresso. Como consequência, foram iniciados movimentos de integração e treinamento profissional para atuação na nova realidade da indústria de mídia. Como nos relataram os entrevistados, os movimentos graduais e sequenciais buscavam a reorganização das redações, a formação do jornalista multitarefa, a polivalência profissional com acúmulo de funções e responsabilidade, além de uma presença mais ativa do público nos processos editoriais.

As águas agitadas de 2017 intensificaram as ações de integração nos três jornais. Nessa época, a editoria multimídia do CP incorporava métricas digitais para monitorar o comportamento de consumo de notícia ao longo do dia. Essa prática também já vinha sendo adotada pela redação de ZH desde a virada dos anos 2010. Outra característica do Grupo RBS é a convergência de outros meios, como rádio e TV também nos processos de integração da redação. No

mês de agosto de 2019, por exemplo, a Rosane de Oliveira passou também a atuar como comentarista do telejornal da noite na RBSTV. No Jornal do Comércio, os dados estavam mais vinculados a equipes associadas ao setor de marketing com conteúdos segmentados. A pressão do digital impulsionou as reestruturações de processos nos quais a produção dos conteúdos jornalísticos estão integradas, mas a edição se especializou por plataformas de distribuição: impresso, digital (web e *mobile*), mídias sociais.

A tormenta tem sido violenta no mercado de imprensa nacional e internacional, mas, na visão dos três jornalistas entrevistados nesta pesquisa, as empresas gaúchas conseguiram manejar as transformações até aqui, com políticas de redução de danos. Rosane desde o tempo da faculdade acredita que a adaptação aos novos tempos depende da flexibilidade do profissional e que a RBS reconhece os bons e talentosos jornalistas. Telmo afirma que no Correio do Povo houve demissões e redução na parte industrial em função dos novos processos, mas a redação tem sido pouco afetada ao longo do período. Brenol afirma que a redação diminuiu à medida em que profissionais pediam para deixar o grupo para novos desafios e não eram repostos, mas o jornalista ressalta que políticas de demissões não são comuns no Jornal do Comércio.

Os três concordam que o digital qualificou o jornalismo tanto como facilitador da produção, como canal de aprofundamento de conteúdos jornalísticos e de interação com o leitor. Também são unânimes em afirmar que a principal ferramenta para fazer jornalismo são os jornalistas, sendo a tecnologia uma ferramenta de trabalho. Quanto ao futuro,

bem, essa pauta indomável é imprevisível, mas Telmo Flor arrisca duas notícias com julgamento: uma boa e uma má. “A má notícia é que a gente não sabe o futuro, a boa notícia é que os concorrentes também não sabem!”

Referências

- ADGHIRNI, Zélia Leal. Mudanças estruturais no jornalismo: travessia de uma zona de turbulência. In: PEREIRA, Fábio; MOURA, Dione; ADGHIRNI, Zélia Leal (orgs.). *Jornalismo e Sociedade: teorias e metodologias*. Florianópolis: Insular, 2012.
- ANDERSON, Chris. *A cauda longa*. Elsevier Brasil, 2006.
- ANDERSON. C. W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo Pós-Industrial. Adaptação aos Novos Tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*, n. 5, p. 32-81, maio/junho de 2013.
- ANDRADE, Roberto Brenol. *Roberto Brenol Andrade: depoimento* [11 de julho de 2019]. Entrevista concedida para as pesquisadoras Alciane Baccin e Marlise Brenol. Porto Alegre, 2019.
- BARBOSA, Suzana. Convergência jornalística em curso: as iniciativas para integração de redações no Brasil. In: RODRIGUES, Carla (Org.). *Jornalismo On - line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed.PUC-Rio: Sulina, 2009. p. 35-55.
- BARBOSA, Suzana. Brasil. In. SALAVERRÍA, Ramón (Org.). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid, Barcelona: Fundación Telefónica/Editorial Ariel, 2016.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet. 3 ed. Rio de Janeiro, Zahar, 2016.
- CANAVILHAS, João *et al.* Jornalistas e tecnoatores: a negociação de culturas profissionais em redações on-line. *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, v. 23, n. 3, set./dez. 2016. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index>.

- php/revistafamecos/article/view/24292/14688. Acesso em: 11 fev. 2018.
- DE OLIVEIRA, Rosane. *Rosane de Oliveira*: depoimento [15 de julho de 2019]. Entrevista concedida para as pesquisadoras Alciane Baccin e Marlise Brenol. Porto Alegre, 2019.
- DIAZ NOCI, Javier; ZUBIZARRETA, José Larrañaga. Relación entre las redacciones: convergencia, condiciones de trabajo y compensación. In: LÓPEZ GARCIA, Xosé; PEREIRA FARINA, Xosé (Orgs.) *Convergência Digital*: Reconfiguração de los Medios de Comunicación en España. Santiago de Compostela: Universidade, Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 2010. p.95-128.
- FLOR, Telmo. *Telmo Flor*: depoimento [8 de julho de 2019]. Entrevista concedida para as pesquisadoras Alciane Baccin e Marlise Brenol. Porto Alegre, 2019.
- FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. *Indústria de notícias*. Capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.
- LENZI, Alexandre. *Inversão de papel*: prioridade ao digital como um novo ciclo de inovação para jornais de origem impressa. 2017. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Programa de Pós-graduação em Jornalismo, UFSC, Florianópolis, 2017.
- MACHADO, Elias. *La estructura de la noticia en las redes digitales* (Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo). 2000. Tese (Doutorado em Jornalismo e Ciências da Comunicação). Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.
- MIELNICZUK, Luciana; BACCIN, Alciane; SOUSA, Máira Evangelista de; BRENOL, Marlise; DANIEL, Priscila. *Vinte anos*

- de Zero Hora na internet:(1995-2015)*. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 10., 2015, Porto Alegre. Anais... [...]. Porto Alegre: Alcar, 2015. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/132762?locale=-attribute-en>. Acesso em: 15 dez. 2018.
- MIELNICZUK, Luciana; BRENOL, Marlise; DANIEL, Priscila. *Sandra Pecis. Os primeiros passos do jornalismo na era da internet*. IN: Grupo de Pesquisa em História da Comunicação da Fabico/ UFRGS. Perfis da Comunicação: trajetórias profissionais no Rio Grande do Sul. Florianópolis, Editora Insular, 2018.
- MÜLLER, Carlos Alves. A crise estrutural dos jornais e o surgimento das mídias digitais: impactos sobre a produção jornalística. In: PEREIRA, Fábio; MOURA, Dione; ADGHIRNI, Zélia Leal (Orgs.). *Jornalismo e Sociedade: teorias e metodologias*. Florianópolis: Insular, 2012.
- NEGROPONTE, Nicholas. *A Vida Digital*. São Paulo, Companhia das Letras, 1996
- PAVLIK, John V. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press, 2001.
- RECCHIA, Mariangela. *Da Remington à redação integrada: a incorporação de tecnologias na prática jornalística e a transformação da visualização da notícia no jornal Zero Hora*. 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2010.
- SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. Estructura de la convergencia. In: LÓPEZ GARCIA, Xosé; PEREIRA FARIÑA, Xosé (Orgs.) *Convergencia Digital: Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servizo

- de Publicaciones e Intercambio Científico, Universidade de Santiago de Compostela, 2010.
- SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón; GARCIA AVILÉS, José Alberto; MASIP MASIP, Pere Masip. *Concepto de convergencia periódica*. In: LÓPEZ GARCIA, Xosé; PEREIRA FARIÑA, Xosé (Orgs.) *Convergência Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España*. Santiago de Compostela: Universidade, Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 2010. p.41-64.
- TASCHNER, Gisela. *Folhas ao vento*. Análise de um conglomerado jornalístico no Brasil. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- WRIGHT, John. *The Obama haters: Behind the right-wing campaign of lies, innuendo & racism*. Potomac Books, Inc., 2011.
- ZELIZER, Barbie. *What Journalism Could Be*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press, 2017. Livro eletrônico, não paginado.

Sobre autores e autoras

Alciane Nolibos Baccin (UNIPAMPA): Professora da Universidade Federal do Pampa (Unipampa). Coordenadora substituta do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC). Docente do curso de Jornalismo da Unipampa. Diretora editorial da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (UBI-Covilhã/Portugal).

Aline Strelow: Doutora em Comunicação. Professora Associada do Departamento de Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Fabico/UFRGS). Coordenadora do Grupo de Pesquisa em História da Comunicação da Fabico/UFRGS.

Ana Gruszynski: Doutora em Comunicação. Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS). Pesquisadora do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Coordenadora do grupo de pesquisa Laboratório de Edição, Cultura & Design (LEAD).

Ana Luiza Coiro Moraes (Cáspier Líbero): Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), com pós-doutorado em Comunicação e Cultura Universidade Federal da Bahia.

Líder do grupo de pesquisa Estudos Culturais na Comunicação Contemporânea/CNPq.

Andréa Brächer (UFRGS): Professora adjunta na área de fotografia do Departamento de Artes Visuais no Instituto de Artes/UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul). Artista e pesquisadora, especializou-se na área dos Processos Fotográficos Históricos e Alternativos, que conjuga com práticas híbridas digitais. Concluiu PhD em Poéticas Visuais no Programa de Pós-graduação em Artes Visuais do Instituto de Artes da UFRGS em 2009. Fundadora e coordenadora do Grupo de Extensão Lumen – em Estudos em Processos Fotográficos Históricos e Alternativos – UFRGS.

André Iribure Rodrigues (UFRGS): Doutor em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com doutorado-sanduiche na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professor Associado da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Fabico/UFRGS).

Ângela Lovato Dellazzana (UFRGS): Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), pós-doutoranda em Comunicação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Antonio Hohlfeldt: Doutor em Literatura, Pós-doutor em Jornalismo, pesquisador do CNPq e membro do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul. Professor do PPG em Comunicação Social e do PPG de Literatura, ambos

da PUCRS, onde também coordena o NUPECC – Núcleo de Pesquisa de Ciências em Comunicação.

Camila C. Barths (Hospital de Clínicas de Porto Alegre): Doutora em Comunicação e Informação (PPGCOM) pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com graduação em relações públicas pela Unisinos. É relações públicas no Hospital de Clínicas de Porto Alegre desde 2013 e atualmente é Coordenadora de Comunicação.

Cida Golin: Jornalista. Doutora em Letras pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Professora Associada no Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Claudio Cruz: Professor Titular da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e do Programa de Pós-Graduação em Literatura na mesma universidade. Doutor em Letras pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) e pós-doutor pela Universidad de Buenos Aires (UBA), Pesquisador PQ-2 do CNPq. Autor de Literatura e cidade moderna, entre outros.

Deivison M. C. de Campos (ULBRA): Doutor em Ciências da Comunicação. Professor do Programa de Pós-Graduação em Educação e dos cursos de Comunicação da Universidade Luterana do Brasil (ULBRA).

Diego P. da Maia (UFRGS): Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM)

da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), mestre e relações públicas, também pela UFRGS. Coordenador da Assessoria de Comunicação Social da Fundação Theatro São Pedro, em Porto Alegre.

Júlia P. Herzog (UFRGS): Bacharela em Relações Públicas pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Fabico/UFRGS).

Karla M. Müller (UFRGS): Doutora em Ciências da Comunicação. Professora Titular do Departamento de Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (DECOM/FABICO/UFRGS) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM/UFRGS). Coordenadora do Núcleo Docente Estruturante do Curso de Relações Públicas (NDE-RP/FABICO/UFRGS). Relações Públicas, Publicitária e Jornalista.

Lucas de Moura Leal (UFRGS): Estudante do Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Fabico/UFRGS). Bolsista voluntário de Iniciação Científica da UFRGS.

Maria Berenice da C. Machado (UFRGS): Doutora em Comunicação Social. Professora Associada do curso Publicidade e Propaganda da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Fabico/UFRGS).

Mariângela M. Toaldo (UFRGS): Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Realizou pós-doutorado em Comunicação na Universidade Federal do Pará (UFPA) e na Universidade de São Paulo (USP). Professora Associada da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Marlise Brenol (UNB): Doutora em Comunicação e Informação (PPGCOM/UFRGS). Professora substituta na Universidade de Brasília (UnB) em 2021. Participa dos grupos de pesquisa em Jornalismo Digital (Jordi/Ufrgs) e do Núcleo de Comunicação Pública e Política (Nucop/UFRGS).

Maíra Evangelista de Sousa (UNAMA): Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura (PPGCLC) e dos cursos de Comunicação Social da Universidade da Amazônia (Unama). Pós-doutoranda do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (PPGCOM/UFPA). Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Coordena o Grupo de Pesquisa Ubiquidade da Comunicação – UbiCom (Unama/CNPq).

Sandra Maria Lucia Pereira Gonçalves (UFRGS): Pesquisadora e Professora Associada do Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), na área da Fotografia. Artista Visual desde a década de 1990. Doutora em Comunicação e Cultura pela

Escola de Comunicação (ECO) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Participa de Grupo de extensão Lumen/UFRGS, onde se desenvolve pesquisa prático/teórica sobre os processos Históricos de impressão na Fotográfica.

Vera Raddatz (UNIJUÍ): Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Pesquisadora de rádio e mídia sonora, associada à Alcar, Intercom e ABPeducom.

Este livro foi publicado
pela Editora Insular
em agosto de 2021