

CENTRO UNIVERSITÁRIO BARÃO DE MAUÁ

ERIK SCHUTZ BIENIEK

**PRODUÇÃO E LINGUAGEM NOS JORNAIS BRASILEIROS (1890-1980): JORNAL
DO COMÉRCIO (RJ) E O DIÁRIO DE PERNAMBUCO (PE)**

**RIBEIRÃO PRETO
2024**

ERIK SCHUTZ BIENIEK

**PRODUÇÃO E LINGUAGEM NOS JORNAIS BRASILEIROS (1890-1980): JORNAL
DO COMÉRCIO (RJ) E O DIÁRIO DE PERNAMBUCO (PE)**

Trabalho de conclusão de curso de jornalismo do
Centro Universitário Barão de Mauá, como parte
das exigências para a obtenção do título de
bacharel em comunicação social - jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Rodolfo Nogueira da Cruz

**RIBEIRÃO PRETO
2024**

ERIK SCHUTZ BIENIEK

**PRODUÇÃO E LINGUAGEM NOS JORNAIS BRASILEIROS (1890-1980): JORNAL
DO COMÉRCIO (RJ) E O DIÁRIO DE PERNAMBUCO (PE)**

Trabalho de conclusão de curso de jornalismo
do Centro Universitário Barão de Mauá, como
parte das exigências para a obtenção do título
de bacharel em Comunicação Social -
Jornalismo.

Data de defesa: 04/12/2024

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Rodolfo Nogueira da Cruz
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

Profa. Dra. Milena da Silveira Pereira
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

Profa. Dra. Carmen Silvia Porto Brunialti Justo
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

Profa. Dra. Belisa Brião Figueiró
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

RIBEIRÃO PRETO

2024

AGRADECIMENTO

A minha família por sempre estar ao meu lado e me derem a chance de finalizar esse curso.

Ao Centro Universitário Barão de Mauá, que me providenciou com os meios de realizar esse trabalho.

A meu orientador que me ajudou a cada passo deste projeto e que me guiou mesmo nos momentos mais difíceis.

A meus amigos e colegas que me ajudaram a tirar dúvidas e escutaram meus lamentos.

RESUMO

A história e o jornalismo estão ligados de forma intrínseca. O objetivo do trabalho é construir uma breve linha do tempo sobre a evolução do jornalismo brasileiro. Para isso será realizado uma monografia, com pesquisa exploratória, análise de caso e estudo comparado, utilizando o *Jornal do Commercio* (RJ) e o *Diário de Pernambuco* (PE), analisando reportagens publicadas entre 1889 até 1989 disponibilizados de forma digital pela hemeroteca digital da Biblioteca Nacional. Analisando a jornada dos dois jornais é possível apontar padrões como a utilização de imagens nos jornais a partir da integração desses com os Diários Associados, outro importante padrão é a utilização de agências de notícias e como essa utilização influenciou no surgimento do *lead* nas redações. Isso tudo junto com a comparação dos dois periódicos nos dá uma clara visão de como o jornalismo brasileiro se transformou no século XX e até como tendências de crescimento no número de exemplares e páginas afetaram esses periódicos de formas diferentes.

Palavras-chave: editoração jornalística; diagramação de jornal; história do jornalismo; produção jornalística; linguagem.

ABSTRACT

History and journalism are intrinsically linked. The objective of the work is to build a brief timeline of the evolution of Brazilian journalism. To this end, a monograph will be carried out, with exploratory research, case analysis and comparative study, using *the Jornal do Commercio* (RJ) and the *Diário de Pernambuco* (PE), analyzing reports published between 1889 and 1989 made available digitally by the digital newspaper library of the National Library. Analyzing the journey of the two newspapers, it is possible to point out patterns such as the use of images in the newspapers based on their integration with Diários Associados, another important pattern is the use of news agencies and how this use influenced the emergence of leads in the newsrooms. All this together with the comparison of the two periodicals gives us a clear vision of how Brazilian journalism transformed in the 20th century and even how growth trends in the number of copies and pages affected these periodicals in different ways.

Keywords: journalistic publishing; newspaper layout; history of journalism; journalistic production; language.

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO	4
2	A METODOLOGIA E A LINGUAGEM JORNALÍSTICA	6
3	BREVE HISTÓRIA DA IMPRENSA NACIONAL (1880 – 1988).....	11
3.1.1	<i>O Diário de Pernambuco (PE).....</i>	<i>11</i>
3.1.2	<i>O Jornal do Commercio (RJ)</i>	<i>12</i>
4	A PRODUÇÃO GRÁFICA DO <i>DIÁRIO DE PERNAMBUCO</i> (PE).....	13
5	A LINGUAGEM DO <i>JORNAL DO COMMERCIO</i> (RJ).....	22
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	29
	REFERÊNCIAS	33
	APÊNDICE A - GRÁFICOS DO NÚMERO DE PÁGINAS E TIRAGENS.....	34

1 APRESENTAÇÃO

O Diário de Pernambuco (PE) e o Jornal do Commercio (RJ), deram sequência aos esforços de uma imprensa reinol em estabelecer no Brasil veículos de circulação de notícias. Observa-se que, o primeiro jornal feito no Brasil foi a Gazeta do Rio de Janeiro, criada com auxílio da corte portuguesa que havia fugido de Napoleão para o Brasil em 1808. Essa, entretanto, durou apenas treze anos, fechando as portas em 1821 (Lustosa, 2003). Tendo em vista a curta duração desse primeiro periódico, outros surgiram posteriormente com o intuito de ocupar esse mercado. Para o presente estudo, selecionamos, assim, dois veículos que refletem esse objetivo da imprensa e possuem uma duração mais longa no Brasil: o Jornal do Comercio, sediado no Rio de Janeiro, e o Diário de Pernambuco, impresso em Pernambuco. Ambos acompanharam e narraram diversos momentos importantes para o Brasil, criaram estruturas de escrita e publicação que foram seguidos por outros jornais e, desse modo, são fundamentais para se pensar, a partir de notícias sobre manifestações populares, como o layout e o formato do texto se alteraram entre os séculos XX e XXI.

Vale ressaltar que o primeiro fechou as portas recentemente, em 2016 (Areias, 2016); enquanto o segundo ainda vigora sobre a direção editorial de Paula Losada. Comparando, portanto, tais veículos de comunicação brasileiros e considerando o impacto que tiveram na sociedade e na fixação de técnicas jornalísticas e editoriais, procuraremos questionar como as técnicas jornalísticas evoluíram e se alteraram diante de mudanças sociais e tecnológicas. Mais especificamente, debruçando-nos sobre os anos de 1889 e 1988. O questionamento dessa pesquisa se refere a: Em que medida o Jornal Do Commercio (RJ) e Diário de Pernambuco (PE) foram influenciados pela chegada de novos meios de comunicação em sua formatação? Como formou-se e a quais necessidades atenderam as técnicas de *lead* e de *pirâmide invertida*. Ou seja, como o jornalismo brasileiro se adaptou a técnicas modernas de escrita e edição, como o *lead* e a pirâmide invertida, coluna vertebral do jornalismo contemporâneo.

Nesse contexto, o objetivo geral desta pesquisa é comparar e analisar, nas reportagens do Jornal Do Commercio (RJ) e do Diário de Pernambuco (PE), as mudanças de layout, diagramação de suas capas durante o período e textualização em notícias sobre manifestações populares ocorridas entre 1889 e 1988. E como objetivos específicos: revisar a bibliografia sobre as técnicas do jornalismo atual para comparar com os métodos do período indicado; verificar a diferença nos métodos jornalísticos do período com os atuais e confirmar os impactos do *lead* no jornalismo atual.

Esta pesquisa justifica-se, pois, o jornalismo brasileiro passou por diversas etapas até chegar em sua fase atual, sua história é complexa e sua teoria extensa. É importante examinarmos como as técnicas jornalísticas chegaram no Brasil, principalmente aquelas que são os alicerces do jornalismo contemporâneo. Logo o estudo sobre esses temas, pegando os casos do Jornal do Commercio (RJ) e o Diário de Pernambuco justificam-se principalmente pela longevidade desses periódicos.

O método será pesquisa exploratória, utilizando três técnicas: pesquisa documental, revisão bibliográfica, estudo de caso e método comparativo. A fim de realizar a comparação e análise entre periódicos históricos, recorreremos à Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional para coletar periódicos que apresentam mudanças consistentes com técnicas modernas de jornalismo. A pesquisa prévia acerca de periódicos relevantes para a história nacional, destacamos o Jornal Do Commercio (RJ) e do Diário de Pernambuco (PE), por meio dos quais, por conta de suas longas durações, é possível mapear mudanças significativas ao longo dos séculos XX e XXI. Com o objetivo de identificar os métodos utilizados para fazer as matérias e apontar sua evolução.

A pesquisa documental será feita a partir da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, verificando reportagens do Jornal do Commercio e do Diário de Pernambuco entre o período de 1830 e 2016. O recorte espaço temporal para a seleção das reportagens que serão analisadas será a partir de acontecimentos e registros históricos como : a Proclamação da República (1889); o início e final da primeira guerra mundial (1914-1918); o golpe de 1930; a revolução constitucionalista (1932); o início e final da segunda guerra mundial (1939-1945); a queda de Vargas (1945); o suicídio de Vargas (1954); o golpe militar (1964); a Diretas já (1983); a redemocratização (1988); e o impeachment de Collor (1992). Esses acontecimentos serão analisados nos dois jornais. Com o objetivo de fundamentar a análise histórica e jornalística, será feita, em um segundo momento do trabalho, uma revisão bibliográfica, cuja temática tangencie a análise das técnicas editoriais e jornalísticas empregadas nas matérias.

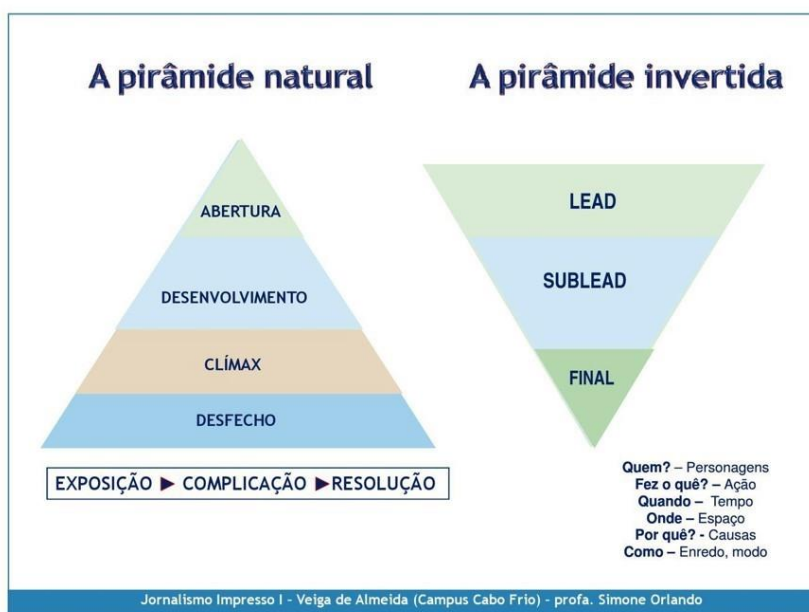
Além da delimitação das reportagens, a organização dos periódicos coletados foi feita a partir de uma organização em pastas classificadas por datas, conforme seguem: 1889-1900, 1901-1918, 1919-1932, 1933-1945, 1946-1954, 1955-1964, 1965-1980, 1981-1988. Ao longo da pesquisa, ainda organizaremos de acordo com a temática histórica, a técnica jornalística utilizado pelo periódico e os momentos de mudanças nessas técnicas. Em suma, tais etapas metodológicas visam responder o objetivo principal deste projeto: quais mudanças sociais e históricas impulsionaram mudanças na técnica jornalística.

2 A METODOLOGIA E A LINGUAGEM JORNALÍSTICA

A técnica jornalística tem diversas singularidades, é de se esperar pois evoluiu e se modificou ao longo dos anos. Para este estudo será necessário esmiuçar alguns desses métodos e teorias, dentre os quais destacam-se a pirâmide natural e a invertida.

A pirâmide natural segue a ordem literária de início (abertura), meio (que seria o desenvolvimento e clímax) e o fim (desfecho). Já em comparação, a pirâmide invertida é o conceito que guia todo jornalismo moderno, substituindo a narração cronológica pela decomposição de um único fato: o fato de modo explícito, dando a ele maior importância na estrutura; e, as informações que o constituem, consideradas de menor importância para se compreender a notícia, depois, ao longo do texto. Essa última quebra a ordem natural para trazer o *lead* primeiro, depois o *sublead*, e então o final. Na figura abaixo, a representação da pirâmide invertida:

Figura 1 – Pirâmide natural e invertida explicada



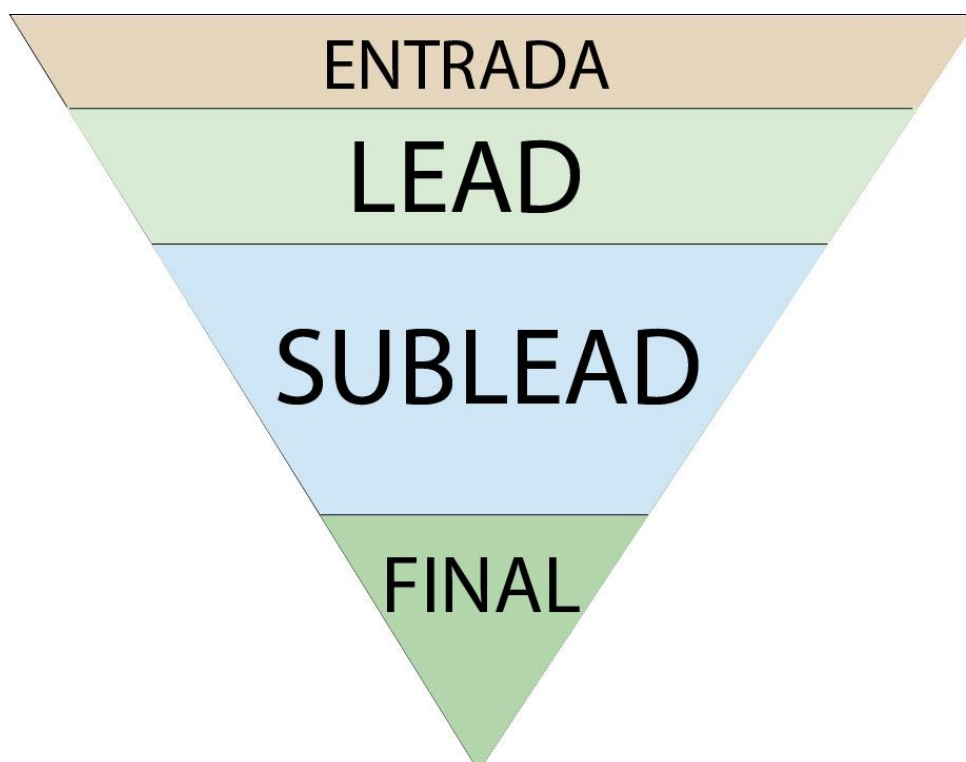
Fonte: Material aulas disciplina História do Jornalismo (Lopes, 2021)

Assim, dentro da estrutura da notícia, o objetivo é apresentar um acontecimento de forma objetiva ao leitor. Dito de outro modo, não basta hierarquizar os fatos e dividindo-os em “mais importante” ou “menos importante”. O modelo textual, como defendido por alguns teóricos, deve se atentar à percepção individual do leitor, que, em sua vivência cotidiana,

compreende um acontecimento a partir de uma “singularidade” submetida à uma certa decupagem (Genro Filho, 1987)

A entrada ou *super-lead* é um elemento que pode aparecer antes do *lead*. Porém, sua utilização não é comum no jornalismo atual. O objetivo da entrada, de acordo com Jorge Pedro Sousa (2001), é de “atrair o leitor e apresentar a história”.

Figura 2 – Exemplo de pirâmide invertida com a entrada.



Fonte: autoria própria

Nessa estrutura de texto, o *lead* é considerado como o alicerce da construção narrativa, chamada aqui de pirâmide invertida. Ele tem como função a organização dos elementos da notícia, trazendo, em primeiro lugar de uma frase ou de um parágrafo, a parte mais importante daquela “singularidade” mencionada acima. Como exemplo de um *lead* clássico, é possível ordenar os elementos de uma proposição de um texto a partir de “quem/o que, fez o que, quando, onde, como, por que/para que” (Lage, 2005 p. 75). Respondendo essas questões, é possível transmitir o fato importante do acontecimento o mais breve possível, economizando espaço no periódico e o tempo do leitor. O *lead* surgiu exatamente pela necessidade de relatar os acontecimentos da guerra civil americana através de telégrafos e sua utilização revolucionou a forma de se fazer jornalismo.

A primeira utilização do *lead* ocorreu em 1861 pelo jornal *The New York Times*, porém a técnica só veio para o Brasil em 1950 (Genro Filho, 1987). O *lead* e a pirâmide invertida foram as evoluções nas técnicas que levaram o jornalismo de sua etapa opinativa para a etapa noticiosa. Outros fatores como a taxa de alfabetização e o aumento na capacidade de circulação de jornais, foram igualmente importantes.

Existem diversos tipos de *lead* que são utilizados no jornalismo, como é possível observar nas explicações de Nilson Lage (2005) e Jorge Pedro Sousa (2001). O *lead* clássico ou *lead* de sumário responde todas as questões (quem/o que, fez o que, quando, onde, como, por quê/para que) variando em estrutura para acomodar o que é o mais importante na ocasião. Como exemplo o *lead*: O presidente americano fez um pronunciamento pela manhã sobre os protestos em universidades. Dentro do salão oval Biden criticou as manifestações (Oladipo; Walters, 2024).

Usando esse exemplo do *lead* clássico podemos esmiuçar as suas questões principais: 1 – Quem? O presidente americano; 2 - Fez o que? Fez um pronunciamento sobre as manifestações em universidades; 3 – Quando? Pela manhã; 4 – Onde? No salão oval. Vale a pena observar que não necessariamente são usados todos os questionamentos, pois nem todos se encaixam em cada situação.

O *lead* flash começa por uma palavra impactante antes de prosseguir. Exemplo: “Protestos estouraram em Tel Aviv. Manifestantes furiosos com a recusa do cessar-fogo por parte do governo de Israel foram às ruas nessa sexta” (Kottasová; Koplewitz, 2024). Nesse caso: 1) O que? Protestos; 2) Fez o que? Estouraram; 3) Onde? Em Tel Aviv; 4) Quando? Nessa sexta; 5) Por quê? Por causa da recusa de cessar-fogo.

O *lead* de citação começa por uma citação. exemplo: “‘Existe o direito de protesto, não direito de causar caos’. Biden disse em seu pronunciamento nessa quinta-feira sobre os protestos contra a guerra em Gaza que surgiram em diversos campus nos Estados Unidos” (Oladipo; Walters, 2024). Nesse caso: 1) Quem? Biden; 2) Fez o que? Falou sobre os protestos; 3) Quando? Quinta-feira.

Existe também o *soft-lead* que, diferente o *lead* clássico, não foca em dar a informação o mais direto possível e sim “prepara o leitor para a obtenção dessa informação noutra parte mais distante da peça.” (Sousa, 2001).

O *soft-lead* é mais próximo do jornalismo literário do que o factual. Assim como o *lead* existem diversas formas de fazer um *soft-lead*, exemplo: Um estrondo de bomba de efeito moral oculta mesmo que momentaneamente o grito de estudantes, entre barracas e barricadas o coro resume “Não temos medo de vocês! Não iremos a lugar algum!” em resposta, os policiais

americanos atiram balas de borracha indiscriminadamente contra os estudantes. Este foi o cenário no campus da Universidade da Califórnia em Los Angeles na última quinta-feira quando as forças policiais reprimiram o protesto pro-palestina.

De acordo com Sousa (2001), os critérios de noticiabilidade remetem ao papel do jornalista de hierarquizar as informações dando a eles um valor-notícia de acordo com certos parâmetros, são eles:

1. Proximidade: Se o fato aconteceu na cidade, no estado, no país, no continente ou no mundo.
2. Momento do acontecimento: O quão recente o fato ocorreu, quanto mais recente maior a probabilidade de se tornar notícia.
3. Significância: A escala do acontecimento, quanto maior a escala do fato maior o valor-notícia.
4. Proeminência social dos sujeitos envolvidos: Maior proeminência dos envolvidos gerará maior valor-notícia.
5. Proeminência das nações envolvidas: Quanto maior a proeminência das nações envolvidas em um acontecimento internacional, maior o valor-notícia.
6. Consonância: “Quanto mais agendável for um acontecimento, quanto mais corresponder às expectativas” (Sousa, 2001, p.40)
7. Imprevisibilidade: Quanto mais chocante e surpreendente for a fato maior o valor-notícia.
8. Continuidade: Desenvolvimentos ou conclusões de fatos já noticiados tem grande valor-notícia.
9. Composição: A composição depende das outras notícias que aparecerão na edição do periódico, é necessário um balanço entre as editorias. Logo quanto melhor se encaixar esse fato maior valor ele terá.
10. Negatividade: Aspectos relacionados a crimes, desastres e tragédias. Quanto mais um fato desviar para a negatividade maior seu valor-notícia (Sousa, 2001).

Esses parâmetros, que interagem entre si, podem ser exemplificados em uma edição sobrecarregada de matérias negativas em que o editor decide cortar uma delas e colocar uma matéria mais “leve”. Em geral os jornais iniciam com as matérias com maior peso e finalizar com notícias mais otimistas. Outro exemplo seria o editor cortar uma matéria para trazer a continuidade de algo já relatado. Com o valor-notícia em mente a hierarquia das notícias determina a ordem e quais matérias serão inclusas ou não na edição. Uma frase usada com

frequência nas explicações desse conceito é “cachorro morde homem não noticia, homem morde cachorro é notícia”.

Os principais gêneros jornalísticos do jornal impresso em que é possível observar tal organização são: notícias, entrevistas, reportagem, crônica, editorial e os diferentes tipos de artigos.

Correntemente tipificam-se os principais gêneros jornalísticos em notícia, entrevista, reportagem, crônica, editorial e artigo (de opinião, de análise etc.). Porém, os gêneros jornalísticos não têm fronteiras rígidas e, por vezes, é difícil classificar uma determinada peça (Sousa, 2001, p. 230).

Para esse trabalho, focaremos em notícia e reportagem e, para isso, observamos um breve resumo do que Jorge Pedro Sousa (2001) escreveu em seu livro “Elementos do jornalismo impresso”. A notícia é o gênero básico do jornalismo, pode incluir elementos de entrevista e outros gêneros. “[...]a notícia é, essencialmente, um pequeno enunciado reportativo, um discurso sobre um acontecimento recente” (Sousa, 2001). Representa uma informação nova que seja de interesse ao público, com base nos critérios de noticiabilidade.

A reportagem representa o gênero nobre do jornalismo, enquanto a notícia é superficial a reportagem é profunda e imersiva, buscando exaurir as informações sobre o fato, logo é mais extensiva e laboriosa. Assim como a notícia a reportagem aceita elementos de outros gêneros jornalísticos. Segundo Sousa (1986, p.15 *apud* Ferrari; Sodré, 2001, p. 259), as principais características da reportagem são:

1. Predominância da narração;
2. Humanização do relato;
3. Texto impressivo;
4. Fatorialidade da narrativa.

A fim de observamos como tal formato se consolidou na imprensa nacional contemporânea, propomos uma análise histórica das estratégias editoriais e de diagramação de dois jornais de alta circulação no século XX, o Diário de Pernambuco (PE) e o Jornal do Commercio (RJ). A partir do confronto da história jornalística nacional e do mapeamento das estratégias de organização gráfico e textual, pretendemos apresentar uma amostragem de como a linguagem jornalística utilizada atualmente se fixou primeiramente nos jornais impressos a longo da história.

3 BREVE HISTÓRIA DA IMPRENSA NACIONAL (1880 – 1988)

Em 1808 a corte portuguesa foge de Napoleão abandonando Portugal e se refugia na sua colônia no Brasil. Com esta mudança política e a elevação do Brasil, em 1815, à Reino Unido de Portugal, Brasil e Algarve, os investimentos na então antiga colônia intensificam-se na área do comércio, da cultura e da educação. Foi a partir de uma significativa mudança social e política, portanto que assistimos o surgimento do primeiro jornal feito em solo brasileiro, a Gazeta do Rio de Janeiro (1808) que durou até dezembro de 1822.

Nessa esteira, mesmo que essa primeira experiência tenha tido pouca duração, outros veículos surgem e acompanham o momento de imprensa no Brasil. Entre outros, destaca-se o Jornal do Commercio do Rio de Janeiro que foi fundado no dia 1º de outubro de 1827, por Pierre Plancher (1779 - 1844). Destaca-se também o Diário de Pernambuco (PE) que foi fundado no dia 7 de novembro de 1825 na cidade de Recife por Antonino José de Miranda Falcão (1798-1878) e é atualmente o jornal mais antigo em circulação da América Latina (Abreu; Ferreira; Bezerra, 2009). Esses periódicos chegaram até os dias atuais, logo são a escolha perfeita para examinar a evolução do jornalismo no Brasil.

3.1.1 O *Diário de Pernambuco* (PE)

O Diário de Pernambuco (PE) como já citado acima foi fundado em 1825 por Antonino José de Miranda Falcão (1798-1878), o jornal teve diversos donos incluindo o grupo Diários Associados de Assis Chateaubriand (1892-1968) que foram os donos do jornal por mais tempo de 1931 até 2015, atualmente o periódico pertence ao grupo Diário de Pernambuco. Durante sua existência o jornal teve momentos turbulentos teve sua sede apedrejada, foi empastelado e até perseguido com seus jornais sendo rasgados e queimados. Houve momentos em 1911, 1912, 1931 e 1945 que o jornal deixou de circular (Gaspar, 2004). Porém o jornal sempre conseguiu se recuperar e em suas páginas capturou os momentos mais importantes do país.

Proprietários do Diário de Pernambuco:

1825-1835: Antonino José de Miranda Falcão;

1835-1896: Manuel Figueroa de Faria;

1896-1901: Manuel Figueroa de Faria e filhos;

1901-1913: Francisco de Assis Rosa e Silva;

1913-1931: Carlos Benigno Pereira de Lira;

1931~2015: Diários Associados;
 2015-2015: Sistema Opinião de Comunicação;
 2015-2019: Sistema R2;
 2019-presente: Grupo Diário de Pernambuco.

Desde fevereiro de 1911 enfrentou uma crise por causa da candidatura do ministro da Guerra de Hermes da Fonseca General Dantas Barreto em oposição a Rosa e Silva então dono do jornal, após anunciar a vitória de Rosa e Silva dois dias depois da eleição que ocorrera no dia 5 de novembro. Dantas denunciou fraudes e a situação em Recife ficou caótica com manifestações estourando em novembro. A crise culminou no dia 11 de novembro de 1911 com o apedrejamento da sede do jornal. O jornal voltou a funcionar no dia 25 "Mas esse período oposicionista do matutino durou pouco porque, em fevereiro, o jornal acabou empastelado em definitivo pelo novo governo, permanecendo fechado dois anos."

Em 1915 mesmo não pertencendo mais a Rosa e Silva a sede do jornal foi novamente apedrejada devido a uma disputa política de Rosa e Silva.

Outro evento marcante na história do jornal ocorreu em 3 de março de 1945, em meio a uma manifestação popular forçada pelo governo Vargas. Na ocasião, o estudante Demócrito de Sousa Filho (1921-1945) foi baleado e caiu na sacada do prédio do Diário. O jornal foi então empastelado por 40 dias.

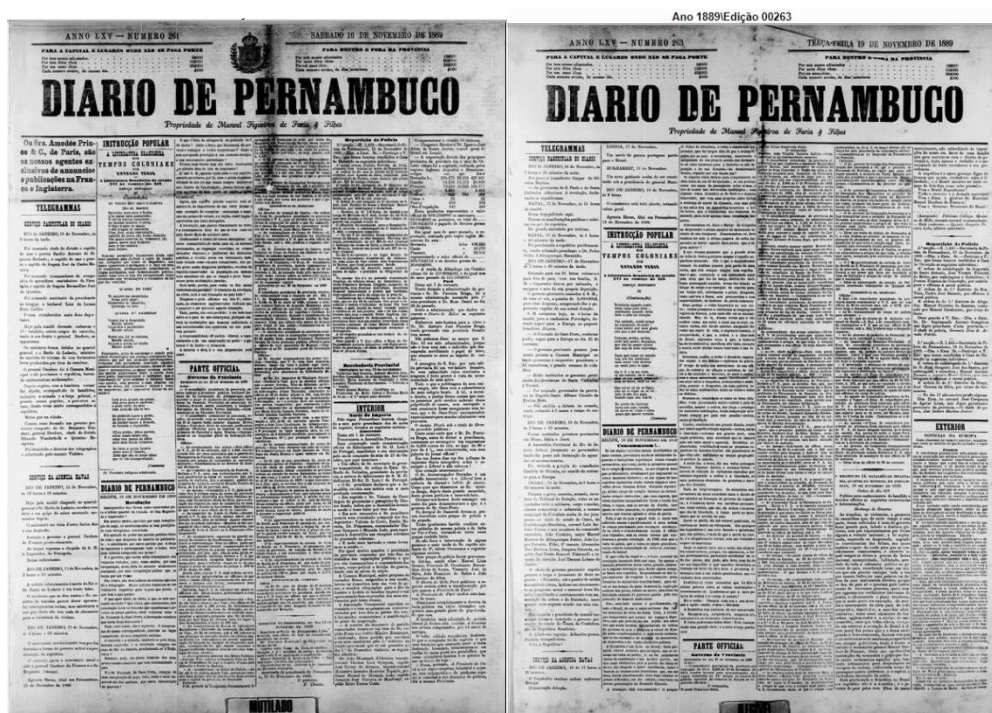
3.1.2 O Jornal do Commercio (RJ)

O Jornal do Commercio (RJ) foi fundado em 1827 por Plancher, que já havia feito outros periódicos no Brasil, notavelmente "O Espectador Brasileiro" (1824), que circulou no Rio de Janeiro e tinha uma linha editorial de cunho político e que defendia a monarquia constitucional. Com o Jornal do Commercio, Plancher procurou deixar a política em segundo plano e focar em assuntos econômicos e comerciais. Em 1959, passou a integrar o grupo Diários Associados assim como o Diário de Pernambuco (Brasil, 2015). O periódico continuou pertencendo ao grupo até seu fechamento em 2016, devido ao agravamento da crise (Areias, 2016).

4 A PRODUÇÃO GRÁFICA DO DIÁRIO DE PERNAMBUCO (PE)

O início desta análise se dá no surgimento da república velha no dia 15 de novembro de 1889. Já em 1889 observamos uma mudança no Diário de Pernambuco que ostentava o emblema das armas imperiais, a partir do dia 19 de novembro de 1889 o emblema é removido. Como se pode observar nas figuras abaixo, há dois exemplares do Diário de Pernambuco: à esquerda está o exemplar do dia 16 de novembro de 1889 e à direita está o do dia 19. No primeiro, na parte superior, próximo ao título, é possível notar que, sendo esse a última edição, preparada provavelmente ainda no dia 15 (data da Proclamação da República), ainda trazia o emblema imperial. O emblema é representativo, pois demonstrava a dependência da imprensa aos formatos do império, o jornal havia exaltado Dom Pedro I, porém fez parte dos esforços para sua abdicação e comemorou quando o fato ocorreu. O jornal já era antiescravista desde 1850 e comemorou a promulgação da Lei Áurea (Júnior; Ferreira e Bezerra, 2009). O formato com os preços acima do nome do jornal sem o emblema durou duas edições, na edição do dia 21 de novembro já foi alterado essa diagramação, colocando os preços abaixo do nome do jornal, junto com “Propriedade de”.

Figura 3 – Diário de Pernambuco 16 e 19 de novembro 1889



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Figura 4 - Diário de Pernambuco 21 de novembro 1889



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Esse é o exemplar do dia 21 de novembro de 1889, no qual é possível notar a mudança na posição dos preços agora localizados abaixo do nome do jornal. Em comparação à edição de 1890, já na primeira edição do ano, percebe-se mais uma vez uma modificação por parte dos editores que posicionam o preço abaixo do “Propriedade de...” e colocam o “São nossos agentes exclusivos de publicações na França e na Inglaterra” entre os preços.

Figura 5 - Diário de Pernambuco 1 de janeiro 1890

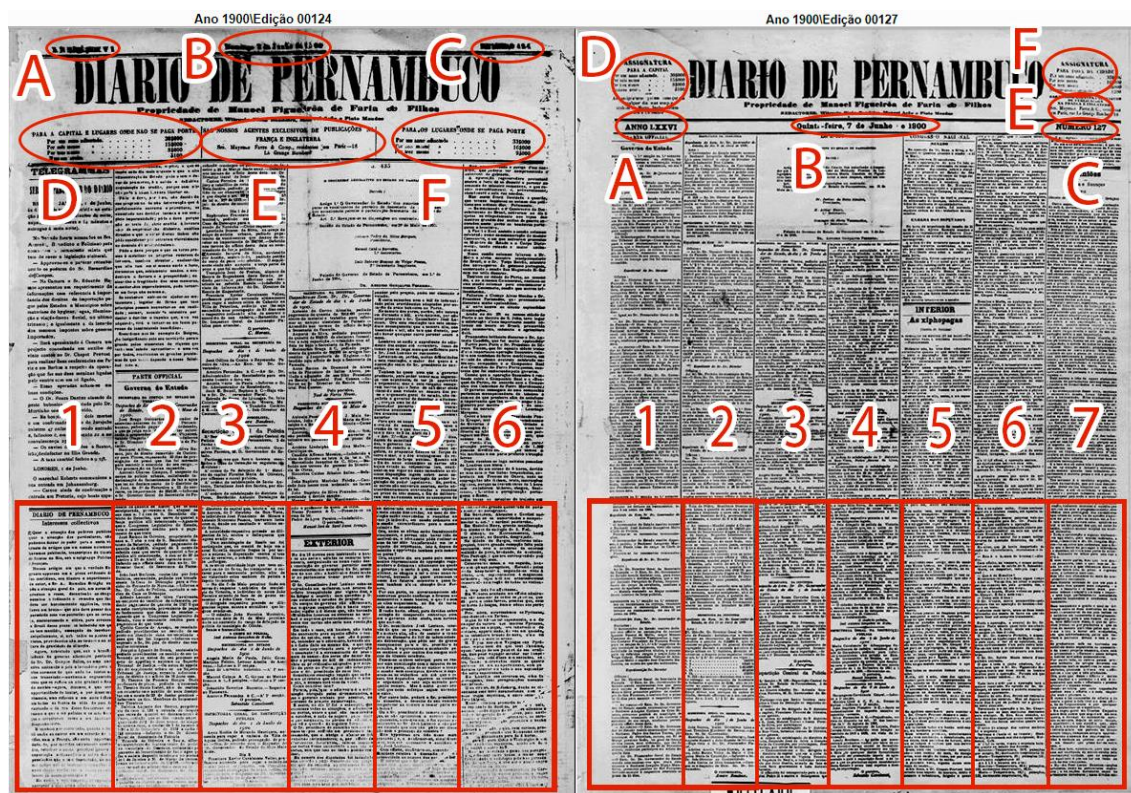


Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Essa seria a última mudança gráfica notável de 1890 até 1900. Após isso, é possível observar que, no dia 5 de junho de 1900, na edição 125, o periódico muda de 6 colunas para 7 e, duas edições depois, alteram a diagramação (figura 6). As informações de ano (desde a fundação do jornal), data e edição são colocadas abaixo do nome do jornal onde antes era o

preço e o “São nossos agentes exclusivos de publicações na França e na Inglaterra” esses são colocados nas laterais. O único elemento que não foi alterado nessa parte do jornal foi o trecho “propriedade de” e a parte de redatores. A partir dessa data o número de páginas padrão foram de 8 para 4.

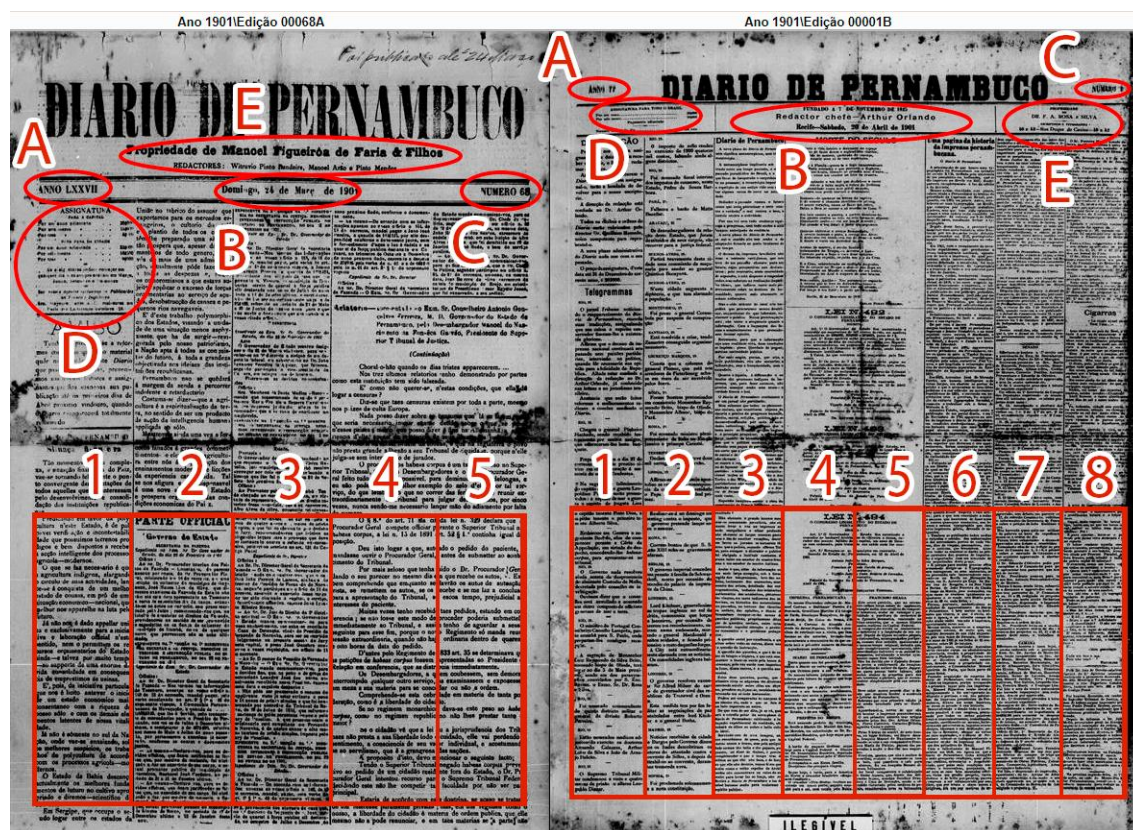
Figura 6 - Diário de Pernambuco edições 124 e 127 de 1900



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Porém, em 1901, os editores optaram por reduzir para 5 colunas e por voltar a 8 páginas. Ademais, tem uma pequena mudança na diagramação movendo os preços para o primeiro parágrafo até o dia 24 de março quando o jornal fecha por um mês e volta com um novo dono (Júnior; Ferreira e Bezerra, 2009). Quando volta no dia 20 de abril tem 8 colunas, 4 páginas e novamente muda a diagramação. (figura 7).

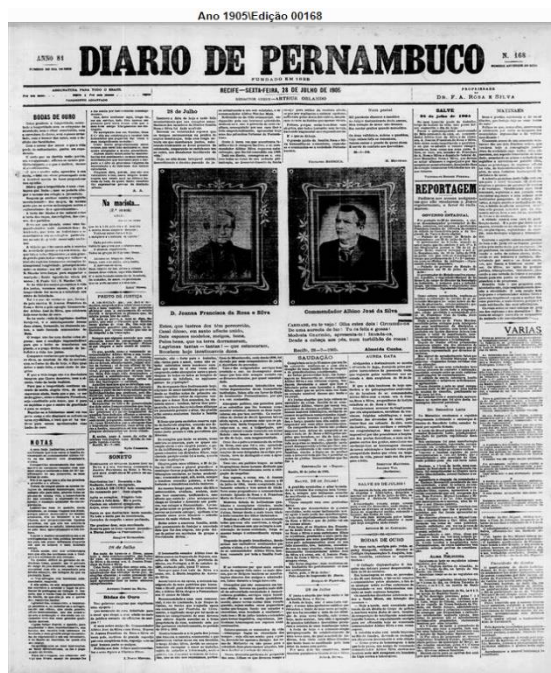
Figura 7 - Diário de Pernambuco 1901 edições 68A (24 de março) e 01B (20 de abril)



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

A diagramação de 20 de abril trouxe de volta os preços para a lateral, porém desta vez só na lateral esquerda, “propriedade de” foi movido para a lateral direita e teve a adição do endereço do jornal junto com isso, os dois outros elementos do meio, a data e os redatores, foram juntados e tiveram a adição de “Fundado a 7 de novembro 1825”. Além disso, os editores passaram a usar numerais arábicos na indicação do ano (desde a fundação do jornal), sendo posicionado assim como o número da edição na mesma altura que o nome do jornal. O padrão de 4 páginas se manteve, porém, é possível notar que algumas edições têm mais páginas e outras tem menos. No dia 05 de agosto de 1902, na edição 176, foi usado duas tabelas em sua capa. Em 1905, no dia 28 de julho, o jornal usa uma imagem pela primeira vez em sua capa.

Figura 8 - Diário de Pernambuco edição 168 (28 de julho 1905)

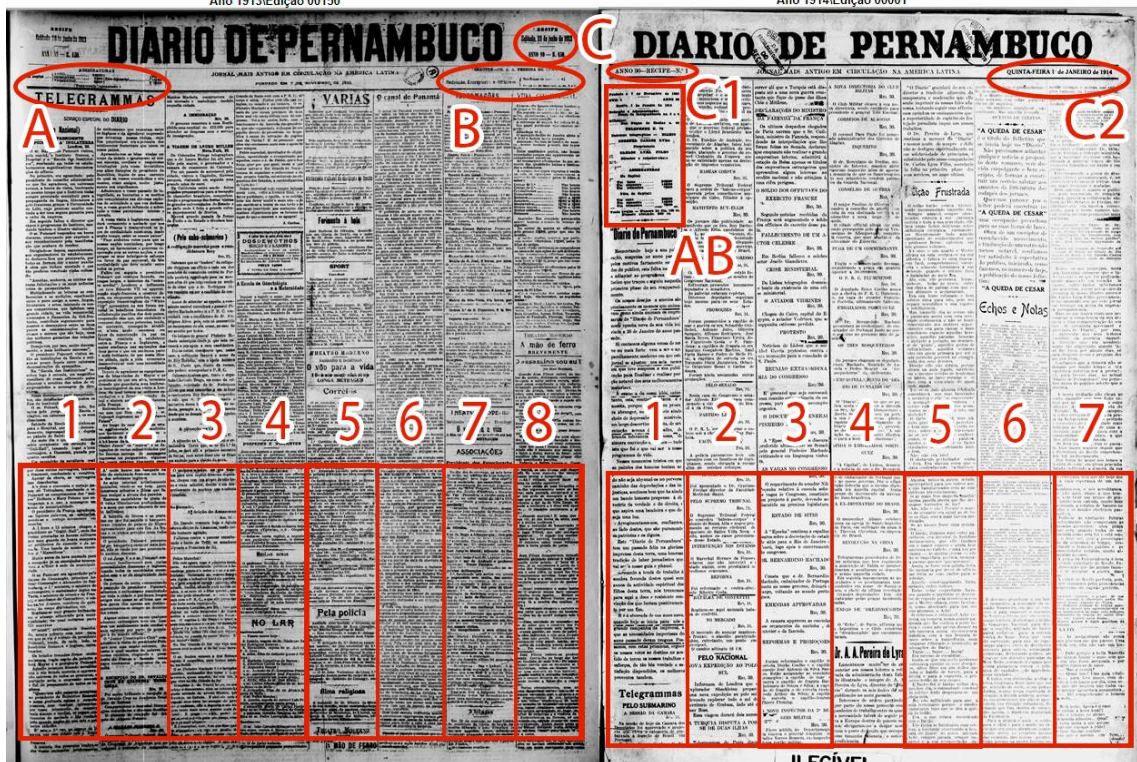


Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

As imagens são usadas na comemoração de bodas de ouro de parentes do dono do jornal. Imagens não seriam comuns no jornal até 1932. Em 1907, dia 04 de setembro, na edição 200^o, o jornal utiliza um gráfico pela primeira vez em sua capa. Em 1914 o jornal muda sua diagramação, passa a ter 7 colunas e 8 páginas, as informações sobre assinaturas e sobre a redação são incorporadas no texto representados na imagem como AB. O ano desde a fundação do jornal, o número da edição e local são reposicionados ocupando a posição superior esquerda representada por C1, agora abaixo do nome do jornal e dentro de uma barra que também enquadra “O jornal mais antigo da América Latina” e a data é posicionada na parte superior direita também dentro dessa barra e está representado como C2 na imagem.

Vale ressaltar que, a partir das comparações realizadas, este modelo manteve-se por um período extenso, tendo pequenas modificações, as mais notáveis sendo em 1930 e 1936, a quantidade de páginas também aumentou durante esse período de 8 para 10 e depois em 1936 de 10 para 12. É importante destacar que as manchetes começaram a tomar forma nos anos de 1920, abaixo 1922 é uma amostra de como era antes, 1926 são os precursores, apresentando até a presença de linha fina e em 1929 temos o surgimento de chamadas.

Figura 9 – Diário de Pernambuco edição 150 de 1913 e 01 de 1914
Ano 1913/Edição 00150 Ano 1914/Edição 00001



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Figura 10 – Diário de Pernambuco edições 01 de 1922, 02 de 1926 e 74 de 1929



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Figura 11 – Diário de Pernambuco edições 74 de 1929



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Nessa esteira, observa-se que em 1940 o jornal faz mais uma mudança significativa em seu *layout*. Altera, assim, sua diagramação novamente e, desta vez, passa a ter 8 colunas e 8 páginas, mas nenhuma mudança notável na identidade gráfica ocorre. Porém, já é possível ver a prevalência de manchetes e as imagens se tornam ainda mais comuns.

Figura 12 – Diário de Pernambuco edições 01 e 283 de 1940



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Esse novo formato gráfico foi levado a prensa ao longo de trinta anos, acompanhando o aumento da tiragem do periódico, como pode ser observado na tabela que segue em anexo (Tabela 1). Manteve-se assim até 1970, porém durante esse período foi aumentando em quantidade de páginas até chegar em um padrão de 18 páginas, de 60 para 70 a quantidade de páginas passa a ser 24 e as colunas passam a ser 7 (figura 13), enquanto a identidade gráfica se manteve em grande parte a mesma.

Não obstante tais alterações, é possível observar que as mudanças que ocorrem depois são relativamente menores. A quantidade de páginas continuou a aumentar indo de uma média de 24 para 30, porém, a partir de 1980 não é mais possível dizer que existe um padrão na quantidade de páginas, pois essa quantidade flutua entre 20 e 60 por exemplar¹. É notável, no entanto, que a quantidade de colunas diminuí de 7 para 6 (figura 14).

Por fim, até 1988, os editores e a direção do jornal optaram por mais uma diminuição de colunas, de 6 para 5. Já o número de páginas passa a variar em menor quantidade entre as tiragens, flutuando entre 40 e 60. Mais imagens e cartuns são adicionados às edições, contribuindo para a criação de uma identidade gráfica mais moderna e atualizada (figura 15).

Figura 13 - Diário de Pernambuco edição 10 de 1960 e 01 de 1970



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

¹ Ver tabela em apêndice.

Figura 14 - Diário de Pernambuco edições 01 de 1970 e 1980
Ano 1970/Edição 00001 Ano 1980/Edição 00001



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Figura 15 – Diário de Pernambuco edição 01 de 1980 e 02 de 1988
Ano 1980/Edição 00001 Ano 1988/Edição 00002



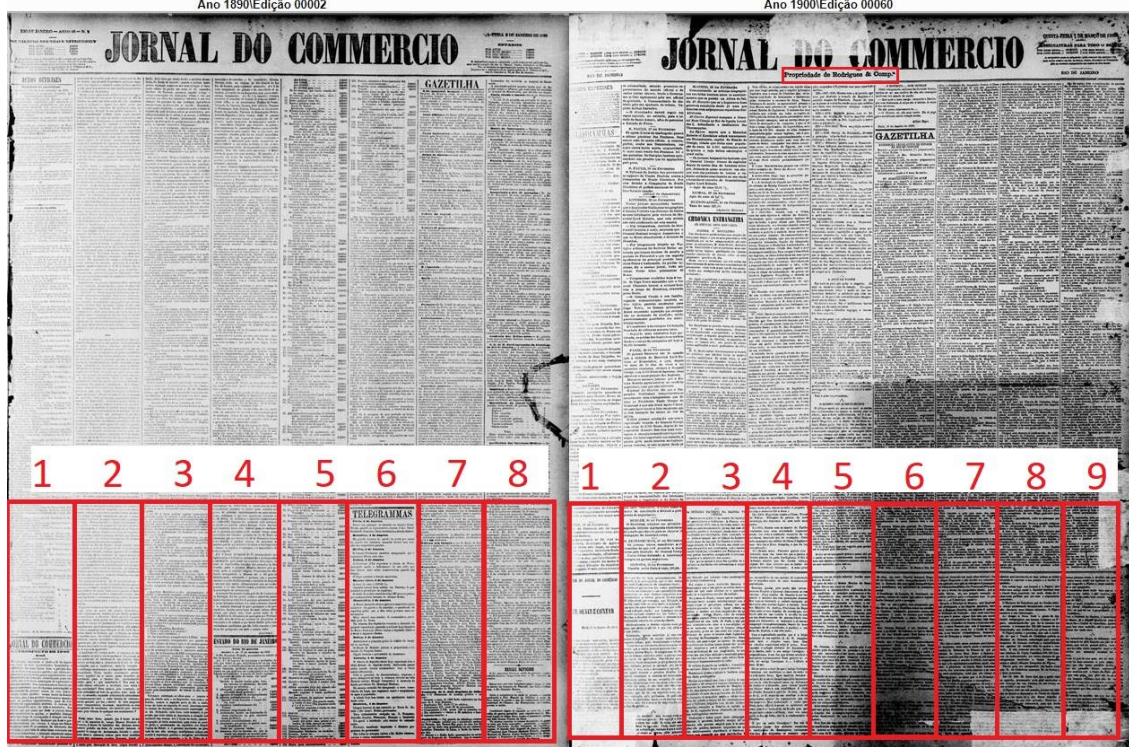
Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

5 A LINGUAGEM DO JORNAL DO COMMERCIO (RJ)

Para analisarmos as especificidades gráficas do Jornal do Commercio, será necessário iniciar já em 1890, pois, não é possível observar se houve mudanças significativas nesse aspecto entre 1889 e 1890. Entre 1890 e 1900, o Jornal do Commercio (RJ) cresce em número de colunas, de 8 para 9, e também adiciona “propriedade de...” abaixo do nome do periódico. O número de páginas também aumenta de 4 para 10, porém esse padrão não é muito sólido, assim como observado no final do último capítulo, esses padrões flutuam, sendo que muitos exemplares possuíam 8, 12 e 14 páginas (figura 16).

Tendo isso em vista, observa-se que as mudanças ocorridas entre 1900 e 1910 são mais notáveis, sendo a principal a criação de uma barra abaixo do nome do jornal com informações do ano desde a fundação do jornal, número da edição e a data e local (figura 17). Já no período de 1910 e 1920, o jornal sofreu poucas alterações gráficas, mas foram notáveis apenas a quantidade de páginas e colunas que passaram a ter um padrão de 24 a 30 páginas e aquela passou de 8 para 7 colunas (figura 18).

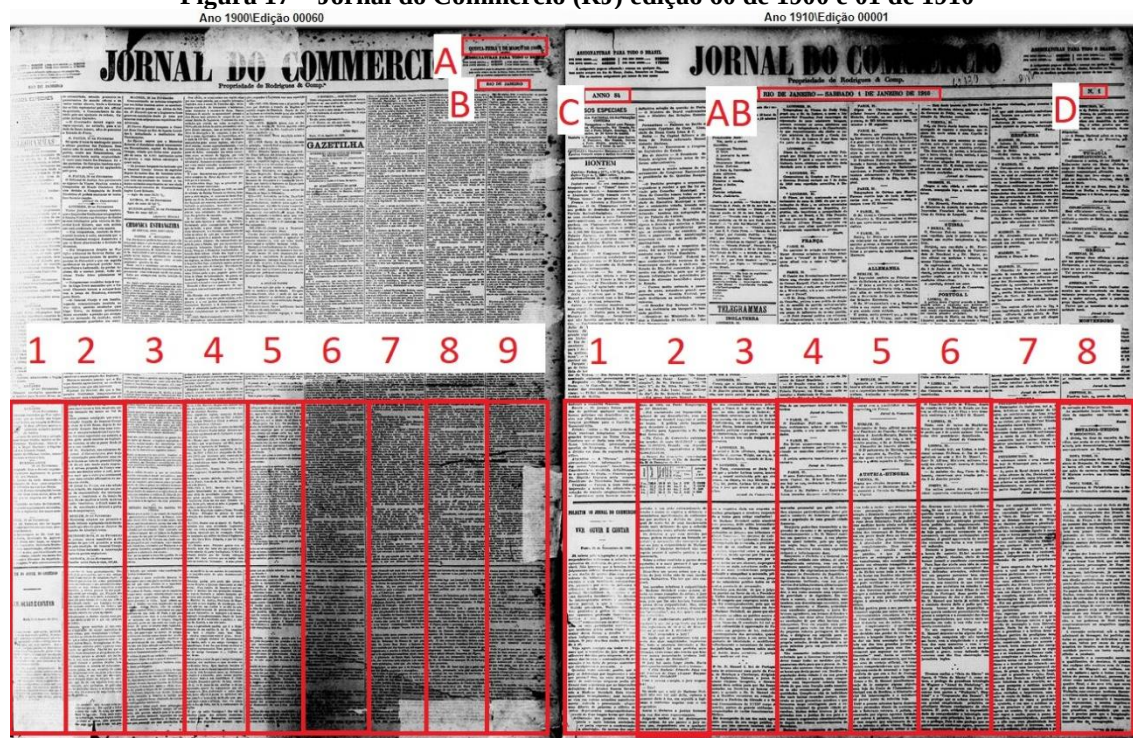
Figura 16 – Jornal do Commercio (RJ) edição 02 de 1890 e 60 de 1900



Fonte:

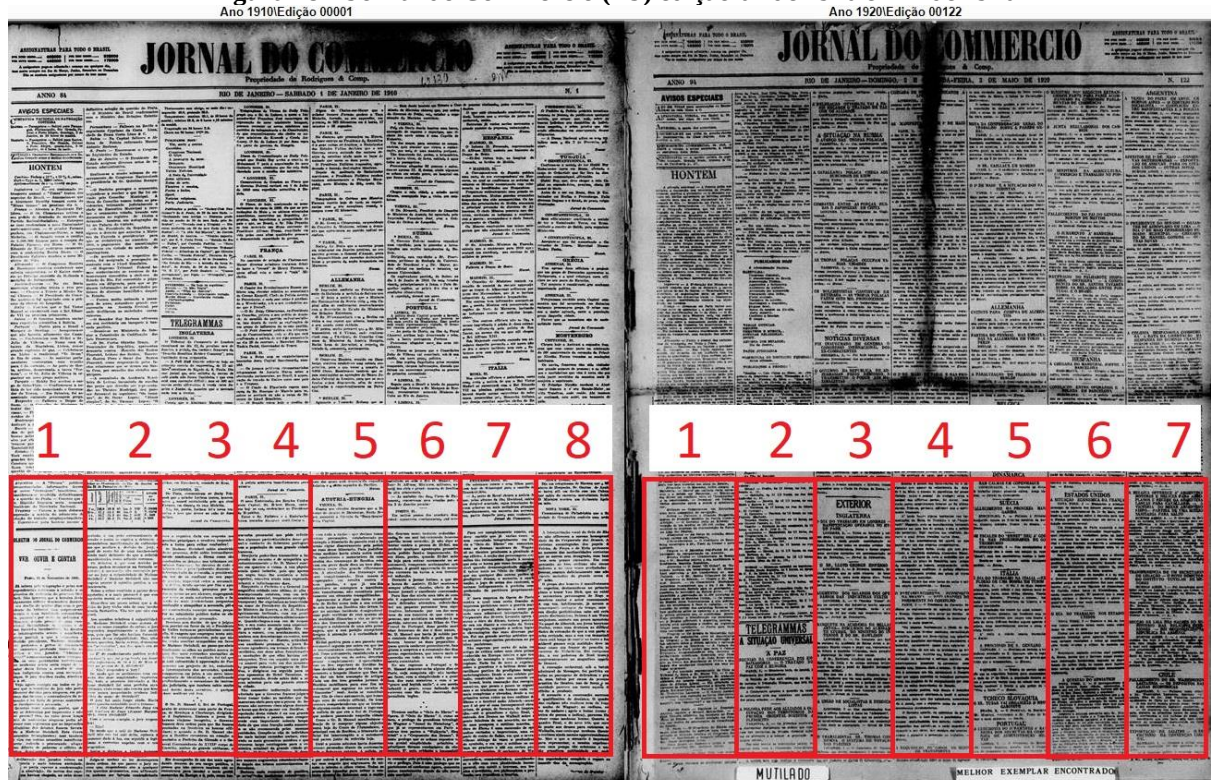
Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Figura 17 – Jornal do Commercio (RJ) edição 60 de 1900 e 01 de 1910



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Figura 18 – Jornal do Commercio (RJ) edição 01 de 1910 e 122 de 1920



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Seguindo as mudanças mencionadas, o periódico passa por um grande período sem mudanças notáveis, as quais ocorrem somente em 1940. Ainda assim, nesse período observamos os exemplares mantêm o mesmo modelo gráfico com 7 colunas. Contudo, aumentou-se de 12 para 16 páginas o número de páginas entre 1940 e 1949, somente com poucos exemplares extrapolando tal padrão. Vale notar que nesse período já é possível observar os primeiros formatos de manchetes sendo estruturados, ainda que surjam no Jornal do Commercio consideravelmente mais tarde do que no Diário de Pernambuco (PE) (figura 19). Em relação às imagens, entretanto, não há um desenvolvimento significativo que demonstre um padrão de inclusão.

Figura 19 – Jornal do Commercio edição 78 de 1940



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Na metade da década de 1950 o jornal passa por mais mudanças, e chega a ter edições com 10 colunas. Porém as principais mudanças foram a remoção da antiga lista de preços de assinaturas que ficava ao lado do nome do jornal e substituição pela informação do número de páginas e cadernos representados na imagem (A) e o preço do jornal avulso (B). Além disso movem o número da edição para junto com o ano desde a fundação do jornal, localizado abaixo da primeira marcação (A) e colocam o nome do diretor do jornal na posição abaixo da segunda marcação (B). Por fim, o número de colunas, a partir desta edição de 1 de outubro de 1958, passa a ser 8 e o jornal começa a utilizar imagens com frequência a partir desta data (figura 20).

Figura 20 – Jornal do Commercio (RJ) edição 01 de 1958

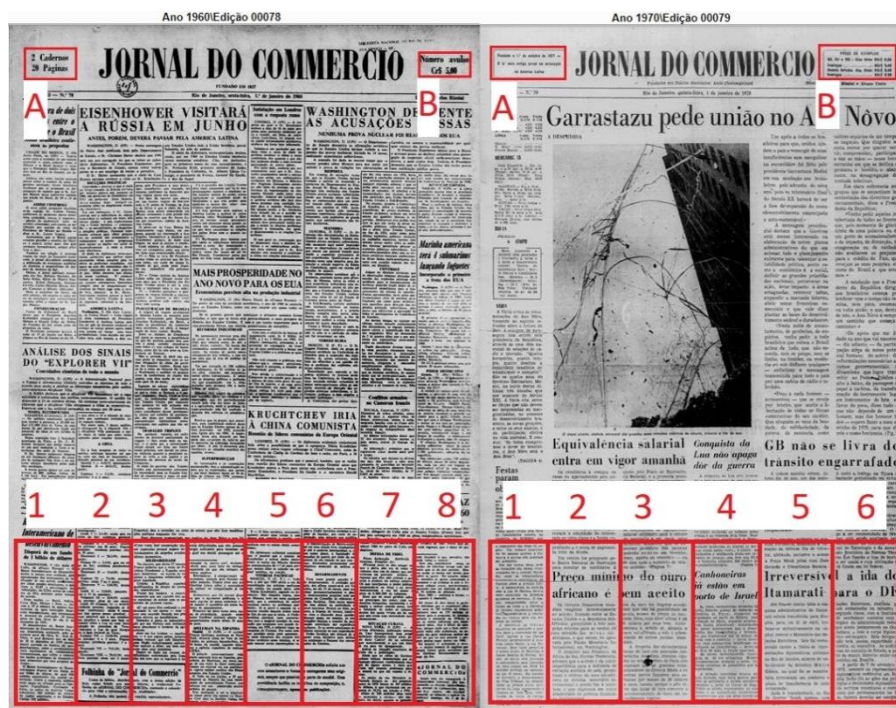


De 1960 para 1970 o jornal sofre mais mudanças, passa a ter 6 colunas e o número de páginas flutua de 16 a 24. Concomitantemente a tal mudança, o periódico traz de volta os preços de exemplares no canto superior direito, na imagem marcado como “B” e um texto falando que o jornal foi fundado em 1825 e é o terceiro mais antigo em circulação na América Latina (figura 21, A).

Da mesma maneira, no exemplar de 1980 podemos ver que os elementos gráficos ao lado do nome do jornal foram removidos, porém o número de colunas se mantém. O número de páginas fica no patamar de 20 para 26, porém é ocasionalmente existem edições com 50 páginas. Nesta edição podemos ver claramente a utilização do conceito de pirâmide invertida na construção gráfica do jornal (figura 22).

No último ano analisado, por fim, consta no jornal a adição de mais uma barra abaixo do nome do jornal, na barra de cima estão informações da edição do jornal, local e ano desde a fundação do jornal (este é repetido em letras maiores diretamente acima destas informações, no canto superior esquerdo), no centro da barra superior está escrito “O jornal do homem de negócios” e na parte direita desta mesma barra está “fundado em 1827”. Na barra inferior estão informações do nome do vice-presidente, presidente e diretor-editor. O número de colunas é o mesmo assim como o padrão de páginas, existe uma maior utilização de elementos gráficos (figura 23).

Figura 21 – Jornal do Commercio (RJ) edição 78 de 1960 e 79 de 1970



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Figura 22 – Jornal do Commercio (RJ) edição 76 de 1980

Ano 1980/Edição 00076

JORNAL DO COMMERCIO

Fundação do Diário Associação: Auto-Chavez/Brasil

Cinco Mars, 3 de Janeiro de 1980 - Exemplar: C-15 016

Ouro sobe US\$ 41 em 24 horas



O ouro chegou a mais de 1980 com um aumento de 41 dólares, o que eleva seu preço atual para 1.980 dólares por onça troy. A queda de 21,3 gramas foi causada por uma queda de 1,3 dólares, o que representa um aumento de 41 dólares em 24 horas, ou seja, 1,7%, em relação à semana anterior.

Os especialistas acreditam que o aumento do preço do ouro, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca, é apenas o começo de uma tendência de alta. Eles também acreditam que o preço do ouro continuará a subir, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca.

Energia perde o crédito



O argumento para a Eletricidade com afluência de recursos de longo prazo, o presidente da empresa, Maurício Salazar, que afirma que a ELETROBRÁS não tem condições de pagar a dívida de longo prazo, o que representa um aumento de 41 dólares em 24 horas, ou seja, 1,7%, em relação à semana anterior.

Um aumento de 41 dólares em 24 horas, ou seja, 1,7%, em relação à semana anterior.

Proálcool fica para BB e BC

O Banco Central já começou a liberar os agências bancárias da Região Nordeste do Brasil a partir de 1980, o que representa um aumento de 41 dólares em 24 horas, ou seja, 1,7%, em relação à semana anterior.

Os especialistas acreditam que o aumento do preço do ouro, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca, é apenas o começo de uma tendência de alta. Eles também acreditam que o preço do ouro continuará a subir, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca.

PTB de Brizola no TSE

A corrente liderada pelo ex-governador Leonel Brizola entrou em uma nova fase, o que representa um aumento de 41 dólares em 24 horas, ou seja, 1,7%, em relação à semana anterior.

Os especialistas acreditam que o aumento do preço do ouro, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca, é apenas o começo de uma tendência de alta. Eles também acreditam que o preço do ouro continuará a subir, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca.

SUMARIO

Fundo será alterado	BNDE fica sem lucro	Era falso o aumento
---------------------	---------------------	---------------------

EU, à ir 1 2 3 4 5 6

O preço do dólar em relação ao real brasileiro, o que representa um aumento de 41 dólares em 24 horas, ou seja, 1,7%, em relação à semana anterior.

Os especialistas acreditam que o aumento do preço do ouro, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca, é apenas o começo de uma tendência de alta. Eles também acreditam que o preço do ouro continuará a subir, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca.

Transbrasil usa Procap III para lançar ações

O Transbrasil usou o Procap III para lançar ações, o que representa um aumento de 41 dólares em 24 horas, ou seja, 1,7%, em relação à semana anterior.

Os especialistas acreditam que o aumento do preço do ouro, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca, é apenas o começo de uma tendência de alta. Eles também acreditam que o preço do ouro continuará a subir, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca.

Vai cair o preço do estanho

O preço do estanho está caindo, o que representa um aumento de 41 dólares em 24 horas, ou seja, 1,7%, em relação à semana anterior.

Os especialistas acreditam que o aumento do preço do ouro, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca, é apenas o começo de uma tendência de alta. Eles também acreditam que o preço do ouro continuará a subir, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca.

Risco não dá tempo a alterações

O risco não dá tempo para alterações, o que representa um aumento de 41 dólares em 24 horas, ou seja, 1,7%, em relação à semana anterior.

Os especialistas acreditam que o aumento do preço do ouro, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca, é apenas o começo de uma tendência de alta. Eles também acreditam que o preço do ouro continuará a subir, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca.

sem falsa modéstia

sem falsa modéstia, o que representa um aumento de 41 dólares em 24 horas, ou seja, 1,7%, em relação à semana anterior.

Os especialistas acreditam que o aumento do preço do ouro, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca, é apenas o começo de uma tendência de alta. Eles também acreditam que o preço do ouro continuará a subir, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca.

TEMPO

TEMPO, o que representa um aumento de 41 dólares em 24 horas, ou seja, 1,7%, em relação à semana anterior.

Os especialistas acreditam que o aumento do preço do ouro, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca, é apenas o começo de uma tendência de alta. Eles também acreditam que o preço do ouro continuará a subir, devido ao fato de que o dólar está sendo considerado uma moeda fraca.

Figura 23 – Jornal do Commercio (RJ) edição 77 de 1988

Ano 1988\Edição 00077

ANO 161 JORNAL DO COMMERCIO RIO

Rio de Janeiro - Ano 161 - Nº 77 O jornal do homem de negócios Fundado em 1827 - C\$ 30,00

Vice-Presidente Executivo: Isaac Terevici Presidente: Assunção de Almeida Diretor Editor: Aziz Aboud

TERÇA 1 de Janeiro de 1988

SUMÁRIO

BOLBAS A exemplo do mercado no encerramento de 1987, o mercado de ações iniciou 1988 sobressa, sob o signo de um pequeno movimento. Na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro, o primeiro movimento foi de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos. Na Bolsa de São Paulo, o primeiro movimento foi de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos. Na Bolsa de São Paulo, o primeiro movimento foi de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos.

DOLAR O mercado paralelo do dólar iniciou mais modesto que o esperado, mas que sofreu um movimento de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos. Na Bolsa de São Paulo, o primeiro movimento foi de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos.

OPEN O mercado paralelo do dólar iniciou mais modesto que o esperado, mas que sofreu um movimento de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos. Na Bolsa de São Paulo, o primeiro movimento foi de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos.

RENDIA FIXA O mercado paralelo do dólar iniciou mais modesto que o esperado, mas que sofreu um movimento de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos. Na Bolsa de São Paulo, o primeiro movimento foi de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos.

FUTUROS A tendência do mercado futuro foi de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos. Na Bolsa de São Paulo, o primeiro movimento foi de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos.

TEMPO O mercado paralelo do dólar iniciou mais modesto que o esperado, mas que sofreu um movimento de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos. Na Bolsa de São Paulo, o primeiro movimento foi de alta, com o índice de fechamento do dia atingindo a marca de 10.000 pontos.

SA PÁGINA 2, RICARDO BUENO COMENTA QUE ACORDO FOI BOM, PARA BRACHER

Sarney, otimista, lutará contra onda de descrédito

Terceiro encontro agitado, agitado e desafiado de quem não quer a paz, mas não olha, mesmo no discurso em Brasília.

O presidente José Sarney, em um discurso proferido em Brasília, 1 de janeiro de 1988, fez de todas as partes a melhor, com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília. Uma palavra bem escolhida, de acordo com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília. Uma palavra bem escolhida, de acordo com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília.

Mailson deve ser confirmado

A confirmação de Mailson de Souza, como ministro da Fazenda, está em andamento. O presidente Sarney, em um discurso proferido em Brasília, 1 de janeiro de 1988, fez de todas as partes a melhor, com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília. Uma palavra bem escolhida, de acordo com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília.

Deficit só será contido se houver vontade política

O Conselho de Ministros, em um discurso proferido em Brasília, 1 de janeiro de 1988, fez de todas as partes a melhor, com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília. Uma palavra bem escolhida, de acordo com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília.

Aço plano, táxi, carros e energia elétrica aumentam

Automóveis, táxis, de táxi e de energia elétrica, aumentam. O Conselho de Ministros, em um discurso proferido em Brasília, 1 de janeiro de 1988, fez de todas as partes a melhor, com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília. Uma palavra bem escolhida, de acordo com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília.

Nova Carta sai em 45 dias, diz Ulysses

Dentro de 45 dias, a nova Carta sairá em 45 dias, diz Ulysses. O Conselho de Ministros, em um discurso proferido em Brasília, 1 de janeiro de 1988, fez de todas as partes a melhor, com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília. Uma palavra bem escolhida, de acordo com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília.

Price considera redução do IR em 88 "um engodo"

O presidente da Price, Nelson, considera a redução do IR em 88 "um engodo". O Conselho de Ministros, em um discurso proferido em Brasília, 1 de janeiro de 1988, fez de todas as partes a melhor, com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília. Uma palavra bem escolhida, de acordo com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília.

Fiesp e CNI esperam demissões até março

O presidente da Fiesp, Carlos, e o presidente da CNI, Carlos, esperam demissões até março. O Conselho de Ministros, em um discurso proferido em Brasília, 1 de janeiro de 1988, fez de todas as partes a melhor, com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília. Uma palavra bem escolhida, de acordo com o tom de otimismo e de descrédito, importante por ser o primeiro discurso do presidente Sarney em Brasília.

Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O primeiro exemplar a ser analisado foi a edição 261 do dia 16 de novembro de 1889, um dia após a Proclamação da República. O primeiro elemento textual desse exemplar é um pequeno texto que diz “Os Srs. Amedée Prince & C., de Paris, são nossos agentes exclusivos de annuncios e publicações na França e Inglaterra”. Em seguida, observamos uma editoria dedicada a mensagens recebidas por telégrafos, Telegramas (Apresentando vários telegramas recebidos pelo jornal, não aparenta ter muita edição); Instrução popular (Apresenta trechos de literatura brasileira); Diário de Pernambuco (Um editorial); Parte Oficial (Expedientes e despachos do governo); e Interior (Notícias nacionais). Correspondências que englobam cartas enviadas ao jornal, as cartas em si não têm nenhuma edição, indústrias e artes é uma editoria que trata desses assuntos. Revista diária é uma editoria que apresenta diversas notas como: resultados de provas, prisões, obituário e outros.

Chama a atenção, ainda, uma coluna dedicada à “Um pouco de tudo”, uma editoria que como diz o nome, publica um pouco de tudo, isto é, de poemas até ideias novas como fazer uma ponte no estreito de Bering. A “Crônica judiciária” apresenta os julgamentos, distribuições, passagens e diligências ocorridas em uma sessão ordinária do Tribunal da Relação. A “Indicações uteis” apresenta indicações de profissionais e produtos de diversas áreas, enquanto que “Publicações a pedido” é autoexplicativo. “Editais” apresentam os editais disponíveis no dia. A coluna “Comercio” traz informações sobre o comercio local, e “Declarações” apresenta diversas declarações. “Leilões” traz os leilões que ocorrerão e suas datas e locais e, por fim, a coluna “Exterior” traz notícias internacionais.

Analisando notícias nessa mesma edição, nota-se que como título a única informação é o local de onde vem essa notícia. Após o título é comum ter uma data, como “Datas até 1 do corrente”. Sobretudo, vale destacar que até aqui as notícias ainda não apresentam qualquer aspecto de *lead* ou pirâmide invertida, sendo possível notar também que algumas notícias aparentam não procurar imparcialidade, apresentando opinião como fato mesmo fora de qualquer espaço editorial.

Na edição de 1900, temos em geral as mesmas editorias com a adição de algumas editorias como medicina, agricultura e necrologia. Necrologia seria o equivalente a obituários. As notícias em geral são redigidas da mesma forma que em 1889, porém as datas aparentam ser mais precisas como “2 de dezembro do último [ano]”.

Na edição de 1910, é possível observarmos diversas mudanças na questão textual, primeiramente as editorias foram alteradas: “Telegramas” (se manteve igual). “Reportagem”

(apresenta primeiro uma lista de eventos e horários do dia de hoje, amanhã e depois de amanhã. Então apresenta uma série notícias em geral, aqui já é possível notar uma maior organização das notícias, ao invés de serem agrupadas por local elas são agrupadas por tópico). “Notas Várias” seria o equivalente à coluna “Um pouco de tudo”. O resto dos editoriais se mantiveram o mesmo.

Um exemplo de notícia encontrada na editoria “Reportagem” é a seguinte, presente na edição 01 de 1910, sob o título “Desastre”:

O trem partido de 27 do mez findo de Timbauba para Parahyba, alcançou no kilometro 119, o menor Odilon, de 12 annos de idade, filho de Capitulina Maria da Conceição, matando-o horriavelmente. O menor tinha o feio habito de morcegar os comboios e foi essa imprudencia a causa de sua morte. O cadaver de Odilon, após competente exame, foi inhumado no cemitério da referida cidade. Guiava a locomotiva que era a de n. 55, o machinista Damião José da Costa. Serviam no comboio os conductores de nomes, Francisco Ribeiro e João Ferreira. (Orlando, 1910)

Ao analisarmos essa notícia, é inegável que as questões do *lead* estão presentes no primeiro parágrafo, porém facilmente notamos a ausência da pirâmide invertida. Existe uma falta de hierarquia nas informações. A primeira informação presente é sobre a data em que o trem partiu e sua rota, então o local do ocorrido, então o nome e idade da vítima, então o parentesco da vítima e só depois de tudo isso que a notícia traz o ocorrido. Notável também é o fato de que tal notícia não traz a profundidade de uma reportagem e não é a única, pois diversas dessas peças jornalísticas seriam descritas atualmente como notícias ou até notas.

Seguimos para 1920, quando novamente são alteradas as principais editorias, voltando ao esquema anterior de 1889-1900, em que as principais notícias são mais focadas em telegramas e estes são divididos em interior e exterior. Além dessa mudança é importante notar a criação da editoria “Sport” e Última Hora. Fora estas mudanças, as outras editorias não sofreram grandes alterações, os telegramas vão desde notas até notícias. É importante notar que existem em 1920 títulos para cada uma das notícias, algo que em 1910 não era o padrão.

Um exemplo de notícia de 1920, dentro da editoria interior da edição 01 de 1920, sob o título a questão das tarifas.

Na sessão nocturna, effectuada, hontem, na Camara, foi lido um abaixo assignado, explicando a falta de tempo para approvar a reforma das tarifas alfandegarias. Em vista disso a Camara era obrigada a adiar a solução do problema para o proximo anno. Assim procedendo a Camara tinha o intuito principal de manifestar ao sr. Homero Baptista sua confiança e evitar que se julgasse existir na sua attitute qualquer proposito opposicionista para com o governo. O sr. Oscar Soares tendo a declaração referida, nada explicou sobre o caso. Aliás todos sentiam lealmente que era necessario prestigiar o ministro da fazenda. O sr. Carlos de Campos dando a conhecer a orientação da bancada paulista, seguindo o voto em separado do sr. Rodrigues Alves, não importava absolutamente, a quebra de apoio politico ao presidente. Quem falou claro foi o sr. Mauricio de Lacerda, assegurando que o leader abandonára o sr. Homero, e dahi o facto de vir o sr. Oscar Soares falar em nome do governo. O sr. Mauricio de Lacerda pensa que a declaração foi uma especie de d’agua com assucar

dada com o fim de acalmar os nervos do presidente, o que não foi conseguido. Todavia não fará nenhum mal. A maioria finge que sustenta as ideias do governo e na verdade aprovou um voto de confiança parlamentar (Lyra Filho, 1920)

Ao examinarmos essa notícia, fica clara a ausência não só da pirâmide invertida como também a ausência de um *lead*, isso pode ser considerado um retrocesso quando comparado com a notícia que analisamos de 1910. Uma das justificativas seria o foco em notícias telegrafadas. Já em 1930, as editorias não sofreram mudanças notáveis desde 1920, o jornal sofre poucas mudanças na questão textual, o *lead* e a pirâmide invertida ainda estão ausentes. Porém segue-se o foco em telegramas a maioria das notícias é telegrafado.

Já a mudança de entre os jornais de 1930 e 1940 é muito mais clara. É possível notar, a partir do exemplar de 1940, que manchetes, linha fina e chamadas estão presentes. Uma boa quantidade de matérias é de agências de notícias e isso reflete o foco na Segunda Guerra Mundial e na guerra do inverno entre a União Soviética e a Finlândia. Essas notícias são relativamente objetivas e diretas, um contraste com suas contrapartidas de 1930.

Com as notícias sobre as guerras, a mudança textual em direção a formação da estrutura de *lead* começa a ser mais visível. A linguagem do jornal passa a ser menos literária e mais jornalística, a pirâmide invertida está presente até certo ponto, ainda que sem a utilização completa de *lead*. Mesmo que não esteja presente nessas edições na forma como a reconhecemos hoje, sua existência é presente, mesmo que limitada, e algumas notícias não a possuía. Por terem a maioria de notícias de agências de notícias, é incerto que essas mudanças refletem uma evolução na linguagem do jornal.

Seguindo a tendência de 1940, as edições de 1950 possuíam todos esses elementos textuais. As notícias ficaram maiores, sendo mais profundas e trazendo mais informações, porém o foco em agências de notícias continua. Examinando diversas notícias, é possível notar características mais próprias da pirâmide invertida e do *lead* em muitas delas, porém a maioria das notícias são de agências de notícias e nos encontramos na mesma situação que em 1940, nas quais é difícil dizer até que ponto o próprio jornal teve influência na redação dessas notícias.

Considerando que a principal mudança textual foi o florescimento do *lead* e pirâmide invertida no Brasil, as décadas de 1960, 1970 e 1980 trazem principalmente uma evolução destas técnicas, tentando espelhar cada vez mais o jornalismo norte-americano.

O Jornal do Commercio (RJ) passou por fases similares, inicialmente de 1889 a 1940 o jornal tinha uma característica literária, com pouco ou nenhuma influência do *lead* ou pirâmide invertida. A partir de 1940 existe um aumento na quantidade das notícias de agências, o interesse na segunda guerra explica essa mudança de foco. Porém a maneira que as notícias eram apresentadas (com o local e data) atrasaram o afloramento do *lead* no jornal. Essa forma

de diagramação da notícia continua até 1970, a partir desse período podemos considerar que o lead realmente se consolidou no jornal. Os anos de 1980 e 1988 não viram grandes avanços fora da adaptação da técnica.

Analisando os periódicos e suas trajetórias, é possível chegar a algumas considerações. Sobre a questão gráfica, os jornais, principalmente o Diário de Pernambuco (PE), estiveram em constante mudança desde o início do século XX, porém é possível notar que as maiores mudanças nessa área ocorrem após os respectivos jornais foram incluídos nos Diários Associados de Assis Chateaubriand. O primeiro dos dois foi o Diário de Pernambuco (PE) que foi comprado em 1931, já o Jornal do Commercio (RJ) foi comprado em 1959, se juntando então ao grupo dos Diários Associados. Essas mudanças na liderança dos jornais foram as principais e a partir desse marco os jornais passam a utilizar mais imagens e tem seus elementos gráficos atualizados ficando cada vez mais próximos dos jornais que conhecemos hoje.

Sobre a questão textual e principalmente o *lead* e a pirâmide invertida, é possível apontarmos certos padrões que de certa forma fizeram que ambos os jornais demorassem para adotar essas técnicas. A principal razão seria o formato das notícias, quando olhamos desde 1889, a maioria das notícias são precedidas da data e do local. Esse formato que já respondia duas das perguntas do lead pode ser considerado uma das razões que não vemos a implementação dessa técnica por grande parte do século XX. Com a popularização das agências de notícias o jornalismo brasileiro passou a ter um contato muito mais direto com peças jornalísticas que possuíam lead e pirâmide invertida, essa influência foi um dos fatores que levaram ao surgimento da técnica nos jornais analisados.

Comparando os jornais fica claro suas diferenças, o Jornal do Commercio (RJ) é extremamente conservador evitando mudanças ao máximo de 1889 até 1940. Além disso adotou a utilização de imagens de maneira regular bem depois do Diário de Pernambuco (PE). Já o Diário passou por diversas mudanças durante os anos e adotou mais cedo a utilização de imagens. Usando como base os gráficos no apêndice podemos ver que inicialmente o Jornal do Commercio (RJ) tinha maior tiragem, porém de 1950-1959 o Diário de Pernambuco (PE) ultrapassa, podemos entender essa mudança considerando que o Rio de Janeiro havia perdido o status de capital em 1960 com a fundação de Brasília. Esses padrões seguem até o final dessa pesquisa em 1989. Porém não é possível apontar isso como o motivo que um jornal ainda existe e outro não, considerando que o Jornal do Commercio (RJ) só fechou em 2016 mais de 25 anos depois do fim do gráfico.

REFERÊNCIAS

ABREU JÚNIOR, João Batista de; FERREIRA, Marieta de Moraes; BEZERRA, Ricardo Lima. **Diário de Pernambuco**. 2009. Disponível em: <https://www18.fgv.br/cpd/doc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/diario-de-pernambuco>. Acesso em: 22 abr. 2024.

AREIAS, Karilayn. Jornal do Commercio fecha as portas: jornal mais antigo do rio encerra amanhã história de 189 anos. **O Dia**, Rio de Janeiro, 28 abr. 2016. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2016-04-28/jornal-do-commercio-fecha-as-portas.html>. Acesso em: 01 abr. 2024.

BRASIL, Bruno. **Jornal do Commercio (Rio de Janeiro)**. 2015. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/artigos/jornal-do-commercio-rio-de-janeiro/>. Acesso em: 21 nov. 2023.

GASPAR, Lúcia. **Diario de Pernambuco. Pesquisa Escolar**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2004. Disponível em: <https://pesquisaescolar.fundaj.gov.br/pt-br/artigo/diario-de-pernambuco-jornal/>. Acesso em: 20 jun. 2024.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Ortiz, 1987.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LOPES, Gabriella Zauith Leite. **História do Jornalismo**: período jornalístico. [S. l.]: Gabriella Zauith Leite Lopes, 2021. 49 slides, color, 28 cm x 21 cm.

LUSTOSA, Isabel. **O nascimento da imprensa brasileira**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=lang_pt&id=nSq40ktuCb0C&oi=fnd&pg=PA7&dq=surgimento+da+imprensa+no+brasil&ots=wvda1tl8kF&sig=UUh_iTffoFpcVfGYEATe9hGfjLQ#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 05 mar. 2024.

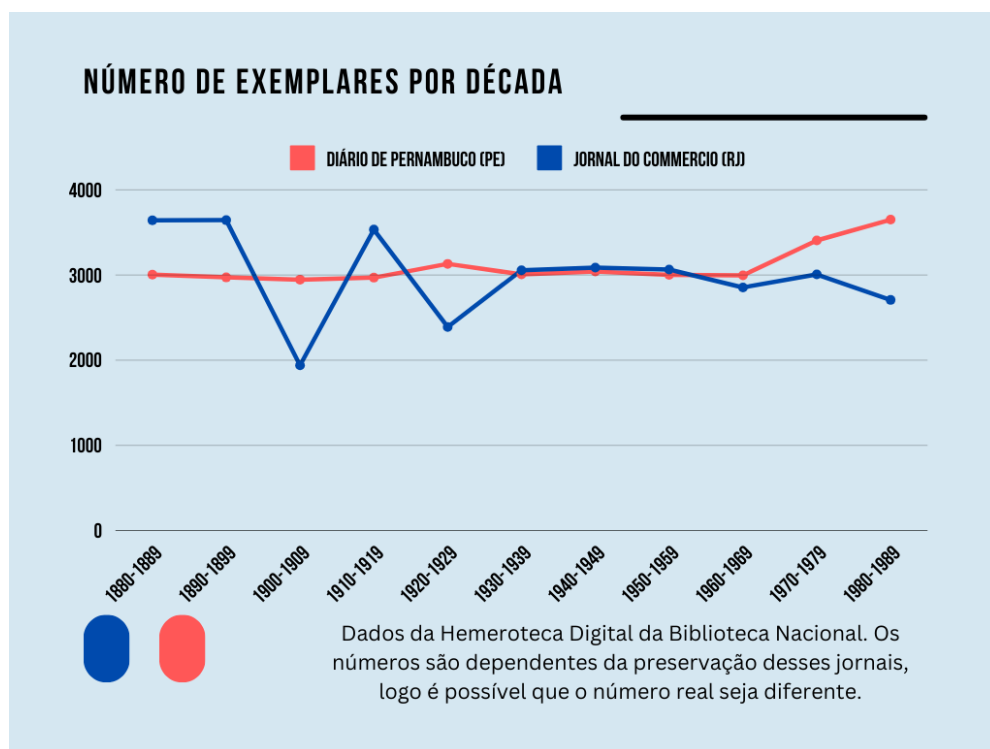
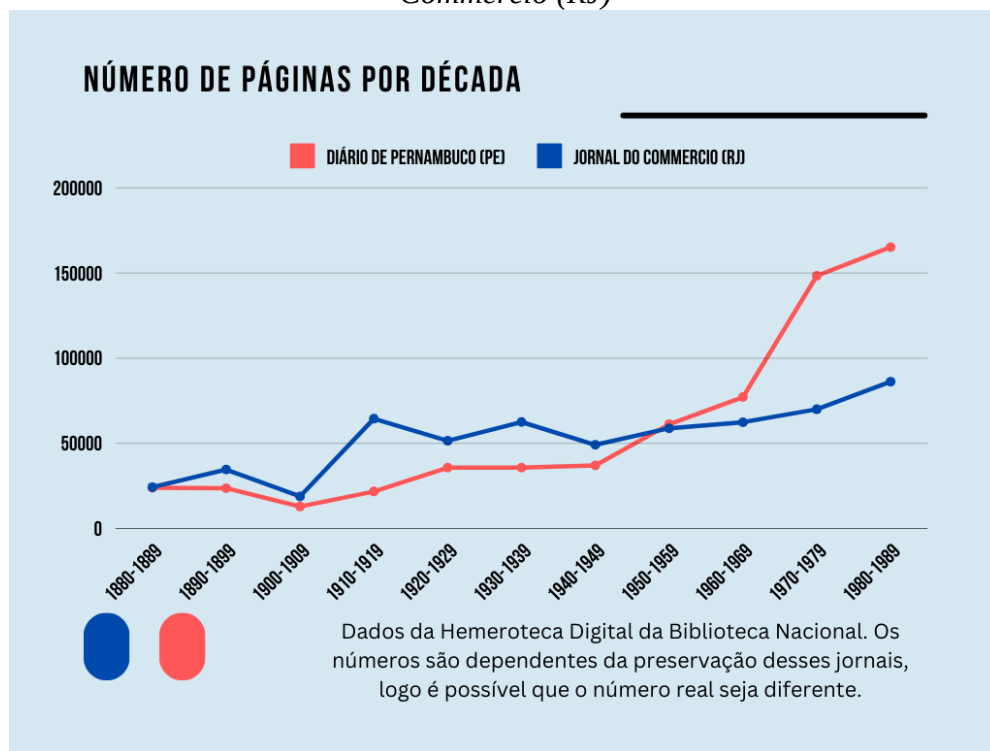
LYRA FILHO, Carlos (ed.). A questão das Tarifas: -rio, 30-. **Diario de Pernambuco**, Recife, n. 1, ano 96, p. 1-10. 01 jan. 1920. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=029033_10&pagfis=1. Acesso em: 02 out. 2024.

ORLANDO, Arthur (ed.). Desastre. **Diario de Pernambuco**, Recife, n. 4, p. 1-4. 01 jan. 1910. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=029033_09&pasta=ano%20191&pesq=&pagfis=1. Acesso em: 25 set. 2024.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso**. Porto: Letras Contemporâneas, 2001. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>. Acesso em: 04 mar. 2024.

APÊNDICE A - GRÁFICOS DO NÚMERO DE PÁGINAS E TIRAGENS

Relação de tiragens e páginas dos periódicos *Diário de Pernambuco (PE)* e *Jornal do Commercio (RJ)*



Fonte: autoria própria