

2

Imprensa periódica e História da Educação

A utilização da imprensa na pesquisa em História da Educação é uma prática recente e denuncia a apropriação de novas fontes para a reconstrução e/ou relativização de idéias e instituições educacionais, estudos sobre a escola, formação docente enfim, toda gama de pesquisas que, com os mais diversos objetivos, busquem como caminho a história.

Esse movimento inicia-se no final da década de 80 com a interlocução estabelecida entre o campo de pesquisa da Educação e a produção historiográfica, já fortemente marcada pelas novas concepções da *História Cultural*. Estas novas concepções não só influenciaram a pesquisa em Educação, como a resgataram do papel subsidiário e formativo que ocupava, atraindo novos pesquisadores, alargando o campo temático e revendo posturas teórico-metodológicas.

É assim, que a partir de 1990, vemos surgir trabalhos acadêmicos tendo como fontes principais, diários, cartas ou documentos pessoais de professores, inspetores, intelectuais da educação com ou sem atuação política, periódicos educacionais, e em menor escala, jornais de grande circulação.

A pulverização e a quantidade das informações, bem como o lastimável estado de conservação da maior parte dos materiais desta natureza, disponível para consulta nas instituições públicas ou privadas, tornam desanimador o trabalho do pesquisador e parecem contribuir para o ainda pouco uso de jornais no campo da História da Educação.

No entanto, outra questão menos material é digna de nota: a complexidade da apreciação das informações colhidas. Por um lado, o paradigma da neutralidade das fontes parece ter sido superado, representando um avanço teórico e metodológico que permitiu a saída dos jornais da categoria de fontes *suspeitas*. Por outro a utilização da imprensa como fonte estará sempre cercada da necessidade de um conhecimento mínimo sobre o periódico, para que não haja distorções derivadas da escolha desavisada de uma determinada ótica sobre os acontecimentos (LUCA, 2005). Destarte a justificativa de Glénison (apud LUCA,

2005) para desaconselhar o uso do jornal como fonte principal na pesquisa histórica, ganha hoje valor de advertência para os cuidados que devem cercar tal prática.

Sempre será difícil sabermos que influências ocultas exerciam-se num momento dado sobre um órgão de informação, qual o papel desempenhado, por exemplo, pela distribuição da publicidade, qual a pressão exercida pelo governo (GLÉNISON Apud LUCCA, 2005, p.116).

Os fatores que podem refrear a pesquisa em jornais de grande circulação parecem ser os mesmos que a tornam mais sedutora, uma vez que deslocam o olhar do pesquisador para o duplo valor do periódico como *fonte* e como *fato histórico*¹. Assim a busca e análise de notícias acerca da Educação no Brasil na imprensa diária, esbarrarão sempre com o status de *fato histórico* do jornal eleito, publicado diariamente, influenciando e sendo influenciado por fatores políticos, sociais e econômicos, guardando em si o imaginário de uma época a despeito do seu caráter conservador ou liberal.

No recorte temporal a que nos propomos, a década de 20, a adesão da imprensa a causa educacional, traduz a luta desta pelo próprio conceito que a sustenta, ou seja, a promoção e difusão da modernidade. A imprensa cria o espaço da opinião pública, e a Educação se apresenta como ferramenta indispensável para o seu desfrute.

Educação e imprensa guardam entre si afinidades em sua relação com a fundação de uma sociedade urbana e do desenvolvimento de um tipo de homem apto a participar desta nova organização, que merecem ganhar visibilidade no âmbito da pesquisa educacional.

2.1. O *Jornal do Commercio* como fonte

Despertou ontem esta capital no meio de acontecimentos tão graves e tão imprevistos que as primeiras horas do dia foram de geral surpresa. Rompeu com o dia um movimento militar que, iniciado por alguns corpos do exército, generalizou-se rapidamente pela pronta adesão

¹ Adotamos aqui, a concepção de Caar (2002) sobre fato histórico, de acordo com o autor o fato histórico distingue-se dos outros fatos cotidianos, pelo significado que o corpo de historiadores lhe confere. Neste caso, a História cultural além de resgatar a validade da imprensa como fonte, atribuiu significado a cada periódico em particular quando preconiza a necessidade do aprofundamento do seu papel na sociedade.

de toda a tropa de mar e terra existente na cidade. (JC, 16 de novembro de 1889 p.1)

Assim saudou o Jornal do Commercio a chegada da república no Brasil. Anunciando antes uma revolta militar do que uma mudança política, o mais antigo jornal de circulação ininterrupta da América Latina, resistia a dar como certo o fim do Império, adotando uma manchete menos dramática do que alguns de seus concorrentes, ficando no aguardo dos acontecimentos que também definiriam a posição do periódico.

Fundado em 1827 por Pedro Plancher, editor que abandonou a França devido as suas idéias liberais no período da Restauração, primeiramente destinado a informações de caráter econômico, movimentação das exportações e importações, preços de produtos e notícias marítimas, o Jornal do Commercio foi ganhando caráter de folha política, atuando ativamente na campanha de abdicação de D.Pedro I.

Com o retorno de Plancher a França, o jornal ganhou nova direção contando com colaboradores como: Justiniano José da Rocha, José Maria da Silva Paranhos (Visconde do Rio Branco) Carlos de Laet, Francisco Octaviano, José de Alencar, Homem de Mello, Joaquim Nabuco, Guerra Junqueiro e outros intelectuais, além do próprio D. Pedro II que escrevia, sob pseudônimo, no jornal e influía em seus editoriais. Essa colaboração reforçou a imagem conservadora do periódico, afinada com os interesses do então governo, o que parece se confirmar pelo contraste estabelecido entre a sua manchete em 16 de novembro de 1889, e a ruidosa saudação da *Gazeta da Tarde*:

A partir de hoje, 15 de novembro de 1889, o Brasil entra em nova fase, pois pode-se considerar finda a Monarquia, passando a regime francamente democrático com todas as consequências da Liberdade. (Gazeta da Tarde, 1889, p.1)

Entre 1890 e 1915, o Jornal do Commercio passa a ser dirigido por José Carlos Rodrigues, que o moderniza tecnicamente e lhe confere nova orientação editorial tendo como colaboradores Rui Barbosa (que publica as famosas Cartas da Inglaterra sobre o caso Dreyfus), José Veríssimo, Visconde de Taunay, Alcindo Guanabara, Araripe Junior, Afonso Celso, além de José Maria da Silva Paranhos (filho), Barão do Rio Branco, no cargo de editor.

Entra então, no cenário do jornal, Felix Pacheco, primeiramente como redator chefe e, a partir de 1923, como diretor e proprietário. A atuação de Pacheco junto ao Jornal do Commercio é duplamente significativa. De um lado pela sua vinculação com o governo de Artur Bernardes como ministro do exterior e, por outro, pelo ano em que assume a direção do jornal, coincidindo com a promulgação da lei da Imprensa ou, como ficaria vulgarmente conhecida, *Lei infame* ou *Lei Adolfo Gordo*, em referência ao seu relator no Senado.

Esta lei teria sobre os jornalistas da época impacto devastador, uma vez que sufocava as manifestações da imprensa a respeito dos órgãos e funcionários públicos, militares e as próprias políticas difundidas pelo governo, agravando o clima anti-democrático gerado pelo constante estado de sítio do governo de Arthur Bernardes. Nos seus 37 artigos, a Lei da Imprensa representou um complemento enrijecedor ao decreto n. 4.269 de 1921 que regulou a repressão ao anarquismo:

Art. 1º Provocar directamente, por escripto ou por qualquer outro meio de publicidade, ou verbalmente em reuniões realizadas nas ruas, theatros, clubs, sédes de associações, ou quaesquer logares publicos ou franqueados ao publico, a pratica de crimes taes como damno, depredação, incendio, homicidio, com o fim de subverter a actual organização social:

Pena: prisão cellular por um anno a quatro annos.

Art. 2º Fazer pelos meios indicados no artigo antecedente, a apologia dos crimes praticados contra a actual organização social, ou fazer, pelos mesmos meios, o elogio dos autores desses crimes, com o intuito manifesto de instigar a pratica de novos crimes da mesma natureza:

Pena: prisão cellular por seis mezes a um anno.

Enquadrando os pronunciamentos contrários ao governo por meio da imprensa como instrumento de perturbação social e vinculando a Lei de 1923 ao decreto supracitado, Artur Bernardes equipara a ação dos jornalistas de oposição ao crime comum, azedando a sua já desgastada relação com a imprensa e provocando a prisão de vários jornalistas influentes como Mário Rodrigues e Macedo Soares, diretores respectivamente do *Correio da Manhã* e do *Diário de Notícias*.

A *Lei contra a imprensa*, como definiu o criminalista Evaristo de Moraes, deliberou exaustivamente sobre o cumprimento das penas, o andamento dos processos, bem como determinou a responsabilidade criminal sobre matéria publicada, alcançando além de jornalistas, toda a sorte de profissionais da imprensa:

Parapho unico. Para o effeito da responsabilidade criminal estabelecida no presente artigo, sempre que se tratar de imprensa periodica, o director ou redactor principal será considerado autor de todos os escriptos não assignados e tambem dos assignados por quem não esteja nas condições constantes do n. 1; o gerente será considerado editor; e o proprietario do jornal equiparado ao dono da officina, si na realidade o não fôr.

A relação do *Jornal do Commercio* com o governo, parece ainda mais afinada quando observamos o artigo. 8 da lei de 1923, advertindo *não constituir crime a publicação, integral ou resumida, dos debates nas Casas Legislativas, federaes, estaduaes ou municipaes, dos relatorios ou qualquer outro escripto, impresso por ordem das mesmas*, prática já incorporada ao *Jornal do Commercio* na coluna diária *Atos Officiaes*.

Felix Pacheco justifica a atuação do periódico no cenário político nacional, defendendo uma pseudo neutralidade movida pelo nacionalismo construtor, jogando a imprensa de oposição na perigosa posição do anti-patriotismo.

continuou, felizmente, o “Jornal” voltado sempre para os interesses primordiais da nossa pátria, que nunca residiram propriamente na grita sistemática contra os governos que ella tem tido, senão e só no esforço e boa vontade das almas honestas, porfiando ajuda-los sem subserviência, com a crítica ilhana, inspirada em móveis altos e traduzindo unicamente o desejo do bem colectivo.(PACHECO, 1921, p.9)

Seguindo a mesma lógica argumentativa, o *Jornal do Commercio* defendeu a *Lei da imprensa* recorrendo a fundamentos nacionalistas. Permanecendo na posição de apoiador de todos os governos, deu publicidade ao processo movido por Epitácio Pessoa contra o *Correio da manhã*, com transcrição de partes do mesmo em sua edição de dezembro de 1923, com o sugestivo título *Fatos que não podem ficar enterrados em um cartório*:

A lei protetora dos abusos da imprensa entre nós era o código penal. Esta lei, pelos defeitos vários, quanto a orientação doutrinária, as modalidades dos crimes, as penas, falha quase que inteiramente aos seus fins. [...] Agora, porém, o Congresso Nacional, justamente alarmado pelo descomedimento, que cahira na capital da república o que só por eufemismo se continua a chamar de liberdade de imprensa, votou uma lei que procura reivindicar os direitos de nossa cultura e reabilitar-nos aos olhos estrangeiros e aos nossos próprios olhos. O povo deve secundar esse esforço cívico do Congresso, para que ela alcance os fins patrióticos que inspiraram a sua aprovação. (JC,2 de dezembro 1923, p.14).

A crítica a liberdade de imprensa, explicitada pelo processo de Epitácio Pessoa, pode ser entendida por meio da análise do cenário jornalístico da capital da república nos anos 20.

Signo da modernidade, com a dupla função de encarná-la e difundi-la, a imprensa carioca ganha impulso com o desenvolvimento urbano bem como por meio do barateamento e da difusão das novas tecnologias de impressão. Ao longo da década de 1920 estima-se que mais de 800 periódicos tenham circulado pela capital da república, além das revistas de variedades como *Fon-Fon*, *O Careta* e *O Malho* que, com imagens vibrantes, anúncios diversos, notícias sociais e pequenas reportagens, difundiam as novas competências do homem moderno.

Em meio aos pequenos jornais que abrem e fecham, muitas das vezes não passando do segundo número, e dos fortes grupos e conglomerados da imprensa que vão se formando, difundem-se o uso da fotografia e ilustrações com ou sem fins comerciais. Apoiadas pela imagem, as notícias policiais, acidentes, incêndios e toda sorte de tragédias urbanas, são retratadas com riqueza de detalhes desconcertante, ganhando as páginas dos jornais e a preferência do leitor.

Na esfera política os jornais de oposição conquistam espaço e notoriedade, atuando significativamente nos debates entre oposição e governo, algumas vezes extrapolando o papel da imprensa, como foi o caso das cartas falsas publicadas na campanha presidencial de 1922. Capitaneando a oposição estava *O Correio da Manhã* e, do lado governista, *O País* e *o Jornal do Commercio*:

Saudado como grande empresa e principal matutino, ao lado do *Correio da Manhã*, o *Jornal do Commercio* não nutria as pretensões populares do seu concorrente. Com uma sólida imagem de credibilidade, era o jornal mais caro de então. Circulava em restaurantes, hotéis, confeitarias, casas comerciais, enfim todos os lugares freqüentados pela elite. Guardava, entretanto, no imaginário popular, a representação do verdadeiro jornal, aquele que confirmava ou não a veracidade das informações publicadas em outros jornais. Sua influência é ilustrada pela escolha do nome do primeiro jornal de Assis Chateaubriand, *O Jornal*:

O título do jornal é uma espécie de provocação ao tradicional *Jornal do Commercio*, cuja identidade construída na cidade é de tal ordem que ninguém precisa particularizá-lo. Basta pedir “O Jornal” para que todos saibam que se trata do *Jornal do Commercio* (BARBOSA, 2007, p.76)

Endossar a polêmica Lei da Imprensa, dar apoio a cada presidente, governador ou prefeito governistas e denunciar irregularidades em outros jornais, configuravam o caráter conservador do *Jornal do Commercio*. Entretanto, sisudo

no cenário sensacionalista da imprensa dos anos 20, fugindo ao apelo das fotografias sangrentas e das manchetes provocativas, o jornal era cercado por uma aura de confiabilidade, lido pela elite da capital. Era formado e formava o pensamento dos homens que davam sustento econômico e intelectual à nova república.

Editado em oito colunas, com 272 linhas em cada uma e em corpo 7, o Jornal do Commercio tinha um estilo opinativo com uma estrutura editorial que dava amplo espaço às publicações oficiais. Na década de 1920, o jornal dividia-se, com poucas variações ao longo dos anos, da seguinte forma:

1. Hontem – apresentava as manchetes das notícias mais importantes do dia anterior.
2. Telegramas – reproduzem notícias divulgadas pela agência Havas e por seus correspondentes nacionais e internacionais, destacando no início dos anos 20 as notícias do pós-guerra.
3. Interior
4. Gazetilha – notícias cotidianas, artigos de temas diversos, acidentes e notícias policiais.
5. Várias Notícias
6. Theatros e músicas
7. Notícias religiosas
8. Sport
9. Revistas dos Estados
10. Associações
11. Exames
12. RJ Atos oficiais (Entre outras colunas a *diretoria geral de instrução pública e diretoria geral de instrução pública municipal*)
13. Prefeitura do DF
14. Aspectos oficiais
15. Publicações a pedido
16. Classificados (Anúncios, propagandas, oferecimento e demanda de serviços)

A Educação figura nas páginas do periódico nas seguintes seções:

Gazetilha – na forma de artigos variados, notadamente discurso de paraninfos ilustres por ocasião de formaturas ou início do ano escolar, esse tipo de artigo concentra-se nos meses de janeiro e fevereiro. Algumas instituições tem figuração regular em forma de pequenas colunas, como a Academia Brasileira de Letras, Liga nacionalista e a Escola Wenceslao Braz.

Exames – divulgando abertura ou resultados de exames de admissão para a Escola Militar, Escola Normal, Escola Politecnica e Colégio Pedro II.

Atos Oficiais – onde constam duas colunas fixas, *Diretoria geral de instrução pública* e *Diretoria geral de instrução municipal*. A análise dessas

colunas reflete a posição da educação como força mobilizadora no cenário nacional. Dentro de uma seção que abrigava colunas igualmente diárias como, *diretoria da Fazenda, diretoria geral de obras e viação, diretoria geral da saúde pública*, entre outras, as informações sobre a educação reproduziam as deliberações estaduais e municipais notificando a transferência e nomeação de professores, resultados de concorrências para compra de mobiliário escolar, resultados de exames da *Escola Normal* e da *Escola Normal de Nytheroi*, além do quadro anual de matrícula e frequência de professores e alunos, conferindo a coluna a mesma formatação de indicadores diários das demais.

Publicadas em um jornal governista, as questões educacionais não poderiam seguir outra orientação. Impregnadas das expectativas do progresso nacional por meio da instrução e conscientes da nova pedagogia emergente, os artigos ancoravam-se fortemente nas direções tomadas pela Diretoria de Instrução Municipal. Esta afinidade pode ser verificada através na análise das considerações acerca da Educação nas mensagens anuais dos diversos presidentes, a frente do Rio de Janeiro, no período. O *Jornal do Commercio* parece funcionar como uma tribuna do governo, cabendo ao leitor preencher o lugar vago das opiniões contrárias, nunca publicadas, mas facilmente adivinhadas pela defesa promovida a esta ou aquela questão, por vezes em números consecutivos.

Por meio deste debate unilateral é possível perceber as questões mais polêmicas ou mais consolidadas, fornecendo elementos para a configuração do cenário educacional da Primeira República, como é o objetivo desse trabalho.