



UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA  
MESTRADO EM HISTÓRIA

PRISCILA DANIELE TAVARES RIBEIRO

**DO BURGO PODRE AO LEÃO DO NORTE:**  
O JORNAL DO COMMERCIO E A MODERNIDADE EM MANAUS (1904-1914)

MANAUS  
JUNHO DE 2014



UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA  
MESTRADO EM HISTÓRIA

PRISCILA DANIELE TAVARES RIBEIRO

**DO BURGO PODRE AO LEÃO DO NORTE:**  
O JORNAL DO COMMERCIO E A MODERNIDADE EM MANAUS (1904-1914)

ORIENTADORA:  
PROF<sup>a</sup> DR<sup>a</sup> MARIA LUIZA UGARTE PINHEIRO

*Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal do Amazonas, como requisito para a obtenção do título de Mestre em História.*

MANAUS  
JUNHO DE 2014

## TERMO DE APROVAÇÃO

## Banca Examinadora

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Luiza Ugarte Pinheiro  
Presidente – UFAM

---

Prof. Dr. José Ribamar Bessa Freire  
Membro Externo – UERJ

---

Prof. Dr. Almir Diniz de Carvalho Júnior  
Membro Interno – UFAM

## DEDICATÓRIA

*À Raimunda Ribeiro e Gil Monteiro, meus pais, pelo apoio constante e amor sem limites.*

*À Ananda Karolyne e Welliton José, meus amores, pelo sacrifício em acompanhar cada parte do processo: de ir e vir, de não desistir e de persistir.*

*À Esperança de Nazaré, minha sogra, por todo amor e pelas palavras de fé que me acalentavam e renovavam meu fôlego.*

*A Deus, meu criador, meu guia, meu protetor, meu advogado, meu socorro nas horas de angústia e minha força na caminhada.*

*À soberana rainha, Nossa Senhora, que me deu a oportunidade nessa empreitada.*

## AGRADECIMENTOS

Ao término dessa jornada de quase dois anos e meio diversas pessoas contribuíram de diferentes formas no construir desse trabalho. Uma indicação de um livro, uma palavra de incentivo, debates e reflexões que abriram caminhos para novas possibilidades sobre o tema. Sem essa ajuda o caminhar se tornaria mais penoso e mais pesado. A cada um que contribuiu nesse processo agradeço enormemente

À minha querida amiga de longas datas: Jordana Coutinho Caliri. Jordana foi responsável em me apresentar o curso de mestrado do Programa de Pós-graduação em História, fornecendo-me todo o tipo de informação que eu necessitava para que realmente decidisse enfrentar esse desafio. Sem as dicas e os incentivos de Jordana nada disso seria possível.

À professora, orientadora e amiga Maria Luiza Ugarte Pinheiro por seus nobres ensinamentos. Sempre disposta a ouvir minhas dúvidas e anseios, encorajando e sendo crítica nos momentos certos. Tornou-se a cada dia o farol que me guiava em meio a tormenta de teorias e uma diversidade de obras. Sua contribuição para esse trabalho possui um valor inestimável.

À Secretaria de Estado de Educação e Qualidade de Ensino (SEDUC) que possibilitou afastar-me da sala de aula, ganhando, assim, tempo precioso para que o bom andamento da pesquisação fosse prejudicado.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela concessão da bolsa de estudo. Recurso fundamental para a compra de materiais necessários empregados na pesquisa.

À empresa Jornal do Commercio na figura da senhora Socorro Lima, assessora comercial, sempre disposta a ajudar.

Ao Laboratório de História da Imprensa no Amazonas (LHIA), na figura dos professores Maria Luiza Ugarte Pinheiro e Luís Balkar Sá Peixoto Pinheiro, pelo acesso a teses, dissertações, livros e periódicos.

Aos professores Luís Balkar Sá Peixoto Pinheiro, Almir Diniz, Patrícia Silva, e Adriana Angelitapelas questões discutidas em sala de aula, que muito contribuíram na reflexão e na reformulação do trabalho.

Aos cinco guerreiros que comigo foram os sobreviventes da seleção de mestrado da turma de 2012: Paula Dantas, Manoel Aires, Vlândia Catanhede, Cristina Araújo e Bárbara Rebeka.

À Valdirene, amiga que caminhou lado a lado, texto a texto e “*face*” a “*face*”. Pela linda Manu que tanta alegria e inspiração me proporcionou.

À Vlândia Catanhede, mais uma vez, por nossos intensos debates pelo *Whatsaap*. Pelo carinho e pela palavra amiga, pelas sugestões e também por ler meus desabafos. Pela Bia e Ana, as princesas da Vlândia, cheias de alegria. Obrigada amiga!

À Ana Paula, Patrícia Albânia e Waleska Danielle, minhas parceiras de trabalho, pela descontração, pelo apoio e risadas compartilhadas em vários momentos nesse ano de 2014. Amo vocês!.

À minha família, que sempre me apóia e incentiva nessa busca incessante pelo conhecimento! A Ananda por diversas vezes ceder sua cama para a infinidade de livros e textos, por seus carinhos, suas massagens, pela doçura em me esperar para brincar. A Welliton José, meu parceiro e companheiro de todos os momentos, nas tristezas, nas alegrias, certezas e incertezas, pelo seu domínio na informática e ajuda quando meu computador “do nada” travava. Pelo amor e por toda paciência.

Obrigada a todos!!

## RESUMO

Manaus, no fim do século XIX e início do século XX, tornou-se um importante centro comercial exportador e importador, onde os grupos que lucraram com o comércio da borracha estavam estritamente ligados com o capital internacional. Sendo assim, transformar a cidade “atrasada” numa cidade “moderna” foi condição obrigatória para os administradores locais, visto que a cidade precisava se adequar a essa concepção de “Moderno” tornando-se um centro urbano “civilizado”. Nessa perspectiva, buscou-se analisar de que forma o *Jornal do Commercio*, na primeira década de existência, desempenhou o papel de artífice na construção dessas transformações sociais e urbanas, diante do novo paradigma de modernidade para questões como educação, segurança, higiene, saúde, cultura, lazer, moda e consumo. Ainda, buscou-se analisar a trajetória dos primeiros proprietários do jornal, de suas relações sociais construídas na sociedade amazonense e das estratégias empregadas para aumentar o número de leitores.

Palavras-chave: Imprensa, História da Cidade e Modernidade.

## ABSTRACT

Manaus, in the late nineteenth century and early twentieth century, it became a major exporter and importer retail center, where groups who profited from rubber trade were closely linked with international capital. So transform “backward” city in a “modern” city was mandatory for local administrators condition, since the city had to adapt to this conception of “Modern” becoming a “civilized” urban center. In this perspective, we sought to examine how the *Jornal do Commercio*, the first decade of existence, played the role of architect in the construction of these social and urban transformation, before the new paradigm of modernity to issues such as education, safety, hygiene, health, culture, entertainment, fashion and consumption. Yet, we sought to analyze the trajectory of the first owners of the newspaper, their social relationships built in Amazonian society and strategies employed to increase the number of readers.

Keywords: Press, City History and Modernity.

## SUMÁRIO

|  |     |
|--|-----|
| CONSIDERAÇÕES INICIAIS   | 10  |
| CAPÍTULO 1   |     |
| <i>O Jornal do Commercio</i> de Joaquim Rocha dos Santos       | 27  |
| 1.1. Surgimento do jornal                                      | 27  |
| 1.2. Aspectos estruturais do jornal                            | 32  |
| 1.3. Jornalismo Popular e Sensacionalismo no JC (1904-1905)    | 36  |
| 1.4. Dirigentes, Redatores e Colaboradores                     | 47  |
| 1.5 O JC de Rocha dos Santos e as Relações de Poder            | 52  |
| 1.6 A morte de Rocha dos Santos                                | 56  |
| CAPÍTULO 2   |     |
| O JC no tempo de Vicente Reis                                  | 59  |
| 2.1. Período de Transição do JC (1906-1907)                    | 59  |
| 2.2. O JC e o jornalista Vicente Reis                          | 61  |
| 2.3 Aspectos estruturais do jornal (1907-1914)                 | 63  |
| 2.4. Jornalismo Popular e sensacionalismo no JC (1907-1914)    | 67  |
| 2.5 Dirigentes, Redatores e Colaboradores                      | 77  |
| 2.6. O JC de Vicente Reis e as Relações de Poder               | 81  |
| 2.7. Edições de aniversários do JC                             | 85  |
| CAPÍTULO 3   |     |
| JC: Imprensa a serviço do “Progresso” e da “modernidade”       | 88  |
| 3.1. Os jornais e as mudanças na Manaus da <i>Belle Époque</i> | 88  |
| 3.1.1 A modernidade como paradigma                             | 88  |
| 3.1.2 Manaus: A capital Mundial da Borracha                    | 90  |
| 3.1.3 As transformações de Manaus através dos jornais          | 94  |
| 3.2. A modernidade nas páginas do JC                           | 98  |
| 3.2.1 A questão da educação pública                            | 98  |
| 3.2.2 A cultura e o lazer                                      | 102 |
| 3.2.3 A questão da saúde                                       | 109 |
| 3.2.4 A questão da segurança pública                           | 113 |
| 3.2.5 A questão da habitação                                   | 115 |
| 3.2.6 O corpo, o consumo e a moda                              | 116 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS   | 124 |
| FONTES   | 126 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS                                     | 128 |

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A imprensa como fonte histórica ganhou espaço na reconstituição do passado e proporcionou o resgate de memórias e de dimensões sociais importantes até então esquecidas. Embora a historiografia tradicional, de cunho positivista, tenha colocado no século XIX e início do século XX o jornal como fonte pouco adequada para a recuperação do passado, o mito de que o jornal não estaria dentro da lista de documentos elencados, por essa escola, foi derrubado pela Escola dos Annales, com especial destaque a terceira geração<sup>1</sup>.

O século XX foi palco de grandes mudanças, principalmente na forma de se pensar o saber histórico e, com isso, a própria História da Imprensa foi sendo modificada e renovada no campo teórico-metodológico. Para compreender de que forma a Imprensa foi ganhando notoriedade como fonte, há de se entender como ela era vista na escola positivista. No final século XIX, surgiu a escola tradicional ou metódica que considerava a história como uma ciência positiva<sup>2</sup>, fugindo assim do subjetivismo em respeito à verdade. O movimento, para firmar a História como ciência, traçou um método de abordagem documental para os historiadores da época. O historiador deveria zelar pela objetividade, ou seja, deveria descrever o que estava objetivamente contido na fonte de uma forma imparcial, abstraindo-se de qualquer forma interpretativa ou imaginativa.

O documento, na escola metódica, era o símbolo da verdade, o símbolo da própria História. Dessa forma, eram considerados documentos apenas os escritos que de alguma forma eram oficiais ou oficiosos como: leis, decretos, relatórios, regimentos, tratados, editais, ou seja, documentos que acreditavam não pôr em dúvida a veracidade e a objetividade da fonte.

A virada do século XIX para o XX trouxe intensos debates que questionavam a maneira como a escola positivista pensava a História e um dos pioneiros a essa crítica foi o sociólogo e economista François Simiand com sua obra *Método Histórico e Ciência Social*, que ataca a ideia de imparcialidade do pesquisador:

---

<sup>1</sup> A primeira geração dos Annales foi formada por seus fundadores: Marc Bloch e Lucien Febvre; a segunda geração foi conduzida por Fernand Braudel e a terceira geração dos Annales foi composta pelos historiadores François Furet, Georges Duby, Jacques Le Goff, Jacques Revel, Michelle Perrot e Pierre Nora.

<sup>2</sup> DOSSE, François. *A História*. São Paulo: Unesp, 2012. p. 40.

À força de repetir com a escola moderna que a história é uma representação do passado, exata, imparcial, sem fins tendenciosos, nem moralizadores, sem intenções literárias, romanescas, anedóticas – o que constitui, com efeito, uma concepção muito superior às concepções e às práticas historiográficas anteriores – esquecendo-se de sublinhar que “exato” não quer dizer integral que “imparcial” não quer dizer “automático”, que sem fins tendenciosos, sem preocupações literárias não querem dizer sem preconceitos, sem escolhas.<sup>3</sup>

Além dessa crítica contundente à imparcialidade do historiador, François Simiand também atacou o ídolo que a escola metodista tinha forjado ao longo de anos, ou melhor, os ídolos: o ídolo político, o ídolo individual e o cronológico<sup>4</sup>. E sob esse contexto a Escola dos Annales, em 1929, posicionava-se contra essa historiografia tradicional centrada nas ideias e decisões de grandes homens, trazendo a história-problema e novas abordagens na teoria, na metodologia e no modo de pensar e escrever história. Novas fontes foram agregadas e finalmente exploradas. Cabe destacar também que o diálogo da história com outras áreas permitiu uma ampliação do conhecimento como afirma Peter Burke na obra *A Escola dos Annales (1929-1989): a Revolução Francesa da Historiografia*.

O grupo ampliou o território da história abrangendo áreas inesperadas do comportamento humano e a grupos sociais negligenciados pelos historiadores tradicionais. Essas extensões do território histórico estão vinculadas à descoberta de novas fontes e do desenvolvimento de novos métodos para explorá-los. Estão também associados à colaboração com outras ciências ligadas ao estudo da humanidade, da geografia à linguística, da economia à psicologia. Essa colaboração interdisciplinar manteve-se por mais sessenta anos, um fenômeno sem precedentes das ciências sociais.<sup>5</sup>

O movimento dos Annales certamente trouxe mudanças significativas acerca do fazer história e sobre o papel do historiador<sup>6</sup>, mas foi a partir dos anos de 1970 com a terceira geração dos Annales que as pesquisas foram norteadas por perspectivas como a da História das Mentalidades e da Antropologia Histórica. Surgiram historiadores como: Jacques Le Goff, Carlo

<sup>3</sup>SIMIAND, François. Método Histórico e Ciência Social. São Paulo: Edusp, 2003. pág. 72-73.

<sup>4</sup> Peter Burke na obra *A Escola dos Annales (1929-1989) a Revolução Francesa da Historiografia* tece comentários ao ídolo mencionado por Simiand, além disso, a própria obra de Simiand, *Método Histórico e Ciência Social* afirma que o ídolo político é referência aos estudos de fatos políticos amplamente disseminados na escola positivista, já o ídolo individual refere-se ao modo que a escola metódica concebe a História como a história de indivíduos, sobretudo indivíduos da elite e por fim o ídolo cronológico seria o fato dos historiadores positivistas cultivarem o hábito de se perderem nos estudos das origens. BURKE, Peter. *A Escola dos Annales (1929-1989): a Revolução Francesa da Historiografia*. São Paulo: Unesp, 1997.

<sup>5</sup> BURKE, Peter. *A Escola dos Annales (1929-1989): a Revolução Francesa da Historiografia*. São Paulo: Unesp, 1997. p. 126-127.

<sup>6</sup> Destaca-se o pioneirismo do historiador brasileiro Gilberto Freyre que no início dos anos de 1930 utilizou os jornais como fonte em seus estudos e que, posteriormente, nos anos de 1960 culminou no lançamento da obra *O Escravo nos Anúncios de Jornais Brasileiros do Século XIX*. FREYRE, Gilberto. *O Escravo nos Anúncios de Jornais Brasileiros do Século XIX*. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1979.

Ginzburg, Robert Darnton, Natalie Davis preocupados com estudos culturais<sup>7</sup>, além disso, autores de outras áreas principalmente Michel Foucault, Nobeit Elias, Pierre Bourdier e Michel de Certeau trouxeram importantes contribuições interdisciplinares<sup>8</sup> para os estudiosos da Nova História Cultural e da História Social. O campo e os domínios da História passaram por grandes mudanças.

Todas essas mudanças contribuíram para que a imprensa periódica, aos poucos, passasse a ser considerada como fonte relevante, pois antes fora desprezada como documento pelo critério da subjetividade. Cabe destacar que a subjetividade faz parte de todo documento, no entanto, a escola positivista tinha preferência por documentos escritos e oficiais, segundo essa escola, considerados mais próximos da objetividade e neutralidade. Assim, desde o movimento dos Annales, as suspeitas contra a imprensa começaram a desaparecer e os historiadores perceberam a gama de possibilidades que esse tipo de documento poderia trazer para o resgate e construção do passado. Hoje o jornal passa a ser visto como um material valioso para a pesquisa de uma época. É nesse sentido que Maria Helena Rolim Capelato<sup>9</sup> afirma que a imprensa oferece amplas possibilidades e que a vida cotidiana nela registrada em seus múltiplos aspectos permite compreender como viveram os antepassados: do ilustre ao anônimo. Assim, a utilização da imprensa periódica como fonte para a pesquisa histórica requer, como para qualquer outra fonte, a adoção de uma postura crítica e criteriosa.

No estudo da imprensa como fonte ou objeto de pesquisa, faz-se necessário abordar as metodologias frequentemente adotadas na utilização de periódicos em pesquisas históricas. No que concerne aos fundamentos metodológicos aplicados no emprego da imprensa, alguns trabalhos merecem ser mencionados como o de Renée Barata Zicman denominado *História através da Imprensa – algumas considerações metodológicas*<sup>10</sup> no qual a autora apresenta a necessidade de um estudo mais atento aos órgãos de imprensa, uma vez que a atuação destes se dá no campo político-ideológico. Assim, a autora inicia o artigo apresentando uma caracterização da Imprensa e em seguida apresenta alguns elementos e métodos de análise de conteúdo para quem vai trabalhar com periódicos. Marialva Carlos Barbosa também tece

---

<sup>7</sup> Sobre a origem da história cultural e dos estudos culturais Peter Burke no livro *O que é História Cultural?*, publicado em 2004, concebe quatro fases para esse movimento historiográfico: Fase Clássica, que vai do século XIX até o início do século XX; Fase da História Social da Arte, que inicia a partir de 1930; Fase da História da Cultura popular, nos anos de 1960 e a Fase da Nova História Cultural, nos anos de 1970. Nessa última fase o historiador Peter Burke cita importantes autores da atualidade e seus trabalhos como: Carlo Ginzburg com a obra *O Queijo e os Vermes*, de 1976; Jacques Le Goff com a obra *O Nascimento do Purgatório*, de 1981; Robert Darnton e a obra *O Grande Massacre dos Gatos*, de 1984 e Natalie Zemon Davis, *Histórias de Perdão*, de 1987. BURKE, Peter. *O que é história cultural?* RJ: Zahar, 2008.

<sup>8</sup> Peter Burke destaca, ainda, conceitos que os historiadores adotaram de outras áreas a partir da interdisciplinaridade. Assim no capítulo V o autor destaca estudiosos como o Michel de Certeau, Nobeit Elias, Pierre Bourdier e Michel Foucault. BURKE, Peter. *O que é história cultural?* RJ: Zahar, 2008.

<sup>9</sup> CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Imprensa e História do Brasil*. 2ª ed. São Paulo: Contexto/Edusp, 1994. p. 20.

<sup>10</sup> ZICMAN, Renée Barata. *História através da Imprensa: algumas considerações metodológicas*. Projeto História, nº 4. São Paulo: Educ, 1985.

importantes comentários em seu trabalho *Como escrever uma História da Imprensa?*<sup>11</sup>, mostrando a produção de uma história da imprensa dentro do campo da história cultural. Dessa forma, a autora propõe que, ao se construir uma história da imprensa, é preciso levar em consideração as premissas da escrita da história e as especificidades de estar lidando com textos e textualidades.

Outra pesquisadora que se preocupa com as questões metodológicas ligadas ao estudo da imprensa é Tânia Regina de Luca. Em *História dos, nos e por meio dos periódicos*<sup>12</sup> ela aborda alguns métodos e técnicas ao se usar os periódicos como fonte ou objeto de pesquisa. Desta maneira, vale ressaltar algumas de suas contribuições como: a atenção que o pesquisador deve dar à materialidade dos impressos; a preocupação em se historicizar a fonte; a verificação das funções sociais dos impressos, a ilustração que o periódico veiculava, a investigação do aparecimento de novos grupos letrados, do grupo responsável pela linha editorial, além da atenção que o historiador deve ter sobre a escolha dos títulos e dos textos publicados. Todas essas questões são extremamente importantes, pois, como qualquer documento, há de se ter um rigor técnico no momento em que o historiador debruça-se sobre os periódicos.

A imprensa não é apenas um reflexo da sociedade ou um espelho fiel da realidade como alguns estudiosos e jornalistas consideravam. A imprensa é um ator histórico, político e social, um órgão propagador de ideias e, também, negociador de conflitos. Estudar a imprensa é estudar, sobretudo, o veículo de comunicação como produto de seu tempo: o estilo jornalístico difundido na época, as propagandas veiculadas, os discursos contidos nas páginas dos jornais e revistas e até mesmo os silêncios. O historiador, ao estudar a imprensa, deve entender que os periódicos, por serem veículos de comunicação, são um instrumento formador de opinião. Sandra Pesavento na obra *Uma Outra Cidade*<sup>13</sup> considera que os jornais, como veículos de formação de opinião pública contribuem para a construção de imagens fortes, carregadas de adjetivos e artifícios de retóricas, os quais ajudam a ver o mundo de uma outra forma ou sob uma determinada ótica.

Através dos periódicos, o historiador pode entrar em contato com situações inusitadas, expressões e ideias de uma época, usos e costumes de uma sociedade,

---

<sup>11</sup> BARBOSA, Marialva. *Como Escrever uma História da Imprensa?* In: Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2, 2004, Florianópolis. [Anais Eletrônicos]. Florianópolis, abril de 2004. Trabalho apresentado no GT de História do Jornalismo. Disponível em: <[www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd/grupos/jornalismo/trabalhos\\_selecionados/marialva\\_barbosa.doc](http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd/grupos/jornalismo/trabalhos_selecionados/marialva_barbosa.doc)>. Acesso em: 20 ago 2012.

<sup>12</sup> DE LUCA, Tânia Regina. *História Dos, Nos e Por Meio Dos Periódicos*. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). *Fontes Históricas*. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

<sup>13</sup> PESAVENTO, Sandra Jatahy. *Uma Outra Cidade*. São Paulo: São Paulo: Editora Nacional, 2001.p. 56.

informações sobre questões econômicas e políticas de um determinado momento. Faz-se necessário analisar o jogo de interesses desta imprensa que representa a fala, as ideologias de grupos, as relações de poder, sobretudo os periódicos que circulam diariamente.

A imprensa constitui um instrumento de manipulação de interesses e intervenção na vida social. Partindo desse pressuposto, o historiador procura estudá-lo como agente da história e captar o movimento vivo das idéias e personagens que circulam pelas páginas dos jornais. A categoria abstrata imprensa se desmistifica quando se faz emergir a figura de seus produtores como sujeitos dotados de consciência determinada na prática social.<sup>14</sup>

É importante também perceber a História da Imprensa dentro da História dos sistemas de comunicações, nesse sentido Marialva Carlos Barbosa<sup>15</sup> destaca que tratar de imprensa é falar em processos comunicacionais e das intrincadas relações que se desenvolvem em torno desse sistema de comunicação. Além disso, esse sistema de comunicação deve ser considerado dentro de circuito de comunicação como menciona Robert Darnton<sup>16</sup>. Esse circuito é o percurso que se faz e que vai desde os produtores do texto até as formas de apropriações diferenciadas das mensagens pelo público. Para a análise desse circuito é preciso identificar: Quem produziu? Para quem produziu? De que forma produziu? Quem é o público-alvo? Quem leu? De que forma se leu? Enfim, levando-se em consideração todos os tipos de interferências e consequências.

Geralmente, quando se pensa em Imprensa, refere-se à divulgação sistemática de notícias e informações veiculadas por jornais e revistas, ou seja, imprensa como instrumento que transmite informação. Deve-se interrogar qual é a dimensão dessa informação, a quem se deve informar e sobre o que se quer informar. No ensaio *Sobre história: Imprensa e Memória*<sup>17</sup>, Marta Emísia Jacinto Barbosa afirma que informar implica difundir valores, fotografar imagens revistas e corrigidas da realidade, é dar ao leitor um “produto acabado”. Assim, é necessário entender a força ativa da imprensa, seus produtos e seus produtores.

<sup>14</sup> CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Imprensa e História do Brasil*. 2ª ed. São Paulo: Contexto/Edusp, 1994. p. 21.

<sup>15</sup> BARBOSA, Marialva Carlos. *Como Escrever uma História da Imprensa?* In: Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2, 2004, Florianópolis. [Anais Eletrônicos]. Florianópolis, abril de 2004. Trabalho apresentado no GT de História do Jornalismo. Disponível em: <[www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd/grupos/jornalismo/trabalhos\\_selecionados/marialva\\_barbosa.doc](http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd/grupos/jornalismo/trabalhos_selecionados/marialva_barbosa.doc)>. Acesso em: 20 ago 2012.

<sup>16</sup> DARNTON, Robert. *O Beijo de Lamourette: Mídia, Cultura e Revolução*. São Paulo: Cia das Letras, 1990.

<sup>17</sup> BARBOSA, Marta Emísia Jacinto. *Sobre História: Imprensa e Memória*. IN: ALMEIDA, Paulo Roberto de; KHOURY, Yara Aun; MACIEL, Laura Antunes (org). *Outras Histórias: Memórias e Linguagens*. São Paulo: Olho d' água, 2006.p. 266

Ao noticiar ou informar sobre determinado fato, sua notoriedade pode ser mensurada de acordo com o grau de importância que o jornalista ou o editor quer que este fato seja apresentado. Dessa forma, os jornais tornam-se espaços de memória, ao selecionarem o que deve ser lembrado e o que deve ser esquecido. Segundo a autora Marialva Barbosa, na obra *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*, os jornais tornam-se senhores da memória.

Funcionando como uma espécie de memória escrita de uma determinada época, o jornal retém o excepcional. E mesmo quando os fatos mais quotidianos aparecem fixados sob a forma de notícias, há sempre um nexo de narrativa que transpõe esses mesmos acontecimentos do lugar comum para o extraordinário (...) tornar-se senhores dos lugares, das agências da memória é, ao mesmo tempo, ser senhor da memória e do esquecimento.<sup>18</sup>

No estudo da Imprensa outro aspecto que merece destaque é a fotografia. A partir do momento em que a fotografia pôde ser usada pelos periódicos, as imagens ganharam um papel de destaque dentro das páginas dos jornais e revistas, contribuindo e reforçando o processo de construção de memória. Dessa maneira, as imagens são organizadas dentro dos periódicos conforme um repertório de interesses. A fotografia dá uma materialidade e muitas vezes dá mais visibilidade às notícias, torna-se um poderoso meio de propaganda e também de manipulação. Em uma história que utiliza a imprensa também é de suma importância fazer o estudo da constituição das imagens dentro desse meio de comunicação, assim como seus processos de reprodução e apropriação. A escritora norte-americana Susan Sontag aborda em seu livro *Sobre Fotografia* a relação do real, da imagem fotográfica e seus significados.

A fotografia não apenas reproduz o real, recicla-o – um procedimento fundamental na sociedade moderna. Na forma de imagens fotográficas, coisas e fatos recebem novos usos, destinados a novos significados, que ultrapassam as distinções entre belo e feio, o verdadeiro e o falso, o útil e o inútil, bom gosto e mau gosto.<sup>19</sup>

Para um melhor entendimento da História da Imprensa no Brasil, é relevante mencionar, brevemente, o seu surgimento. A imprensa somente chega em terras brasileiras em 1808, com a vinda da Família Real Portuguesa. Esse surgimento tardio deve-se, primeiramente, porque a Família Real Portuguesa tinha medo que, a partir do momento em que a imprensa se instalasse e se consolidasse no Brasil, nascessem críticas sobre o governo e sobre o modo de dominação que a metrópole exercia sobre a colônia.

---

<sup>18</sup> BARBOSA, Marialva. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. p. 117.

<sup>19</sup> SONTAG, Susan. *Sobre Fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

Após a vinda da Família Real ao Brasil e a instalação da Corte na cidade do Rio de Janeiro, várias mudanças aconteceram como, por exemplo, a abertura dos portos a outras nações, a criação de Biblioteca Real, criação do Liceu de Artes e a criação da Imprensa. Os países vizinhos já vivenciavam há tempos a realidade da imprensa e a circulação de impressos, como por exemplo, o caso do Peru onde os impressos circulavam desde 1594, sendo que o primeiro jornal a circular regularmente foi o *Diario de Lima*, fundado em 1790. Já na Colômbia, o primeiro jornal, *Papel Periódico de Santa Fé de Bogotá*, foi lançado no ano seguinte.

A história do surgimento da imprensa no Brasil possui duas datas importantes, que marcam os lançamentos de dois jornais considerados os primeiros a circularem no país. O primeiro periódico foi o jornal *Correio Brasiliense* fundado em Londres por Hipólito da Costa, em 1º de junho de 1808<sup>20</sup>. Hipólito José da Costa Furtado de Mendonça nasceu em 1764 na colônia de Sacramento e cresceu no Rio Grande, ainda jovem foi morar em Coimbra, onde mais tarde passou a trabalhar como funcionário da Imprensa Régia. Numa viagem, em 1798, aos Estados Unidos da América, teve contato com correntes de pensamentos diferentes daqueles que ele vira no Brasil e em Portugal como, por exemplo, as ideias liberais. Dessa forma, o fundador do *Correio Brasiliense* viu a imprensa funcionando de forma livre e os processos eleitorais adiantados.

(...) naqueles tempos remotos, os Estados Unidos não só já contavam com instituições sociais, políticas e culturais avançadas, como conheciam a imprensa livre e os processos eleitorais adiantados. Hipólito viu tudo isso e comparou o Brasil e Portugal que conhecera: atrasados, obscuros, dominados por uma aristocracia tacanha, vivendo sob um regime absolutista em que a Inquisição, da qual ele logo se tornaria uma vítima, ainda dominava.<sup>21</sup>

Hipólito da Costa retorna a Lisboa, em 1800, e reassume seu lugar de funcionário da Imprensa Régia. Trabalhando para o governo português, foi a Londres em 1802, e lá teve contato com a maçonaria inglesa, porém ao regressar foi preso. Somente em 1805, fugido de Portugal, retorna a Londres e vê uma oportunidade de lançar o *Correio Brasiliense*, após a vinda da Família Real ao Brasil, em 1808.

Três meses após o lançamento do *Correio Brasiliense*, no dia 10 de setembro de 1808, é lançado o primeiro jornal impresso no Brasil: a *Gazeta do Rio de Janeiro*. Este jornal publicava fatos relacionados à vida da família real e algumas notícias

---

<sup>20</sup> MOREL, Marcos e BARROS, Mariana Monteiro. *Palavra, Imagem e Poder: o surgimento da imprensa no Brasil no século XIX*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003, p. 17.

<sup>21</sup> LUSTOSA, Isabel. *O Nascimento da Imprensa Brasileira*: Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. p. 10

internacionais, sob a supervisão da Imprensa Régia<sup>22</sup> que proibia qualquer veiculação de ideias liberais ou revolucionárias.

Mesmo com as transformações econômicas, sociais e políticas ocorridas no Brasil após a chegada da Família Real ao Rio de Janeiro, a situação da imprensa não mudou muito até o ano de 1821. Foi a partir da luta pela independência que apareceram alguns periódicos como o *Revérbero Constitucional Fluminense*, em 15 de setembro de 1821, lançado por dois maçons: Joaquim Gonçalves Ledo e o cônego Januário da Cunha Barbosa. Era a primeira vez que se publicava no Brasil um jornal que não passava pelo crivo do censor e também era a primeira vez que se defendiam as ideias preconizadas na Revolução Francesa<sup>23</sup> por escrito.

É importante destacar que nessa primeira geração de jornais<sup>24</sup>, nem todos enveredam pelo debate político acentuado pelo contexto histórico no qual o Brasil estava passando. Surgem jornais que apostam na linha noticiosa e mercantil como é o caso do *Jornal do Commercio*, criado no Rio de Janeiro em 1827 e *Diário de Pernambuco*, criado em Recife em 1825.

No período regencial, houve um aumento da palavra pública motivada pelo crescimento das associações, das rebeliões, dos motins e, também, dos periódicos. Dessa forma, a imprensa constituiu-se como formuladora de projetos de nação<sup>25</sup> e diversos atores políticos emergiam das páginas dos jornais.

Já no Segundo Reinado, a imprensa periódica continuou, de modo geral, voltada para as causas políticas, porém suas funções como prestadora de serviços ampliavam-se<sup>26</sup>. Isso permitiu a alguns órgãos transformarem-se em empresas e um desses exemplos foi o *Jornal do Commercio*, do Rio de Janeiro, que passou a investir na contratação dos melhores jornalistas do país e que inovou no aparato tecnológico. Na edição de 1877, o jornal publicou os primeiros telegramas distribuídos pela agência Reuter-Havas e logo em seguida os demais periódicos brasileiros, que publicavam colunas internacionais, começaram a utilizar a mesma tecnologia.

---

<sup>22</sup> A Carta Régia de 6 de julho de 1747 proibia a impressão de jornais e livros no Brasil, sob pena de confisco dos impressos e condenação ao exílio do responsável pela impressão do material. A vinda da Família Real, em 1808, ao Brasil possibilitou a revogação da Carta Régia de 1747 e sob o Decreto de 13 de maio de 1808, D. João VI criou a Imprensa Régia Brasileira que fazia parte estrutura burocrática do Império e destinava-se a imprimir documentos, livros, decretos e todo tipo de impresso que servisse à realza.

<sup>23</sup> LUSTOSA, Isabel. *O Nascimento da Imprensa Brasileira*: Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003, p.23.

<sup>24</sup> MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tânia Regina de. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 41.

<sup>25</sup> MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tânia Regina de. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 42

<sup>26</sup> MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tânia Regina de. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008 p. 54.

Com a Abolição da Escravatura e o advento da República, os periódicos que apoiavam os grupos dominantes da época promoveram festejos para marcar os episódios. Os reais interesses que motivaram tanto o projeto republicano como o projeto abolicionista não aparecemnesses periódicos, porém a imprensa procurou a todo custo passar uma imagem harmoniosa, unitária e festiva da República ao enfatizar o contentamento popular<sup>27</sup>. Maria Helena Rolim Capelato afirma que a imprensa teve um papel de destaque na consolidação da República. Além disso, a imprensa na Primeira República passou por dois grandes momentos: as inovações tecnológicas e a censura política. Com as inovações técnicas, a imprensa pôde experimentar o aumento significativo das tiragens, uma melhor qualidade das impressões, o menor custo dos impressos e, conseqüentemente, o surgimento de novas relações de mercado e novos gêneros e temáticas. Em contrapartida, houve um intenso cerceamento da liberdade de expressão e um dos primeiros decretos publicado pelo Governo Provisório, em 1889, determinava a punição dos indivíduos que criticassem a República, dessa forma os materiais impressos passaram por rígido controle e fiscalização. O auge desse conflito foi a aprovação da Lei de Imprensa, em 1922, de autoria do senador paulista Adolfo Gordo, que incluiu no rol do crime de imprensa a ofensa ao presidente da República<sup>28</sup>.

Em dois séculos de atuação da imprensa no Brasil, muitos trabalhos foram produzidos sobre a história dos periódicos e sobre a história dos meios de comunicação no Brasil. De acordo com Marco Morel<sup>29</sup>, a historiografia brasileira sobre a Imprensa no Brasil pode ser dividida em três momentos<sup>30</sup>.

No primeiro momento, segundo Marco Morel, os estudos sobre a Imprensa tratavam-na como espelho da verdade, sem problematizar a sua produção. Esse período, que se estende até início do século XX, foi caracterizado pela preocupação em produzir inventários sobre impressos publicados no Brasil, como exemplo têm-se os catálogos, que se preocupavam em listar os periódicos, coletar dados sobre sua trajetória, classificá-los, datá-los e elencar os nomes de redatores e colaboradores. Um desses catálogos foi o *Jornaes Pernambucanos* elaborado pelo historiador Alfredo de

---

<sup>27</sup> CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Imprensa e História do Brasil*. 2ª ed. São Paulo: Contexto/Edusp, 1994.p.42-44.

<sup>28</sup> MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tânia Regina de. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008. p.86.

<sup>29</sup> Marco Morel traçou a trajetória da historiografia sobre a História da Imprensa baseado em três momentos. Essa discussão é tratada pelo autor na introdução, por ele escrita, do livro *História Cultural da Imprensa: Brasil, 1800-1900* da professora Marialva Carlos Barbosa. BARBOSA, Marialva. *História Cultural da Imprensa: Brasil, 1800-1900*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.p.7.

<sup>30</sup> Sabe-se que essas divisões são arbitrárias, mas ajudam, em certa medida, entender o caminhar da historiografia brasileira sobre a imprensa no Brasil.

Carvalho<sup>31</sup>. A exceção para essa fase é a obra de Barbosa Lima Sobrinho<sup>32</sup>, *O Problema da Imprensa*, o qual destacava o processo de formação da imprensa, a modernização da comunicação impressa ao longo do século XIX, o perfil dos redatores e dos intelectuais, bem como a liberdade de imprensa e suas restrições.

O segundo momento da historiografia brasileira sobre a Imprensa inicia-se na segunda metade do século XX e vai até os anos de 1970. Esse período é caracterizado pela quase completa ausência de estudos<sup>33</sup>, pois se questionava a veracidade e a fidedignidade no uso da imprensa como documento histórico. As exceções para essa fase foram os estudos realizados por Carlos Rizzini, Hélio Viana, Marcello e Cybelle Ipanema e Nelson Werneck Sodré<sup>34</sup>.

Dentro dessa sistematização da historiografia brasileira sobre a história da imprensa, cabe destacar a obra *História da Imprensa no Brasil*<sup>35</sup>, lançada em 1966, pelo historiador Nelson Werneck Sodré e que até hoje é considerada uma das obras mais importantes sobre a história da imprensa brasileira. O autor analisa a imprensa no período de 1808 a 1960, optando por uma divisão que acompanha a periodização tradicional da própria História do Brasil, dessa forma, o autor divide a história da imprensa em: Imprensa Colonial, Imprensa da Independência, Imprensa do Brasil Império e Imprensa da República.

No terceiro momento, a partir dos anos de 1970, há uma ampliação e diversificação de fontes e também uma renovação historiográfica com ênfase nas abordagens políticas e culturais que redimensionou a importância da imprensa. Fazem parte dessa fase: Maria Helena Rolim Capelato, Maria Lígia Prado, Heloísa de Faria Cruz, Marialva Carlos Barbosa, Marco Morel, Ana Luiza Martins e Tânia Regina de Luca<sup>36</sup>, entre outros.

---

<sup>31</sup> CARVALHO, Alfredo de. *Jornaes Pernambucanos (1831-1898)*. Rio de Janeiro: Livraria Kosmos, 1899.

<sup>32</sup> LIMA SOBRINHO, Alexandre José Barbosa. *O problema da imprensa*. Rio de Janeiro, Álvaro Pinto, 1923.

<sup>33</sup> É importante lembrar que no período de 1950 a 1970 o Brasil passava por questões conflituosas no campo político, principalmente nos anos de 1960 com a tomada de poder pelos militares.

<sup>34</sup> RIZZINI, Carlos. *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil*. Rio de Janeiro, Kosmos, 1946.; VIANNA, Hélio. *Contribuição à História da Imprensa Brasileira (1812-1869)*. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1945.; IPANEMA, Marcello de; IPANEMA, Cybelle de. *História da comunicação*. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 1967.; SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. 4ª ED. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

<sup>35</sup> A obra posteriormente foi alvo de críticas pelos limites de suas abordagens, ao priorizar a perspectiva marxista e restringir a história da imprensa ao desenvolvimento do capitalismo.

<sup>36</sup> CAPELATO, M. Rolim e PRADO, M. Lígia. *O Bravo Matutino. Imprensa e Ideologia: o jornal O Estado de São Paulo*. São Paulo: Alfa-ômega, 1980.; CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Imprensa e História do Brasil*. 2ª ed. São Paulo: Contexto/Edusp, 1994.; CRUZ, Heloisa de Faria. *São Paulo em papel e tinta: periodismo e vida urbana – 1890-1915*. São Paulo, EDUC, FAPESP, Arquivo do Estado de São Paulo, Imprensa Oficial de São Paulo, 2000.; BARBOSA, Marialva Carlos. *Os Donos do Rio:*

Já a imprensa no Amazonas surge com a criação da Província. O primeiro jornal foi o *Cinco de Setembro*, publicado no dia 3 de maio de 1851, na tipografia Silva Ramos. O jornal limitava-se a publicar atos governamentais, como editais, leis e relatórios, através de contratos firmados com o governo. No ano seguinte, o jornal *Cinco de Setembro* foi substituído pelo jornal *Estrela do Amazonas*, ambos fundados por Manoel da Silva Ramos.

No início, a imprensa amazonense era representada por pequenas folhas. A circulação desses impressos era uma grande novidade para a sociedade amazonense. Nesse primeiro momento, o Amazonas vive o período em que predominava a imprensa áulica, que se caracterizava principalmente por publicação de atos governamentais da Província e do Império<sup>37</sup>.

A partir dos anos de 1870, uma pequena evolução em seus aspectos é notada, alguns periódicos estavam mais elaborados, surgem também os folhetins, uma parte dedicada à literatura. À medida que a exportação da borracha aumenta, novos equipamentos de impressão são importados, no entanto os primeiros trinta anos após o surgimento do Jornal *Cinco de Setembro*, ainda, havia poucos títulos.

Com efeito, os trinta anos que se seguiram ao surgimento do primeiro jornal da província (o Cinco de Setembro, de 1851) podem ser caracterizados como o momento embrionário da imprensa, com a veiculação de um número modesto de títulos (são apenas 46, ou 12,4% do total de um número de 371 dos jornais arrolados por J.B Faria de Souza); uma qualidade gráfica precária, visível na presença relativamente maior de folhas manuscritas e/ou impressas em pequenos formatos; uma exiguidade de jornais diários, além da efemeridade da grande maioria dos títulos. Melhor seria compreender esse primeiro momento como um período de lenta expansão, se confrontado com o ritmo mais frenético que se abre em 1880, o que não significa que ele não tenha sido importante.<sup>38</sup>

Por volta de 1880, há uma proliferação de uma grande e diversificada quantidade de periódicos. O ano de 1889 torna-se memorável na história da imprensa no Amazonas, pois um significativo número de jornais foi publicado, cerca de vinte e um jornais, como o *Amazonas*, *Americano*, *Corsário*, *Homenagem*, *Gazeta Literaria*, *Espião* e *A Epocha*<sup>39</sup>.

---

*Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000.; MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tânia Regina de. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

<sup>37</sup> FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950) - Catálogo de Jornais*. Manaus, Editora Calderaro, 1990. p. 62.

<sup>38</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte: Periodismo e Cultura Letrada no Amazonas (1880-1920)*. Tese de Doutorado em História. São Paulo: PUC-SP, 2001. p.54

<sup>39</sup> CALIRI, Jordana Coutinho. *Folhas da Província: a imprensa durante o período imperial (1851-1889)*. Dissertação de Mestrado em História. Manaus: UFAM, 2014.

A imprensa amazonense passou por diversas modificações, principalmente na segunda metade do século XIX, com o surgimento de novas tecnologias que dinamizaram o modo de se fazer imprensa. No período de 1880 a 1914, a imprensa amazonense pôde experimentar melhorias no setor técnico, agilidade no setor da comunicação e velocidade na impressão após a aquisição de máquinas linotipos.

A partir do fim do século XIX e início do século XX, Manaus passou pelo processo de mudança econômica. A receita do Estado aumentava à medida que o volume de exportação da borracha crescia. A entrada dessa renda nos cofres públicos propiciou mudanças na estrutura urbana e social da cidade a qual se organizou e embelezou-se no intuito de atrair mais investidores para a capital.

Foi necessário, nesse período, mão de obra especializada para trabalhar na construção de prédios públicos, pontes, arruamento, praças, entre outras melhorias. Todavia a mão de obra local não era qualificada e para resolver esse entrave os governantes incentivaram a vinda de imigrantes para a região. Essa população de imigrante mais a população local formaram a base de trabalhadores da Manaus da *Belle Époque* e esses trabalhadores começaram a vivenciar dia a dia o peso e o custo de viver em uma capital cosmopolita. A cidade harmoniosa e sem problemas era uma falácia. Manaus era uma das cidades brasileiras onde se pagava o aluguel mais caro<sup>40</sup>. Dessa forma, o custo de vida elevado e os baixos salários motivaram os trabalhadores a reivindicar melhores condições de vida.

Os trabalhadores perceberam que os periódicos constituíam-se como importante espaço no qual a classe poderia discutir seus problemas e organizar-se frente a esses problemas. Nesse contexto, surgem na cidade alguns jornais operários. Esses periódicos tiveram um papel de destaque na luta por melhores condições de vida do trabalhador, são exemplos: *Lucta Social*, de 1914; a *Tribuna do Caixeiro*, de 1908; *Confederação do Trabalhador*, de 1909 e a *Vida Operária*, de 1920.

Outros jornais também denunciavam uma cidade permeada de contraste como, por exemplo, os jornais de cunho escandaloso. Esses periódicos possuíam uma linguagem popular que se distanciava dos grandes jornais. São jornais importantes, pois contradiziam as falas do jornalismo oficial vigente na época e mostravam o cotidiano da cidade. Exemplos desse tipo de jornalismo são: *O Bohemio*, de 1906; *O Namoro*, de 1902; *O K.C.T.*, de 1917 e *O Pun*, de 1916. Sobre esse posicionamento dessas folhas locais Maria Luiza Ugarte Pinheiro afirma que:

---

<sup>40</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *A Cidade Sobre os Ombros: trabalho e conflito no porto de Manaus, 1889-1925*. Manaus: Valer, 2003. p.58.

Eivada de contradições sociais as mais profundas, a Manaus preconizada por sua elite dirigente, escamoteava a aspereza da vida diária das camadas populares, no mesmo instante em que buscava travestir-se de europeia, empenhando-se no circuito exacerbado dos valores ocidentais e dos refinamentos da *Belle Époque*. Fruto desse período de transição de um modo de vida a outro, a imprensa tendeu com mais facilidade a reforçar os novos valores e até mesmo a mostrar-se como decorrência deles. Por outro lado, diversas folhas locais colocaram-se criticamente frente às mudanças, principalmente denunciando os limites estreitos e os comprometimentos dessa “modernidade” manauara.<sup>41</sup>

Na história da imprensa no Amazonas, percebe-se ainda de forma modesta, no final do século XIX e início do século XX, a presença da mulher no periodismo, a participação da mulher na conquista da emancipação feminina e de que forma isso era projetado nos jornais. Vale ressaltar alguns periódicos que foram produzidos por mulheres: *O Abolicionista do Amazonas*, de 1884; *A Rosa*, de 1897; *Borboleta*, de 1901; *O Amor*, de 1909; *Polyanthéa*, de 1906 e *A Amazônida*, de 1927.

Sobre a grande imprensa diária é importante destacar que, na primeira década do século XX, Manaus contava com três jornais: *o Commercio do Amazonas*, *o Diário do Amazonas* e *o Jornal do Commercio*. Ressalta-se que, desses três jornais, o *Commercio do Amazonas* foi um dos jornais que conseguiu sobreviver durante praticamente todo o período provincial e algumas décadas da República<sup>42</sup>, enquanto os outros jornais, que apareceram no mesmo período, desvaneceram.

Gregório José de Moraes fundou em 1869 o *Commercio do Amazonas*<sup>43</sup>. O jornal, a princípio foi um porta-voz dos presidentes da Província, que desde 1852 utilizavam os periódicos locais para a divulgação de atos administrativos. O *Commercio do Amazonas* circulou na capital e no interior, possuindo diversos colaboradores em diferentes fases do jornal. Pode-se perceber nas páginas deste jornal que o aumento da procura da borracha pelos mercados internacionais ocasionou a chegada de diversos comerciantes à cidade de Manaus. Muitas lojas, para aumentar sua clientela, recorriam ao jornal *Commercio do Amazonas* com o desejo de aumentar suas vendas ao anunciarem seu estabelecimento e seus produtos. Sob esse aspecto, a seção que correspondia a anúncios e propagandas era menos de uma página e, a partir da abertura de novos comércios e novas lojas, o jornal já publicava duas páginas de anúncios, contando inclusive com gravuras. Em 1874, o jornal publica o folhetim que dá ao jornal

<sup>41</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte: Periodismo e Cultura Letrada no Amazonas (1880-1920)*. Tese de Doutorado em História. São Paulo: PUC-SP, 2001.p 93.

<sup>42</sup> CALIRI, Jordana Coutinho. *Folhas da Província: a imprensa durante o período imperial (1851-1889)*. Dissertação de Mestrado em História. Manaus: UFAM, 2014.

<sup>43</sup> FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950) - Catálogo de Jornais*. Manaus, Editora Calderaro, 1990. p. 62.

um estilo mais literário, tornou-se a novidade mais atrativa do jornal que almejava conquistar o grande público e principalmente o público feminino. O jornal *Commercio do Amazonas* circulou até 1904, completando, assim 35 anos de circulação na sociedade amazonense.

*O Diário do Amazonas* fundado em 1873 por Antônio da Cunha Mendes publicava notícias nacionais, internacionais e de utilidade pública, além disso, possuía colunas para romances históricos e anúncios codificados de maçonaria. Foi um periódico de grande projeção que circulou até o ano de 1915<sup>44</sup>.

*O Jornal do Commercio* foi fundado em 2 de janeiro de 1904 por Joaquim Rocha dos Santos. No início do século XX, foi um dos jornais que possuía grande circulação na cidade e no interior. Em 1907, foi comprado por Vicente Reis, após a morte de Rocha dos Santos. E em 1912 foi o terceiro jornal da América do Sul a implantar máquinas do estilo Linotipo. Além das questões ligadas ao comércio, o jornal veiculava em suas colunas notícias sobre a Amazônia, notícias internacionais, obituários, notícias policiais, notícias sobre utilidades públicas, anúncios de serviços de profissionais liberais que atuavam na cidade de Manaus, anúncios de venda e aluguel de casas e nas duas páginas finais do diário uma gama de propaganda. Para atrair mais leitores, o *Jornal do Commercio* implantou o folhetim e também ilustrações e charges. Nos primeiros anos, possuía quatro páginas com seis colunas cada. Na década de 1940, passou a fazer parte da rede Diário e Emissoras Associados, criada por Assis Chateaubriand.

Em cento e sessenta anos de Imprensa no Amazonas, algumas obras e trabalhos foram produzidos com o intuito de resgatar essa história. O primeiro momento, que compreende o final do século XIX e início do século XX, foi marcado pela produção de inventários sobre os impressos.

Assim, no Amazonas, os primeiros trabalhos são basicamente catálogos que fizeram um levantamento dos periódicos que circulavam no Amazonas. Um desses catálogos foi elaborado por João Baptista de Faria e Souza, Alcides Bahia e Monteiro de Souza denominado *A imprensa no Amazonas, 1851-1908*<sup>45</sup>, no qual registra mais de trezentos títulos de jornais e revistas, publicados na capital e no interior. Os dados coletados por esses jornalistas mostram que o aparecimento dos periódicos dessa época não era próprio ou específico da nossa região, como afirma Maria Luiza Ugarte

---

<sup>44</sup>FRANCO, Simira Bindá. *O "Diário do Amazonas" nos primórdios da Imprensa no Amazonas*. Trabalho de Conclusão de Curso. Manaus; UFAM, 2004.

<sup>45</sup>FARIA E SOUZA, J. B. de et al. *A Imprensa no Amazonas, 1851-1908*. Manaus: Tipografia da Imprensa Oficial, 1908.

Pinheiro: “a constatação mais óbvia é a de que a emergência do periodismo no Amazonas não pode ser tomada como fenômeno isolado, já que o momento de maior expansão desse empreendimento coincidiu nos mais diversos pontos do Brasil”<sup>46</sup>.

Outro catálogo que se configura como uma obra de referência para pesquisadores é *Cem anos de imprensa no Amazonas, 1851-1950*<sup>47</sup>, produzido sob a coordenação de José Ribamar Bessa Freire, publicado em 1990 e que conta com mais de 600 títulos de jornais registrados.

O segundo momento dessa historiografia sobre a história da imprensa inicia-se na segunda metade do século XX e vai até o início dos anos de 1970. E, como mencionado anteriormente, essa fase caracterizou-se pela quase completa ausência de estudos sobre a imprensa. No Amazonas, esse período perdurou até o final dos anos de 1990.

Já o terceiro momento, caracterizado pela ampliação e diversificação das fontes, redimensionou a história da imprensa e renovou a questão historiográfica, iniciou-se a partir dos anos de 1970. No Amazonas, o primeiro trabalho acadêmico sobre a imprensa foi o trabalho de Maria Luiza Ugarte Pinheiro intitulada *Folhas do Norte – Letramento e Periodismo no Amazonas (1880-1920)*<sup>48</sup>, defendida em 2001. A autora faz um resgate e uma análise das pequenas folhas que circulavam na cidade entre o período de 1880 a 1920, procurando estabelecer o seu surgimento no contexto regional e buscando entender o papel desempenhado por estas. Nesse trabalho, várias temáticas surgem em torno dessa imprensa composta por jornais diversos que se posicionavam diante da realidade que a exploração da borracha trouxe ao Amazonas, como os jornais operários, os jornais de humor e também os periódicos femininos.

Em 2002, a implantação do Projeto História da Imprensa no Amazonas (1851-1930), na Universidade Federal do Amazonas, foi realizada pelos professores Maria Luiza Ugarte Pinheiro e Luís Balkar Sá Peixoto Pinheiro. Este projeto tinha por finalidade inserir os alunos e professores do Departamento de História em subprojetos específicos que se articulassem em duas frentes de pesquisa: Imprensa e Cultura Letrada e Imprensa e Mundo do Trabalho. O projeto obteve excelentes resultados a partir da

---

<sup>46</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte – Letramento e periodismo no Amazonas*(1980–1920). Tese de Doutorado. São Paulo. PUC, 2001.

<sup>47</sup>FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950) – Catálogo de Jornais*. Manaus, Editora Calderaro, 1990.

<sup>48</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte – Letramento e periodismo no Amazonas*(1980–1920). Tese de Doutorado. São Paulo: PUC, 2001.

produção de diversos trabalhos de Conclusão de Cursos<sup>49</sup> que utilizaram a imprensa como fonte ou objeto de pesquisa, no período de 2002 a 2004.

Em 2005, criou-se um espaço de apoio voltado à pesquisa da imprensa na Universidade Federal do Amazonas: o Laboratório de História da Imprensa no Amazonas – (LHIA). O laboratório, inicialmente, tinha por objetivo inventariar a produção periódica no estado, explorando as características dos jornais e revistas e, também, objetivava a pesquisa sobre a importância desses veículos de comunicação no contexto da sociedade amazonense.

Ainda no ano de 2005, foi criado o curso de mestrado em História, na Universidade federal do Amazonas. O curso de mestrado deu continuidade à proposta inicialmente trabalhada dentro do Projeto História da Imprensa no Amazonas, em 2002, e consolidou a produção de pesquisas e trabalhos que levassem em conta a participação e a contribuição da imprensa dentro das esferas política, econômica, social e cultural na sociedade amazonense. Após a criação do mestrado, foram produzidas diversas dissertações<sup>50</sup> que utilizaram a imprensa como fonte ou objeto de pesquisa.

Porém, o estudo da História da Imprensa no Amazonas é um campo que muito ainda deve ser desbravado. A utilização dos periódicos como fonte e objeto de pesquisa é recente na historiografia amazonense, sabe-se que a imprensa é um material rico, com significativa contribuição nas transformações da sociedade, mas a carência de trabalhos que abordem esses periódicos é ainda grande, visto o número de jornais que circularam e que hoje circulam no Amazonas.

O trabalho em questão visa analisar o *Jornal do Commercio*, como ator histórico, político e social na construção do paradigma de modernidade que a cidade estava vivendo no momento do chamado *boom* da borracha. Um dos objetivos do estudo sobre o *Jornal do Commercio* na construção da modernidade na cidade de Manaus, no período da *Belle Époque*, é justamente averiguar de que forma esse periódico esteve inserido nessa teia de comunicação que se desenrolou no início do século XX e qual

---

<sup>49</sup> Os trabalhos de Conclusão de Curso representaram um grande avanço nos estudos sobre a atuação da imprensa na história do Amazonas. Com esses trabalhos diversas temáticas foram abordadas, entre elas pode-se destacar: os perfis femininos dentro das revistas, o trabalhador urbano na imprensa do Amazonas, a trajetória da imprensa estudantil em Manaus, a prostituição no período da borracha e as características dos jornais de circulação diária na Belle Époque.

<sup>50</sup> Como exemplos de produções feitas a partir da criação do curso de mestrado em história têm-se as seguintes dissertações: *A Vida Operária: Imprensa e Mundos do Trabalho (1920)*, defendida por Luciano Everton Costa Teles em 2008; *Imprensa e Poder: A Propaganda Varguista na Imprensa Amazonense (1937-1945)*, defendida por Hosenildo Gato Alves, em 2009; *Janelas do Mundo: As Revistas de Variedades em Manaus (1900-1950)*, defendida por Fabiana Libório Correia, em 2010 e *A Imigração Nordestina na Imprensa Manauara (1877-1917)*, defendida por Erivonaldo Nunes de Oliveira, em 2010.

dimensão dessa trama de articulação entre comunicação, cultura e política foi explorada pelos dirigentes desse diário.

Dessa forma, para uma melhor compreensão do tema, o trabalho está dividido em dois momentos. No primeiro momento, que corresponde aos capítulos 1 e 2, serão mostradas a história, a estrutura e as relações de poder entre *Jornal do Commercio*, o governo e as elites no Amazonas, no período em que o proprietário foi Rocha dos Santos e posteriormente Vicente Reis. E o segundo momento será analisada de que forma o jornal desempenhou o papel de artífice na construção dessas transformações sociais e urbanas diante do paradigma de modernidade.

O primeiro capítulo especificará a fundação do jornal por Joaquim Rocha dos Santos, os obstáculos que os dirigentes tiveram que superar, bem como as estratégias executadas para manter o jornal ativo no mundo da imprensa. O segundo capítulo retratará a consolidação do *Jornal do Commercio* na sociedade amazonense na administração de Vicente Reis. Assim, serão mostradas as mudanças técnicas que o jornal teve com a nova administração e o emprego do jornalismo popular e do sensacionalismo na tentativa de popularizar o periódico. O terceiro capítulo tem por objetivo mostrar como o periódico assumiu o papel de construtor e artífice da modernidade em Manaus. Assim, o capítulo está dividido em dois momentos: o primeiro momento mostrará as transformações da cidade de Manaus por meio da imprensa, dentro do paradigma de modernidade enaltecido pela Europa. E o segundo momento mostrará de que forma o *Jornal do Commercio* abordava as vivências do cotidiano da cidade e da população no período de 1904 a 1914 e como o periódico tentava moldar os hábitos da população desde o modo de vestir ou de comer até a sugestão de lugares que deveriam ser frequentados, entre outros.

## CAPÍTULO 1

### O *JORNAL DO COMMERCIO* DE JOAQUIM ROCHA DOS SANTOS

#### 1. 1. SURGIMENTO DO JORNAL

Com o aumento das exportações da borracha, no final do século XIX e início do século XX, Manaus passou por diversas transformações que provocaram sensíveis mudanças nos segmentos: social, econômico, político e cultural. A paisagem urbana foi drasticamente transformada, bem como os hábitos citadinos que começaram a ser influenciados pelos hábitos das principais cidades da Europa.

A própria imprensa amazonense sofreu modificações a partir da incorporação de novos estilos jornalísticos e da aquisição de novas tecnologias como o telégrafo, o telefone e máquinas linotipos. Nesse contexto de mudanças que Manaus estava passando, no dia 2 de janeiro de 1904 surge o *Jornal do Commercio*, cujo proprietário, fundador e diretor foi o português Joaquim Rocha dos Santos, que ficou, apenas, um ano e onze meses na direção do periódico, falecendo em dezembro de 1905.

Para compreender a trajetória do *Jornal do Commercio* dentro da História da Imprensa do Amazonas, faz-se necessário conhecer um pouco a respeito da figura do jornalista Joaquim Rocha dos Santos e de suas relações sociais dentro da cidade de Manaus.

Joaquim Rocha dos Santos nasceu dia 6 de Dezembro de 1851, em Lisboa. Filho de Thomé dos Santos veio ao Brasil com apenas onze anos de idade. Porém, antes de chegar a Manaus morou em Fortaleza, em Caxias na Província do Maranhão e também no Pará. Na capital amazonense, Rocha dos Santos exerceu as funções de delegado de polícia, juiz de paz, deputado da Assembleia, Administrador do Trapiche da Recebedoria, provedor da Santa casa de Misericórdia<sup>51</sup>, sendo também presidente da Irmandade do Santíssimo Sacramento e cônsul da Argentina.

---

<sup>51</sup> *Jornal do commercio*, Manaus, Edição Especial, 2 de janeiro de 2004.



Rocha dos Santos, fundador do *Jornal do Commercio*  
*Jornal do Commercio*, nº 3113. Manaus, 2 Jan. 1913.

Rocha dos Santos foi republicano, abolicionista e lutou pelos direitos civis dos cidadãos posicionando-se, muitas vezes, contra atos e decisões arbitrárias de quem estava no poder. Dedicou parte de sua vida à imprensa trabalhando como colaborador em periódicos brasileiros como *O Paiz*, e o *Jornal do Brasil* e, também, no periódico português *Século*. No período de 1888 a 1900, foi proprietário de um importante jornal na cidade de Manaus, o *Commercio do Amazonas*<sup>52</sup>.

Como colaborador no *Jornal do Brasil*, Rocha dos Santos publicava uma série de artigos que mostravam a realidade do Estado do Amazonas, como por exemplo, os problemas enfrentados devido à distância entre o Estado e os grandes centros urbanos e, também, cobravam do Governo Central melhoramentos necessários ao progresso e ao desenvolvimento do Amazonas<sup>53</sup>. Atuando como representante do periódico em uma visita comercial a cidade de Santos em 1895, o *Jornal do Brasil* reproduz uma notícia publicada pelo periódico *Santos Commercial* sobre a acalorada recepção feita a Joaquim Rocha dos Santos:

---

<sup>52</sup> O jornal *Commercio do Amazonas*, fundado por Gregório José de Moraes, circulou em Manaus no período de 1869 e 1904. Caracterizou-se por ser um jornal aberto às diversas correntes de opinião. FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950) – Catálogo de Jornais*. Manaus, Editora Calderaro, 1990. p.63.

<sup>53</sup> Folha do Norte, Belém, nº 40, 9 de fevereiro de 1896.

É nosso hospede, há quatro dias, o Sr Capitão Joaquim Rocha dos Santos, representante do Jornal do Brasil, importante órgão da imprensa fluminense, cujo character independente tem sido applaudido e correspondido por todo o paiz.

O Jornal do Brasil tem hoje uma tiragem de 18.000 exemplares, o que prova a sympathia que o festeja.

O Sr Rocha dos Santos, cavalheiro estimável, vulto saliente na política do Amazonas e muito conceituado na Capital da Republica veio Santos angariar assignaturas para a excellente folha. É de esperar que a camada selecta da sociedade de Santos acceite respeitável cavalheiro com a sua costumada fidalguia, acolhendo com modo nada menos fidalgo os intuitos que até aqui o trouxeram.

Saudando com particular affecto o distincto representante da folha fluminense, fazemos votos para que coroados sejam os seus esforços.<sup>54</sup>

Como colaborador do jornal *O Paiz*, Joaquim Rocha dos Santos publicava artigos sobre o desenvolvimento comercial de Manaus e Belém, notícias sobre os políticos do Amazonas, sobre decisões do Tribunal de Justiça do Estado do Amazonas e sobre atos da administração pública. Quando foi eleito Deputado Provincial, *O Paiz* publicou um artigo em homenagem a Rocha dos Santos destacando a sua atuação no desenvolvimento da Instituição Santa Casa de Misericórdia, na campanha abolicionista e campanha da Proclamação da República.

Por telegramma de Manaós tivemos a grata notícia de haver sido eleito por grande maioria deputado ao Congresso do Estado do Amazonas o nosso prezado representante, major Joaquim Rocha dos Santos.

Dedicado há longos annos ao engrandecimento e prosperidade da Amazonia, o nosso collega conquistou os mais legítimos títulos ao reconhecimento de seus concidadãos pelos serviços prestados como deputado provincial em quatro legislaturas. Á sua infatigavel actividade deve o Estado do Amazonas o desenvolvimento da Instituição Santa Casa de Misericordia de Manaós, o estabelecimento de navegação directa pelos vapores da Companhia Brasileira e muitos outros melhoramentos que constituíram o movimento inicial da assombrosa prosperidade daquelle Estado.

Foi um dos paladinos mais extremados da campanha abolicionista, vencedora com a libertação do Amazonas, e nenhuma obra humanitária ou patriótica se tem emprehendido ali sem ter Rocha dos Santos nas linhas avançadas dos seus propugnadores.

Por ocasião da Proclamação da Republica elle saudo-a com vibrante artigo no *Seculo*, de Lisboa, e enfrentou com denodo a campanha organizada contra a victoria da democracia no Brazil.<sup>55</sup>

Em 1888, por ocasião da publicação do decreto que abolia a escravidão no Brasil, o jornal *Commercio do Amazonas* e outros jornais como: *Amazonas*<sup>56</sup>, *Jornal do*

<sup>54</sup> Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, nº 39, 8 de fevereiro de 1895.

<sup>55</sup> O Paiz, Rio de Janeiro, nº4546, 15 de Março de 1897.

*Amazonas*<sup>57</sup>, *Equador*<sup>58</sup>, *Evolução*<sup>59</sup>, *A Província do Amazonas*<sup>60</sup>, *O Norte do Brazil*<sup>61</sup> e *O Artista*<sup>62</sup> publicaram uma edição especial intitulada *Imprensa Unida*<sup>63</sup> para agradecer a Princesa Isabel a sanção do projeto de lei, que posteriormente foi denominada de Lei Áurea.

E quando chegou a notícia em Manaus da promulgação da Lei nº 3353 de 13 de maio de 1888 extinguindo a escravidão no Brasil, todas as folhas de então: *Amazonas*, *Commercio do Amazonas*, *A Província do Amazonas*, *Jornal do Amazonas*, *O Norte do Brazil*, *Evolução*, *Equador* e *O Artista* esqueceram as luctas, dissensões oriundas das ideias políticas que defendiam e, reunidas, deram um número especial com o título *A Imprensa Unida* no dia 31 de Maio.

Comemoravam o notável acontecimento com outro também notável: Jornais que eram acerrimos liberaes, conservadores e republicanos, bem como os neutros. E que se degladiavam valentemente na véspera perante a Victoria final da abolição terçaram as armas para juntos entoarem hosannas e enviarem uma mensagem á Princesa Imperial Regente, a assignatura da Lei Aurea.<sup>64</sup>

Na luta pelos direitos dos cidadãos e contra o preconceito, em 1895, Joaquim Rocha dos Santos, numa viagem feita a Recife impetrou pedido de *Habeas Corpus* no Tribunal de Justiça de Pernambuco em favor de 13 pessoas que foram presas e deportadas dos estados do Rio de Janeiro e da Bahia para a Casa de Detenção do Recife por praticarem capoeira, visto que, nessa época, essa prática era considerada vadiagem.

---

<sup>56</sup> O jornal *Amazonas* circulou em Manaus no período de 1866 a 1921. Em 1873 começou a ser publicado diariamente recebendo o nome de Diário do Amazonas. FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950)* – Catálogo de Jornais. Manaus, Editora Calderaro, 1990. p.35.

<sup>57</sup> O periódico *Jornal do Amazonas* circulou na cidade de Manaus no período de 1875 a 1891. Foi o primeiro periódico do Amazonas que se posicionou a favor da Proclamação da República. FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950)* – Catálogo de Jornais. Manaus, Editora Calderaro, 1990. p.118.

<sup>58</sup> O jornal *Equador* circulou na cidade de Manaus apenas em 1888 no período de 1º de janeiro a 20 de maio. FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950)* – Catálogo de Jornais. Manaus, Editora Calderaro, 1990. p.84.

<sup>59</sup> O periódico *Evolução* circulou em Manaus no ano de 1888 divulgando a situação do movimento republicano. FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950)* – Catálogo de Jornais. Manaus, Editora Calderaro, 1990. p.92-93.

<sup>60</sup> O jornal *A Província do Amazonas*, fundado por J. A. Paraguassu, circulou em Manaus no período de 1887 a 1889. FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950)* – Catálogo de Jornais. Manaus, Editora Calderaro, 1990. p.178.

<sup>61</sup> O jornal *Norte do Brazil* circulou em Manaus no período de 2 de fevereiro a 20 de novembro de 1888, sendo substituído em seguida pelo jornal *Cidade de Manaus*. FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950)* – Catálogo de Jornais. Manaus, Editora Calderaro, 1990. p.152.

<sup>62</sup> O periódico *O Artista* circulou em Manaus no período de 1886 a 1888. FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950)* – Catálogo de Jornais. Manaus, Editora Calderaro, 1990. p.40.

<sup>63</sup> *Imprensa Unida*, Manaus, nº1, 31 de Maio de 1888.

<sup>64</sup> FARIA E SOUZA, João Batista de. *A Imprensa no Amazonas, 1851-1908*. Manaus: Imprensa Oficial, 1908.p. 10.

Em 13 de julho de 1895, o representante do *Jornal do Brasil*, major Joaquim Rocha dos Santos, impetrou pedido de habeas corpus em favor de 13 pessoas que, entre setembro e novembro de 1889, foram presas e deportadas dos estados do Rio de Janeiro e da Bahia para o presídio de Fernando de Noronha, onde permaneceram por mais de três anos, sendo depois removidas para a Casa de Detenção do Recife. Em seu pedido, o major Joaquim argumentou que as prisões não tinham amparo legal, tendo se realizado sob o pretexto de serem os presos “vagabundos e capoeiras”<sup>65</sup>.

Em março de 1897, Rocha dos Santos elegeu-se Deputado Provincial apresentando um projeto de lei, em 1898, ao Congresso do Estado do Amazonas sugerindo ao poder executivo a criação, no Alto Rio Branco, de uma repartição geral de catequese e civilização dos índios<sup>66</sup>, além disso, sugeria a criação de um Termo, com os limites fixados pelo governo cuja denominação seria de Sebastião Diniz, ao Rio Tacutu.

Pode-se observar que Joaquim Rocha dos Santos possuía uma posição privilegiada na imprensa amazonense e também na capital federal. Como jornalista, representante comercial ou exercendo função pública, Rocha dos Santos aproveitou essas condições para galgar uma posição política de Deputado Provincial na sociedade amazonense. Marialva Carlos Barbosa afirma que ser dono do jornal não era o ponto culminante na carreira dos dirigentes de jornais, mas um estágio anterior ao ingresso efetivo na política ou na diplomacia<sup>67</sup>.

Apesar de ter passado apenas pouco tempo na direção do *Jornal do Commercio*, a história que ele carrega atrelada à imprensa, antes da inauguração do jornal no dia 2 de janeiro de 1904, oferece referências para a devida relação de poder e do prestígio que exercia na cidade de Manaus.

Na primeira edição, 2 de janeiro de 1904, o *Jornal do Commercio* deixa claro que a questão comercial seria o foco da empresa e que seu surgimento deu-se, justamente, para suprir a lacuna da falta de um jornal na cidade de Manaus que defendesse os interesses comerciais da região.

Fazendo-se órgão do principal elemento de ordem e de progresso, que é o commercio, este jornal vem, innegavelmente, satisfazer a uma das mais palpitantes necessidades de nosso meio social e suprir uma lacuna de que, já há muito, se ressentia a vida manauense – um diário que preferentemente advogue e defenda os interesses commerciais d’esta vasta e rica região do Brasil<sup>68</sup>.

<sup>65</sup> TJPE, Recife, *Documentação e Memória*, v2, nº 4, 105.

<sup>66</sup> Gazeta de Petropolis, Petropolis, nº 41, 5 de Abril de 1898.

<sup>67</sup> BARBOSA, Marialva Carlos. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. p. 69.

<sup>68</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 1, 02 de janeiro de 1904.

Ainda na primeira edição, o jornal afirma ser neutro querendo mostrar ao público que exerceria seus direitos constitucionais da livre apreciação e da crítica sem que tivesse nenhuma interferência alheia a sua vontade. Essa prática jornalística de informar com imparcialidade surge em meados dos anos de 1880 no Rio de Janeiro e intensificou-se na década seguinte, mudando, inclusive, o padrão editorial das publicações<sup>69</sup>. Nesse sentido, o próprio *Jornal do Commercio* incorpora essa prática jornalística que certamente foi espelhada nos jornais fluminenses em que Rocha dos Santos atuou como colaborador, como se pode observar na apresentação do jornal perante a sociedade amazonense.

Sem compromissos e liames que o prendam a parcialidades políticas do Estado, o *Jornal do Commercio* é neutro nas lides que visem à economia e o interesse dos partidos políticos que se degladiam pelos poderes públicos do Estado. Deixando portanto a política lá onde ella está, este jornal não abdica, porém dos inauferíveis direitos constitucionaes da livre apreciação e crítica dentro do âmbito da lei, dos actos públicos que rocem com questões sociaes que affectem interesses geraes<sup>70</sup>

Essa neutralidade é posta em contradição nas diversas vezes que o jornal se posicionava ao lado de quem estava no Governo ou da elite dominante. A doutora Maria Luiza Ugarte Pinheiro afirma que *Jornal do Commercio* era um periódico tradicionalmente ligado aos grupos dominantes<sup>71</sup>. Em relação à neutralidade anunciada pelos dirigentes de jornais, a autora Marialva Barbosa certifica que a pretensa neutralidade da informação é uma forma de transformar o texto em documento<sup>72</sup>, pois sendo neutro comprovaria a existência do fato. Maria Helena Rolim Capelato, ao ponderar a questão dos jornais como documento, afirma que “a produção desses periódicos pressupõe um ato de poder no qual estão implícitas relações a serem desvendadas”<sup>73</sup>.

## 1.2. ASPECTOS ESTRUTURAIS DO JORNAL

<sup>69</sup> BARBOSA, Marialva. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. p. 24..

<sup>70</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 1, 02 de janeiro de 1904.

<sup>71</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte – Letramento e periodismo no Amazonas(1980–1920)*. Tese de Doutorado. São Paulo. PUC, 2001.

<sup>72</sup> BARBOSA, Marialva. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. p. 93.

<sup>73</sup> CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Imprensa e História do Brasil*. 2ª ed. São Paulo: Contexto/Edusp, 1994. p. 24.

O *Jornal do Commercio*, nessa fase inicial de 1904 a 1905, seguia os moldes do *Jornal do Commercio*<sup>74</sup> carioca, fundado por PierreRené François Plancher de la Noé, que por sua vez teve inspiração no jornal francês *Journal du Commerce*. Nos anos de 1904 e 1905, sob a direção do Major Rocha dos Santos, o jornal apresentava-se com quatro páginas e com o formato de 57x38 cm, as páginas eram, geralmente, divididas em 6 colunas cada. A assinatura semestral do periódico era comercializada por 50\$000 réis na capital e 60\$000 réis no interior.



*Jornal do Commercio*, nº 79. Manaus, 1º Abr. 1904.

Com relação à tiragem, o periódico não tinha o costume de informar o número de exemplares de suas publicações, porém, no dia 11 de novembro de 1907, o jornal publica uma nota sobre o número de jornais vendidos no dia anterior por ocasião de um fato que se desenrolou em Remate de Males.

Causou a mais viva impressão a extensa notícia que hontem inscimos sobre os acontecimentos que se desenrolaram em Remate de Males.

<sup>74</sup> O *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro fundado por PierreRené François Plancher de la Noé em 1827 é o jornal mais antigo em circulação na América Latina..

A edição do JORNAL foi de três mil quatrocentos e vinte e dois exemplares, esgotou-se às primeiras horas do dia, o que nos alegra bastante, pois bem demonstra a grande aceitação de que goza a nossa folha<sup>75</sup>.

Na primeira página, era veiculada uma coluna denominada “Indicações” na qual anunciava serviços de profissionais liberais como médicos, advogados, engenheiros, professores, entre outros. Na capa do jornal também havia uma coluna dedicada a “Varias Noticias”, coluna que fazia um resumo de acontecimentos da cidade ou sobre utilidades públicas, quando tinha um grande número de informação a ser publicada nessa coluna, ela continuava em uma coluna complementar na segunda página. Havia ainda, uma coluna destinada aos “Telegrammas” que trazia breves notícias nacionais e estrangeiras. Destaca-se que o telégrafo proporcionou uma maior dinamicidade na transmissão de informações.

O telégrafo, com toda sua rede de fios e estações, aparece como um símbolo visível desse novo tempo, e todas as memórias históricas sobre sua implantação ressaltam seu caráter de comunicação “célere”, vital, urgente, chamando a atenção para a liberdade e a rapidez que o transporte da palavra – por meio de condutores e fluídos elétricos, mecanismos técnicos construídos ou centralizados pelo engenho humano – trouxe para as relações entre as pessoas e as nações.<sup>76</sup>

A primeira página, nos anos de 1904 e 1905, encerrava-se com poesias e poemas, ora elaboradas por colaboradores do jornal, ora retiradas de alguma personalidade em voga na literatura nacional ou internacional.

Na segunda página, o *Jornal do Commercio* comumente apresentava a coluna “Intendencia Municipal” que publicava intimações, decretos e despachos do município de Manaus.

#### Intendencia Municipal

Ao fiscal Antunes. Faça intimar aos engraxadores a não continuarem a estacionar no canto da rua da Instalação com a Municipal e bem assim apprehender as caixas que alli encontrar abandonadas<sup>77</sup>.

Outra coluna que se fazia presente nessa página era “Salas e Salões”, um tipo de coluna social na qual se noticiavam aniversários, batizados, banquetes, festas e reuniões

<sup>75</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 1304, 11 de novembro de 1907.

<sup>76</sup> MACIEL, Laura Antunes. *A nação por um fio - caminhos, práticas e imagens da. “Comissão Rondon”*. São Paulo: Educ/Fapesp, 1998.p. 64.

<sup>77</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 14, 17 de janeiro de 1904.

da alta sociedade além de convocações de clubes e agremiações. Destaca-se na segunda página do periódico um espaço na parte inferior destinada ao folhetim<sup>78</sup>.

Já na terceira página, o jornal exibia na parte superior alguns avisos e anúncios de contratação de pessoas para a realização de serviços como: confecções, acompanhantes para crianças, professores particulares, empregados domésticos, entre outros. Na parte inferior da página existia uma secção denominada “Parte Commercial” que mostrava diversas subsecções ligadas à economia e ao movimento do porto de Manaus, entre estas pode-se citar: o “Boletim do Cambio” com a cotação da Libra em Paris, Portugal, Nova York, Espanha e na Itália; “Movimento do Porto” que indicava a entrada e a saída das embarcações; “Recebedoria do Estado” que apresentava a quantidade de despachos e os valores da renda estadual, municipal bem como a renda do Banco Amazonense. Tinha ainda uma subsecção destinada a “Manaós Harbour”<sup>79</sup> que quantificava o movimento de cargas em cada armazém no porto da cidade; outra subsecção era “Passageiros” que consistia numa lista de passageiros de cada embarcação que atracava em Manaus e, por fim, o lado direito da parte inferior era destinado a propagandas dos vapores que circulavam na época na cidade.

A quarta página do *Jornal do Commercio* era destinada a anúncios e propagandas variadas, entre as mais comuns podem-se listar: venda e aluguel de casas, propagandas de remédios, anúncios de prestação de serviços de profissionais liberais como: advogados, médicos, dentistas e professores. Propagandas de lojas de roupas, lojas de sapatos, hotéis, restaurantes, apresentações nos teatros, circos e cinemas.

Dr. Vivaldo Lima

Medico

Graduado em medicina, pharmacia e odontologia pela Faculdade de Medicina e de Pharmacia da Bahia.

Com pratica adquirida em hospitais do Brasil, Portugal e em viagens pelo interior do Pará e Amazonas.

Tratamento especial de impaludismo e suas consequências.

Clinica das moléstias do coração, fígado e rins.

Consultório: Pharmacia Humanitária

<sup>78</sup> O folhetim nesse período constituiu-se uma importante estratégia de venda. Marlyse Meyer debruça-se sobre a história do romance-folhetim e sua entrada no Brasil, bem como sua consagração em terras brasileiras no período da *Belle Époque*. MEYER, Marlyse. *Folhetim: uma história*. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

<sup>79</sup> Manaós Harbour foi uma concessionária criada especificamente para a construção do porto de Manaus e sua exploração em 1902. PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *A Cidade Sobre os Ombros: trabalho e conflito no porto de Manaus, 1889-1925*. Manaus: Valer, 2003.

Residência: Rua Izabel, nº 21 Manaus<sup>80</sup>.

O formato e o número de páginas vão permanecer praticamente os mesmos nesse período de 1904 e 1905 que pode ser analisado como a primeira fase do *Jornal do Commercio*. Em relação a disposições dos artigos e das seções, também, permaneceram as mesmas com pouquíssimas variações durante a direção de Joaquim Rocha dos Santos.

### 1.3. JORNALISMO POPULAR E SENSACIONALISMO NO JC (1904-1905)

O *Jornal do Commercio* durante o período de 1904 e 1905, sob a direção de Rocha dos Santos, utilizou técnicas do jornalismo, que na época, eram consideradas técnicas modernas dentro do jornal-empresa. Apesar do foco do jornal ser voltado à área comercial, os editores preocupavam-se em expandir o número de assinaturas, assim, para atingir essas metas, algumas estratégias comunicacionais foram aos poucos incorporadas ao estilo jornalístico do periódico.

Algumas dessas estratégias relacionadas à comunicação em massa<sup>81</sup> foram a introdução de folhetins, premiações, sorteios e notícias que abordavam temas de forma dramática como a violência passional ou pessoal. Para um melhor entendimento sobre esse tipo de jornalismo faz-se necessário explicar o aparecimento e a expansão desse tipo de prática.

No livro *Teorias da Comunicação de Massa*<sup>82</sup>, Melvin DeFluer e Sandra Ball-Rokeach delineiam a trajetória da evolução da comunicação de massa, porém especificamente interessa, para o trabalho em questão, o segundo capítulo que aborda o aparecimento da Imprensa de massa<sup>83</sup> e a expansão dos jornais populares<sup>84</sup>. Os autores mostram que o surgimento da imprensa popular tem suas raízes nas sociedades antigas e no modo como estas sociedades divulgavam as notícias. Os romanos, por exemplo,

---

<sup>80</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 290, 29 de novembro de 1904.

<sup>81</sup> É preciso destacar que Nelson Werneck Sodré afirma que os jornais e as revistas, no Brasil nesse momento, não foram considerados veículos de massa, visto que se constata que esses meios não eram de uso habitual em parcela numerosa, marojitária mesmo, do povo brasileiro. SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. 4ª ED. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

<sup>82</sup> DEFLEUR, Melvin L & BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da Comunicação de Massa*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

<sup>83</sup> Entende-se imprensa de massa um estilo de imprensa que surgiu no século XX e via nos jornais um grande potencial comercial. Dessa forma surgem diversos jornais destinados à venda em massa, como por exemplo o *The New York Sun*, em 1833.

<sup>84</sup> O conceito usado para popular é o mesmo empregado pela professora Márcia Franz Amaral no qual o “popular” identifica um tipo de imprensa que define pela sua proximidade e empatia com o leitor por intermédio de algumas mudanças de ponto de vista, pelo tipo de serviço que presta, pela sua conexão com o local e imediato. AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Ed. Contexto, 2006. p. 16.

pregavam em locais públicos folhas com notícias chamadas *acta diurna*, já os chineses e os coreanos utilizavam caracteres esculpido em madeiras e papel antes desse tipo de prática aparecer na Europa. Por sua vez, no século XVI, o governo de Veneza imprimia pequenas folhas de notícias que podiam ser compradas com uma gazeta, palavra até hoje é empregada para referenciar alguns tipos de jornais.

Segundo DeFluer e Ball-Rokeach, quando as colônias norte-americanas começaram a formar uma classe média com interesses comerciais e, somado a esse fato, iniciou-se o aperfeiçoamento da tecnologia de impressão e do papel, bem como a criação do primeiro sistema de ensino público de massa, em Massachusetts, 1830, o palco estava pronto com a combinação de todos esses múltiplos elementos de um jornal para as pessoas comuns<sup>85</sup>.

Nesse contexto, nos Estados Unidos da América, em 1833, surge o *New York Sun*, que custava um centavo ou um *penny*. Em 1836, dois jornais inauguram a imprensa popular francesa: o *La Presse* e o *Le Siècle*. O jornal Sun, nessa época, passa a atender um público que buscava informações ligadas ao cotidiano. Dessa forma todos os episódios que giravam em torno do dia-a-dia da sociedade norte-americana eram transformados em matérias para que o público se fidelizasse ao jornal. O estilo do *Sun* fazia com que a cada mês aumentasse o número de vendas do jornal, tanto que em 1837 distribuía diariamente cerca de 30.000 exemplares mais do que todos os jornais diários de Nova York juntos<sup>86</sup>.

No Brasil, no século XX, vários jornais começaram a traçar trajetórias junto aos setores populares. Destacam-se: *Jornal do Brasil* (Rio de Janeiro, 1891), *Folha da Noite* (São Paulo, 1921), *O Dia* (Rio de Janeiro, 1951), *Última Hora* (Rio de Janeiro, 1951), *Luta Democrática* (Rio de Janeiro, 1954) e um dos mais conhecidos nesse tipo de jornalismo, o *Notícias Populares* (São Paulo, 1963)<sup>87</sup>.

No Amazonas, ainda não há um mapeamento sobre o surgimento e a expansão dos periódicos que utilizaram, no século XX, técnicas da imprensa popular para atrair ou aumentar o número do público-leitor como: a publicação de folhetins nos jornais, de colunas destinadas a queixas da população, de publicação de notícias sobre curiosidades entre outras. Porém, existem trabalhos que mencionam algumas características do jornalismo popular inseridas em alguns jornais do Amazonas. Um desses trabalhos é a

---

<sup>85</sup> DEFLEUR, Melvin L & BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da Comunicação de Massa*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.p.67

<sup>86</sup> DEFLEUR, Melvin L & BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da Comunicação de Massa*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.p.68

<sup>87</sup> AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.

tese de doutorado de Maria Luiza Ugarte Pinheiro, que tem sido um marco na história da Imprensa do Amazonas por ser um dos trabalhos pioneiros a utilizar os periódicos nortistas como fonte e objeto de estudo.

Em *Folhas do Norte*, a professora aborda o processo formativo do periodismo no Amazonas, analisando suas características gerais e suas principais linhas de força<sup>88</sup>. Em especial, o capítulo *A mulher no periodismo* em que é discutida a projeção das mulheres em novos espaços sociais, o processo educativo pelo qual estavam passando e as formas com que os jornais amazonenses foram abrindo espaços para estas leitoras, seja diversificando os temas ou abrigando folhetins - seção literária que reproduzia romances em partes fragmentadas<sup>89</sup>. A publicação de folhetins faz parte das estratégias elaboradas pelo jornalismo popular.

Outro trabalho que merece destaque, ao utilizar como fonte a coluna “Queixas do povo” do *Jornal do Commercio*, é a dissertação de Leno José Barata Souza<sup>90</sup>. Nessa dissertação, o pesquisador analisa a coluna como um recurso para alavancar a venda do jornal, bem como um espaço dentro do periódico em que a população de Manaus poderia dar vazão aos seus anseios, agruras, descontentamentos, bem como poderiam denunciar e reclamar. Essa aproximação do jornal com o público-leitor, ao criar colunas em que as pessoas pudessem expressar suas opiniões, também, faz parte do jornalismo popular.

É comum a utilização do termo sensacionalismo e jornalismo popular como sinônimo, assim para um melhor entendimento é relevante fazer uma ponderação sobre estes conceitos. Para a professora Márcia Franz Amaral, o conceito de sensacionalismo tem servido para as mais diversas formas de popularização da mídia que, de certa maneira, gera inúmeras distorções, como a equivocada associação do termo sensacionalista a qualquer jornal que fuja dos padrões dos jornais “sérios” ou jornais de “referência”.

Em geral, o sensacionalismo está ligado ao exagero; à intensificação, valorização da emoção; à exploração do extraordinário, à valorização dos conteúdos descontextualizados; à troca do essencial pelo supérfluo ou pitoresco e inversão do conteúdo pela forma. São muitas as formas de popularização da mídia costumeiramente tratadas sob o rótulo de sensacionalista. O sensacionalismo tem servido para caracterizar inúmeras estratégias da mídia em geral, como a superposição do interesse público; a

<sup>88</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte – Letramento e periodismo no Amazonas(1980–1920)*. Tese de Doutorado. São Paulo. PUC, 2001.

<sup>89</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte – Letramento e periodismo no Amazonas(1980–1920)*. Tese de Doutorado. São Paulo. PUC, 2001.p. 230.

<sup>90</sup> SOUZA, Leno José Barata. *Vivência Popular Na Imprensa Amazonense: Manaus da Borracha (1908-1917)*. Dissertação de Mestrado – PUC. São Paulo, 2005.

exploração do sofrimento humano; a simplificação; a deformação; a banalização da violência, da sexualidade e do consumo; a ridicularização das pessoas humildes; o mau gosto; a ocultação de fatos públicos relevantes; a fragmentação e descontextualização do fato; o denunciamento; os prejulgamentos e a invasão da privacidade tanto de pessoas pobres e como de celebridades, entre outras tantas.<sup>91</sup>

A autora mostra que o conceito de sensacionalismo acaba sendo deficitário quando se busca analisar mídias que buscam estratégias para uma aproximação com o público através de prestação de serviços, entretenimento, adoção de elementos do universo cultural do leitor, conexão com o local e imediato, sendo mediador entre a população e o governo, entre outras estratégias. Dessa forma, a autora prefere adotar o conceito de jornalismo popular para os jornais que usam outras estratégias de captação de público diferente da utilização da superexposição dos fatos, exacerbação dos relatos e das coberturas que privilegiam a violência e sexualidade.

Já para o professor Ciro Marcondes Filho, a notícia como uma mercadoria acaba recebendo investimentos para que atraia consumidores, assim a diferença entre um jornal caracterizado como “sério” e outro caracterizado como “sensacionalista” é, apenas, a intensidade com que estes exploram a informação.

O jornal deve vender-se pela sua aparência. O que vai diferenciar um jornal dito “sensacionalista” de outro dito “sério” é somente o grau. Sensacionalismo é apenas o grau mais radical de mercantilização da informação: tudo o que se vende é aparência e, na verdade, vende-se aquilo que a informação interna não irá desenvolver melhor do que a manchete<sup>92</sup>.

Dessa forma entende-se que as estratégias elaboradas pelo *Jornal do Commercio*, no período de 1904 e 1905, apenas introduzem de forma embrionária aspectos ligados ao sensacionalismo e ao jornalismo popular dentro da história da imprensa no Amazonas. O intuito da pesquisa não é taxar o periódico como pertencente a um estilo ou outro, mas discutir que tendências os dirigentes acabavam utilizando no momento em que elaboravam estratégias para aumentar a venda do jornal. Uma dessas estratégias foi a veiculação de folhetins ao longo da gestão de Rocha dos Santos e, posteriormente, de forma mais expressiva na gestão de Vicente Reis.

O folhetim surge na França no início do século de XIX e se caracterizava pela narrativa literária de forma sequenciada e que era publicada por jornais e revistas. No Brasil, começaram a ser publicados com regularidades por jornais cariocas em meados

<sup>91</sup> AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.p.21

<sup>92</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia: Jornalismo como Produção Social de Segunda Natureza*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989.p.66.

da década de 1830. O Folhetim foi um dos primeiros elementos do sensacionalismo a ser introduzido na imprensa brasileira na metade do século XIX. E um dos primeiros jornais a publicar folhetins foi o *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro através do jornalista Justiniano José da Rocha que traduziu as obras: *O Conde de Monte Cristo*, de Alexandre Dumas; *Os Miseráveis*, de Victor Hugo e *Piquillo Alliaga, ou os mouros no reinado de Felipe III*, obra de Eugéné Scribe<sup>93</sup>. O próprio Justiniano José da Rocha escreveu uma novela histórica chamada *Os assassinos misteriosos ou a paixão dos diamantes* e que em 1839 foi publicada como folhetim pelo *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro.

O *Jornal do Commercio* teve como seu primeiro folhetim o *Piquillo Alliaga*, em seguida, ainda em 1904 foi publicado um novo folhetim: *Uma lenda de Montrose*, obra de Walter Scott. A respeito dos folhetins, Maria Luiza Ugarte Pinheiro afirma que para o estado do Amazonas apesar deste ser lido, também, por homens, o público alvo do folhetim eram as mulheres.

Embora fosse lido por homens e mulheres indistintamente, o folhetim consolida-se em associação à “contumaz frivolidade da ‘gentil leitora’”. A íntima associação do folhetim com o público feminino foi, na verdade, a expressão de um duplo (porém articulado) movimento que amplifica a participação feminina na sociedade. Numa das pontas, trata-se de reconhecer que, já desde o século XVIII europeu, a prática da leitura começou a associar-se mais pontualmente ao universo feminino e a ser encarada como importante instrumento para o aprimoramento moral não só da mulher, mas também da família e da sociedade como um todo<sup>94</sup>.

A participação da mulher na sociedade advinda dos novos valores introduzidos pelos hábitos de modernidade e o interesse do jornal em atrair esse novo público fizeram com que o folhetim tivesse seu local cativo no rodapé da segunda página do *Jornal do Commercio* em 1904 e 1905. Sobre esta estratégia da imprensa diária, Maria Luiza Ugarte Pinheiro assinala que:

Além da tradicional empatia do romance com o universo feminino, é preciso reconhecer também que a expansão do folhetim vai estar associada à difusão da imprensa e, principalmente, ao seu barateamento, fruto de tiragens cada vez maiores. Daí que ele apareça com maior intensidade nos grandes jornais da imprensa diária, do que nas pequenas folhas hebdomadárias. É ainda importante salientar que o aparecimento do folhetim reforçou a aquisição do jornal por meio de assinaturas, alavancando as vendas. Todavia ele foi apenas uma das portas por onde os jornais buscaram se aproximar do público feminino, pois mesmo as pequenas folhas passaram a explorar este filão,

<sup>93</sup> TINHORÃO, José Ramos. *A Música Popular no Romance Brasileiro*. Volume 1. Rio de Janeiro: Editora 34, 2000. p. 47.

<sup>94</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte – Letramento e periodismo no Amazonas(1980–1920)*. Tese de Doutorado. São Paulo. PUC, 2001.p.231

dedicando seções e colunas ao público leitor feminino, onde imperavam a crônica social com larga exploração da vida mundana<sup>95</sup>.

Um recurso também explorado pelo *Jornal do Commercio* foi a publicação de entrevistas utilizando o discurso direto, na tentativa de uma maior aproximação com o leitor. Essa estratégia contribui para o fator de envolvimento, pois aponta um narrador onisciente que, ao reproduzir as palavras proferidas pelos interlocutores, aproxima o texto da narrativa oral. Márcia Franz Amaral, a respeito do discurso direto, relata que, este, muitas vezes, é utilizado para marcar a oralidade. E que ao conceder a palavra ao leitor ou a quem está ligado diretamente com a notícia, o discurso direto serve para dar autenticidade e mostrar a seriedade do jornal<sup>96</sup>. De forma que esse tipo de discurso tem o papel de transmitir uma situação mais similar àquela vivida, como se as pessoas estivessem presentes no texto.

O Acre

Interview

O Sr. Dr. Gentil Noberto, um dos antigos chefes do movimento revolucionário acreano, que se acha hospedado no quarto n. 19 do Hotel Cassina recebeu gentilmente o nosso representante que ali foi entrevista-lo sobre os últimos acontecimentos daquela região.

Damos a seguir as perguntas e respostas trocadas entre aquelle cavalheiro e o nosso companheiro.

P- Qual é presentemente a situação do Acre e das forças revolucionarias?

R- A situação do Acre é a mais satisfatória possível.

(...) P- Qual a situação das forças federaes?

R- Quanto ao estado sanitário é o melhor possível. Graças à actividade e boa vontade do Major Alcides, commandante do 27º batalhão, as forças federaes acampadas em Empresa dispõem hoje de um excellente hospital que satisfaz perfeitamente as necessidades dos doentes.

(...) P- Quem será o futuro governador do Acre?

R- Não sei. O Coronel Plácido de Castro só almeja voltar a vida privada. O Acre em peso deseja que elle seja o governador, pois o considera como único capaz de resolver a difficil situação alli creada por um anno de revolução<sup>97</sup>.

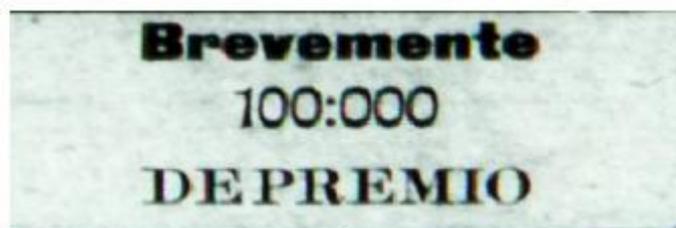
Outra estratégia de venda empregada pelo periódico era o anúncio de uma premiação em dinheiro. No final de janeiro de 1904, o jornal começa a anunciar que sortearia um prêmio por meio do número da tiragem, porém a estratégia não foi levada

<sup>95</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte – Letramento e periodismo no Amazonas(1980–1920)*. Tese de Doutorado. São Paulo. PUC, 2001.p.232.

<sup>96</sup> AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.

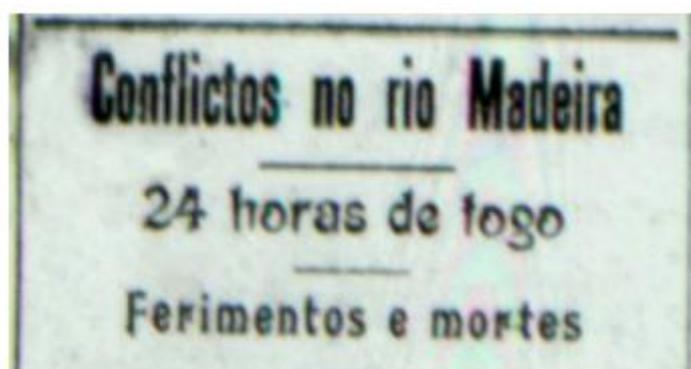
<sup>97</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 23, 28 de janeiro de 1904.

adiante e somente na segunda fase do jornal essa estratégia foi utilizada sucessivas vezes. Apesar da experiência de Rocha dos Santos com diários de grande circulação, como foi mencionado anteriormente, teve-se nesse momento de apresentação do jornal à cidade certa prudência ao colocar certas novidades jornalísticas em destaques.



*Jornal do Commercio*, nº 23. Manaus, 28 jan. 1904.

Se a divulgação de prêmios e sorteios foi comedida, a divulgação de notícias sobre acidentes, tragédias, conflitos e assassinatos era amplamente explorada. A exploração desses temas no *Jornal do Commercio* dá início, também, ao desenvolvimento de técnicas visuais de atração para o leitor. Notícias desse cunho vinham geralmente, no meio da primeira página, impressas com tamanhos e fontes diferenciadas de outros artigos e notícias veiculadas, mostrando assim, a preocupação em utilizar aquela informação como um atrativo de venda para o jornal.



*Jornal do Commercio*, nº 128. Manaus, 29 Mai. 1904.



*Jornal do Commercio*, nº 128. 29 Mai. 1904.

O recurso imagético, desde a fundação do *Jornal do Commercio*, tornou-se um forte aliado na composição do periódico. Inicialmente as gravuras reforçavam as técnicas jornalísticas empregadas pelos editores, associavam-se a temas do cotidiano da cidade e também eram utilizadas como homenagem a determinadas personalidades do Amazonas e da capital da República. Na primeira fase, foram utilizadas as xilogravuras<sup>98</sup> para ilustrar a primeira página do jornal.

No jornal do dia 8 de maio de 1904, uma gravura ilustrava a notícia sobre um crime passional ocorrido no dia anterior, em que a espanhola Andrea Álvares, residente na rua Henrique Martins, após algumas desavenças com seu antigo companheiro, João Domingos, fora assassinada. O jornal, após relatar todo fato, chama a atenção dos leitores com a informação de que, na noite anterior, mandou apanhar o retrato da vítima no necrotério da cidade, para pô-lo, então, na primeira página.

<sup>98</sup> As xilogravuras, no Brasil, começam a ser utilizadas de forma oficial a partir da instalação da Imprensa Régia, em 1808. Porém, estas ganham notoriedade a partir do momento que o processo de composição aperfeiçoa-se fazendo com que os periódicos passassem a utilizar cada vez mais essa ferramenta para atrair o público-leitor. SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. 4ª ED. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.



*Jornal do Commercio, nº 110. Manaus, 08 Mai. 1904*

Já o jornal do dia 2 de janeiro de 1905 mostra a fachada do edifício onde estava localizado o *Jornal do Commercio*. Em comemoração ao seu primeiro ano de circulação, foi colocado um letreiro que seria inaugurado à noite pelo proprietário. A intenção do editor era chamar a atenção dos consumidores do jornal e convidá-los para o evento. Até mesmo os funcionários do jornal foram dispensados do serviço no dia posterior, pois estariam comemorando à noite a inauguração do letreiro juntamente com o proprietário Rocha dos Santos.



Prédio do Jornal do Commercio

*Jornal do Commercio*, nº 320. Manaus, 02 Jan 1905.

O próprio teste do letreiro meses antes da inauguração causou um grande alvoroço nas imediações do edifício. Percebe-se que Joaquim Rocha dos Santos tenta passar ao povo amazonense e principalmente ao leitor do jornal que a modernidade estava chegando, até mesmo ao prédio onde ficava instalada a oficina do periódico.

Pelo competente Sr. A Bytton foi sentado hontem o aparelho de electricidade que fornece luz ao dístico que fica no frontispício do predio do jornal.

Apenas começou a funcionar o aparelho, o grande e deslumbrante effeito das variações das cores nas letras do titulo desta folha, chamou e attrahiu consideravel concorrência até muito tarde.

Ao engenhoso trabalho ouvimos rasgados elogios<sup>99</sup>.

As gravuras tinham tal destaque no periódico que o xilógrafo do jornal, Nicephoro Moreira, foi enviado ao velho mundo para um curso de aperfeiçoamento profissional. Nicephoro Moreira era cearense e foi um dos fundadores do periódico *O*

<sup>99</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 110, 08 de maio de 1904.

*Figarino – Revista Humorística e Illustrada*, em Fortaleza no dia 5/05/1895. Antes de trabalhar no *Jornal do Commercio* como xilógrafo, trabalhou no jornal *O Marapatá* que circulava às quintas-feiras e aos domingos<sup>100</sup>, em 1898.



Xilógrafo Nicephoro Moreira

*Jornal do Commercio*, nº 320. Manaus, 02 Jan 1905.

Faz-se necessário mencionar que em 1905 a fotografia já era amplamente usada em periódicos na Europa e na América. Em 1871, foi realizada a primeira reprodução de fotografia, sem interferência de gravurista, no *Jornal Nordisk Boktryckeri-Tidning*, na Suécia; em 1877, foi a vez do *Le Monde Illustré*, na França e, em 1880, o primeiro jornal americano a estampar uma fotografia foi *New York Daily Graphic*<sup>101</sup>. No Brasil, porém, o processo de adoção das fotografias pelos periódicos foi lento. Era comum, no fim do século XIX e início do século XX, as gravuras presentes nos jornais serem feitas a partir de fotografias. Dulcilia Schroeder Buitoni afirma que quando a fotografia começou a aparecer na imprensa brasileira, as gravuras faziam muito sucesso entre os

<sup>100</sup> OLIVEIRA, Erivonaldo Nunes de. *A Imigração Nordestina na Imprensa Manauara (1877-1917)*. Manaus: [s.n.], 2010

<sup>101</sup> BUITONI, Dulcilia Schroeder. *Fotografia e Jornalismo: a informação pela imagem*. São Paulo: Saraiva, 2011. p. 60.

leitores de jornais e revistas, tanto que acreditavam mais no real desenhado que no registro mecânico da fotografia.

Paradoxalmente, as pessoas acreditavam mais no real desenhado in loco, do que no registro mecânico da fotografia, Isso talvez seja devido à “educação” visual da época que estava mais acostumada aos efeitos estéticos presente nas gravuras; por vezes essas imagens alcançavam alto nível de qualidade, o que ainda não era possível nas incipientes cenas fotográficas.

Apesar da possibilidade técnica da reprodução fotomecânica a meio-tom, sua adoção foi relativamente lenta, pois os leitores preferiam processos de gravuras feita à mão. Nas últimas décadas do século XIX, no Brasil, a imprensa vivia uma fase de transição em que cópias de fotografias já apareciam, principalmente em revistas, mas conviviam com desenhos e gravuras. Muitas vezes a mesma imagem era reproduzida como fotografia e como gravura.<sup>102</sup>

Dessa forma, é compreensível o motivo pelo qual o *Jornal do Commercio* envia o xilógrafo, Nicephoro Moreira, à Europa para aperfeiçoamento nas técnicas de sua profissão. Assim como em outros lugares do Brasil, a aceitação dessa nova tecnologia passou por obstáculos, mas que posteriormente, na segunda fase do jornal, amplia-se e torna-se um diferencial na disputa por leitores na cidade.

#### 1.4. DIRIGENTES, REDATORES E COLABORADORES

O *Jornal do Commercio*, durante o período de 1904-1905, teve como proprietário e diretor o major Joaquim Rocha dos Santos, como mencionado anteriormente. Faziam parte da redação do diário: Henrique Rubim e Alcides Bahia. E participavam como colaboradores: Mello Rezende, Heliodoro Balbi, Gaspar Guimarães, Vivaldo Lima, Carlos Eugenio Chauvin, Solon Pinheiro, Alberto Rangel, J. Tabosa, entre outros. No aniversário do jornal em 1913, uma passagem foi dedicada às pessoas que contribuíram na primeira fase do jornal.

Quando de propriedade e direção do seu fundador, teve o JORNAL a iluminar suas páginas a colaboração poderosa e vibrante de um círculo dos nossos mais notáveis intelectuais de então, na qual refulgiam pennas amestradas como Alcede Marrocos, Mello Rezende, Heliodoro Balbi, Carlos Gonçalves, Miguel Tinoco, Gaspar Guimarães, Alberto Rangel, Regalado Baptista, Vivaldo Lima, Corrêa Mendes e muito mais, de par com a redacção onde destacamos Henrique Rubim e Alcides Bahia<sup>103</sup>.

<sup>102</sup> BUITONI, Dulcilia Schroeder. *Fotografia e Jornalismo: a informação pela imagem*. São Paulo: Saraiva, 2011. p. 69.

<sup>103</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 3118, 02 de janeiro de 1913.

A maioria dessas pessoas que fizeram parte da primeira fase do jornal veio de outras cidades e frequentou a faculdade de direito. Esses intelectuais valiam-se do campo da imprensa como patamar para alcançar posições políticas ou situações de estabilidade financeira, participando da burocracia estatal<sup>104</sup>. Maria Luiza Ugarte Pinheiro afirma que foi nas páginas da imprensa local que a intelectualidade amazonense, no final do século XIX e início do século XX, ganhou visibilidade e respeitabilidade no interior da sociedade local<sup>105</sup>.

Independentemente da função desenvolvida, dentro da empresa *Jornal do Commercio*, esses profissionais acabavam estabelecendo alianças, utilizando esse espaço como um veículo propagador do pensamento da classe a que pertenciam e usufruindo o capital simbólico que o curso superior proporcionava. Trabalhar num jornal fornecia uma condição diferenciada capaz de exercer influência dentro da política e da sociedade amazonense. Sobre essa temática a professora Marialva Barbosa menciona que:

Ficção e realidade se misturam no início da República. Tanto num domínio, como no outro, a evidência de que os jornalistas – dirigentes ou não – possuem um capital simbólico suficientemente expressivo para participar do jogo de poder. O jornalista como produtor de bens simbólicos encarna a pessoa do “criador”, produzindo uma originalidade que enfoca principalmente a vida social. Produtor de mensagens para a “pessoa do leitor”, transforma-se num verdadeiro formador de conceitos, normas e padrões permitidos e cuja vulgarização é necessária.<sup>106</sup>

Faz-se necessário, por sua vez, mencionar um pouco da trajetória de alguns profissionais que mais se destacaram no *Jornal do Commercio*, em seu primeiro momento, para que seja possível visualizar que características eles tinham em comum, bem como definir suas posições na estrutura social. Como mencionado anteriormente, Rocha dos Santos, nasceu em Portugal e antes da fundação do *Jornal do Commercio* já tinha sido proprietário do periódico *Commercio do Amazonas*; colaborador de periódicos fluminenses, abolicionista, republicano, durante quatro legislaturas foi deputado estadual, foi cônsul Argentino e participou ativamente de sociedades beneficentes<sup>107</sup>.

---

<sup>104</sup> BARBOSA, Marialva. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. p. 63.

<sup>105</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte – Letramento e periodismo no Amazonas (1980–1920)*. Tese de Doutorado. São Paulo. PUC, 2001.p. 99.

<sup>106</sup> BARBOSA, Marialva. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. p. 73

<sup>107</sup> Durante a pesquisa não foi obtida nenhuma informação sobre a escolaridade ou formação de Rocha dos Santos.

Alcides Bahia<sup>108</sup> nasceu no Pará, estudou na Escola Politécnica no Rio de Janeiro. Foi jornalista de oposição a Antônio Lemos, em Belém, no periódico *A República*. Obrigado a fugir para Manaus, trabalhou no jornal *Commercio do Amazonas*, que na época estava na direção do Major Joaquim Rocha dos Santos. Alcides Bahia foi eleito várias vezes Deputado Estadual e uma vez eleito Deputado Federal. E ainda foi um dos fundadores da Academia Amazonense de Letras<sup>109</sup>, sendo orador oficial. No *Jornal do Commercio*, foi redator e posteriormente editor-chefe<sup>110</sup> comandando uma equipe de cinco a sete jornalistas na sede do jornal, na Avenida Eduardo Ribeiro, número 11.

Henrique de Souza Rubim<sup>111</sup> nasceu em Teresina em 1869, transferiu-se para o Amazonas por volta dos anos de 1900. Em Manaus, foi escrivão de polícia civil, juiz de órfãos, arquivista da Superintendência, Diretor do Arquivo Público e da Biblioteca do Estado, Maçom de alto grau, Sócio-fundador do Instituto Geográfico e Histórico do Amazonas e também trabalhou nos periódicos: *Diário do Amazonas* e *O tempo*. No *Jornal do Commercio*, foi redator e em 1906, após a morte de Joaquim Rocha dos Santos, foi diretor do periódico.

Carlos Eugênio Chauvin<sup>112</sup> nasceu na Bahia em 1879, mudou-se para o Amazonas onde trabalhou como professor de Línguas, jornalista e advogado. Foi professor e secretário geral da Universidade Livre de Manaus, professor catedrático da Escola Sólton de Lucena, ainda foi um dos fundadores da Academia Amazonense de Letras. Antes de trabalhar como jornalista no *Jornal do Commercio*, foi diretor do jornal *A Pátria* na época em que José Cardoso Ramalho Júnior foi governador do Estado.

Manoel Sólton Rodrigues Pinheiro<sup>113</sup> nasceu no Ceará, posteriormente mudou-se para Recife onde ingressou na Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais. Retornando ao Ceará, posicionou-se contra o governador do Estado – Antônio Pinto Nogueira Acciolly – sendo, então obrigado a fugir para o Amazonas após constantes perseguições.

Sólton Pinheiro alistou-se na hoste contrária, cujo escopo, de há muito, era de afastar do poder que se revezava no seio da numerosa família. O jovem e ardoroso partidário foi perseguido, como era de praxe, nas oligarquias

<sup>108</sup> BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.44.

<sup>109</sup> A Academia Amazonense de Letras foi fundada no dia 1º de janeiro de 1918. CARVALHO, Almir Diniz de. *Acadêmicos: Imortais; Dicionário Biográfico*. Manaus: Editora Uirapuru, 2002. p. 11.

<sup>110</sup> *Jornal do commercio*, Edição Especial, 2 de janeiro de 2004.

<sup>111</sup> BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.265.

<sup>112</sup> CARVALHO, Almir Diniz de. *Acadêmicos: Imortais; Dicionário Biográfico*. Manaus: Editora Uirapuru, 2002. p. 84.

<sup>113</sup> BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.462.

reinantes à época, sendo forçado a retirar-se para o Amazonas – terra acolhedora e generosa. Em Manaus foi-lhe fácil penetrar no seio da intelectualidade regional, mormente em se tratando da classe forense. Estabeleceu banca de advogado, precedido da aureola de sua inteligência e cultura.<sup>114</sup>

Em Fortaleza, já atuava na área da imprensa. Trabalhou nos jornais: *O Estado, A Constituição, O Ceará, O Estado e Unitário*. Em Manaus, foi diretor do Instituto Benjamin Constant, no período de 1901 a 1903, trabalhou como jornalista no jornal *A Pátria* e no *Jornal do Commercio*.

Júlio Nogueira Tabosa<sup>115</sup> nasceu em 1861 no Ceará. Estudou direito em Recife, onde recebeu o título de bacharel em 1889. Por algum tempo, foi aluno também da Escola de Engenharia no Rio de Janeiro. Após retornar ao Ceará, exerceu alguns cargos públicos como o de promotor e de juiz substituto. Em Manaus, foi promotor, jornalista e publicou poemas em alguns jornais nos anos de 1900. Seu tio foi redator do *Commercio do Amazonas*, na época em que Joaquim Rocha dos Santos foi proprietário do periódico. Nos anos de 1904 e 1905, no *Jornal do Commercio*, J. Tabosa, como era conhecido, escreveu alguns artigos e ilustrou as páginas do periódico com diversas poesias.

Em relação à absorção de literatos pelo jornalismo, Marialva Barbosa menciona que a imprensa, a partir de 1880, vai buscar também na literatura uma fonte para a sua popularização e, ao utilizar literatos, procura atingir um público cada vez mais amplo<sup>116</sup>. A imprensa torna-se um espaço de socialização para os intelectuais da época e espaço para a difusão da produção literária. Assim é oportuno destacar que essa importância do jornalismo, no cenário literário, não foi efetivamente uma exclusividade local, sendo antes uma característica nacional<sup>117</sup>. Nicolau Sevcenko, na obra *Literatura como Missão*, também menciona sobre a absorção de literatos pelo jornalismo:

A nova grande força que absorveu quase toda a atividade intelectual nesse período foi sem dúvida o jornalismo. Crescendo emparelhado com o processo de mercantilização da cidade, o jornalismo invadiu impassível territórios até então intocados e zelosamente defendidos.

(...) O analfabetismo quase total da população brasileira, nesse instante dramaticamente lembrado, impedia o desenvolvimento de um amplo mercado

<sup>114</sup> BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.462.

<sup>115</sup>STUDART, Guilherme. *Diccionario bio-bibliographico cearense I*. Edição fac-simile. Fortaleza: Iris; Secult, 2012a (1913).

<sup>116</sup> BARBOSA, Marialva Carlos. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. p. 95.

<sup>117</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte – Letramento e periodismo no Amazonas(1980–1920)*. Tese de Doutorado. São Paulo. PUC, 2001.p. 114.

editorial. Os intelectuais viram-se arrastados para o jornalismo, o funcionalismo público ou a política.<sup>118</sup>

Outros profissionais que atuavam no *Jornal do Commercio* foram os colaboradores. Eram pessoas que geralmente faziam parte da elite da sociedade amazonense e escreviam artigos em consonância com as ideias dos dirigentes. Emitiam uma opinião conforme sua área de atuação, como o caso do médico Vivaldo Lima, ou conforme suas tendências políticas, como Heliodoro Balbi. No entanto, essas opiniões expressavam os ideais de modernidade, de ordem e progresso. Dessa forma, é interessante que se faça um levantamento de quem eram essas pessoas que acabaram contribuindo nesse primeiro momento na construção da identidade do jornal.

Alberto do Rego Rangel<sup>119</sup> nasceu em 1871 em Recife. Formou-se em Engenharia pela Escola Militar do Rio de Janeiro, em 1899; atuou em projetos de engenharia no Maranhão e no Pará. Por volta dos anos de 1900, mudou-se para o Estado do Amazonas realizando projetos de engenharia em Manaus, onde, posteriormente, foi Diretor Geral de Terras e Colonização. Foi no Amazonas que Alberto Rangel escreveu seu primeiro livro denominado de *Inferno Verde* e, também, exerceu o jornalismo sendo colaborador do *Jornal do Commercio*.

Gaspar Antônio Vieira Guimarães<sup>120</sup> nasceu em 1874 na cidade de Recife. Formou-se em Direito na Faculdade de Recife e, em seguida, logo após sua formatura, mudou-se para a cidade de Manaus no ano de 1892. Estando duas semanas em Manaus, o governador Eduardo Ribeiro nomeou Gaspar Guimarães como 2º Promotor Público da capital amazonense. Foi um dos fundadores da Universidade Livre de Manaus, Chefe de Polícia, Diretor da Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais de Manaus e Presidente do Superior Tribunal de Justiça do Estado do Amazonas. Além dessas ocupações, foi jornalista e colaborador em diversos jornais como: *Jornal do Commercio*; *Amazonas*; *A Capital* e *O Tempo*.

Heliodoro Balbi<sup>121</sup> nasceu em 1874 na cidade de Manaus. Diplomou-se em Direito pela Faculdade de Recife em 1902. Foi fundador da disciplina Filosofia do Direito na Universidade Livre de Manaus, Deputado Estadual, Deputado Federal,

<sup>118</sup> SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como Missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. 2ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003. p.99-101.

<sup>119</sup> LEANDRO, Rafael Voigt. *Alberto Rangel e seu projeto literário para a Amazônia*. Dissertação de Mestrado em Literatura Brasileira, UnB, 2011.

<sup>120</sup> BITTENCOURT, Agnelo. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.236.

<sup>121</sup> BITTENCOURT, Agnelo. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.262.

fundador e vice-presidente da Academia Amazonense de Letras e proprietário do jornal *Correio do Norte*. Antes de fundar o *Correio do Norte*, em 1906, foi colaborador no *Jornal do Commercio* fazendo do jornalismo tribuna para seus posicionamentos políticos.

Simplício Coelho de Mello Rezende<sup>122</sup> nasceu em 1873 no Piauí. Formou-se em 1891 em Direito pela Faculdade de Recife. Instalou-se em Manaus, após sua formatura, onde abriu escritório de advocacia. Atuou como colaborador de diversos jornais na cidade de Manaus entre os quais: *Jornal do Commercio*, de seu amigo Rocha dos Santos; *Diário do Amazonas*; *Amazonas* e *O Dia*. Nesses jornais, quando os artigos eram de cunho jurídico, Mello Rezende assinava seu próprio nome, porém quando os artigos eram literários usava o pseudônimo de Gustavo Fróes.

Vivaldo Palma Lima<sup>123</sup> nasceu em 1877 na Bahia. Concluiu o curso de Medicina, em Salvador e colou grau em Direito na Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais do Amazonas. Em Manaus, foi um dos fundadores do Instituto Geográfico e Histórico do Amazonas, Juiz de Direito na capital, Diretor do Ginásio Amazonense Pedro II, Intendente, Superintendente Municipal de Manaus, Deputado Federal, Médico efetivo da Santa Casa de Misericórdia, entre outras tantas ocupações na cidade.

Nessa primeira fase do periódico, podem-se observar algumas características peculiares em relação a esses profissionais que atuavam no *Jornal do Commercio* como: a maioria deles tinha curso superior, grande parte fez o Curso de Direito da Faculdade de Recife, a maioria veio de outra cidade e, além de exercerem atividade ligada à imprensa, também ocupavam algum emprego público ou dedicavam-se à política. Além disso, tornaram-se profissionais conhecidos e respeitados formando a elite da intelectualidade da época. Essas características constatadas no periódico analisado, também são características similares àquelas que a professora Marialva Barbosa<sup>124</sup> averiguou nos periódicos do Rio de Janeiro. Assim, não se podem isolar tais atributos apenas ao *Jornal do Commercio*, todavia devem ser apreciados como parte de um processo pelo qual a imprensa nacional passava.

### 1.5.O JC DE ROCHA DOS SANTOS E AS RELAÇÕES DE PODER

---

<sup>122</sup> BITTENCOURT, Agnelo. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.356.

<sup>123</sup> BITTENCOURT, Agnelo. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.503.

<sup>124</sup> BARBOSA, Marialva Carlos. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000.

As relações sociais construídas pelo proprietário do *Jornal do Commercio*, Joaquim Rocha dos Santos, bem como pelos colaboradores e redatores que atuavam no periódico, fornecem valiosas pistas de como se desenvolvia a rede da relação de poder<sup>125</sup> entre o jornal e determinados segmentos da sociedade nos primeiros anos de vida do diário.

Uma das relações que o jornal exibía, nas suas páginas, era com a comunidade portuguesa local. Rocha dos Santos era lisboeta e desde a fundação do jornal mantinha regularmente espaços que informassem sobre os acontecimentos em Portugal tais como as colunas: “Carta de Portugal”; “Telegrammas de Portugal” e “Notícias de Lisboa”. Segundo Samuel Benchimol, a comunidade lusitana teve importante função na modelagem da sociedade e da economia amazônicas, tanto na capital como no interior. Na fase áurea da borracha, milhares de imigrantes lusos, atraídos pela fortuna, foram pioneiros na organização do sistema de intercâmbio comercial, representado pelo comércio de casas “aviadoras” e também estabeleceram diversas firmas em Manaus e em Belém, transformando essas cidades, na época, em entrepostos comerciais<sup>126</sup>. O censo de 1920 apontava cerca de 8.376 portugueses em Manaus. Assim, manter um contato mais próximo, através das notícias, com a comunidade portuguesa era estratégia para o periódico assumir-se como porta-voz desse corpo social.

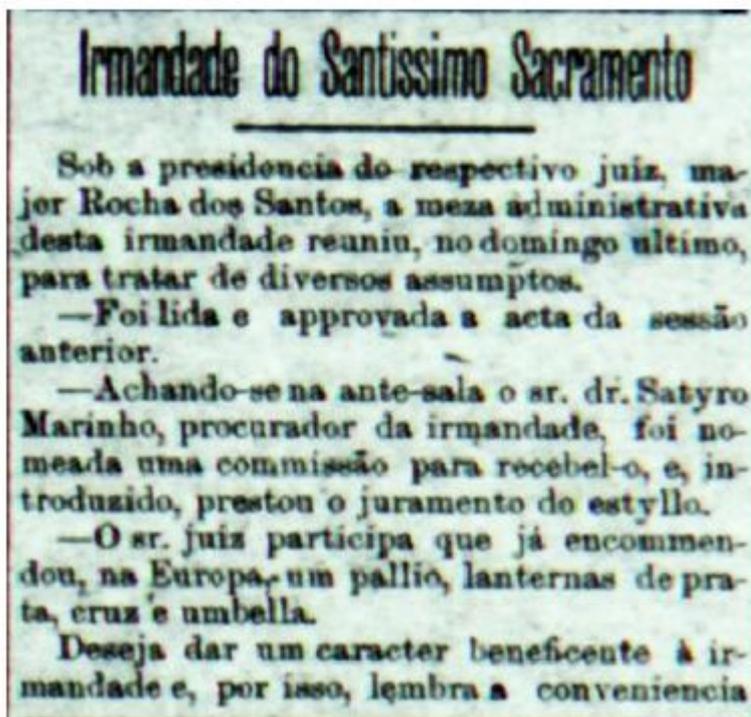
Outro segmento que se destacava nas páginas do jornal era o grupo ligado ao catolicismo. Joaquim Rocha dos Santos participava da Irmandade do Santíssimo Sacramento atrelada à Igreja da Matriz. Nessa irmandade, só poderia participar quem fosse do sexo masculino, maior de 21 anos, católico praticante e tivesse uma boa conduta moral e cívica. Rocha dos Santos presidia a irmandade e era o responsável por analisar a entrada de novos irmãos. Ainda em 1904, foram aceitos João Ricardo d’Araujo; M. Carlos Gouvea Filho; Raymundo Basílio Seixas; Alfredo da Matta; Ayres de Almeida e Vivaldo Lima.

Destes pode-se frisar a participação de Alfredo da Matta, médico responsável pelo combate da febre amarela e da febre palustre em Manaus, e o médico Vivaldo Lima, um dos colaboradores do *Jornal do Commercio*. Manaus contava com uma imensa comunidade católica na cidade, dessa forma o dirigente do periódico vai estendendo sua rede de relações sociais e, por conseguinte, ampliando o campo de atuação e influência do periódico na cidade.

---

<sup>125</sup>Para o filósofo Michel Foucault o poder como realidade única, estática e soberana não existe o que existe são relações de poder que se apresentam como uma realidade dinâmica. (MICROFISICA DO PODER)

<sup>126</sup> BENCHIMOL, Samuel. *Amazônia: Formação Social e Cultural*. Manaus: Editora Valer, 2009.



*Jornal do Commercio*, nº 23. Manaus, 28 Jan 1904.

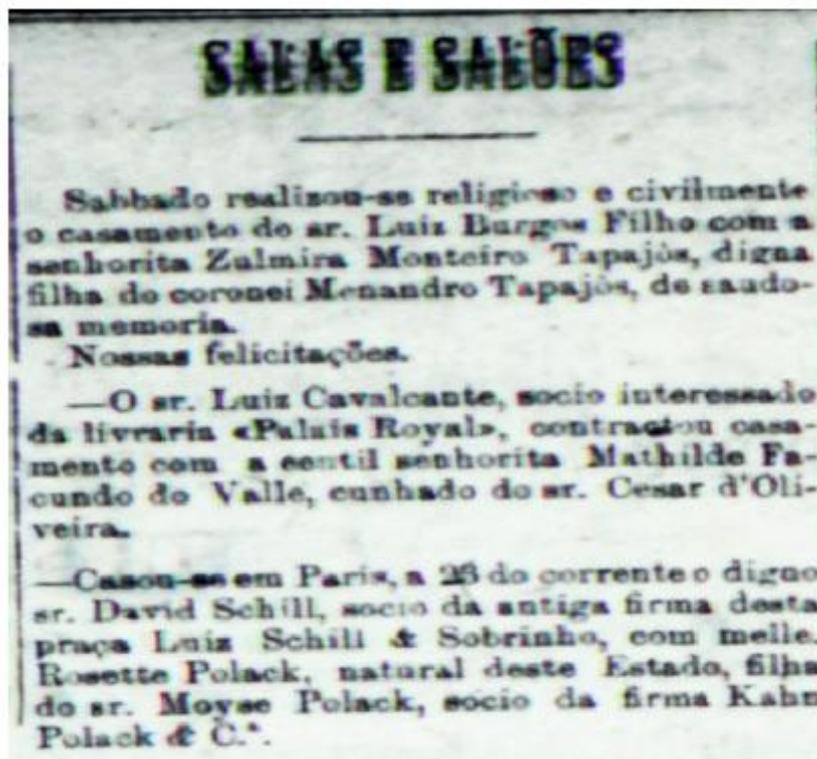
Existia ainda, no diário, uma coluna denominada “Nosso Jornal” na qual se divulgavam os nomes de personalidades que visitavam o prédio do jornal. Essas pessoas figuravam na política local, no comércio e até mesmo na esfera militar e eram lisonjeadas pelo periódico, principalmente na coluna “Várias Notícias”. O proprietário do *Jornal do Commercio* publicava alguma nota ou comentário sobre a atuação de algum desses membros da sociedade amazonense e, no dia seguinte, publicavam uma nota na coluna “Nosso Jornal” sobre a visita desses personagens à sede para mostrar o respeito que o jornal gozava perante tais autoridades.

Vieram hontem a nossa redação os srs. Dr. João Ricardo de Araújo, Vicente Gomes de Araújo, Joaquim Nunes de Lima, presidente da <<Associação Comercial>> com o fim de agradecer ao jornal as justas homenagens que prestamos ao pranteado Coronel Raymundo Gomes de Araújo, pae e sócio d’aquelles dignos cavalheiros<sup>127</sup>.

Outra coluna, que também operava como espaço de sociabilidade entre os membros da elite e o *Jornal do Commercio*, era a “Salas e Salões”. Essa coluna não só anunciava as festas e reuniões que aconteciam dentro da sociedade amazonense, bem como publicava as datas de aniversários, batizados e casamentos das celebridades do estado. Dessa forma, a coluna “Salas e Salões” ostentava que os jornalistas do periódico

<sup>127</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 197, 16 de agosto de 1904.

tinham acesso aos grupos mais fechados da alta sociedade, mostrando, assim, o prestígio do jornal junto a essas personalidades do Estado do Amazonas.



*Jornal do Commercio*, nº 153. Manaus, 28 Jun 1904.

O *jornal do Commercio*, para sobreviver como empresa jornalística, nesse primeiro momento, dependia de assinaturas, de pequenos anúncios de profissionais liberais, de publicidade particular para veicular as propagandas de lojas e produtos. Mas dependia principalmente de verbas oficiais empregadas pelo governo para a publicação de atos administrativos referentes aos poderes executivo, legislativo ou judiciário. Portanto, o diário, para atender essa demanda, possui colunas como “Intendência Municipal”; “Conselho Municipal”; “Despachos Officiaes”; “Intimações” e “Tribunal do Jury”.

A Associação Comercial do Amazonas, de modo igual ao governo, usava as páginas do periódico como espaço para divulgar seus feitos, balanços, reuniões e, também, como lugar para se defender de ataques feitos por outros jornais contemporâneos. Em determinada situação, o jornal *Amazonas* atacou em um de seus artigos a Associação Comercial do Amazonas por esta apresentar um memorial que não mencionava um litígio envolvendo o Banco Amazonas e a organização do território

federal. Em contrapartida, a Associação Comercial escreve ao *Jornal do Commercio* uma carta na qual pedia uma retratação por parte do *Amazonas*.

Escreve-nos da Associação Comercial:

(...) O illustre órgão de publicidade foi injusto querendo ver no memorial da Associação Commercial a paixão e o rancor pessoal.

Do mesmo modo, entretanto, não pensa s. exc. o Sr. Governador do Estado. Na sua resposta elle nos diz: “Mereceu meu detido estudo e exame tudo quanto ahí (no memorial) lembraes”.

A palavra tudo é claro que abrange também a parte relativa ao Banco. A nossa linguagem, que o “Amazonas” no seu artigo qualifica de menos polida, s. exc, acha-a captivante e attenciosa: “Cabe-me a satisfação de confessar-vos que me sinto profundamente penhorado pelo attencioso documento que trouxeste a minha presença etc”. Apadrinhando-nos com tão boa e decisiva auctoridade.

Para o “Amazonas” é de esperar que sua illustrada redação repare a injustiça com que vos accusa, sem razão, aliás, como se vê pelos períodos acima transcriptos<sup>128</sup>.

Além desses exemplos retirados do cotidiano das páginas do periódico, há, também, as relações de poder desenvolvidas individualmente pelos profissionais do *Jornal do Commercio* fora do âmbito da imprensa, visto que a maioria também desenvolvia alguma função pública. Essa função pública associada à força midiática da empresa *Jornal do Commercio* amplificava as relações de poder na sociedade amazonense. Outrossim, a recepção do jornal perante a sociedade amazonense aumentava a cada ano e essa influência abrangia principalmente o campo político. Dessa forma, quanto maior sua audiência, maior seria o seu poder de divulgação e a conquista do próprio poder<sup>129</sup>.

## 1.6. A MORTE DE DE ROCHA DOS SANTOS

A primeira quinzena de dezembro de 1905 foi bem marcante para a história do *Jornal do Commercio*. No dia 6 de dezembro, Joaquim Rocha dos Santos completou 54 anos e, em comemoração a data, os trabalhadores do jornal publicaram uma nota de saudação ao major. Além dos colegas de trabalhos, políticos, comerciantes, médicos, advogados e funcionários do alto escalão do governo da mesma forma prestaram homenagens ao Major Joaquim Rocha dos Santos.

<sup>128</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 128, 29 de maio de 1904.

<sup>129</sup> BARBOSA, Marialva Carlos. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. p.158.

No entanto, ainda em meio às comemorações do aniversário do fundador do jornal, na tarde do dia 9 de dezembro, Rocha dos Santos é acometido por um colapso cardíaco e falece. A edição do dia 10 de dezembro é uma homenagem à figura do jornalista e ao papel por ele desempenhado no seio da sociedade amazonense. Os mesmos colegas, que há poucos dias prestaram homenagens pela passagem do seu aniversário, também redigiram seu último adeus ao proprietário do jornal.

Morreu o major Rocha dos Santos.

A commoção de que nos achamos possuídos n'este momento, nós que tínhamos como chefe, como director, como amigo, não permite que façamos uma synthese sequer do que foi esse homem, que dedicou toda a sua vida ao Amazonas, e que teve, ainda assim a felicidade de morrer na sua pátria adoptiva, longe do filho idolatrado, é certo, mas na terra amada e cercada de amigos verdadeiros, que elle sabia fazel-os como ninguem, á força de extremos e dedicações,

Quando menos se esperava, um collapso cardíaco victimou em poucas horas aquelle organismo de luctador, affeito a adversidade, batalhador vigoroso que, sahindo do nada, vindo do povo, conquistou á golpes de intelligencia, de tenacidade e esforço na senda do bem, posição elevadíssima na sociedade, aliás exigente na benquerença dos seus membros.

(...) no seu jornal, o oprimido, o pobre, o infeliz, o offendido, encontravam sempre acolhimento e conforto, e muitas vezes o que não podia fazer o favor d'ele pelo jornal, fazia o pelo esforço pessoal servindo-se mais do que devia licito faze-lo.

Pobre Rocha!

Faltou-te na hora extrema, à cabeceira o teu filho idolatrado, auzente na conquista de uma posição digna e elevada, que te fizesse ainda mais feliz, mas tivesse a receber o teu ultimo suspiro os teus companheiros e amigos do JORNAL, que como teu filho guardarão sempre verde a tua saudade.<sup>130</sup>

Joaquim Rocha dos Santos residia na mesma rua do edifício do *Jornal do Commercio*, Avenida Eduardo Ribeiro e, após a notícia de sua morte ter se espalhado na cidade, mais de duzentas pessoas compareceram em seu domicílio consternados com sua morte. Nos dias que sucederam a sua morte, várias pessoas prestaram, ainda, homenagens em artigos do *Jornal do Commercio* e em outros periódicos, inclusive telegramas chegaram das cidades de Belém e da capital federal.

Telegrammas

Do eminente senador Lauro Sodré recebemos hontem o telegramma seguinte.

<sup>130</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 615, 10 de dezembro de 1905.

Rio 11 – JORNAL – Manaós – Associo-me à grande dor que acabrunha os amigos do Jornal – Lauro Sodré.

Belém 11 – Pesames pela morte do infatigável batalhador Rocha dos Santos. Noticiamos com expressiva magua a morte do vosso director accentuando bons serviços que elle vinha prestando ao Amazonas desde longos annos - << Folha do Norte>><sup>131</sup>.

Somente no dia 24 de dezembro é que o filho de Rocha dos Santos, Raymundo Rocha dos Santos, pôde comparecer à cidade de Manaus, pois este se encontrava em Recife cursando Direito quando ocorreu a morte de Joaquim Rocha dos Santos. Após o término do ano de 1905, por ocasião da abertura do inventário e em seguida a sucessão patrimonial, o jornal deixa de circular em 16 de janeiro de 1906 e reaparece no dia 15 de abril de 1906, quando inicia um novo momento.

---

<sup>131</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 616, 12 de dezembro de 1905

## CAPÍTULO 2

### O JC NO TEMPO DE VICENTE REIS

#### 2.1. PERÍODO DE TRANSIÇÃO DO JC (1906-1907)

Após a morte de Joaquim Rocha dos Santos, Raymundo Rocha dos Santos, único filho do fundador do jornal, recebe como herança a propriedade da empresa *Jornal do Commercio*. Em 1906, Raymundo Rocha dos Santos vende a propriedade para o Coronel e Superintendente Municipal Adolpho Guilherme de Miranda Lisboa<sup>132</sup>. Com a venda a Adolpho Lisboa, o periódico passou a ter vários diretores em diferentes momentos. Primeiramente, o jornalista Alcides Bahia assumiu a direção e, em seguida, Henrique Rubim. Nos primeiros meses de 1907, o jornal ficou sob a direção do médico Francisco Tavares da Cunha Mello e, em abril de 1907, o jornal passou a ser dirigido por Vicente Reis<sup>133</sup>.

O *Jornal do Commercio* reaparece no cenário da imprensa amazonense no dia 15 de abril de 1906, sendo bem recebido tanto pelos representantes do comércio, do funcionalismo público e autoridades, quanto pelos colegas de imprensa e pessoas do povo. Um dos jornalistas que se posicionou frente ao reaparecimento do periódico foi Bento de Figueiredo Tenreiro Aranha<sup>134</sup>, que publicou um artigo em homenagem ao retorno do jornal.

(...) É certamente um triumpho e uma gloria para o apostolo da imprensa o aparecimento de um jornal que bem interprete e manifeste francamente o pensar, o sentir, o querer da opinião publica.

O facto do reaparecimento do Jornal do Commercio, que, deixara de ser publicado em consequência do fallecimento do seu laborioso e inteligente fundador major Rocha dos Santos, está neste caso.

<sup>132</sup>O capitão do exército Adolpho Guilherme de Miranda Lisboa, em 1902, foi nomeado para o cargo de Superintendente Municipal pelo governador do estado Dr. Silvério José Nery. Sua administração prolongou-se até 1907 passando por três intervalos curtos. BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.27.

<sup>133</sup>No nono aniversário do Jornal do Commercio a primeira página do periódico trouxe a sua trajetória desde a sua fundação até quando Vicente Reis torna-se proprietário do jornal. Em algumas pesquisas feitas até o momento acreditava-se que logo após a morte de Joaquim Rocha dos Santos o jornal teria sido adquirido por Vicente Reis, porém a edição de número 3112 explica que o primeiro a comprar o diário foi o coronel Adolfo Lisboa e um ano depois ocorreu a real aquisição do jornal por Vicente Reis. (Jornal do Commercio, Manaus, nº 3112, 2 de janeiro de 1913).

<sup>134</sup>Bento de Figueiredo Tenreiro Aranha não tinha formação acadêmica, mas era extremamente culto devido o constante contato que tinha com os livros e por sua afeição à imprensa. Em 1871 foi nomeado para exercer o cargo de amanuense da Secretaria de Instrução Pública; em 1901 foi nomeado Diretor dos índios do Rio Branco; e em 1910 foi nomeado Diretor interino da Repartição de Estatística, Arquivo Público e Imprensa Oficial, sendo efetivado em 27 de outubro de 1911. BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.135-136

Ficou por este modo preenchida a lacuna que a morte fatal de Rocha dos Santos abriu na imprensa jornalística deste Estado e sanada a palpitante necessidade da fundação de outro jornal com igual programma de doutrinar ideias novas, generosas, sans e patrióticas no povo amazonense sempre ávido das medidas de melhoramentos morais e materiais, por meio das quaes possam advir o desenvolvimento real da agricultura, industria, commercio e navegação, a proteção as sciencias, letras e artes, a educação cívica e política, a regenerescencia do character nacional, o respeito devido à lei, ao direito, à justiça, à autoridade, à consolidação da república e no progresso da pátria.<sup>135</sup>

Em relação aos aspectos estruturais do jornal, nesse período de transição o jornal permanece com o mesmo preço de assinatura, 50\$000 réis na capital e 60\$000 réis no interior. Permanece, ainda, com quatro páginas e seis colunas em cada página, o formato também permanece de 57x38 cm.

Já em relação aos aspectos do jornalismo popular e do sensacionalismo, nesse período de transição, não há nenhuma grande mudança, apenas o jornal voltou a publicar o Folhetim, sendo que, em agosto de 1906, passou a fazer parte do rodapé da primeira página. Na gestão de Rocha dos Santos, o Folhetim veiculado no rodapé da segunda página deixou de ser publicado em janeiro de 1905.

Nos anos de 1906 e 1907, os redatores do jornal eram Ataliba Corrêa e João Leda, em substituição a Alcides Bahia e Henrique Rubim. Ataliba Corrêa<sup>136</sup>, antes de trabalhar como redator no *Jornal do Commercio*, foi o principal redator do *Commercio do Amazonas*, foi também Juiz Municipal de Codajás<sup>137</sup>. João Leda<sup>138</sup> nasceu em 1889 no Maranhão. Mudou-se para Manaus com sua família após seu pai, Mariano César de Miranda Leda, ter sido nomeado pelo Correio para servir na capital do Amazonas. Em Manaus, João Leda trabalhou como diretor do Diário Oficial do Estado, em seguida foi convidado a assumir a direção da Secretaria do Congresso Nacional.

No que diz respeito aos colaboradores do jornal, não há nenhuma alteração, permanecendo os mesmos que contribuíaam antes da morte de Joaquim Rocha dos Santos. Do mesmo modo, permaneceram as colunas: “Varias Noticias”; “Telegrammas”; “Parte Commercial”; “Movimento do Porto”; “Intendencia Municipal”; “Salas e Salões”, etc.

Em abril de 1907, assume a direção do *Jornal do Commercio* o advogado Vicente Reis que tempos depois adquire a propriedade do jornal juntamente com outros

<sup>135</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 646, 17 de abril de 1906.

<sup>136</sup> Commercio do Amazonas, Manaus, nº 230, 20 de março de 1904.

<sup>137</sup> Diário Oficial, Manaus, nº 1833, 4 de abril de 1900.

<sup>138</sup> CARVALHO, Almir Diniz de. *Acadêmicos: Imortais; Dicionário Biográfico*. Manaus: Editora Uirapuru, 2002. p. 59-60.

sócios<sup>139</sup>, mais tarde passando a ser o único proprietário. A aquisição do *Jornal do Commercio* por Vicente Reis inaugura o segundo momento do periódico.

## 2.2 O JC E O JORNALISTA VICENTE REIS

Vicente Torres da Silva Reis<sup>140</sup> nasceu no Rio de Janeiro, no dia 15 de setembro de 1871. Estudou na Faculdade de Direito de São Paulo, onde fez os três primeiros anos do curso, terminando-o na Faculdade Livre de Direito no Rio de Janeiro onde recebeu o grau de bacharel, na época com vinte e quatro anos de idade. Na Capital Federal, foi Delegado de Polícia durante oito anos.



O jornalista Vicente Reis

*Jornal do Commercio*, nº 3113. Manaus, 2 Jan. 1913

Sua trajetória na imprensa inicia-se no Rio de Janeiro quando foi colaborador de diversos jornais cariocas, trabalhando com grandes nomes do jornalismo brasileiro da época. No *Diário de Notícias*, trabalhou na primeira fase com o Barão de Canindé e na segunda fase com Antônio Azeredo, mantendo por muito tempo uma seção de humorismo político sobre as Câmaras com o título “Coisas do Becco”. No *Jornal do*

---

<sup>139</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 3118, 02 de janeiro de 1913.

<sup>140</sup> BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.493.

*Brasil*, trabalhou com Rodolfo Dantas, Ulisses Vianna, Alfredo Camarate, Sancho de Barros, Constancio Alves e Joaquim Nabuco.

Vicente Reis foi ainda secretário da redação do semanário caricato de grande formato chamado *A Vida Fluminense*. Além disso, colaborou nos jornais: *Cidade do Rio*, com José do Patrocínio; *Rua do Ouvidor*; *O Industrial*; *O Município Neutro*; *A Republica Brasileira*; *A Imprensa*, juntamente com o redator Ruy Barbosa; *Gazeta Luzitana*, com Evaristo de Moraes; *O Economista* e no *Jornal dos Agricultores*. Em São Paulo, Vicente Reis colaborou nos jornais: *Correio Paulistano*; *Diário Popular*; *Jornal da Tarde*, *Diário de Notícias e Estado de São Paulo*<sup>141</sup>.

Outra atividade desenvolvida no Rio de Janeiro por Vicente Reis foi a elaboração de roteiros teatrais. Entre suas obras, destacam-se: “Cresça e Apareça”; “Abacaxi”; “Vovó”; “Bicharia”; “Um Drama no Fundo do Mar”; “O Zé Povinho”; “Filhote”; “Os Africanistas”; “Diabo a Quatro”; “Rainha dos Gênios”; “O Badalo”, entre outros.

A convite do governador Antônio Constantino Nery, em 1904, Vicente Reis mudou-se para o Amazonas, sendo nomeado Secretário da Prefeitura da Capital, e depois nomeado Prefeito de Polícia. Ademais mantinha, na época, um escritório de advocacia na rua Henrique Martins e por vários anos foi eleito Deputado Estadual.

O advogado Vicente Reis foi proprietário do *Jornal do Commercio* por 36 anos, no período entre 1907 e 1943, quando transferiu o periódico à cadeia de Diários Associados pertencente a Assis Chateaubriand, empresário das comunicações que adquiriu diversos jornais por todo o Brasil. No período em que foi proprietário, o jornalista fez algumas modificações, com destaque para a introdução em 1912 das máquinas linotipos.

Vicente Torres da Silva Reis enquadra-se nas características analisadas anteriormente para os profissionais que atuaram na imprensa nesse período: era de outra cidade, formado em direito e, paralelamente a sua atuação na imprensa, almejava um cargo político. Assim como Joaquim Rocha dos Santos, fundador do *Jornal do Commercio*, Vicente Reis trouxe uma larga experiência não só como profissional da área da imprensa, mas também na área da advocacia, na administração pública e nas artes. Essa experiência o auxiliou no momento em que construía uma nova identidade ao *Jornal do Commercio* e no momento de estabelecer parcerias na sociedade amazonense.

---

<sup>141</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 2318, 15 de setembro de 1910.

### 2.3 ASPECTOS ESTRUTURAIS DO JORNAL (1907-1914)

No período de 1907 a 1909, o *Jornal do Commercio* apresentava-se com o formato de 59x44 cm; com oito páginas aos domingos e quatro nos demais dias. Nos domingos, ao invés das duas páginas tradicionais de anúncios e propagandas, o jornal passou a contar com seis. As páginas eram, frequentemente, divididas em sete colunas cada e a assinatura anual do periódico era comercializada por 50\$000 réis na capital e 60\$000 réis no interior. Surge, nesse intervalo, a possibilidade da assinatura semestral a 25\$000 réis na capital e 30\$000 no interior. Como mencionado anteriormente, na edição de número 1304, o jornal noticia entusiasmadamente que no dia 10 de novembro de 1907, domingo, foram vendidos três mil quatrocentos e vinte e dois exemplares. Destaca-se, novamente, que não era costume indicar quantos exemplares foram vendidos ou qual era a tiragem produzida diariamente.

De 1910 a 1914, o jornal apresentava-se com o formato 57x38 cm e passa a ter oito páginas em todas as edições; cada página contava com sete colunas nos anos de 1910 a 1913 e, em 1914, cada página passou a circular com oito colunas. Ademais o periódico passou oferecer o serviço de assinatura para o estrangeiro, sendo a assinatura anual no valor de 70\$000 réis e a semestral 35\$000 réis.

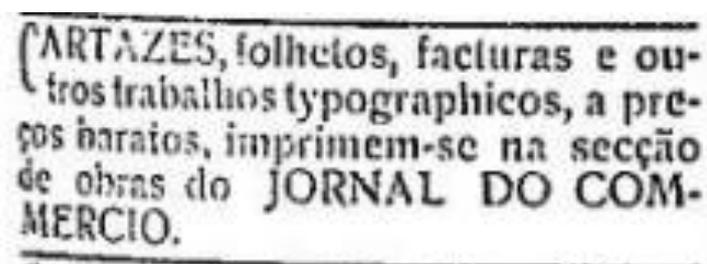
No que concerne à disposição, alterações e inclusões dos artigos e colunas no *Jornal do Commercio* entre os anos de 1907 e 1909, verificou-se que permaneceram inalteradas na primeira página as colunas “Telegrammas” e “Varias Noticias”. A novidade, nesse período, é a inclusão da coluna “Queixas do Povo”, em 1907. Esta coluna era direcionada para as reclamações dos moradores da cidade de Manaus sobre os serviços públicos e privados; problemas urbanos ocasionados pela desordenada expansão da cidade; contestação sobre atos do governo, entre outros. Esse tipo de espaço destinado à reclamação foi introduzido no Brasil pelo periódico *Jornal do Brasil*, em 1900. Sobre essa contribuição jornalística realizada pelo *Jornal do Brasil* Eduardo Silva afirma:

Um das grandes contribuições do *Jornal do Brasil* e um dos seus elos mais efetivos de ligação com o público foi a manutenção, por longos anos, de uma coluna inteiramente dedicada ao registro dos problemas do povo comum no seu dia-a-dia. Pequenos casos que quase nunca mereciam registro em outros órgãos da imprensa, ou mesmo nas agências e estatísticas oficiais, tinham lugar garantido nas “Queixas do Povo”<sup>142</sup>.

---

<sup>142</sup>SILVA, Eduardo. *Queixas do povo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.p.49.

Ressalta-se que, embora o periódico abra esse espaço à população, “a tônica das queixas não era criticar o poder público, mas apenas convidá-lo a agir a seu favor”<sup>143</sup>. Outra mudança refere-se à coluna “Indicações” que foi substituída gradualmente pela coluna “Avisos Uteis” que veiculava os anúncios de alguns estabelecimentos comerciais, remédios, aluguel de casas, contratação de cozinheiras, venda de louças, geladeira, móveis e até mesmo anúncios sobre os serviços tipográficos feitos pela oficina do *Jornal do Commercio*.



*Jornal do Commercio*, nº 1573. Manaus, 9 ago. 1908.

Na segunda página, não se alteram as colunas “Intendencia Municipal”, “Salas e Salões” e “Folhetim”. Já a coluna “Indicações” que publicava anúncios sobre serviços dos profissionais liberais, que antes aparecia na primeira página, passa a se chamar “Annuncios Profissionaes”. Outra alteração nessa página é a inclusão da coluna “O Dia de Hoje”, em 1910, passando a se chamar “Hoje”, em 1914, que divulgava notícias sobre os horários de reuniões de Sociedades e Clubes, horário do funcionamento dos teatros, cinemas e restaurantes, assim como o local e a hora dos leilões e a escala do serviço de policiamento da cidade, da guarda civil e do quartel general.

Hoje:

Polytheama: Exibições cinematographicas por sessões, às sete e meia horas da noite.

Odeon: Exibições cinematographicas por sessões, tendo início às sete e meia horas da noite.

Theatro Alcazar: Funcções cinematographicas por sessões às sete e meia hora da noite.

Restaurant Français: Das seis e meia hora da tarde às oito da noite, concerto pelo septiminio.

Tiro 10: Exercícios de gymnastica, das sete às nove horas da noite, na sede do quartel (...) <sup>144</sup>.

<sup>143</sup>SILVA, Eduardo. *Queixas do povo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.p.38.

<sup>144</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 3479, 2 de janeiro de 1914.

Na terceira página, a parte superior passou a divulgar a “Parte Commercial” com as mesmas subseções do período de 1904-1905, porém a alteração nessa página deu-se na parte inferior que apresentava propagandas de remédios, joias, materiais de construção e tecidos. E, por fim, a quarta página continuava publicando anúncios e propagandas comerciais, porém a última coluna do lado direito passou a divulgar editais, intimações do Tribunal do Júri e atos administrativos do governo estadual e municipal. Vale ressaltar que, a partir do ano de 1908, aos domingos, como suplemento o jornal publicava um jornalzinho popular chamado “O Curumi”.

No período de 1910 a 1914, na primeira página, mantiveram-se as colunas: “Avisos Uteis”, “Telegrammas” e “Varias”, antes chamada de “Varias Noticias”. Acrescentaram as colunas: “Manaós Social”; “Moscas”; “O Tempo” e “A Gravura do Dia”. A coluna “Manaós Social” substituiu a antiga coluna “Salas e Salões”, no entanto, além da publicação da lista de aniversariantes do dia, das festas, batizados e reuniões dos clubes, a coluna também divulgava as viagens que os membros da elite da sociedade amazonense estavam fazendo, quais lugares visitaram, qual dia retornariam e quais acompanhantes estariam na viagem.

A coluna “Moscas” publicava artigos que, normalmente, atacavam alguma autoridade, alguma atitude política que desagradasse aos dirigentes do jornal, interrupções de serviços públicos ou algum acontecimento que envolvia as concessionárias estrangeiras prestadoras de serviços públicos na cidade.

#### Moscas

São graves as irregularidades que se passam no nosso Correio.

A esse respeito, grandes e repetidas reclamações nos têm chegado; e se não as julgássemos justas, merecidas e fundamentadas certamente que estas columnas não serviriam de abrigo de tal a imparcialidade com que tratamos os factos quaisquer que elles sejam.

Além disso nós mesmos somos enormemente prejudicados com as irregularidades do Correio.

As remessas de nossa folha são exactas, pontuaues, sem a perda de um único vapor. Entretanto, não só do Acre, como do interior do Estado e, principalmente, das cidades de Manacapuru, Itacoatiara e Parintins, chegamos constantes reclamações, da falta de entrega do JORNAL, naturalmente extraviado pelo Correio (...)<sup>145</sup>

<sup>145</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 2264, 23 de julho de 1910.

Outra inserção que ocorreu na primeira página foi a da coluna “O Tempo”. Apesar de Manaus contar com um observatório meteorológico desde 1893, o *Jornal do Commercio* apenas tecia comentários sobre as condições meteorológicas do dia anterior.

#### O Tempo

Nada de preâmbulos. O dia de hontem foi de um calor estupendo, sem limites. Foi todo de sol, de muito sol e de muito calor. A noite esteve illuminado por estrellas esquivas e descoloridas. Parecia mesmo uma véspera de finados<sup>146</sup>.

Ainda na primeira página surge “A Gravura do Dia” que, com frequência, era uma caricatura de alguém importante na sociedade amazonense ou um desenho que destacava alguma situação de ordem administrativa na cidade.



*Jornal do Commercio*, nº 2849. Manaus, 25 Mar. 1912.

Na segunda página, continuaram as colunas: “Inedictoriaes” e “Varias”, que, por conta da demanda de notícia nessa coluna era publicado na primeira e na segunda página. São introduzidas as colunas: “Diversões”; “Gazetilha” e “Ocorrencias”. A coluna “Diversões” publicava a programação dos teatros, cinemas e clubes da cidade; a

<sup>146</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 1916, 2 de novembro de 1910.

coluna “Gazetilha” mostrava o movimento de passageiros, quem estava entrando na cidade e quem estava saindo, mostrava ainda um resumo dos fatos policiais ocorridos em Manaus e os nomes das pessoas que foram sepultadas no dia anterior à publicação.

A terceira página permaneceu com a seção “Parte Commercial” que apenas mudou de denominação para “Parte Commercial, Fluvial e Marítima”, uma vez que as subseções permaneceram as mesmas desde a fundação do jornal; e com a seção de anúncios comerciais e profissionais.

A quarta página, que anteriormente era inteiramente dedicada a anúncios e propagandas, passou a veicular “Noticias da Amazônia, dos Estados e do Estrangeiro” na parte superior e, na inferior, alguns anúncios de remédios e produtos alimentícios, eletrodomésticos, bancos e hotéis.

A partir de 1910, as edições do *Jornal do Commercio* aparecem com oito páginas. Dessa forma, o aumento do número de páginas proporcionou uma abertura ainda maior para a procura de publicações de anúncios e propagandas. Vale destacar que, no período de 1907 a 1909, as edições de domingo já eram publicadas com oito páginas. Mas, a necessidade de tornar constante a veiculação das propagandas e anúncios, certamente, fez com que os outros dias da semana também tivessem o mesmo número de página da edição de domingo.

A quinta e a sexta páginas, na parte superior, publicavam uma série de anúncios e na parte inferior eram publicados os folhetins. A sétima página, usualmente, era completamente preenchida por propagandas e, em casos excepcionais, publicavam-se na última coluna os “Inedictoriaes”. E por fim, a oitava e última página veiculava propagandas ligadas ao setor fluvial: vendas de passagens em paquetes, navios, vapor, bem como vendas de barcos e navios.

#### 2.4 JORNALISMO POPULAR E SENSACIONALISMO NO JC (1907-1914)

As estratégias mantidas e introduzidas pelo *Jornal do Commercio*, entre os anos de 1907 a 1914, exploravam cada vez mais os aspectos do Jornalismo Popular e do Sensacionalismo. Se na primeira fase existia algum receio em utilizá-las e no período de transição ficaram um pouco esquecidas, no segundo momento ocorreu uma intensificação na utilização desses métodos.

Foram publicados mais de vinte folhetins entre 1907 a 1914, sendo que em alguns meses de 1914 chegaram a ser divulgados quatro diferentes folhetins por edição.

Entre os reproduzidos, estavam: “O Testamento Vermelho”; “A Princesa Misteriosa”; “O Filho do Mosqueteiro”, “A Vítima dos Saltimbancos”, “O Crime da Mala Preta” “Mãe e Martyr”, entre outros. Ressalta-se que o *Jornal do Commercio* começou a divulgar em 1910 um folhetim que foi considerado um sucesso em diversos países: “A Vingança do Judeu”, romance que debatia os preconceitos raciais e a influência da doutrina espírita sobre a vida social<sup>147</sup>. Outra novidade em relação ao folhetim foi a publicação de propagandas no jornal sobre o lançamento de novos romances.

**Novo folhetim**

Estando a terminar a publicação do folhetim **A PUNHAL** e a **VENENO**, que tanto successo alcançou, iniciaremos

Amanhã  
a inserção do novo folhetim-romance

**A victima dos SALTIMBANCOS**

excellent trabalho, cheio de poesia e repleto de scenas empolgantes, obra de grande valor pelo seu entreccho attrahentissimo, original do primoroso romancista francez **RICHEBOURG**, o rival de Xavier de Montepin.

Por isso, podemos garantir que o romance

**A VICTIMA dos SALTIMBANCOS**

que começaremos a publicar

— Amanhã —

vae ter, de certo, o mesmo exito dos outros romances que temos inserido.

*Jornal do Commercio*, nº 3101. Manaus, 15 Dez. 1912.

Percebe-se que no anúncio sobre a chegada do novo folhetim “A Victima dos Saltimbancos” o jornal chama atenção de seus leitores para rivalidade entre o autor do folhetim o qual estava para estrear, Jules Émile Richebourg e Xavier de Montépin, outro

<sup>147</sup>MEYER, Marlyse. *Folhetim: uma história*. São Paulo: Cia. das Letras, 1996, p. 380.

grande escritor que fazia sucesso no final do século XIX e início do século XX. O próprio *Jornal do Commercio* publicou diversas obras de Montépin como: “O Testamento Vermelho” e “O Crime de Rocketaille”. O fato de, no segundo momento, o *Jornal do Commercio* ter explorado bem mais a estratégia do Folhetim significa que o periódico teve um aumento em suas vendas.

Outra estratégia mantida e bastante empregada foi a divulgação de premiações. Além dos prêmios em dinheiro, foram incluídos sorteios de viagens, distribuições de brindes, fantasias no Carnaval, presentes no Natal e mimos nas edições dos aniversários do jornal. Em 1908, o periódico, aos domingos, realizava sorteios de duas libras esterlinas em ouro, aumentando assim a venda do jornal nesses dias.

**Uma libra sterlinga diaria**  
**Premio em ouro**  
**Duas libras aos domingos**

Do dia 1<sup>o</sup> do mez corrente e em diante, o sorteio da *libra sterlinga diaria* está sendo feito no escriptorio desta folha, na presença do publico, ás 5 horas da tarde.

**TODOS OS DIAS**

Para o sorteio das edições de Domingo, o premio será de

**Duas libras sterlingas, em ouro**

O exemplar numerado só vale para o mesmo dia da extração.

O prazo para receber o premio é de DOUS MEZES, sob pena de prescriçãõ.

Só valeni os EXEMPLARES INTACTOS.

**Viagem ao Rio. — O coupon**  
**na viagem ao Rio sahe todos os dias** n'uma das paginas de annuncios

**VIAGEM A' EUROPA**—O coupon da VIAGEM A' EUROPA sahe os quintas e sabbados.

Desde o dia 15 do corrente, estamos trocando, das 10 ás 11 horas da manhã, os coupons da VIAGEM AO RIO—, pelos talões numerados que darão direito ao sorteio.

O sorteio da **Viagem ao Rio** terá logar no dia 25 deste mez e será feito por uma commissão de cavalheiros estranhos a esta redacção.

*Jornal do Commercio*, nº 1495. Manaus, 23 Mai. 1908.

**BRINDES**  
DO  
**NATAL**  
DO "JORNAL"  
**AOS SEUS LEITORES**  
Um sorteio colossal

*Jornal do Commercio*, nº 1321. Manaus, 28 Nov. 1907.

Outras estratégias que continuaram a ser exploradas foram: o destaque na primeira página sobre mortes, acidentes, tragédias e conflitos, e a veiculação de imagens. Em 1912<sup>148</sup>, Vicente Reis, ao adquirir as máquinas linotipos, aumenta o poder de sedução do jornal trazendo diversificação com as fotogravuras inseridas na imprensa amazonense, qualidade nas imagens e velocidade na impressão. O *Jornal do Commercio* foi o terceiro jornal em toda a América do Sul a usar esse recurso<sup>149</sup>.

(...) a inovação tecnológica mais significativa na folha seria o processo de introdução em suas oficinas das desejadas máquinas de linotipo, ocorrida a partir de maio de 1912. Este recurso, à época dos mais modernos, permitia ao jornal uma melhor qualidade de suas folhas, maior rapidez em suas edições, economia nos seus trabalhos e uma composição gráfica permitindo maior entrosamento de textos e imagens, estas últimas à base de xilogravuras e, posteriormente, de fotografias.

Tanto quanto um avanço tecnológico, o linotipo, reforçaria a imagem progressista e moderna do JC, respaldando sua notoriedade e seu poder entre os órgãos impressos da cidade. Folha antenada com os princípios mais modernos de impressão, capaz de importar refinadas tecnologias, mão de obra especializada responsável pela montagem do maquinário e qualificação dos futuros linotipistas do periódico<sup>150</sup>.

Após a incorporação das máquinas linotipos em 1912, o *Jornal do Commercio* inicia uma ruptura na estética dominante exibida pelos jornais que circulavam nesse

<sup>148</sup> Sobre a divergência de datas da introdução das máquinas linotipos pelo *Jornal do Commercio* o historiador Hosenildo Gato Alves traz um debate interessante em sua dissertação *Imprensa e Poder*. ALVES, Hosenildo Gato. *Imprensa e Poder: A Propaganda Vargasista na Imprensa Amazonense, 1937-1945*. Dissertação de Mestrado em História. Manaus: UFAM, 2009.

<sup>149</sup> *Jornal do commercio*, Edição Especial, 2 de janeiro de 2004. p.45.

<sup>150</sup> SOUZA, Leno José Barata. *Vivência Popular na Imprensa Amazonense: Manaus da Borracha (1908-1917)*. Dissertação de Mestrado em História. São Paulo: PUC, 2005, p. 111-112.

período em Manaus. Os editores do jornal paulatinamente passam a aumentar cada vez mais o tamanho das imagens publicadas na primeira página, passam a apresentar uma diagramação diferenciada e manchetes criativas. Todas essas inovações apresentadas pelo diário agregava mais notoriedade à empresa junto à sociedade amazonense e aos confrades da imprensa.



*Jornal do Commercio*, nº 3398. Manaus, 12 Out. 1913.

Na edição comemorativa de aniversário, em 1913, o *Jornal do Commercio* publicou diversas fotografuras na primeira e na segunda página exibindo o fundador Rocha dos Santos e o proprietário, na época, Vicente Reis. Além dessas imagens, o jornal publicou fotografuras da sala de composição com as máquinas linotipos recém-adquiridas, bem como do atelier onde eram produzidas as fotografuras e as zincografias.



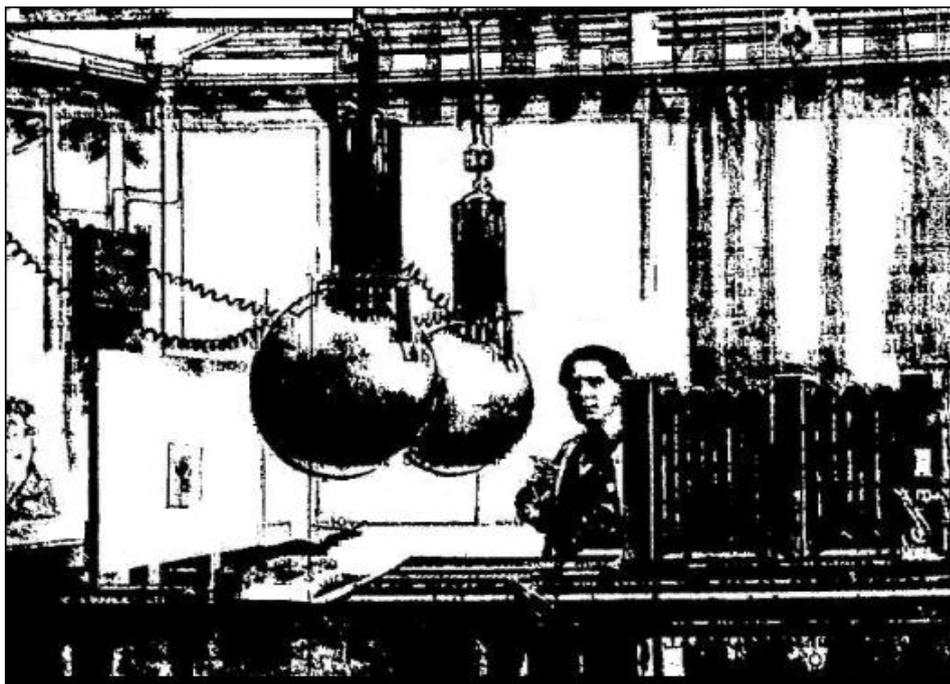
*Sala de composição onde ficavam as máquinas linotipos*

*Jornal do Commercio, nº 3118. Manaus, 2 Jan. 1913.*

Na fotogravura abaixo, veiculada na edição de número 3118, encontra-se o diretor da secção de fotogravura e zincografia, o estimado artista Tércio Miranda. No ano seguinte, o português Tércio de Miranda, tipógrafo anarquista<sup>151</sup>, funda um importante jornal cujo nome era *A Lucta Social*<sup>152</sup>.

<sup>151</sup>PINHEIRO, Luís Balkar Sá Peixoto e PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte (Orgs). *Imprensa Operária no Amazonas*. Manaus: Edua, 2004.

<sup>152</sup> O jornal *A Lucta Social*, cujo diretor foi o português Tércio Miranda, foi um jornal ligado à Sociedade das Artes Graphicas de Manaus de orientação anarco-sindicalista. Circulou na cidade de Manaus em sua primeira fase no ano de 1914 e na segunda fase no ano de 1924. FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950) - Catálogo de Jornais*. Manaus, Editora Calderaro, 1990. p. 133.



*Jornal do Commercio*, nº 3118. Manaus, 2 Jan. 1913.

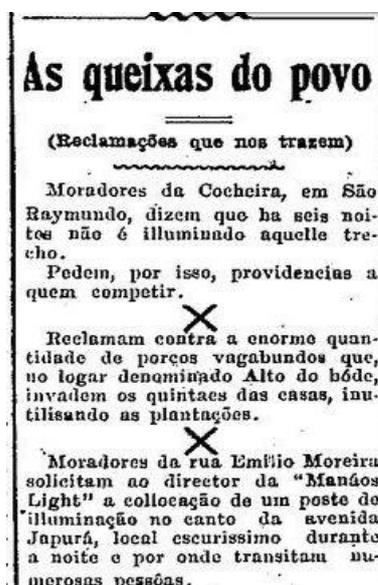
Essas estratégias acima expostas foram utilizadas desde a fundação do jornal, todavia, na fase em que Vicente Reis foi proprietário, as estratégias foram amplamente exploradas sempre com o intuito de captar cada vez mais simpatizantes para a folha. Além dessas técnicas, novos métodos foram incorporados como: introdução da coluna voltada para reclamações da população da cidade de Manaus nomeada de “Queixas do Povo”; publicação de um espirituoso jornalzinho chamado “O Curumi”; inclusão de colunas que destacavam fatos tidos como curiosidades e os *fait divers*.

A coluna “Queixas do Povo”<sup>153</sup> do *Jornal do Commercio* foi criada em janeiro de 1908 e seguia o estilo da coluna, com o mesmo nome, publicada no diário carioca *Jornal do Brasil*<sup>154</sup>. Esse tipo de estratégia pertence ao jornalismo popular e visa à aproximação dos leitores com o jornal, normalmente tido como um intermediário ou interlocutor dos litígios e dilemas entre a população e o poder público. Ademais, o leitor não só considera o jornal como um intermediário desejável e indispensável, como também passa a se identificar cada vez mais com os personagens cotidianos que povoam

<sup>153</sup>SOUZA, Leno José Barata. *Vivência Popular na Imprensa Amazonense: Manaus da Borracha (1908-1917)*. Dissertação de Mestrado em História. São Paulo: PUC, 2005. Leno Souza ao analisar a coluna “Queixas do Povo” busca se aproximar das experiências vividas pelos moradores da cidade de Manaus no período da *Belle Époque*. Através desse espaço criado no *Jornal do Commercio* o autor analisa os anseios e descontentamentos vividos pela população manauara perante a expansão desordenada e cheia de imposições por qual a cidade estava passando.

<sup>154</sup>O *Jornal do Brasil* foi o jornal mais popular do Rio de Janeiro desde 1894, fazia questão de referendar o seu papel de intermediário entre a população e o poder público, de defensor dos pobres e dos oprimidos, tendo espaço em suas páginas para a coluna “Queixas do Povo”. Estratégia editorial que fez com que o periódico ficasse conhecido como “O popularíssimo”. BARBOSA, Marialva Carlos. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000.p. 36.

as páginas dessas publicações<sup>155</sup>. Desde a sua criação, muitas reivindicações populares relacionadas à péssima prestação de serviços por parte das concessionárias e às condições de vida na cidade foram divulgadas pelo *Jornal do Commercio*.



*Jornal do Commercio*, nº 3649. Manaus, 24 Jun. 1914.

Outra tática usada pelo *Jornal do Commercio*, em 1908, foi a inclusão do jornalzinho “O Curumi” aos domingos. Este jornalzinho, a princípio, tinha como subtítulo “Órgão de um grupo infantil incondicional”, mas em 1909 passa a denominar-se de “Órgão do grupo cynismo amarelo”. Estampava notícias similares a que eram publicadas na coluna “Varias”, porém com conteúdo de cunho político e repleto de sátiras contra pessoas que, provavelmente, mantiveram, na época, posicionamentos contrários às ideias defendidas pelo jornal.

Interessante observar que inicialmente o jornal publicava “O Curumi” na quinta página e, posteriormente, passou a ser publicado como suplemento. O público alvo do “jornalzinho” era a juventude letrada que estudava nas escolas de Manaus. Inclusive o *Jornal do Commercio* solicita a colaboração desses estudantes para dar vida à seção da folha<sup>156</sup>. Durante três anos, o suplemento “O Curumi” foi publicado pelo periódico, desaparecendo por volta de 1911.

<sup>155</sup> BARBOSA, Marialva. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. p. 220.

<sup>156</sup> SOUZA, Leno José Barata. *Vivência Popular na Imprensa Amazonense: Manaus da Borracha (1908-1917)*. Dissertação de Mestrado em História. São Paulo: PUC, 2005, p. 144.

A nossa edição de amanhã é de 9 paginas. Além do suplemento em que estamparemos o popularissimo e sempre querido caustico O CURUMI, distribuiremos a folhinha do JORNAL para o anno corrente. E' um brinde que fazemos aos nossos leitores.

E, para evitar explorações dos vendedores pouco escrupulosos, declaramos que a folhinha é de distribuição gratuita.

*Jornal do Commercio*, nº 1717. Manaus, 2 Jan. 1909.

O entretenimento foi uma das ferramentas utilizadas para aumentar a circulação do *Jornal do Commercio* na fase comandada por Vicente Reis. Dessa forma, a folha passou a publicar a coluna “Curiosidades” e notícias aos moldes dos *fait divers*<sup>157</sup> estrangeiros. Na concepção de Márcia Franz Amaral, todas as matérias presentes num jornal que não têm o propósito de ampliar o conhecimento das pessoas e ficam limitadas a contar histórias interessantes, insólitas e surpreendentes podem ser enquadradas como entretenimento<sup>158</sup>.

**CURIOSIDADES**

~~~~~

**Qual é o animal mais rapido do mundo**

A velocidade dos trens rapidos, los automovels, e dos aeroplanos augmenta todos os dias a tal ponto que dois audaciosos americanos, os srs. James Martin e Atwood, tratam desde já de estabelecer um hydroplano que possa em toda segurança atravessar o Atlantico. Até onde chegará a velocidade mechanica? Um sabio alemão, o sr. Olditansen, descobriu que o animal mais rapido entre todos os animaes, aquelle que tem o *record* da velocidade é a pulga. A pulga pode fazer 75 metros num segundo quer dizer 16 kilometros e 500 metros num minuto, ou seja 900 kilometros numa hora. Em cinco horas, o maximo, uma pulga poderia atravessar o Oceano do Havre até New-York. E' verdade de que por enquanto não ha exemplo pulga nenhuma tenha experimentado andar nem mesmo os 900 kilometros.

*Jornal do Commercio*, nº 2959. Manaus, 15 Jul. 1912

<sup>157</sup> *Fait divers* foi um termo utilizado por Roland Barthes, no livro *Crítica e Verdade*, que significa fatos diversos que narram curiosidades, bizarrices, escândalos, notícias de casos excepcionais e inexplicáveis. BARTHES, Roland. *Crítica e verdade*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

<sup>158</sup> AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Ed. Contexto, 2006. p. 64.

Os *faits divers* passaram a ser veiculados pelo *Jornal do Commercio* a partir de 1907, mas foi após a aquisição das máquinas linotipos que começaram a fazer sucesso nas páginas do periódico. Como eram informações retiradas de jornais internacionais, geralmente, vinham publicadas nas páginas que retratavam sobre notícias do estrangeiro. Em julho de 1914, o jornal traz três *fait divers* acompanhadas por fotografias, que acabaram estimulando mais a curiosidade dos leitores do diário. O primeiro *fait divers* mostrava um soldado que sustentava nos dentes um homem sentado na cadeira; o segundo mostrava uma cabra, em Pádua, amamentando um cavalo abandonado e o terceiro mostrava um galo com dois chifres. O filósofo francês Roland Barthes considera o *fait divers* uma informação total, informação que permeia a mera curiosidade.

O assassinato político é, pois sempre, por definição uma informação parcial; o *fait divers*, pelo contrário, é uma informação total, ou mais exatamente, imanente; ele contém em si todo seu saber: não é preciso conhecer nada do mundo para consumir um *fait divers*; ele não remete nada além dele próprio; evidentemente, seu conteúdo não é estranho ao mundo: desastres, assassinios, raptos, agressões, acidentes, roubos, esquisitices, tudo isso remete ao homem, a sua história, a sua alienação, a seus fantasmas, a seus sonhos, a seus medos<sup>159</sup>.

Essas características abordadas, tanto na primeira fase quanto na segunda, não podem ser reduzidas apenas há um conjunto de estratégias de mercados ou justificadas como uma derivação de estilos jornalísticos copiados do estrangeiro. Os jornais interpelam características culturais populares ao longo da história, num movimento dinâmico entre o campo de produção e o de recepção, subordinando-se à lógica de mercado<sup>160</sup>.

Assim sendo, as modificações técnicas e editoriais e da própria natureza das empresas, que se organizaram em moldes capitalistas, não podem ser explicadas – como muitas vezes já o foram – exclusivamente como uma decorrência “natural” da importação de padrões estrangeiros ou ainda em função de uma necessidade exclusivamente de natureza econômica. Queria-se com esse novo jornalismo atender ao público e para isso a imprensa multiplicou as mensagens dentro dos padrões culturais desse novo leitor<sup>161</sup>.

O *Jornal do Commercio* foi um dos pioneiros na cidade a utilizar algumas estratégias do jornalismo popular e do sensacionalismo, mas, no período analisado, 1904-1914, observa-se que a utilização dessas estratégias foi feita de forma cautelosa e embrionária. O emprego dessas técnicas ocorreu principalmente porque o interesse da

<sup>159</sup> BARTHES, Roland. *Crítica e verdade*. São Paulo: Perspectiva, 2007. p.58-59.

<sup>160</sup> AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Ed. Contexto, 2006. p. 58.

<sup>161</sup> BARBOSA, Marialva. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. p. 253.

empresa era captar um número maior de simpatizantes, aumentar o número de assinaturas e anúncios no jornal. Dessa forma, ao atingir um público cada vez maior, a notoriedade do periódico e o prestígio deste na sociedade amazonense o levariam a aumentar seu poder de persuasão como instrumento formador de opinião pública. Desde o seu surgimento, o *Jornal do Commercio* buscava influenciar e alterar padrões de comportamento, seja divulgando arquétipos de grupos dominantes, instigando posicionamentos ou introduzindo novos hábitos na sociedade.

## 2.5 DIRIGENTES, REDATORES E COLABORADORES

Durante o período de 1907 a 1914 teve como proprietário e diretor Vicente Torres da Silva Reis que, em duas ocasiões, precisou deixar a direção por um curto espaço de tempo devido a imbróglis políticos. Na primeira ocasião, no dia 13 de outubro de 1910, foi substituído por Péricles Moraes, dias após Manaus ser atingida por um bombardeio organizado pelo Vice-Governador Antônio Gonçalves Pereira de Sá Peixoto. Na época, Vicente Reis, que apoiava o Governador Antônio Clemente Ribeiro Bittencourt, foge para Belém para salvaguardar sua vida. E, na segunda ocasião, em dezembro de 1912, novamente com a deposição de Antônio Bittencourt é substituído por Miranda Simões.

Faziam parte da redação do jornal: Joaquim Godim e Paulo Eleuthério. E participavam como colaboradores: Ataliba Corrêa; Gaspar Guimarães; Generino Maciel e Thaumaturgo Vaz. No aniversário do jornal em 1913, uma passagem foi dedicada às pessoas que também contribuíram na segunda fase do jornal.

Foi em abril de 1907 que a direção do JORNAL se viu confiada ao nosso querido boníssimo companheiro dr. Vicente Reis, a quem mais tarde, passou a respectiva propriedade em princípio em sociedade com outros, depois exclusivamente.

Na alevantada missão que se impoz, manda o nosso critério confessar com prazer que Vicente Reis, tem sido em bôa hora assistido pela cooperação efficaz e brilhantíssima de alguns dos mais conhecidos e illustres confrades contemporâneos lidos sempre como agrado em qualquer produção onde respondam as multiplas facetas do seu robusto engenho. Em o numero delles deixaremos neste lugar em relevo, com penhor da nossa profunda e immorredoirá gratidão, os festejados nomes de Ataliba Corrêa, Gaspar Guimarães, Péricles de Moraes, Paulo Eleutherio, Generino Maciel e Miranda Simões<sup>162</sup>.

---

<sup>162</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 3118, 02 de janeiro de 1913.

Da mesma forma como ocorreu ao abordar-se a primeira fase do jornal, faz-se necessário traçar o perfil desses personagens que atuaram no periódico, já que é possível visualizar suas posições políticas e ideológicas através da trajetória de vida traçada por cada um deles. Vale evidenciar que a imprensa, na verdade, criou condições necessárias ao desenvolvimento de um campo intelectual, cujos integrantes participaram diretamente das instituições e dos grupos que exerceram a própria dominação<sup>163</sup>.

Conforme mencionado em um momento anterior, Vicente Reis foi advogado, deputado estadual e dramaturgo. Trabalhou como delegado na polícia da capital federal e, antes de ser proprietário do *Jornal do Commercio* em Manaus, atuou como colaborador em diversos órgãos da imprensa carioca e paulistana.

Péricles Moraes<sup>164</sup> nasceu em Manaus no ano de 1882. Filho do deputado estadual Severo José de Moraes e neto do Capitão Ferreira de Mello. Concluiu seus estudos primários em Manaus e terminou seus estudos secundários em Belém. Aprofundou-se nos estudos de literatura e na língua francesa da qual foi professor. Além disso, ocupou os cargos de prefeito de Coari e de Parintins, sendo ainda responsável pela fundação, em Belém, do Apostolado Cruz e Souza. Em Manaus, foi escritor, cronista e um dos criadores da Sociedade de Homens de Letra, que precedeu a Academia Amazonense de Letras.

Manoel de Miranda Simões<sup>165</sup> nasceu na Bahia, formou-se em Direito pela Faculdade de Direito do Amazonas. Atuou na advocacia e no jornalismo. Miranda Simões foi um dos fundadores do Instituto Geográfico e Histórico do Pará em maio de 1900<sup>166</sup> e também foi um dos fundadores e redator do estatuto do Instituto Geográfico e Histórico do Amazonas.

Joaquim Godim de Albuquerque Lins<sup>167</sup> nasceu no Ceará, mudou-se para Manaus, antes de 1908, ainda bem moço. Formou-se em Direito pela Faculdade de Direito do Amazonas, atuou como redator no *Jornal do Commercio*, posteriormente foi convidado para trabalhar na redação do periódico *O Liberal* ao lado do Coronel Antônio Guerreiro Antony, no qual durante quatro anos combateram a administração do

---

<sup>163</sup> BARBOSA, Marialva. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. p. 63.

<sup>164</sup> BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.408-409.

<sup>165</sup> BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.366.

<sup>166</sup> Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal do Pará; Iza Vanesa Pedrosa de Freitas. *O Patronato das Letras: Cultura e Política no Instituto Geográfico e Histórico do Pará (1930-1937)*. 2007.

<sup>167</sup> BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.285.

Governador Jonathas Pedrosa. Além de atuar na imprensa, Joaquim Gondim foi poeta e juiz de direito.

Paulo Eleuthério Álvares da Silva<sup>168</sup> nasceu em Pernambuco em 1886. Formou-se em Engenharia pela Escola Livre de Engenharia do Rio de Janeiro e em Direito pela Faculdade de Direito do Amazonas. Foi professor, jornalista, correspondente da Associação Brasileira de Imprensa, fundador da Academia Amazonense de Letras e, também, sócio de diversas entidades científicas brasileiras entre as quais: Instituto Geográfico e Histórico do Amazonas, Acre, Pará, Ceará, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Alagoas, Bahia, São Paulo e Rio de Janeiro.

Ataliba Corrêa<sup>169</sup>, como foi mencionado anteriormente, antes de trabalhar como redator e em seguida como colaborador no *Jornal do Commercio*, foi o principal redator do *Commercio do Amazonas* em meados do ano de 1905. Além de dedicar-se à imprensa, atuou também na área da magistratura sendo Juiz Municipal de Codajás<sup>170</sup>.

Gaspar Antônio Vieira Guimarães<sup>171</sup> nasceu em 1874 na cidade de Recife. Formou-se em Direito na Faculdade de Recife e, após a formatura, mudou-se para a cidade de Manaus no ano de 1892. Foi um dos fundadores da Universidade Livre de Manaus, Chefe de Polícia, Diretor da Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais de Manaus e Presidente do Superior Tribunal de Justiça do Estado do Amazonas. Além dessas ocupações, foi jornalista e colaborador em diversos jornais como: *Jornal do Commercio*; *Amazonas*; *A Capital* e *O Tempo*. Gaspar Guimarães atuou na primeira fase e na transição do *Jornal do Commercio* como redator e, posteriormente, na gestão de Vicente Reis, tornou-se colaborador.

Generino Maciel<sup>172</sup> nasceu no Piauí. Assim como os outros intelectuais, veio jovem para o Estado do Amazonas e dedicou-se à imprensa. Foi professor na Escola de Aprendizes Artífices, fundador da Academia Amazonense de Letras, atuou como colaborador no *Jornal do Commercio* e trabalhou por algum tempo no jornal *O Tempo*.

Thaumaturgo Sotero Vaz<sup>173</sup> nasceu no Piauí em 1869. Formou-se em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais, em Recife. Sendo um conceituado poeta,

<sup>168</sup> BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.391.

<sup>169</sup> *Commercio do Amazonas*, Manaus, nº 230, 20 de março de 1904.

<sup>170</sup> Diário Oficial, Manaus, nº 1833, 4 de abril de 1900.

<sup>171</sup> BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.236.

<sup>172</sup> CARVALHO, Almir Diniz de. *Acadêmicos: Imortais; Dicionário Biográfico*. Manaus: Editora Uirapuru, 2002. p. 87.

<sup>173</sup> BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário amazonense de biografias - vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973. p.484.

na época, seus trabalhos foram publicados em diversos jornais da cidade. Foi diretor de secretaria da Prefeitura de Manaus, Oficial de Gabinete na administração de Jonathas Pedrosa, diretor do Teatro Amazonas e um dos fundadores da Academia Amazonense de Letras.

Assim como na primeira fase do jornal (1904-1905), podem-se observar as mesmas características, já mencionadas, a respeito da formação do grupo que atuava internamente no *Jornal do Commercio* na fase administrada por Vicente Reis. Nota-se, do mesmo modo, que a maioria deles tem curso superior, grande parte concluiu o curso de Direito; a maioria veio de outra cidade e além de exercerem atividade ligada à imprensa também ocupavam algum emprego público ou dedicavam-se à política. Nessa segunda fase, pode-se destacar uma outra característica latente apresentada no *Jornal do Commercio*: a participação de jovens boêmios que buscavam projeção profissional.

Na Manaus da *Belle Époque*, havia um grupo de jovens literatos boêmios que veem na imprensa uma forma de tornarem seus trabalhos conhecidos na cidade. Por outro lado, a imprensa vislumbrava nesses poetas um meio de se popularizar através da literatura a exemplo dos consagrados folhetins. Essa cumplicidade entre a imprensa e os literatos é evidente. Depois dos folhetins, as crônicas, as poesias, as narrativas do cotidiano invadem as páginas dessas publicações e a popularidade da condição de literato é construída pelos próprios jornais<sup>174</sup>.

Outro aspecto a se ressaltar é a vinculação entre a vida boêmia e a literatura. Nesse período, era habitual que os homens de letras frequentassem lugares como cafés, confeitarias da moda, salões, botequins e livrarias. “Numa época em que a vida literária era sinônimo de vida boêmia, foi comum que os homens de letras (jornalistas, poetas, juristas, professores, etc.) montassem suas “igrejinhas” nesses espaços de sociabilidade”<sup>175</sup>. Em Manaus, um desses boêmios que se destacou na imprensa e que também contribuiu com trabalhos no *Jornal do Commercio* foi Thamaturgo Vaz.

Outro intelectual de destaque a circular com desenvoltura na boêmia e na vida noturna manauara foi Thaumaturgo Vaz. Th. Vaz, como era conhecido, foi referência incansável nos mexericos de uma imprensa domingueira que não perdia a oportunidade de revelar ao público as idiosincrasias dos mais conceituados literatos locais<sup>176</sup>.

<sup>174</sup> BARBOSA, Marialva. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000. p. 96.

<sup>175</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte – Letramento e periodismo no Amazonas (1980–1920)*. Tese de Doutorado. São Paulo. PUC, 2001. p.86.

<sup>176</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte – Letramento e periodismo no Amazonas (1980–1920)*. Tese de Doutorado. São Paulo. PUC, 2001. p.87.

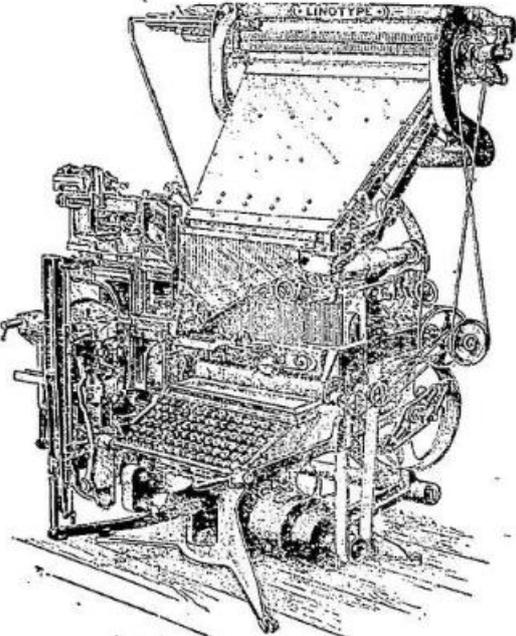
Mais uma vez, é necessário realçar que essas características, apresentadas na primeira e na segunda fase do *Jornal do Commercio*, estão presentes em outros periódicos locais e nacionais. E que as mudanças gráficas, editoriais e tecnológicas que os dirigentes do periódico executaram possibilitaram a conquista de novos leitores, de aumento de receita e ingerência junto aos grupos dominantes.

## 2.6 O JC DE VICENTE REIS E AS RELAÇÕES DE PODER

Uma das principais mudanças que se pode averiguar, na administração de Vicente Reis, é o aumento do número das páginas no *Jornal Commercio*. Na fase anterior, cada edição do jornal contava com quatro páginas sendo as duas primeiras destinadas à publicação de atos oficiais, bem como publicações de notícias políticas, sociais e econômicas; e as duas últimas páginas destinadas, quase que exclusivamente, a anúncios e propagandas das mais variadas possíveis.

Com Vicente Reis, em 1910, o diário passou a ter oito páginas diariamente, fazendo com que o número de anúncios e propagandas dobrasse em relação à administração anterior. Faz-se necessário lembrar que inicialmente Vicente Reis, no período de 1907 a 1909, aumentou o número de páginas apenas das edições de domingo. Foi o aumento da procura por divulgação na seção de anúncios e propagandas, motivada pelo momento próspero que Manaus estava passando com a crescente exportação da borracha, em 1910, que todas as edições passam a ter oito páginas. O aumento da receita do jornal propiciou a Vicente Reis uma situação econômica favorável a investimentos materiais na empresa como, por exemplo, a aquisição de modernos equipamentos, como a compra das máquinas linotipos em 1912.

## A EVOLUÇÃO DA IMPRENSA



**As nossas máquinas de Linotype foram hontem retiradas da Alfandega. O serviço da montagem foi iniciado, sob a direção do habilíssimo mecânico norte-americano, snr. Alfredo Walderrama, da Mergenthaler Linotyp, Co., de New-York.**

**Hoje terão começo os trabalhos de habilitação dos linotypistas, que serão os operarios que até hoje nos têm acompanhado com dedicação na feitura de nossa folha.**

**A inauguração do serviço terá lugar dentro de duas semanas, e nesse dia, serão expostas ao publico as nossas machinas, com as quaes pretendemos dar uma nova feição ao JORNAL DO COMMERCIO.**

*Jornal do Commercio*, nº 2923. Manaus, 9 Jan. 1912.

As primeiras máquinas linotipos chegaram a Manaus quando a Imprensa Oficial do Estado foi criada, em 1892. Até então essas máquinas ainda não tinham sido substituídas e, em 1912, encontravam-se em péssima situação, uma vez que além de atenderem as demandas do Estado deveriam ser fonte geradora de economia, ou seja, as máquinas deveriam gerar receita com trabalhos particulares oferecidos pela Imprensa Oficial.

A decadência da atividade gráfica da Imprensa Oficial começa quando administradores sem escrúpulos ou sem força moral para coibir abusos silenciam diante dos desmandos da política oponente, A Imprensa Oficial alcançou em determinada época tal estado de debilidade material que mandava compor as chapas do Diário Oficial em outras oficinas<sup>177</sup>.

As linotipos que chegaram ao *Jornal do Commercio* eram de uma nova geração e possuíam inovações que possibilitavam uma maior impressão de exemplares com um menor tempo de produção. Essa velocidade que o jornal ganha na composição garante a possibilidade da atualização das informações num prazo mais curto. Se antes as notícias

<sup>177</sup> MONTEIRO, Mário Ypiranga. *Notas sobre a Imprensa Oficial do Estado do Amazonas*. Manaus: Imprensa Oficial do Estado do Amazonas, 1986.p. 13.

deveriam ser entregues até às oito horas da noite, agora o prazo de entrega das notícias nas oficinas amplia-se até às onze horas. Sobre as mudanças decorridas pela implantação das máquinas linotipos no campo da imprensa, Marialva Carlos Barbosa destaca:

Mas a alteração não se dá apenas nas oficinas. A possibilidade de compor com maior rapidez o texto permite, por exemplo, a ampliação do número de páginas dos jornais. Mas talvez a mudança mais drástica tenha sido a possibilidade de se atualizar as informações num prazo temporal mais curto.

(...) A tecnologia da linotipo ao lado das modernas máquinas a vapor, que invadem as publicações da cidade na alvorada do século XX, traz na sua essência a ideia de rapidez. O tempo cotidiano parece estar voltado para um projeto de futuro que é construído no próprio presente. Rapidez é mais do que uma palavra de ordem: dá sentido a uma ideia de tempo que se espalha pela sociedade<sup>178</sup>.

O governo, por necessitar dessa rapidez na divulgação de leis, decretos e atos oficiais e estando a Imprensa Oficial com seu maquinário em situação lamentável, não só continuou pagando pelos serviços de impressão fornecidos pelo *Jornal do Commercio*, como também aumentou a quantidade de publicação de atos administrativos do executivo, do legislativo e do judiciário. Para atender a essa demanda, existiam no diário as seguintes colunas: “Intendência Municipal”; “Conselho Municipal”; “Despachos Officiaes”; “Intimações”, “Editaes” e “Tribunal do Jury”.

Percebe-se, então, que a parceria do *Jornal do Commercio* com governo permaneceu, reforçando a participação do diário como um porta-voz de grupos dominantes. Além disso, tem-se a ampliação da relação do periódico com o grupo de comerciantes e profissionais liberais que anunciavam nas páginas do *Jornal do Commercio*. Lembrando ainda da estrita relação que o jornal mantinha, desde a sua fundação, com a Associação Comercial do Amazonas.

Outra forma de se verificar as relações de poder estabelecidas é o envolvimento político que, frequentemente, estava estampado no diário. A folha apoiava o governo de Antônio Bittencourt e em vários momentos publicou elogios e homenagens ao político, fazendo questão de registrar as visitas deste à oficina do jornal. A relação do periódico com o poder público era explícita, como se pode perceber na notícia abaixo:

A nossa tenda de trabalho recebeu hontem à noute uma grande distincção.

Às 8 horas, mais ou menos, fomos surpreendidos com a presença de honra do Sr. Coronel Antonio Bittencourt, digno governador do Estado que, em

<sup>178</sup> BARBOSA, Marialva. *História Cultural da Imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.p.26.

companhia de seu ajudante de ordens, Coronel Camilo Amora, nos veios fazer uma visita.

O illustre chefe de Estado durante cerca de um quarto de hora entreteve connosco mais amistosa palestra, tendo para todos quantos mourejam nesta casa as mais inequívocas expressões de carinhoso affecto que muito nos captivaram<sup>179</sup>.

Têm-se ainda as colunas publicadas no jornal e que servem de parâmetros da extensão dessa relação de poder entre esse meio de comunicação e os grupos dominantes locais. A coluna “Manaós Social” publicava notícias ligadas ao universo da alta sociedade: casamentos, batizados, festas de aniversários, viagens, desembarques, formaturas, óbitos, entre outras. A coluna “Theatros & Concertos” mostra a relação que o periódico e Vicente Reis tinham com os grupos envolvidos com a arte que se apresentavam na cidade, em razão de que o dirigente do jornal era dramaturgo e que, durante anos, também apresentou seus trabalhos em teatros do Rio de Janeiro e de São Paulo.



*Jornal do Commercio*, nº 1184. Manaus, 12 Out. 1907.

Essas relações sociais que Vicente Reis mantinha, somadas ao prestígio dos redatores e colaboradores do jornal, bem como a popularidade que o periódico tinha na cidade mostram a influência do periódico junto à população, a instituições e a grupos políticos. Cada dirigente, a seu modo, soube articular os interesses da empresa *Jornal do Commercio* com o contexto econômico e político pelo qual Manaus estava passando. Suas estratégias de manutenção de poder precisavam ser dosadas ou transformadas de acordo com as mudanças sociais, econômicas, culturais e políticas. Afinal, a existência

<sup>179</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 2232, 21 de junho de 1910.

do periódico dependia também de contratos feitos com o governo e com grupos de comerciantes.

## 2.7 EDIÇÕES DE ANIVERSÁRIOS DO JC

No período analisado, 1904 a 1914, pode-se observar que as edições de aniversário do *Jornal do Commercio* constituem-se como momentos únicos em que se pode analisar a forma como o jornal conta a sua história por meio dos discursos das edições comemorativas. A professora Leticia Cantarela Matheus<sup>180</sup>, ao analisar as edições comemorativas de cem anos do *Jornal do Commercio* do Rio de Janeiro, de *O Fluminense* e do *Jornal do Brasil* afirma que estas edições são momentos de autorreferenciação, nos quais os diários ofereceram sua versão do passado e projetaram expectativas de futuro.

As edições de aniversário, assim como as edições comemorativas, também são momentos de suspensão do tempo noticioso, no qual os periódicos se autorreferenciam de modo explícito<sup>181</sup>. As edições comemorativas promovem: um efeito de continuidade em relação à origem desses periódicos, a autoafirmação e a celebração da imprensa enquanto instituição dentro do sistema de comunicação<sup>182</sup>. O *Jornal do Commercio*, na edição de aniversário em 1912, ratifica os preceitos traçados em seu artigo inaugural quando foi fundado em 2 de Janeiro de 1904.

Na alma do povo, dentro de cujo âmago nos presamos de ter conseguido um lugar de destaque, havemos de manter sempre a nossa tradição de órgão defensor das classes laboriosas, as causas que tragam o desenvolvimento e a prosperidade ao Amazonas, no domínio das indústrias e das artes liberaes.<sup>183</sup>

As edições comemorativas também são oportunidades de reforçar ou reformular a memória coletiva sobre algum tema. Na edição de aniversário de 1910, o periódico, além de enaltecer a figura de Rocha dos Santos, trazendo à memória as qualidades do seu criador, também reafirma o compromisso em advogar e defender os interesses do Amazonas.

<sup>180</sup> MATHEUS, Leticia Cantarela. Comunicação, Tempo, História: tecendo o cotidiano em fios jornalísticos. Rio de Janeiro: Mauad X: Faperj, 2011.

<sup>181</sup> MATHEUS, Leticia Cantarela. Comunicação, Tempo, História: tecendo o cotidiano em fios jornalísticos. Rio de Janeiro: Mauad X: Faperj, 2011. p.31.

<sup>182</sup> MATHEUS, Leticia Cantarela. Comunicação, Tempo, História: tecendo o cotidiano em fios jornalísticos. Rio de Janeiro: Mauad X: Faperj, 2011.p.29.

<sup>183</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 2767, 02 de janeiro de 1912.

O Jornal do Commercio entra hoje no seu sétimo anno de publicação fundado por seu grande batalhador que foi o saudoso Rocha dos Santos atravessou diversas phases até hoje felizmente coroado com o favor público.

Nesse período que tem sido de lucta titânica, na defesa intransigente de seu programa, com arrojo de leão em prol do soerguimento do nome amazonense que meia dúzia de degenerados tanto humilharam, o jornal não chegaria de certo a festejar a data se o regimen da moralidade implantado pelo benemérito Coronel Antonio Bittencourt não assegurasse a época em que a liberdade veio iluminar a Imprensa do Estado<sup>184</sup>.

Na edição de aniversário de 1912, o *Jornal do Commercio*, ao se envolver no litígio político que tinha como alvo o Governador Antonio Bittencourt, tenta se justificar para seus leitores explicando o motivo pelo qual se posicionou do lado do governador, uma vez que, nas edições anteriores, afirmava ser um órgão neutro, sem compromissos e liames que o prendessem a parcialidades políticas do Estado.

Se houve um momento em toda a trajetoria de nossa lide jornalística, que uma intervenção nossa na vida política do Estado pareça aos contemporâneos um desvio do programa traçado, essa atitude foi mais um desdobramento de uma das phases de nosso culto à imprensa sensata terçando armas contra os inimigos da ordem pública e da moralidade administrativa que são o perigo das instituições, o desprestígio da Lei e a burla do regimen.

Foi mais um serviço que era de obrigação nossa prestar a causa popular, pelos interesses magnos do Estado e pela moralidade da Republica. E Jamais abdicando de taes princípios de civismo e abnegação, não voltaremos as costas as frago da peleja, desde que o povo necessite das nossas energias em sua defesa para combater os mãos que entram o progresso do Estado e a tranquilidade do paiz<sup>185</sup>

Em seu artigo inaugural, em 1904, o *Jornal do Commercio* afirma que, em qualquer caso, estaria sempre ao lado do interesse público, sem se curvar às forças perturbadoras da marcha regular das questões sociais<sup>186</sup>. E, na edição de aniversário de 1914, destaca que cumpre à risca o programa de defesa dos interesses populares<sup>187</sup>. Dessa forma, percebe-se que, ao reforçar ano após ano, nessas edições de aniversário, uma autoimagem de “defensor do povo” ou “advogado da pobreza”, o periódico tentou forjar uma história tanto para o leitor daquele momento como para o leitor do futuro, visto que, na realidade, mostrava-se claramente atrelado aos interesses de grupos dominantes no dia-a-dia.

<sup>184</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 2069, 02 de janeiro de 1910.

<sup>185</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 2767, 02 de janeiro de 1912.

<sup>186</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 1, 02 de janeiro de 1904.

<sup>187</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 3479, 02 de janeiro de 1914.

As edições comemorativas, assim como as diárias, constituem-se de momentos especiais nos quais o historiador pode averiguar de que forma os periódicos buscavam se legitimar, ser reconhecidos, participar do jogo de poder e conquistar novos leitores. Além disso, as publicações comemorativas foram um esforço das empresas de garantir posição privilegiada como gestoras do tempo o que incluía não somente o presente, mas também o “passado histórico”<sup>188</sup>.

Todas essas estratégias elaboradas pelos dirigentes do *Jornal do Commercio* fizeram com que o periódico tivesse a maior circulação no Estado do Amazonas. Somasse a isso a participação e a notoriedade de cada funcionário do jornal, principalmente os redatores e colaboradores que mantiveram relações sociais relevantes, aumentando a ingerência do periódico não só junto aos grupos dominantes do Estado como também a grupos menos favorecidos da cidade.

Dessa forma, o jornal vai assumir um importante papel frente à nova realidade que se instaura em Manaus: acomodar a população frente à modernidade e seus desdobramentos. Essa atitude não foi somente uma missão do *Jornal do Commercio*, mas de todos os periódicos que circulavam na cidade, visto que, ao construírem suas identidades, também se posicionavam frente a essas modificações que redefiniam a nova face urbana de Manaus. Por conseguinte, o próximo capítulo tem por objetivo mostrar de que forma o *Jornal do Commercio* participou da construção da modernidade na capital do Amazonas.

---

<sup>188</sup> MATHEUS, Leticia Cantarela. *Comunicação, Tempo, História: tecendo o cotidiano em fios jornalísticos*. Rio de Janeiro: Mauad X: Faperj, 2011. p.35.

## CAPÍTULO 3

### JC: IMPRENSA A SERVIÇO DO “PROGRESSO” E DA “MODERNIDADE”

#### 3.1. OS JORNAIS E AS MUDANÇAS DE MANAUS DA *BELLE ÉPOQUE*

##### 3.1.1 A modernidade como novo paradigma

Foi durante o século XVIII, quando se difundiram os ideais do Iluminismo por toda Europa, que a modernidade<sup>189</sup> constituiu-se um dos pilares dessa filosofia. Esse discurso, que surgiu no meio intelectual e também na mídia, afirmava que o progresso assegurava um futuro promissor para as sociedades<sup>190</sup>. No fim do século XIX e início do século XX, ocorreram diversas mudanças que davam um maior dinamismo na economia mundial, era o momento de expansão da economia industrial desencadeada pela Revolução Científico-Tecnológica<sup>191</sup>. Ela apresentava um salto enorme em termos qualitativos e quantitativos que seria o resultado da aplicação de recentes descobertas científicas aos processos produtivos como, por exemplo, o desenvolvimento das novas potências energéticas, novos ramos metalúrgicos, desenvolvimento nas áreas de microbiologia e bioquímica.

Essas descobertas trouxeram efeitos surpreendentes na conservação de alimentos, na medicina, higiene e profilaxia. Uma dessas transformações advindas da modernidade e do progresso foi a modernização das cidades. No entanto, o que mais perturbava era o ritmo com que essas inovações invadiam o cotidiano das pessoas, alterando seus hábitos e costumes, chegando a afetar até mesmo o ritmo de trabalho, os meios de transportes e comunicação.

O modelo de cidade ideal, nesse momento, foi a cidade de Paris, que não foi a pioneira em reformas urbanas, porém como as dimensões dessas transformações serviram como referência para toda a Europa e para a América, tornou-se referência para as demais cidades. O prefeito de Paris Georges-Eugène Haussmann conseguiu

<sup>189</sup> Entende-se modernidade como um conjunto de ideias iluministas que sustentaram as modificações advindas da consolidação da Revolução Industrial. Essas ideias propagavam a modificação das cidades, mas também da população que habitava essa cidade. Dessa forma o modo de vida dos habitantes da cidade moderna deveriam se adequar à nova realidade.

<sup>190</sup> SOUSA, Ana Paula Bernardo de. – MARONEZE, Luiz Antonio Gloger. *A modernidade pelo jornal: o progresso material e social de Novo Hamburgo nas décadas de 1920 e 1930*. Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 10, n. 20, jul./dez. 2011.

<sup>191</sup> SEVCENKO, Nicolau. O Prelúdio Republicano: astúcias da ordem e ilusões do progresso In: (org). SEVCENKO, Nicolau. *História da Vida Privada no Brasil - República: da Belle Époque à Era do Rádio*, São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 11.

fazer uma reforma que transformou para sempre os hábitos da população naquela época. O que marcou na reforma de Haussmann foi a maneira como elas envolviam diferentes setores que se interligavam para sanar problemas em um plano global, ou seja, arrumou-se a cidade como se fosse um conjunto e não como se a mesma estivesse dividida em setores.

A palavra chave da reforma do Barão de Hausmann foi organização, que foi aplicada na articulação de redes e sistemas que envolviam ruas, estações de trens e redes de esgoto, água e gás. A intervenção de Haussmann fez de Paris o primeiro paradigma da metrópole industrial que representava uma nova disciplina (o urbanismo) que queria transformar o espaço urbano em objeto de ciência aplicada<sup>192</sup>. Haussmann fez da cidade de Paris, uma cidade modelo exportada para o mundo inteiro. Sobre esse novo padrão Marshall Berman destaca:

Por volta de 1880, os padrões de Haussmann foram universalmente aclamados como o verdadeiro modelo do urbanismo moderno. Como tal, logo passou a ser reproduzido em cidades de crescimento emergente, em todas as partes do mundo, de Santiago a Saigon<sup>193</sup>.

Entre demolições e construções, sobre as cinzas dos antigos padrões, um novo modelo de sociedade e sociabilidade germinava. Com essa quantidade de transformações no espaço urbano, fez-se necessário um “homem novo” para habitar essa “nova cidade”, seria então esse cidadão chamado de “homem moderno” e que deveria seguir novos padrões de vida e hábitos<sup>194</sup>. Marshall Berman ao analisar a modernidade, com seus paradoxos e suas contradições, retrata que:

Ser moderno é encontrar-se em um ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, autotransformação das coisas em redor – mas ao mesmo tempo ameaça destruir tudo o que temos tudo o que sabemos, tudo o que somos. A experiência ambiental da modernidade anula todas as fronteiras geográficas e raciais, de classe e nacionalidade, de religião e ideologia; nesse sentido, pode-se dizer que a modernidade une a espécie humana. Porém é uma unidade paradoxal, uma unidade de desunidade, ela nos despeja a todos num turbilhão de permanente desintegração e mudança, de luta e contradição, de ambiguidade e angústia. Ser moderno é fazer parte

<sup>192</sup>CHOAY, Françoise. Introduction. In: HAUSMANN, Georges Eugène. *Memoires*. Paris: Seuil. 2000. p. 9.

<sup>193</sup>BERMAN, Marschall. *Tudo Que é Sólido Desmancha no Ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Cia. das Letras, 1999, p. 187.

<sup>194</sup>ROSA, Rodrigo de Moraes. *Espaço público e modernidade: quando a sociabilidade se constrói como projeto*. *Revista Eletrônica E-Metropolis*, Rio de Janeiro, 2010.p.38.

de um universo no qual como disse Marx, “tudo que é sólido se desmancha no ar”<sup>195</sup>.

Um mundo ficava para trás, descortinando outro, infinito em possibilidades, expectativas e identidades. A modernidade torna-se um novo paradigma a ser seguido pelas cidades que almejavam destaque internacional. No Brasil, a capital da República, modelo nacional durante o século XIX, foi reformada pelo prefeito Pereira Passos, entre os anos de 1902 a 1906, que objetivava construir uma Paris sobre o mar<sup>196</sup>.

O prefeito do Rio de Janeiro, ao copiar o modelo de Paris, abriu e alargou as ruas, demoliu casarões para sanear e arrumar a malha de circulação viária, além de expulsar a população pobre do centro. Enfim, realizou uma série de mudanças cuja intenção era exibir ao mundo desenvolvido a imagem de uma nação próspera, civilizada, ordeira e dotada de instituições sólidas<sup>197</sup>. Outras cidades no Brasil passaram por transformações urbanas, no final do século XIX e início do século XX, que se espelhavam nos moldes das cidades modernas da Europa, como as cidades de: Belém, Porto Alegre, São Paulo e Manaus.

### **3.1.2 Manaus: A capital mundial da borracha**

Manaus, até no final do século XIX, era vista por viajantes e memorialistas como um lugar ermo cuja população possuía hábitos culturais inconvenientes. Mesmo sendo elevada, em 1850, à capital da província do Amazonas e tendo sua receita incrementada pela Capital Federal carregava o estigma de ser uma “pequena reunião de casas, metade das quais parece prestes a cair em ruínas”<sup>198</sup>. Em pouco tempo, com o significativo aumento da extração e da exportação da borracha, Manaus passa a ser considerada uma cidade moderna e cosmopolita.

A extração do látex precisava suprir o mercado internacional e para isso necessitava de mais mão de obra para a crescente demanda. É neste momento que o governo estimula a migração, uma vez que as iniciativas dirigidas aos índios fizeram

---

<sup>195</sup>BERMAN, Marschall. *Tudo Que é Sólido Desmancha no Ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Cia. das Letras, 1999, p. 15

<sup>196</sup> PESAVENTO, Sandra Jathahy. *Uma Outra Cidade*. São paulo: Cia. Editora nacional, 2002.p. 23.

<sup>197</sup>SEVCENKO, Nicolau. *A Revolta da vacina: mentes insanas em corpos rebeldes*. São Paulo: Cosac Naify, 2010.p.80.

<sup>198</sup> AGASSIZ, Louis.; AGASSIZ, Elizabeth Cary. *Viagem ao Brasil (1865-1866)*tradução e notas de Edgar Sússekind de Mendonça. – Brasília : Senado Federal, Conselho Editorial, 2000.p.196.

com que estes se refugassem e dispersassem, levando-os até mesmo à extinção física e cultural. Para esse período de intensa extração da *hevea* calcula-se que cerca de 300 mil nordestinos entre os anos de 1877 e 1920 vieram para a Amazônia a fim de suprir a necessidade de mão de obra<sup>199</sup>.

O aumento da receita do Estado, a crescente atividade comercial, as melhorias urbanas e a necessidade de mão de obra em vários setores como a agricultura e o comércio fizeram com que a população aumentasse significativamente, passando de 38 mil habitantes, em meados dos anos de 1890, para mais de 70 mil em 1920. Já o estado do Amazonas, em 1890, de acordo com o censo realizado nesse ano<sup>200</sup>, tinha uma população de 147.915 habitantes e em 1920 possuía cerca de 364,709 habitantes, ou seja, um crescimento acima de cem por cento entre os anos de 1890 e 1920.

Para atender as exigências do capital internacional e de milhares de migrantes nacionais e imigrantes estrangeiros que desembarcavam em Manaus, a cidade transformou-se num imenso canteiro de obras. Ergueram-se prédios públicos como a Alfândega, a Biblioteca Pública, o Teatro Amazonas, a Penitenciária, o Palácio da Justiça, entre outros.

A borracha propicia a Manaus o alargamento de seu espaço e a redefinição de sua organização. Pela cidade transitavam milhares de toneladas do produto para a exportação, vindas dos mais distantes seringais da região Amazônica e circulavam variados tipos de mercadorias e pessoas. A capital do látex adquire nova fisionomia, corrigem-se acidentes de terreno, organiza-se diagrama de nivelamento de construção, aterram-se igarapés, estes muitas vezes usados como via de comunicação, fonte de abastecimento d'água e local de lazer. A capital do Amazonas deverá apresentar-se digna da nova função de centro importador e exportador ligado ao comércio internacional<sup>201</sup>.

Nesse anseio de transformar Manaus - na capital da borracha, na cidade cosmopolita e civilizada - diversos hábitos locais foram modificados e muitos outros foram surgindo com base no comportamento vigente do mundo europeu. Diante de mudanças tão significativas e tentando afastar tudo que representava atraso, o governo criou políticas e normas com a finalidade realizar os anseios da classe que se firmava com os lucros advindos da exploração da borracha.

O projeto de modernidade que se queria para a cidade de Manaus passou a interferir nos hábitos passados da população, impondo novas formas de viver, comer,

---

<sup>199</sup> BENCHIMOL, Samuel. *Amazônia – Formação Cultural e Social*. 3ªed. Manaus: Editora Valer, 2009.p.154.

<sup>200</sup> Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE– Repertório Estatístico do Brasil, Volume 1, 1986.

<sup>201</sup> DIAS, Ednéa Mascarenhas. *Ilusão do fausto: Manaus, 1890-1920*. Manaus: Editora Valer, 1999.p.37.

vestir, além de forçar a reestruturação do espaçamento urbano. Manaus passou a ter uma política sanitária que interferia no espaço urbano para defender a ideia de limpeza e higiene como meio viável de realizar o embelezamento da cidade. Além disso, diversas leis foram criadas e colocadas em prática como, por exemplo, os códigos de postura e outras leis que restringiam o acesso das pessoas menos privilegiadas que pudessem representar uma Manaus sem harmonia entre seus segmentos sociais.

Sobre a adoção dos Códigos de Posturas pelas autoridades brasileiras e pelas autoridades locais, ainda na fase do Império, Otoni Mesquita ressalta que:

Funcionavam como cartilhas, buscando transformar os costumes das populações urbanas, propondo os padrões de comportamentos convencionados como civilizados. O conteúdo desses documentos sugere que parte da população das cidades ainda não estava devidamente “civilizada” ou apta para a convivência cidadina, considerando que a migração em direção às cidades intensificava-se. Tentavam, portanto, através de proibições, multas e prisões, introduzir hábitos “mais civilizados” e coibir os excessos que deveriam ser frequentes, não só nas províncias, mas também na capital do Império, pois nota-se que em alguns itens dos códigos são semelhantes em diferentes cidades<sup>202</sup>.

Hábitos que evocassem ou trouxessem à memória qualquer lembrança dos povos indígenas deveriam ser apagados. Um desses traços que foi duramente combatido foi o uso da palha como cobertura nas construções. A lei número 437, de 28 de dezembro de 1906, e o artigo 108 do Código de Posturas de 1910 são bem claros quanto à proibição do uso de tal artifício. Essa normatização imposta pelas autoridades fez com que os moradores que não pudessem obedecer aos Códigos de Posturas, fossem empurrados para as periferias mais próximas e depois para as mais distantes<sup>203</sup>.

Manaus, na primeira década do século XX, era totalmente diferente daquela cidade descrita pelos viajantes e memorialistas do século XIX. O norte-americano Edward Bradford Burns fornece uma interessante descrição sobre Manaus em 1910.

Em 1910, Manaus reinava como a capital mundial da borracha. Mais de vinte anos de produção crescente, exportação contínua e de preços em elevação, haviam criado a prosperidade, da qual a cidade era a evidência mais ampla. Nesse ano, Manaus progredia, com os preços atingindo novas alturas e de toda a atmosfera da cidade altamente próspera.

Essa prosperidade e essa atividade alvoroçada, jamais deixaram de impressionar os visitantes que empreendiam a jornada de novecentas milhas subindo o Rio Amazonas, para vê-la. Ficavam invariavelmente surpresos, até assombrados, ao que se lhes deparava. E havia razão para este entusiasmo. Situada (ou como pensavam muitos “aprisionada”) no meio da vasta e

<sup>202</sup> MESQUITA, Otoni Moreira de. *Manaus: História e Arquitetura – 1852-1910*. 3ªed. Manaus: Editora Valer, Prefeitura de Manaus e Uninorte, 2006.p.45.

<sup>203</sup> COSTA, Francisca Deusa Sena da. Quando o Viver Ameaça a Ordem Urbana. In: FENELON, Déa (Org). *Cidades*. São Paulo: Olho D’Água, 2000.p.90.

sedutora floresta, Manaus alardeava com orgulho todas as civilidades de qualquer cidade europeia de seu tamanho ou mesmo maior. Um excelente sistema portuário, um serviço de coleta e a disposição de lixo eficiente, eletricidade, serviços telefônicos, belos edifícios públicos, residências confortáveis, atestam o estado de modernização da cidade<sup>204</sup>.

A capital mundial da borracha recebeu na última década do século XIX uma receita nunca antes imaginada. Quando o governador Eduardo Gonçalves Ribeiro assumiu o poder, o imposto sobre cada quilo de borracha exportada girava em torno de 20%. Dessa forma, o Tesouro do Estado do Amazonas enriqueceu 1.600 milhões de libras por ano<sup>205</sup>, dinheiro que imediatamente fora destinado a transformações da paisagem urbana e uma das primeiras modificações foi feita no porto da cidade. Construir um porto moderno e com amplas dimensões de armazenagens era entendido pelas autoridades locais como um aspecto vital para o desenvolvimento econômico do Amazonas<sup>206</sup>. Foi através do porto que Manaus pôde tornar-se conhecida e também por meio dele todas as novidades entravam na cidade.

O mundo todo estava representado em Manaus. Administradores ingleses, franceses, alemães e portugueses gerenciavam as operações da borracha; e espanhóis, italianos, libaneses e sírios eram proprietários de pequenos negócios. Era possível comprar revólveres Smith e Wesson, relógios Omega, manteiga escandinava, uísque Black and White, máquinas de escrever Underwood e perfumes Lubin. Um joalheiro calculou que o consumo per capita de diamantes da cidade era o maior do mundo<sup>207</sup>.

Percebe-se que as mudanças ocorridas na cidade de Manaus, final do século XIX e início do século XX, faziam parte de um contexto muito mais amplo. Era uma transformação que ocorria em diversas capitais do mundo e que se intensificou no Amazonas devido ao aumento da exportação do látex, fazendo Manaus seguir o mesmo exemplo de outras cidades. Foi em decorrência do discurso da modernidade que a “cidade aldeia” tornou-se uma cidade funcional para atender as necessidades da elite da época. Dessa forma, não só a estrutura da cidade deveria seguir os anseios do grupo dominante, a população residente em Manaus deveria modificar seus hábitos para se enquadrar no discurso de “cidade moderna” e “cidade civilizada”.

Diversos órgãos ligados aos interesses do governo atuaram no disciplinamento de hábitos e costumes da população local como: Chefatura de Segurança Pública,

<sup>204</sup> BURNS, Edward Bradford. *Manaus, 1910: retrato de uma cidade em expansão*. Manaus: Governo do Estado do Amazonas, 1966.p.6.

<sup>205</sup> JACKSON, Joe. *O ladrão no fim do mundo*. 1ª edição. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.p.277.

<sup>206</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *A Cidade Sobre os Ombros: trabalho e conflito no porto de Manaus, 1889-1925*. Manaus: Valer, 2003. p.39.

<sup>207</sup> JACKSON, Joe. *O ladrão no fim do mundo*. 1ª edição. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.p.277.

Distritos Policiais, Diretoria Geral de Instrução Pública, Diretoria Geral da Repartição de Higiene, Polícia Sanitária, entre outros. A imprensa também ganhou destaque nesse processo de implantação e difusão de hábitos de modernidades. Uma vez que era produzida pelas elites cultas locais, chamou para si a responsabilidade de ser “missionária” e “guardiã” da civilização; e a ela caberia interpretar, selecionar, reforçar e criticar os caminhos seguidos para que a cidade se modernizasse<sup>208</sup>.

Com relação à “missão” desempenhada pelos intelectuais no período da *Belle Époque*, Nicolau Sevcenko ressalta que “no Brasil, esses intelectuais portavam-se como os lumes, os representantes dos novos ideais de acordo com o espírito da época a indicar o único caminho seguro para a sobrevivência e o futuro do país”<sup>209</sup>.

Dessa maneira, é importante analisar de que forma os jornais desempenhavam o papel de artífice da modernidade à medida que propagavam o discurso de que a cidade moderna era aquela na qual deveria predominar a harmonia, a higiene e a disciplina aos moldes dos costumes europeus.

### 3.1.3 A transformação de Manaus através dos jornais

A partir do crescimento da cidade de Manaus, no início do século XX, a presença dos jornais no cotidiano das pessoas era cada vez mais constante. Assim, o jornal tornou-se um agente responsável na criação de representações e na construção de hábitos de modernidade<sup>210</sup>. O *Jornal do Commercio* e outros periódicos que circulavam na cidade de Manaus, no mesmo período, traziam em suas páginas uma infinidade de situações que mostravam a presença da modernidade e de seus contrastes ora sendo discutida, ora sendo apresentada à população local. Faz-se necessário mostrar como a modernidade e a gama de questões que giravam em torno desta foram apresentadas pelos periódicos locais.

O *Jornal do Commercio*, objeto da pesquisa, em diversos momentos mostra que também seguia o modelo de modernidade e progresso proposto pelo governo e pelas

<sup>208</sup> GOODWIN JUNIOR, James William. *Anunciando a civilização: imprensa, comércio e modernidade fin-de siècle* em Diamantina e Juiz de Fora, MG. In: *Revista Projeto História*. São Paulo: PUC-SP, n° 35, Jul-Dez, 2007. p.98.

<sup>209</sup> SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como Missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. 2ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003. p. 82.

<sup>210</sup> Importante contribuição sobre o papel da imprensa na construção da cidade imaginada, no período da Belle Époque manauara, foi realizada por Jordana Coutinho Caliri no Trabalho de Conclusão de Curso na graduação em História intitulado *Uma Poética do Concreto: a imprensa e a construção da cidade imaginada*. CALIRI, Jordana Coutinho. *Uma Poética do Concreto: a imprensa e a construção da cidade imaginada*. Trabalho de Conclusão de Curso. Manaus: UFAM, 2003.

elites dominantes. Em um desses momentos, pode-se perceber a preocupação que o jornal demonstrava com a questão do progresso<sup>211</sup>:

Para um espírito observador facil é ver onde está a verdadeira causa das luctas e trabalhos por que, ha annos para cá, tem passado o Estado do Amazonas, preocupação constante dos que ouvem falar das suas riquezas naturaes e de seu progresso.

Quando o Amazonas, distante e esquecido do governo central, que tudo absorvia, arrastava uma vida pobre e mesquinha e no sul do paiz era considerado como um clima horrível, uma terra horrenda, boa somente para degredados e sentenciados (...). Veio a República, e com sua federação descentralisou o poder, permittindo assim a livre acção local, e d'ahi o conseqüente progredimento das indústrias, o desenvolvimento das forças vivas d'esta terra o seu crescimento material, a sua riqueza, outr'ora abafada, e a evolução da sociedade amazonense. Em pouco mais de uma década de livre acção local, o burgo podre transformou-se num leão do norte, no Estado feracissimo que assombrou o paiz inteiro com a sua grandeza, e exportou para a Europa e para a América a mais bela e a mais apreciada borracha do mundo.<sup>212</sup>

Outra preocupação do *Jornal do Commercio* era a questão da saúde. O jornal aderiu ao discurso de que uma cidade saneada era uma cidade civilizada. Porém cabe mencionar que essa questão não figurava apenas no *Jornal do Commercio*, mas em praticamente todos os jornais em circulação na época em Manaus, mostrando, assim, que grande parte desses periódicos estava de acordo com o projeto de modernidade que se queria implantar na cidade.

Havia uma preocupação por parte dos governantes e sanitaristas em se controlar doenças que na época causavam grandes problemas para a cidade, como o caso da febre amarela. Em 1910, o *Jornal do Commercio* defende a argumentação do governo de que a doença estava controlada em Manaus, o problema, segundo este, era a questão da imigração, pois os imigrantes traziam consigo a doença de onde saíam:

O Amazonas n'uma das suas edições da semana última, contra a opinião dos médicos da terra a verdade dos factos, affirmou que o estado sanitário desta capital é o mais invejável de todo o globo. Assegura que os casos de febre amarella registrados actualmente são immigrados do Pará por pessoas dali recém-vindas, que as trazem incubadas, bem assim de desynterias, igualmente importados dos rios Madeira e Mamoré, cujo zona territorial pertence a ainda a este Estado.<sup>213</sup>

<sup>211</sup> O conceito de progresso era aquele ligado a transformações e inovações no campo material.

<sup>212</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 647- 18 de Abril de 1906

<sup>213</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 2076, 10 de Janeiro de 1910.

Dentro da questão da modernidade, a agitação cultural era retratada com frequência pelos jornais. A sociedade, de modo geral, passou a se organizar em torno de associações recreativas, artísticas, culturais, esportivas, carnavalesca, etc. Isso significa que a cultura do lazer nos séculos XIX e XX não se restringia somente ao ambiente doméstico<sup>214</sup>. A ida ao teatro, a bailes e a clubes era considerada um refinamento social e a cidade de Manaus e os periódicos passavam uma imagem de que possuía uma efervescência cultural, como, por exemplo, na matéria veiculada no ano de 1906 pelo *Jornal Ponto nos ii*:

Club Internacional: A festa que este elegante club realizou hontem esteve extraordinariamente concorrida por discintas senhoras e elegantes senhoritas, que levaram aos salões do Internacional a graça do seu espirito e a distincção de sua presença<sup>215</sup>.

O vestuário foi outro aspecto bastante destacado pelos jornais. Os trajes também eram considerados formas de distinção social, as roupas da “moda” tinham grande destaque nesse novo paradigma. A indumentária na Manaus da Belle Époque era inspirada em modelos de roupas europeias, que para um clima quente e úmido era completamente inapropriada. A moda estrangeira era fundamental e admirável símbolo de que a civilização e o progresso estavam atingindo uma região tão distante<sup>216</sup>. A coluna “A Sala”, no jornal *A Plateia*, em 1907, publica uma nota sobre as roupas usadas pelas senhoras em um evento da cidade:

Vimos na quinta-feira, na premiere da Favorita, as bellas e elegantes toilettes: madames Souza Maranhão, com um gracioso vestido crême enfeitado de rendas de guipure e laços de velludo verde esmeralda; Bacellar Souza, com um vestido claro, simples e de muito gosto. Mademoiselles: Gladys Antunes, com um elegante vestido roseo tendo um bolero de renda Irlandeza<sup>217</sup>.

Outro ponto a se destacar foi a crescente preocupação que a administração pública tinha com a questão da higiene. O governo, no período da *Belle Époque*, passou a ter legitimidade para exercer o controle do corpo social a partir de criação de códigos e leis específicas normatizando determinadas situações que pudessem pôr em risco a imagem de uma Manaus saneada. Por exemplo, criou-se a lei nº 5 de vinte e sete de agosto de 1894 que obrigava toda a população a manter limpos os terrenos particulares na cidade. Assim, percebe-se que, através da implantação desses códigos e

---

<sup>214</sup> VILANNOVA, Simone. *Sociabilidade e Cultura: a história dos “pequenos teatros” na cidade de Manaus (1859-1900)*. Manaus, 2008.p.53. Dissertação (mestrado em História) UFAM.

<sup>215</sup> *Jornal Ponto nos ii*, nº 1. Manaus, 14 de julho de 1906.

<sup>216</sup> VILANNOVA, Simone. *Sociabilidade e Cultura: a história dos “pequenos teatros” na cidade de Manaus (1859-1900)*. Manaus, 2008.p.52. Dissertação (mestrado em História) UFAM.

<sup>217</sup> *A Platéia*, Manaus, nº3 - 9 set. 1907.

regulamentos, o governo tinha necessidade de montar todo um mecanismo de controle de fiscalização da vida da população na cidade<sup>218</sup>.

Além dessas normatizações comportamentais inseridas na legislação amazonense, a imprensa, do mesmo modo, era colaboradora em relação à vigilância dessa população. Os periódicos deveriam funcionar como um manual de boas maneiras e bons hábitos, onde o dever de cuidar do corpo, da casa e da cidade jamais deveria ser esquecido. O artigo “Hygiene nas Habitações” do jornal *A Federação* fornece um bom exemplo de como o jornal deveria instruir a população.

Concorre como poderoso factor para a impureza do ar o material que serve para a iluminação das habitações.

Aquelles que pudessem substituir a antiquaria illumination a kerozene pela luz electrica e outros processos da industria moderna, conseguiriam excellentes resultados sob o ponto de vista do asseio, da hygiene e do poder illuminativo.

(...) o que se torna indispensável é afastar o ar viciado e introduzir em seu logar ar fresco, sem que, por esta introdução se estabeleça uma corrente insalubre<sup>219</sup>.

Assunto, igualmente, recorrente nas páginas dos jornais da cidade foi a urbanização e o “embelezamento da cidade”. Os periódicos mostravam o progresso da cidade e evidenciavam a intenção dos administradores locais em revestir a cidade com um novo modelo urbanístico<sup>220</sup>. Embelezar a cidade fazia parte dos planos dos administradores para atrair empresas e pessoas com interesses em investir na capital, como o exemplo mencionado no Jornal *O Vesúvio*:

É bello de ver-se o progresso espantoso de Manáos.. As construcções rapidas de ricos predios; as ruas largas, bem calçadas e alinhadas; o commercio bastante desenvolvido e a entrada sempre em augmento de forasteiros patricios e estrangeiros attestam o rapido desenvolvimento d’este El Dorado que debruça a margem do Rio Negro. Nem se podia exigir menos de uma capital do colossal Amazonas, este jardim fluctuante de florestas perfumadas de riquezas inexploradas e virgens (...). E’ bem verdade que as casas de alugueis são um pouco salgadas, mas não se vê um só individuo dessocupado por falta de trabalho remunerador, vagando as ruas e dormindo ao relento.<sup>221</sup>

Da mesma forma que os jornais veiculavam o crescimento da cidade, a urbanização, a modernidade, a efervescência artística, a moda e outros interesses dos grupos dominantes mostravam ainda tensões e conflitos sociais gerados pela

<sup>218</sup> DIAS, Ednéa Mascarenhas. *Ilusão do fausto*: Manaus, 1890-1920. Manaus: Editora Valer, 1999.p.22.

<sup>219</sup> *A Federação*, Manaus, nº466 - 15 outubro. 1899.

<sup>220</sup> MESQUITA, Otoni Moreira de. *Manaus: História e Arquitetura – 1852-1910*. 3ªed. Manaus: Editora Valer, Prefeitura de Manaus e Uninorte, 2006.p.195.

<sup>221</sup> *O Vesúvio*, Manaus, nº 3, 18 de abril 1909.

transformação da cidade. Nos jornais, era comum a denúncia de práticas que destoavam com o projeto de uma cidade ordeira e civilizada. A prostituição e as doenças decorridas dessa prática foram combatidas intensamente pelos jornais locais como se percebe no artigo “O Syphilis em Manaós” do periódico *O Chicote*, em 1913.

O syphilis como todos sabem, é uma moléstia demasiadamente contagiosa, e por isso seria de grande utilidade que os poderes competentes lançando suas vistas sobre este mal, fizessem desaparecer d'aqui quanto antes, em primeiro lugar, esta infimidade de meretrizes que são as verdadeiras importadoras deste grande mal, que tanto acabrunha a mocidade do Amazonas<sup>222</sup>.

É possível perceber que os periódicos amazonenses, no período da exploração da borracha, constituíram-se como um importante meio propagador de ideias, imagens e representações sobre a cidade. No período delimitado para análise (1904-1914) é que o jornal de maior circulação nessa época, o *Jornal do Commercio*, vivenciou não só sua fase de fundação e consolidação na imprensa amazonense, como também participou da implantação de hábitos de modernidade em Manaus. Assim o objetivo do próximo tópico é mostrar de que forma o *Jornal do Commercio* abordou as vivências do cotidiano da cidade, bem como corroborou na mudança dos hábitos da população.

## 3.2 A MODERNIDADE NAS PÁGINAS DO JC

### 3.2.1 A questão da educação pública

A necessidade de expandir a educação pública no Estado não estava atrelada apenas à melhoria de caráter, mas também era uma forma da população se preparar para ser integrada ao mercado de trabalho. E, nesse caso, o trabalho era visto como um fator de segurança para os grupos dominantes locais, uma vez que esse grupo alfabetizado seria útil à sociedade, integrando-se a atividades produtivas e consequentemente reduzindo a mendicância, a embriaguez, a jogatina e a prostituição<sup>223</sup>.

A alfabetização, sem dúvida, era uma das principais questões a ser resolvida, uma vez que era considerada o elemento mais forte para alcançar o progresso. Assim, no período da *Belle Époque*, para diminuir o número de analfabetos no Estado do Amazonas foram criadas quarenta e cinco escolas públicas para atender a educação primária, uma escola secundária que funcionava na capital para atender todo o estado, a

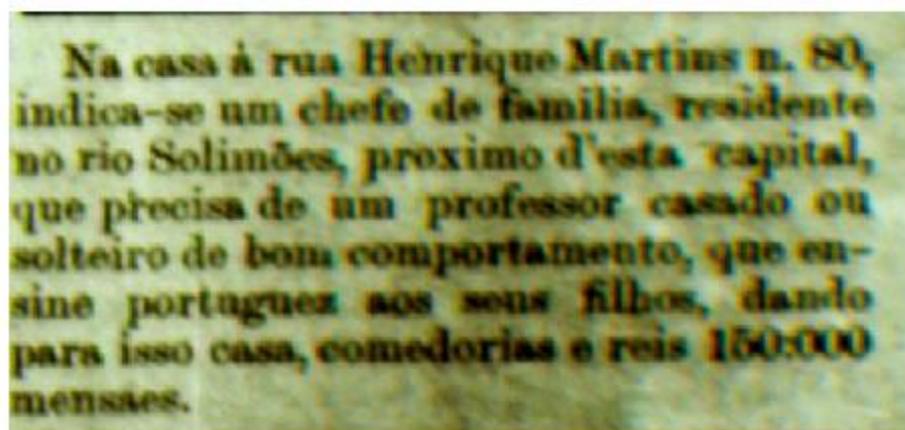
<sup>222</sup> O Chicote, Manaus, nº 1, 6 de julho de 1913.

<sup>223</sup> DIAS, Ednéa Mascarenhas. *Ilusão do fausto*: Manaus, 1890-1920. Manaus: Editora Valer, 1999.p.83.

Escola Normal, o Instituto Benjamin Constant destinado à educação de meninas pobres, o Instituto Afonso Pena, escola vocacional para rapazes e, para atender a demanda do ensino superior, a Universidade Livre de Manaus<sup>224</sup>. Sobre a questão da educação no período do *boom* da borracha, Edneia Mascarenhas afirma que:

A educação assume grande importância no processo de representação da cidade que se organiza. O Estado, o Município e particulares são os responsáveis pela abertura de inúmeras escolas públicas e privadas em Manaus, dedicadas aos cursos primário e secundário. Algumas delas voltadas para o ensino profissional. Esta é uma proposta muito defendida, visto que “a educação pública e particular é colocada como o único impulso do espírito humano, o elemento principal da segurança para a sociedade”. Nesta medida, o sentido de educação não vai estar só ligado à melhoria do caráter, mas também a toda uma preocupação para o mercado de trabalho urbano<sup>225</sup>.

Muitas escolas particulares surgem na cidade. O *Jornal do Commercio* além de veicular propagandas do governo sobre o ensino nas escolas públicas, também anunciava vagas em escolas particulares para o ensino primário e aulas de idiomas como: francês, inglês, italiano e alemão. Os constantes anúncios mostram o interesse da sociedade em não apenas dar a instrução primária e secundária a seus filhos, mas também inserir um novo idioma no cotidiano desses jovens. Também através do periódico é possível notar certa quantidade de anúncios veiculados para a contratação de professores que dessem aulas em domicílio.



*Jornal do Commercio*, nº 3113. Manaus, 2 Jan. 1913.

Se por um lado a difusão do ensino no meio da alta sociedade andava a passos largos, em tal grau que as famílias mais abastadas investiam pesados recursos na

<sup>224</sup> BURNS, Edward Bradford. *Manaus, 1910: retrato de uma cidade em expansão*. Manaus: Governo do Estado do Amazonas, 1966.p.18.

<sup>225</sup> DIAS, Ednéa Mascarenhas. *Ilusão do fausto: Manaus, 1890-1920*. Manaus: Editora Valer, 1999.p.22.

educação superior de seus filhos<sup>226</sup>, para que pudessem frequentar as melhores faculdades do Brasil e da Europa. Por outro lado, a educação pública constituía-se como o calcanhar de Aquiles dos governantes amazonenses. Analisando as mensagens dos governadores do estado entre os anos de 1900 a 1914, percebe-se que os administradores públicos, em 1901, fizeram a Reforma da Instrução Pública na tentativa de impulsionar o sistema educacional.

A partir dessa reforma, foi realizada a organização do *Gymnasio Amazonense* com intuito de fornecer as mesmas regalias do *Gymnasio Nacional*. Assim, foram criadas as Escolas Modelos que deveriam fornecer “as mais belas concepções do ensino moderno dos países mais civilizados do mundo” e uma nova organização do Instituto Benjamin Constant. Nos anos posteriores, realizou-se concurso para o provimento das cadeiras da capital e do interior, criou-se a Inspeção de Ensino e a figura dos inspetores escolares para a realização do devido recenseamento da população juvenil em idade escolar.

Porém as dificuldades e entraves para a implantação da educação pública eram grandes. Os administradores detectaram que os professores nomeados para o interior muitas vezes nem saíam da capital e aqueles que eram lotados em escolas do interior, por falta de fiscalização, não cumpriam seus afazeres do magistério. Ademais muitas escolas que foram construídas tiveram que ser fechadas, pois alguns pais não tinham interesse em colocar seus filhos nas escolas ou porque estas se localizavam há quilômetros de distância de suas residências ou porque seus filhos os acompanhavam na labuta diária e, caso fossem matriculados, não teriam mais a ajuda deles no trabalho. O *Jornal do Commercio* no dia 5 de janeiro de 1904 veiculava a seguinte notícia:

#### Instrução Pública

O Dr. director geral da Instrução Pública usando das attribuições que lhe confere o regulamento em vigor resolve determinar que sob pena de suspensão, os senhores professores do interior do Estado que se acham nesta capital sigma paras as sédes de suas escolas, a fim de com maxima urgência assumirem o exercício de seus cargos<sup>227</sup>

Outra situação a qual se tornou um empecilho para o sistema educacional foram os custos que o estado estava tendo para manter a figura dos inspetores escolares sem o devido retorno. O problema era ocasionado porque os mesmos deveriam fazer o recenseamento dos alunos durante o horário de funcionamento das escolas, mas por diversos motivos acabavam não executando efetivamente suas funções. Inclusive

<sup>226</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte* – Letramento e periodismo no Amazonas(1980–1920). Tese de Doutorado. São Paulo. PUC, 2001.p. 97.

<sup>227</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 5- de Janeiro de 1904

inventavam dados sobre o número de matrículas nessas localidades em que não visitavam.

Os inspetores utilizavam-se dos navios, que fazem as diversas linhas e aproveitavam apenas o tempo da demora desses barcos aos portos. Ora, conforme pessoalmente verifiquei, essas embarcações chegam quasi a noite ou a hora em que não funcionavam os estabelecimentos de ensino.

Acontecia, então que o fiscal do governo se reportava ás informações falsas fornecidas pelo interessado, attestando frequência numerosa em escolas de que não conhecia senão o edificio, os livros e a mobília, isso quando se dignava sahir de bordo para disfarçar os escrúpulos de consciência relativamente ao cumprimento do dever.

O que ahi fica, porém, não é tudo.

Sédes do ensino existem que se acham afastadas do ponto de escala dos vapores e essas não receberam jamais a subida honra de uma visita escolar<sup>228</sup>

Como solução, foi extinto o cargo de inspetor escolar e a função foi repassada às autoridades locais. Mesmo o Estado passando por diversas dificuldades na implantação do ensino público no interior e também na capital, o *Jornal do Commercio* veiculava notícias mostrando que o Amazonas possuía um sistema educacional excepcionalmente desenvolvido e que em Manaus os ensinamentos eram aos moldes da Alemanha e da Suíça.

O Sr. Superintendente Municipal acaba de importar da Europa um importantíssimo material escolar para as aulas municipaes desta capital.

Além de uma variedade de objectos mathematicos, physicos e de historia natural, vêm innumeradas amostras de artigos das múltiplas industrias europeas em barros, terras, louças, fibras, vegetaes, cobre, chumbo, estanho etc. Especimes que vae servir de elementos instrutivos às creanças no ensino de cousas.

Obedecendo à pedagogia moderna folgamos de prevenir aos Paes de família que nas escolas municipais encontrarão seus filhos os verdadeiros ensinamentos das profficuas escolas da Allemanha e Suíssa, onde o alumno não precisa perguntar o que é o objeto para conhece-lo.

Tem'no diante dos olhos e uma vez conhecido o esforço de memória é pequeno para saber o que é, quando visto em qualquer parte<sup>229</sup>.

Apesar dos percalços na expansão do ensino público do Estado do Amazonas, o número de alfabetizados, no período áureo da borracha, aumentou significativamente. De acordo com os dados fornecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e

<sup>228</sup> Mensagem do Governador do Estado Coronel Antônio Clemente Ribeiro Bittencourt, em 10 de julho de 1909. Manaós: Imprensa Official, 1909.

<sup>229</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 51, 29 de fevereiro de 1904.

Estatística<sup>230</sup>, no estado do Amazonas, em 1890, havia 23.943 alfabetizados; em 1900, havia 80.204 alfabetizados e, em 1920, 96.614 alfabetizados.

### 3.2.2 A cultura e o lazer

O aumento do grau de escolaridade no Amazonas, a redução do número de analfabetos em relação à população total do estado e um considerado número de imigrantes letrados que se encontravam na cidade fizeram com que o interesse por livros, jornais, revistas e outros tipos de impressos aumentasse a cada ano. Em Manaus, na primeira década do século XX, existiam duas grandes livrarias que constantemente anunciavam nas páginas do *Jornal do Commercio*: a Livraria Universitária e a Livraria Universal. Apesar do interesse pelos livros ter aumentado e do jornal anunciar que as livrarias dispunham de uma diversidade de assuntos, o efetivo consumo individual de livros teve como principal obstáculo o valor quase proibitivo das obras, sobre as quais pesavam impostos diversos<sup>231</sup>.



*Jornal do Commercio*, nº 646. Manaus, 17 abr. 1906.

<sup>230</sup> Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE– Repertório Estatístico do Brasil, Volume 1, 1986.

<sup>231</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte* – Letramento e periodismo no Amazonas(1980–1920). Tese de Doutorado. São Paulo. PUC, 2001.p. 44.

**Livraria Universitaria**

---

**Domingos de Queiroz**

---

50—Avenida Eduardo Ribeiro—50

Livros didaticos, adoptados na Escola  
Universitaria Livre de Manaós,  
Gymnasio Amazonense, Escola Moderna,  
Collegio Universitario  
e Instrucção Publica do Estado

Livros de litteratura e sciencias, especialmente de direito. Papel de seda de todas as cores, almasso e para cartas, em resmas, blocos, caixas e a retalho, variadissimo sortimento. Enveloppes, pennas, lapis, canetas de madeira, borracha e canetas-fontes, tinteiros de viagem e para cima de meza, tinta americana, a melhor que vem ao mercado, reguas, gomma arabica e Sanford, tinta para marcar roupa e, enfim, todos os artigos de papelaria e escriptorio.

Livros riscados, para escripturação commercial e em branco, costaneiras, indices, etc.

Grande variedade de livros para notas, albums de modelos para marcar e bordar. Sedas para bordar. Neste estabelecimento vendem-se e assignam-se jornaes diarios e illustrados, revistas e magazines, do paiz e do estrangeiro. Collecção variadissima de figurinos nacionaes, francezes, inglezes e americanos.

Novidades litterarias e scientificas por todos os correios.

**Avenida Eduardo Ribeiro, 50—Manaós**

*Jornal do Commercio*, nº 2923. Manaus, 9 jun. 1912.

Além dos anúncios de livrarias, o periódico também publicava outros serviços ligados à área cultural como aulas particulares de piano, música, desenhos, entre outros. Em 1904, o *Jornal do Commercio* anunciava os serviços de uma escola particular que ministrava aulas de música e também prendas domésticas. A vida intelectual de uma pessoa que vivia no início do século XX não se restringia apenas ao ensino primário, era muito mais que isso. Atender a necessidade de ser habitante em uma cidade cosmopolita envolvia diversos fatores, entre eles ter conhecimento sobre artes.

#### Escola Particular

No largo do 36 nº 11 funciona uma aula particular para o ensino do curso primário, prendas domesticas, musica e desenho, dirigida por profissional bastante habilitada, admittindo-se alumnos de ambos os sexos, sendo as aulas para o sexo feminino das 2 as 5 da tarde e para o sexo masculino das 7 as 9 da noite, todos os dias<sup>232</sup>.

O ideal de modernidade se manifestava na cidade, principalmente, nas práticas de novos hábitos de lazer e nas novas formas de sociabilidade exigidas pela vida pública moderna<sup>233</sup>. Nesse novo cenário, o *Jornal do Commercio* frequentemente veiculava a programação dos espetáculos dos teatros de Manaus. Observa-se que o jornal trazia a

<sup>232</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 87, 12 de abril de 1904.

<sup>233</sup> SOUSA. Ana Paula Bernardo de. – MARONEZE. Luiz Antonio Gloger. *A modernidade pelo jornal: o progresso material e social de Novo Hamburgo nas décadas de 1920 e 1930*. Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 10, n. 20, jul./dez. 2011.

programação tanto dos teatros mais refinados da época, como o Theatro Amazonas, quanto dos teatros mais populares, como o Theatro Julieta. Neste momento, os teatros eram tidos como templos da civilização e dos bons costumes, tomados como expressão máxima da cultura letrada<sup>234</sup>, como espaços de refinamento de espírito e de urbanidade. Simone Villanova, ao observar o teatro como uma escola de bons costumes e os métodos pedagógicos aplicados por este, menciona que:

Diferente da leitura e da produção literária, o teatro poderia alcançar inclusive iletrados envolvendo um grande número de pessoas, entre idosos, jovens, crianças, devido à sua comunicação baseada em aspectos visuais, atingindo, dessa forma, com mais facilidade corações e mentes<sup>235</sup>.

Interessante mencionar que acolher os hábitos civilizatórios significava deixar para trás um passado considerado atrasado e condenar os aspectos raciais e culturais praticados pelos nativos<sup>236</sup>. Inserir novas sociabilidades e novas formas de lazer equivaleria, muitas vezes, a eliminar ou ter uma forma de controle sobre hábitos antigos da população como, por exemplo, os banhos de igarapés que sofreram restrições em 1893 pelo Código de Posturas. Dessa forma, os teatros frequentados pelas elites ou os teatros mais populares que o povo frequentava tinham como objetivo educar através do lazer.

---

<sup>234</sup>DAOU, Ana Maria. *A Cidade, O Teatro e o "Paiz das Seringueiras": Práticas e Representações da Sociedade Amazonense na Virada do Século XIX*. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro, 1998. p.250.

<sup>235</sup>VILLANOVA, Simone. *Sociabilidade e cultura: a história dos "pequenos teatros" na cidade de Manaus 1859- 1900*. Dissertação (Mestrado em História) Universidade Federal do Amazonas. Manaus, 2008, p. 37.

<sup>236</sup>NEEDEL, Jeffrey. *Belle Époque tropical*. Sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século. São Paulo: Cia das Letras, 1993.p.70.

# Theatros

Temos hoje no nosso theatro os dois espectaculos a que ante-hontem alludimos: *matinée dedicada da crianças*, á 11½ hora da tarde, com a **INANA**, e á noite, ás 8 1½, **A CAPITAL FEDERAL**.

A Inana, pelo seu apparatus deslumbrante, é, de facto, um espectaculo que as crianças muito devem apreciar;—A Capital Federal é a peça já por demais consagrada e sempre muito querida.

Com taes attractivos, é natural que o nosso theatro apanhe mais duas enchentes de fazerem "epoca.

*Jornal do Commercio*, nº 14. Manaus, 17 jan. 1904.

## Theatro Amazonas

Tournée Lucinda Simões  
**Empresa JUCA de CARVALHO**  
 DIRECÇÃO DO ACTOR CHRISTIANO DE SOUZA  
 Domingo, 31 de julho de 1904

A's 8 e meia da noite  
**Recita extraordinaria**  
 Grande festival de gala dedicado ao  
**Exm. sr. dr. Silverio José Nery**  
 Honrado com a sua presença e a do M. D. governador do Estado  
 dr. Constantino Nery e elemento official

É pedida para esta representação de entrada em 1 real, que serão devolvidos sempre na sua próxima representação

### DIVORCIEMO-NOS

Francês-Actualidade  
**A' pedidos geraes**  
**O PAO FRESCO** pelo actor  
**POUCA SORTE** pelo actor  
**SETTA DA SILVA** **TELMO LARCHER**  
 Monologos pelo actor **CHABY PINHEIRO**

*Jornal do Commercio*, nº 183. Manaus, 31 jul. 1904.

Necessário mencionar que outras formas de divertimento e sociabilidade, além dos teatros, se intensificaram em Manaus e estavam continuamente estampadas nas páginas do *Jornal do Commercio*. A sociedade amazonense passou a frequentar mais vezes os clubes, os cafés e espaços dedicados ao esporte. A separação entre área de trabalho, área de lazer, de dedicação ao esporte e de desfrute da natureza, sem dúvida, foi uma novidade advinda de um estilo da vida mais marcadamente urbana que se implantava em Manaus<sup>237</sup>.

**Velodromo Amazonense**  
**MANAOS SPORT**

— — — — —  
**Empresa—MARANHÃO & C."**  
— — — — —

Domingo 24 de Junho, ás 3 horas da tarde  
**20.ª CORRIDA**  
**Festival em homenagem ao glorioso**  
**S. JOÃO BAPTISTA**

Despedida temporaria de **STOESSEL**; sua ultima corrida  
nestes ultimos dois mezes

Este festival abrilhantado com a presença  
das senhoras Amazo-  
nenses, a quem será offerecido um magnifico e deliado

**BRINDE**

— — — — —

JUIZES DE ARCHIBANCADA—Exms. coronel Joaquim Nunes de Lima, drs. Arthur Eloy de Barros Pimentel, Adriano Jorge e capitão Julio Verne de Mattus Perica.

**JURY**

JUIZ DE PARTIDA—Exm. sr. coronel Adolpho Lisboa.  
JUIZES DE CHEGADA --Exms. srs. tenente-coronel Othoniel de Lima, Raymundo Alves Tribuz e Francisco de Assis Souza Guimarães,  
JUIZES CHRONOMETERS—Exms. srs. major Cariolano Durand, Alberto Castro e capitão Francisco de Salles Vieira.  
JUIZ MEDICO—Exm. sr. dr. Alvaro Maia.  
JUIZ TELEGRAPHISTA—Exm. sr. Ruben Niza.  
JUIZES DE PISTA—Exms. srs. Raul Regallo Braga, Felisberto de Campos Bentes, José Nunes de Lima, Raymundo R. das Neves, Prudente Bogea de Sá, e Antonio Guedes de Araujo.  
JUIZ DIRECTOR DE CORRIDAS—Exm. sr. J. Jennings.  
DIRECTOR GERAL—Raymundo B. de Brito Pereira.

*Jornal do Commercio*, nº 714. Manaus, 24 jun. 1906

Em abril de 1897, surge o cinema que, tempos depois, foi considerado uma epidemia na cidade. Esperava-se um rebuliço na cidade com a chegada do cinematógrafo, mas o cinema surgiu de forma tímida e desastrosa<sup>238</sup>. Essa nova forma de lazer passou por alguns problemas antes de sua consolidação como a concorrência com outros divertimentos locais. Os problemas iam desde o aparelho que não

<sup>237</sup> DAOU, Ana Maria. *A Cidade, O Teatro e o "Paiz das Seringueiras"*: Práticas e Representações da Sociedade Amazonense na Virada do Século XIX. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro, 1998. p.329.

<sup>238</sup> COSTA, Selda Vale da. *Eldorado das Ilusões*. Cinema e sociedade: Manaus (1897-1935). Manaus, Editora da Universidade do Amazonas, 1996.p.26.

funcionava com perfeição, da demora da mudança de um quadro para o outro até a instabilidade do próprio aparelho que produzia muitas vibrações comprometendo a qualidade das imagens. Somente a partir de 1901 que um novo aparelho foi instalado na cidade conquistando, assim, o público de Manaus.

O cinema demorou a se firmar em Manaus, mas depois que conquistou o gosto do grande público, e, mais tarde, com os *filmes de arte*, a admiração da elite endinheirada, reinou absoluto, a todos contaminando com sua magia, chegando a ser comparado com uma verdadeira praga<sup>239</sup>.

O advento do cinema em Manaus ocorreu paralelamente ao surgimento do *Jornal do Commercio*. Em 1904, apareceu uma grande novidade cinematográfica em Manaus: o cinema falante<sup>240</sup>. Quem introduziu essa novidade na cidade foi a empresa Eduard Hervet, que iniciou sua turnê pelo Brasil, apresentando-se no Teatro Amazonas no dia 18 de Março<sup>241</sup>. O periódico anunciava, com grande entusiasmo, o segundo espetáculo com a apresentação das fitas *Sansão e Dalila* e *Viagem à Lua*, ambas do francês George Méliès<sup>242</sup>.

Se em 1904 o cinema, como uma forma de entretenimento, estava iniciando sua consolidação, em 1910, os filmes projetados por máquinas Édison de último modelo eram tidos como um dos passatempos mais populares da comunidade<sup>243</sup>. É válido destacar que os cinemas trouxeram uma experiência inovadora na forma de contato entre “estranhos”. É na sala de espera que se iniciavam os *flirts* e terminavam no escuro do salão de projeções<sup>244</sup>.

<sup>239</sup> COSTA, Selda Vale da. *Eldorado das Ilusões*. Cinema e sociedade: Manaus (1897-1935). Manaus, Editora da Universidade do Amazonas, 1996.p.33.

<sup>240</sup> O aparelho instalado na cidade foi o *Cinematographo Fallante Lumière*, que na verdade era uma combinação de um projetor com um fonógrafo. COSTA, Selda Vale da. *Eldorado das Ilusões*. Cinema e sociedade: Manaus (1897-1935). Manaus, Editora da Universidade do Amazonas, 1996.p.43.

<sup>241</sup> COSTA, Selda Vale da. *Eldorado das Ilusões*. Cinema e sociedade: Manaus (1897-1935). Manaus, Editora da Universidade do Amazonas, 1996.p.43.

<sup>242</sup> George Méliès foi um dos precursores do cinema, ao assistir aos filmes dos irmãos Lumière ficou animado com a possibilidade de reproduzir imagens em movimento para grandes públicos. Tempo depois adquiriu na Inglaterra um aparelho parecido com o cinematógrafo, iniciando assim a história do cinema como entretenimento. Foi no ano de 1902 que George Méliès produziu o primeiro filme de ficção com efeitos especiais, chamado Viagem à lua foi a partir desse filme que o mundo reconheceu o trabalho de Méliès. MASCARELLO, Fernando (org). *História do Cinema Mundial*. São Paulo: Papyrus, 2006.

<sup>243</sup> BURNS, Edward Bradford. *Manaus, 1910: retrato de uma cidade em expansão*. Manaus: Governo do Estado do Amazonas, 1966.p.11.

<sup>244</sup> OLIVEIRA, Cláudia de, VELLOSO, Monica Pimenta, LINS, Vera. *O moderno em revistas: Representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.p.180.

**THEATRO AMAZONAS**

**HOJE—Sabbado, 19 de março—HOJE**  
 Empresa **E. Hervet**

**A's 8 1/2 da noite**

*2.º espectáculo do famoso Cinematographo Lumière aperfeiçoado.  
 O melhor aparato de vistas animadas que tem apparecido nesta Capital.  
 Immensa repertorio em vistas de cores das mais altas novidades.*



**Exito colossal em toda America do Sul**

Espectaculo moral dos mais divertidos. Grandes novidades.  
 A banda de musica do Regimento Policial alegrará o espectáculo.

**Reis SANSÃO E DALILA** magnifica vista em cores e de muita duração  
**VIAGEM A LUA** magnica phantastica tirada das novidades do famoso escultor italiano Julio Verne  
 Os bilhetes acham-se a venda na CASA ARMANDO canto da rua Municipal e Installação.

*Jornal do Commercio, nº 68. Manaus, 19 mar. 1904.*

Um filme que bastante esperado pela população da cidade foi “A sobrevivente do Titanic” exibido em 1912. O acidente com o transatlântico foi noticiado pelo *Jornal do Commercio* causando grande comoção na cidade, meses depois o cinema Politheama anunciava a estreia do filme para o público de Manaus.

**ESTRANGEIROS**  
(VIA RIO)  
**INGLATERRA**  
**Ainda o naufragio do "Titanic"**  
**Uma medida presidencial**

|                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>Condres, 17.</b></p> <p>Está calculado em cerca de cinquenta mil contos o prejuizo que causou o naufragio do <i>Titanic</i>.</p> | <p style="text-align: center;"><b>New-York, 17</b></p> <p>O presidente Taff, logo que teve noticia do sinistro do <i>Titanic</i>, mandou em socorro um cruzador de guerra.</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*Jornal do Commercio*, nº 2872. Manaus, 18 abr. 1912

**A SOBREVIVENTE DO TITANIC**  
*Bellissimo film editado pela American Standard Film, serie da famosa casa Eclair.*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>TITULO DOS QUADROS</b><br/>Miss Dorothy Gibson, uma das sobreviventes do terrivel naufragio.<br/>O tenente Jacques vem pedir aos paes de Dorothy noticias de sua noiva.<br/>Embarcarei no "Titanic" em Cherbourg. Na noite de domingo te enviarei um telegramma pelo T S F (Telegrapho sem fio). Recommendo a Jacques para não ser impaciente.<br/>O tenente Jacques e o seu camarada Williams pedem infortuações ao seu amigo Jenkins, operador do T S F.<br/>Em lugar da boa nova esperada... recebeu um signal de afflicção.<br/>A angustia de uma familia.<br/>Coragem! Os americanos sabem sempre mor-</p> | <p>rer com calma! Salvemos primeiramente as mulheres e creanças.<br/>A lista dos sobreviventes.<br/>Emfim, reunidos.<br/>Dorothy conta detalhadamente as peripecias do naufragio.<br/>"A vida de marinheiro é muito cheia de perigo, meu Jacques, é preciso que peças densição".<br/>Entre o amor e o dever.<br/>Ha uma coisa que para o official de marinha deve ser mais forte que o amor: é a bandeira de seu paiz.<br/>E a resposta do joven, foi a de um digno official.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**O espectáculo será abrihantado com a presença da musica do primeiro batalhão**

*Jornal do Commercio*, nº 3088. Manaus, 23 nov. 1912

Percebe-se que uma das funções dos periódicos na *Belle Époque* foi operacionalizar a ideia de moderno que perpassava diversos aspectos do cotidiano da população local. De forma que os jornais deveriam familiarizar o leitor com as novas orientações que o ideal de civilização e modernidade exigiam da população.

### 3.2.3 A questão da saúde

A preocupação com a saúde, com a higiene e com o asseio torna-se questão primordial para a concretização do ideal de uma Manaus moderna e saneada. Vários órgãos foram criados para que a proliferação de doenças na cidade e no interior fosse contida como: Repartição de Hygiene; Diretoria de Hygiene; Repartição de Serviço

Sanitário; Diretoria de Serviço Sanitário; Comissão de saneamento e Polícia Sanitária. No ano de 1904, o governador Silvério José Nery menciona que, apesar da peste ter se manifestado nos estados vizinhos, algumas medidas foram tomadas para que a doença não chegasse a Manaus<sup>245</sup>. A partir do dia 16 de fevereiro de 1904, o *Jornal do Commercio* começou a divulgar que a Diretoria de Serviço Sanitário pagaria a quantia de 500 réis a cada rato apresentado, vivo ou morto<sup>246</sup>. Assim, nos dias seguintes a esse anúncio, foram entregues cerca de 70 ratos por dia, em média.

Mas não era só a peste que preocupava os administradores da cidade. Era uma infinidade de doenças que vinham se alastrando desde 1900 quando a quantidade de imigrantes aumentou no Estado. Como o porto era a entrada principal de doenças como febre amarela, tuberculose, varíola e impaludismo, o governo mandou importar uma série de equipamentos para sua desinfecção e imunização. Um desses equipamentos foi o aparelho de Clayton<sup>247</sup>, cuja chegada foi anunciada pelo *Jornal do Commercio*.

Para o serviço de desinfecção do nosso porto chegou pelo Jerome um aparelho de Clayton adquirido pelo governo do Estado.

É este o terceiro porto da República em que está introduzindo este melhoramento para a defeza sanitária.

Somente a Bahia e o Rio de Janeiro até agora possuíam destes aparelhos.

Felizmente vamos ter mais este recurso para nos acautelar contra os lacres do Dr. Marianno<sup>248</sup>.

Os obstáculos que impediam o governo de concretizar os planos contra a proliferação das doenças eram: recursos financeiros para estender a política de saúde pública a todos os municípios do Amazonas, a distância e o difícil acesso a esses locais. Sobre as dificuldades na implantação da política de saúde pública no estado, Júlio César Schweickrdt menciona que:

O Amazonas como espaço político era bastante amplo (...), pois era constituído do atual Estado do Amazonas, do Acre, de Roraima e parte norte da Rondônia atual. Deste modo, podemos visualizar o que significava aplicar uma política de saúde pública numa região com características geográficas tão peculiares. Além das distâncias, havia também a rede complexa de rios, igarapés e lagos que dificultavam qualquer tipo de deslocamento<sup>249</sup>.

<sup>245</sup> Mensagem do Governador do Estado Silvério José Nery, em 10 de julho de 1904. Manaus: Imprensa Oficial, 1904.

<sup>246</sup> *Jornal do Commercio*, nº 39, Manaus, 16 de fevereiro de 1904.

<sup>247</sup> O aparelho de Clayton era utilizado para lançar gás sulfuroso nas galerias de águas pluviais e esgoto, no combate aos mosquitos da febre amarela.

<sup>248</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 87, 12 de abril de 1904.

<sup>249</sup> SCHWEICKRDT, Júlio Cesar. *Ciência, nação e região: as doenças tropicais e o saneamento do estado do Amazonas, 1890-1930*. Rio de Janeiro: Editora da Fiocruz, 2001, p.21.

Outras duas coisas preocupavam os administradores no combate contra a proliferação de doenças: o porto e as classes pobres. O porto era visto tanto pelos sanitaristas quanto pelas autoridades locais como espaço privilegiado de manifestação das principais moléstias que assolavam a cidade<sup>250</sup>. E as classes pobres ofereciam o perigo de contágio<sup>251</sup>, seja por conta de hábitos individuais ou hábitos praticados no meio da coletividade. Assim, era necessário ter controle sobre essas duas situações, principalmente porque o governo sabia que o alto índice de mortalidade afastava a mão de obra imigrante e o capital estrangeiro, por isso investia na importação de materiais que ajudassem no combate às doenças que afligiam a cidade.

A febre amarella que na opinião de muitos reina endemicamente nesta cidade, tomou em princípios de 1910 proporções de verdadeira epidemia, immediatamente combatida pela direção de nosso serviço sanitário, que então cresceu em importância havendo o governo do Estado encomendado grande quantidade de materiaes necessários a esse serviço, na Europa alguns dos quaes chegam a esta capital no começo do corrente anno.

Como bem sabeis, não será possível promover a entrada de braços e capitaes estrangeiros na Amazônia enquanto perdurar alto coefferiente de mortalidade por febre amarella, que as estatísticas mencionam nesta cidade<sup>252</sup>.

Uma das medidas adotadas no combate à proliferação de doenças foi a visita domiciliar feita pela figura do inspetor sanitário. As visitas domiciliares, como formas de se inspecionar a saúde e a higiene do indivíduo, tornaram-se uma necessidade para o próprio funcionamento da cidade<sup>253</sup>. Com a lei 286 de 1903, regulamentou-se o serviço de higiene, criou-se a polícia sanitária e instituiu-se a visita às residências particulares. O *Jornal do Commercio* constantemente publicava as intimações, as multas e o número de residências visitadas, com base nas informações divulgadas pela Polícia Sanitária.

---

<sup>250</sup>PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *A Cidade Sobre os Ombros: trabalho e conflito no porto de Manaus, 1889-1925*. Manaus: Valer, 2003. p. 76.

<sup>251</sup>CHALHOUB, Sidney. *Cidade Febril: cortiços e epidemia na corte imperial*. São Paulo. Companhia das Letras, 1996.p. 29.

<sup>252</sup>Mensagem do Governador do Estado Jonathas de Freitas Pedrosa, em 10 de julho de 1913. Manaós: Imprensa Official, 1913.

<sup>253</sup>DIAS, Ednéa Mascarenhas. *Ilusão do fausto: Manaus, 1890-1920*. Manaus: Editora Valer, 1999.p.69.

**Polícia sanitaria :**  
 Foram intimados os seguintes srs.  
 Freitas Ferreira & C., para mandar proceder calação geral interna e cimentar um quarto do predio n. 11 da rua da Independencia, no prazo de 15 dias.  
 Joaquim de Almeida Costa, proc. do sr Augusto de Almeida Costa, para mandar proceder calação geral interna, concertar o cimento do sagueão, collocar tela de arame, malha m/m no deposito d'agua e installa caixa de descarga no aparelho sanitario da sentina do predio n 38 da rua Lima Bacury, no prazo de 15 dias.  
 Paulo Corrêa de Araujo, proc. do sr. Joaquim Guimarães para mandar reparar o cimento da cozinha, cimento da cozinha, cimentar todo o porão e abrir ventiladores para o mesmo, sob pena de multa, visto ser esta a 5.ª intimação expedida do predio n. 99 da avenida Silverio Nery, no prazo de 10 dias.  
 Joaquim Pinto da Silva Junior, para mandar cimentar os sagueões, construir novas fossas fixas e bueiros, fazer sargeta cimentada para escoamento de agoas e concertar a calha do barracão dos predios ns. 50 e 52 da rua Guilherme Moreira no prazo de 15 dias.  
 Justina de Andrade Matheus, para mandar proceder calação geral interna, concertar o soalho melhorar as condições do banheiro e canalizar as aguas servidas e pluvias, afim de não ser prejudicado o predio vizinho dos quartos sob n. 15 da rua Visconde de Porto Alegre, no prazo de 15 dias.  
 H. Levy & C., para mandar concertar o telheiro e o ferro, que ameaça desabar do predio n. 14 da rua Joaquim Sarmiento, no prazo de 15 dias.

*Jornal do Commercio, nº 1329. Manaus, 6 dez. 1907.*

Como se observa na notícia publicada no jornal do dia seis de dezembro de 1907, a população deveria adequar suas casas aos direcionamentos que o Estado impunha para transformar Manaus em uma cidade segura e saneada. Um exemplo foi a criação de serviço de desinfecção do material utilizado pelos barbeiros e cabeleireiros, por meio do Decreto nº 627, de 20 de maio de 1903. Esses profissionais deveriam ter em seus estabelecimentos o material necessário para a esterilização dos aparelhos que usavam em seu ambiente de trabalho.

Em agosto de 1904 o jornal apresentou uma série de artigos sob o título de “Saneamento em Manaós”. O primeiro artigo o jornal defende que uma boa política de saneamento deveria ser empregada na cidade de Manaus uma vez que cidades como Paris e Londres estavam obtendo sucesso e diminuendo seus índices de mortalidade.

#### Saneamento em Manaós

Empregando como recurso o saneamento que os povos tem conseguido formar núcleos de povoaamentos de dois milhões e quinhentos mil a cinco milhões de indivíduos, como as grandes cidades de Paris e Londres, vivendo todos com uma mortalidade limitada, tendendo sempre anno para anno augumenter o número de habitants.

Manaós, a Formosa Rainha do rio Negro, não pode ficar indifferente ao progresso que tem tido nesses últimos quinze annos.

De 1889 a 1904, elevada a população de 15 mil para 50 mil habitantes está exigindo um saneamento compatível com o seu desenvolvimento<sup>254</sup>.

Em outro artigo, ainda em agosto de 1904, o jornal chama a atenção dos governantes para a questão do lixo e dos hábitos da população local, sugerindo inclusive que seja criada alguma proibição formal para certos costumes.

#### Saneamento em Manaós II

Deve haver uma proibição formal para que não seja atirado o lixo atôa pelas ruas e praças, nem se permittindo que seja conservado em depósito nos quintaes (...). Impedir de uma vez a continuação que attenta contra a saúde pública impõe-se como uma das medidas de grande utilidade<sup>255</sup>.

É nesse cenário de controle dos hábitos da população que os periódicos, na primeira década do século XX, atuavam em Manaus. O *Jornal do Commercio* divulga uma diversidade de leis, decretos e regimentos amparando o aparelho estadual e municipal de legalidade para aplicar multas e punições, com intuito de adequar e controlar os hábitos da população que não se enquadravam ao novo ideal de cidade moderna e saneada.

### 3.2.4 A questão da segurança pública

Outra questão de peso para os governantes desse período foi a questão da segurança pública. Para os administradores públicos, a questão do policiamento mereceu também um cuidado particular, uma vez que se constituía como uma garantia de tranquilidade social. No Amazonas, a localização dos municípios sempre foi um problema para qualquer implantação de política pública, já que o policiamento nesses locais era quase nulo.

Em Manaus, a dificuldade era manter um policiamento ativo nos bairros afastados do centro da cidade. Os motivos que impediam um efetivo controle nesses locais eram: deficiência da força pública, falta de pessoal habilitado para o exercício dos cargos da polícia repressiva, ausência de transportes para a locomoção dos funcionários dos distritos policiais e dos patrulhamentos e verba para a compra de equipamentos necessários à segurança dos patrulheiros e policiais.

A criminalidade nesse período era frequentemente estampada nas páginas dos jornais. A imprensa tinha um papel determinante, atuando como aparelho produtor e

<sup>254</sup> Jornal do Commercio, nº 190, Manaus, 6 de Agosto de 1904.

<sup>255</sup> Jornal do Commercio, nº 191, Manaus, 9 de Agosto de 1904.

disseminador de ideias segregadoras e excludentes, historicamente construídas<sup>256</sup>. Sobre a criminalidade na cidade o *Jornal do Commercio* noticiava a constante ausência de uma incisiva atuação da Segurança de Polícia e dos distritos policiais nos casos de: briga passional, embriaguês, desentendimentos por excessos praticados no desfrute de algum lazer, práticas de capoeira, vadiagem e a prostituição. Com relação à prostituição na cidade, o jornal relata:

Echos do dia

#### Prostituição Pública

Folgamos hoje em reconhecer que não foi de balde que apelâmos para o exm.sr.chefe de Segurança Pública Dr. Raul da Matta acerca da prostituição pública, que há muito vem reclamando em dique, uma barreira.

Parece que nossas palavras encontraram echo no esclarecido espírito de s. ex, pois que nos apraz verificar que as mulheres toleradas entraram já n'uma outra compostura, certamente menos escandalosa, exercendo o seu triste mister dentro de suas casas, e não affrontando a população. Parece que se pôs um freio à sua licenciosidade, tornando-as mais respeitosas e acomodadas.

Já se não veem cardumes d'ellas às portas das ruas em trajos immoraes e em brigas obscenas. Acha-se já < cada macaco no seu galho>, como se diz o povo e já é conseguir-se alguma cousa.

Mas não é tudo; muito resta ainda a fazer, e certo o esforço da autoridade não carece que se lhe aponte o caminho a seguir. Da rua para o interior das casas de tolerâncias, pouca distancia vae; da rua e principalmente das janellas da visinhança, enxergar-se tudo quanto por ahi vae, até no recanto da alcova.

Convém, pois evitar que o interior d'essas casas possa ser devassado, como se usa em toda parte, particularmente nas ruas centraes, habitadas por famílias.

Que as infelizes toleradas se permita um certo número de liberdades, fechando-se os olhos aos rigores da moralidade, nas ruas e bairros quase que só por ellas habitam. Compreende-se. Mas no coração da cidade, nas linhas do Bond, no meio das famílias, não se pode admitir<sup>257</sup>.

Observa-se o jornal como um *custos legis*, um agente fiscalizador no qual a obrigação era preservar a moralidade e os bons costumes de acordo com os parâmetros traçados pela tríade ordem-progresso-modernidade. E sendo o *Jornal do Commercio* o jornal de maior circulação, todo material veiculado em suas páginas tomava grandes proporções. Mas, no fundo, o cerne da criminalidade nunca fora discutido, o que se queria era o afastamento e total controle da população considerada perigosa e indesejada longe do coração da cidade.

<sup>256</sup> SANTOS JÚNIOR, Paulo Marreiro dos. *Os rostos do perigo: A imprensa e a ciência criminal estereotipando culturas na Manaus da Belle Époque – Texto Integrante dos Anais do XIX Encontro Regional de História: Poder, Violência e Exclusão*. ANPUH/SP – USP, SP, 08 a 12.09.2008.p.13.

<sup>257</sup> *Jornal do Commercio*, Manaus, nº 65, 16 de março de 1904.

### 3.2.5 A questão da habitação

As novas políticas, adotadas para o controle da higiene no espaço urbano, fizeram com que a população pobre fosse excluída da área central da cidade. Novos bairros, cada vez mais distantes do centro, surgem e acabam acolhendo a parte segregada da população. Porém, uma grande massa de trabalhadores com a necessidade de ter um domicílio próximo a seus locais de trabalho, fez com que alguns especuladores construíssem prédios de fachada, escuros, sem luz, água, ventilação e sem nenhuma condição de higiene para serem alugados por elevados preços a pessoas que estão sendo absorvidas no novo mercado de trabalho<sup>258</sup>.

Com o discurso da insalubridade dos cortiços e tementos de que os mesmos se espalhassem pelo centro da cidade, ocasionando um aumento descontrolado de doenças, em 1910, os administradores municipais abriram o edital de concorrência para a construção de vilas operárias. O *Jornal do Commercio* publicou na íntegra o edital no dia 2 de janeiro de 1910. Conforme as cláusulas do contrato, essas vilas deveriam ser construídas em diversos pontos da cidade, o contratante teria isenção do imposto predial durante quinze anos, as obras iniciariam no prazo de seis meses a contar da assinatura do contrato, as primeiras casas deveriam ser entregues dois anos após a assinatura do contrato e as casas poderiam ser alugadas pela classe proletária, pelos funcionários públicos ou por qualquer um que pagassem o aluguel.

Todavia a pressa por parte dos administradores parece não ter surtido efeito<sup>259</sup>, pois um ano após o lançamento do edital ainda se discutia a implantação desse tipo de política no município. Ainda sobre as cláusulas do contrato, há de verificar que uma série de exigências tornaram-se entraves à viabilização da proposta, como o caso de responsabilizar o contratante pelas despesas com a desapropriação dos terrenos necessários para as construções<sup>260</sup>.

As tentativas de construção de vilas operárias em Manaus por parte do poder público no início do século XX foram praticamente infrutíferas, mas a necessidade de se ter controle sobre o espaço público era constante. Assim decretos, leis, regimentos e os códigos de posturas ofereceram legitimidade para a intervenção, desapropriação e demolição de habitações consideradas inadequadas.

---

<sup>258</sup> DIAS, Ednéa Mascarenhas. *Ilusão do fausto*: Manaus, 1890-1920. Manaus: Editora Valer, 1999.p.138.

<sup>259</sup> PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *A Cidade Sobre os Ombros*: trabalho e conflito no porto de Manaus, 1889-1925. Manaus: Valer, 2003. p.58.

<sup>260</sup> DIAS, Ednéa Mascarenhas. *Ilusão do fausto*: Manaus, 1890-1920. Manaus: Editora Valer, 1999.p.139.

### 3.2.6 O corpo, o consumo e a moda

O novo ordenamento urbano fez surgir novas sensibilidades tais como a preocupação constante com o corpo. O corpo para se adequar às novas experiências proporcionadas pelo mundo moderno também passou pelo processo de disciplinarização, já que se tornou cada vez mais exposto seja por meio de fotografias ou pela utilização de indumentárias específicas. O estado também percebeu que era importante estimular a população a manter o corpo saudável, não apenas afastado de doenças, mas com um bom vigor físico.

Seguindo esse princípio, em 1908, o *Jornal do Commercio* publicou um artigo elogiando a incorporação da disciplina de Educação Física por uma escola da capital, ressaltando que somente num corpo são a inteligência e o caráter funcionam em toda sua plenitude.

Nós, os do norte do Brasil, atrophiados pelos rigores de um estio perpetuo e inalterável, necessitamos de exercícios phisicos que, avigorando o corpo, desenvolva-nos igualmente o moral, estimulando em nossos corações os sentimentos nobres,- sobretudo, a coragem para enfrentar os óbices da existência e dissipar as nuvens do desalentos.

A gymnastica disciplina a mocidade, tornando-a apta e forte para defender a pátria, corrigindo-lhe, ao mesmo tempo, as deformidades, detendo-lhes as tendências viciosas e emprestando-lhe uma apparencia alegre e feliz.

*Mens sana in corpore sano*, diziam, pela bocca de Juvenal, os nossos avós latinos, e de facto somente n'um corpo são podem a intelligencia e o caracter funcionar em toda a sua plenitude, completamente emancipados de defeitos e entraves.

Durante a enfermidade não pode haver mentalidade sadia<sup>261</sup>.

Além da preocupação com o corpo, a modernidade trouxe uma nova experiência para os habitantes da cidade: o consumo. As inovações tecnológicas, a melhoria significativa do transporte e dos meios de comunicação, o aumento na importação de produtos e o surgimento de diversos periódicos na cidade criaram um cenário propício para a expansão do consumo. E a propaganda foi o veículo estimulador desse consumo nas cidades modernas.

No final do século XIX no Amazonas, os anúncios e as propagandas ainda eram curtos e sem ilustrações. À medida que novos equipamentos foram incorporados à imprensa amazonense, a qualidade das propagandas melhorou, fazendo estas ganharem cada vez mais espaços nas páginas dos jornais. Dessa forma, os periódicos também passaram a depender da capacidade atrativa de recursos advindos da publicação de

<sup>261</sup> Jornal do Commercio, Manaus, nº 1533, 30 de junho de 1908.

propagandas. O próprio *Jornal do Commercio*, em 1910, aumentou o número de páginas de quatro para oito, criando mais espaço para as propagandas, que em pouco tempo dobraram.

Em Manaus, foi nítido o caráter formativo desempenhado pelos periódicos ao veicularem anúncios e propagandas que colocavam em destaque alimentos, remédios, bebidas e vestuários, entre outros produtos que pertenciam a hábitos de consumo da cultura europeia e norte-americana. Sobre esse papel da imprensa como artífice de hábitos de modernidade por meio de anúncios, James William Goodwin Junior destaca:

Os homens de imprensa (...) deixaram no papel suas impressões, sua representação de uma cidade moderna, da tecnologia e do progresso. Através dos anúncios, abriram espaço para produtos e serviços, ligados a uma nova sociabilidade, novos hábitos de higiene e consumo, novas demandas geradas pela civilização moderna<sup>262</sup>.

Como a maioria dos periódicos brasileiros da época, o *Jornal do Commercio* publicava as propagandas desses produtos nas últimas páginas. Nota-se que a princípio não havia uma preocupação na organização e disposição de propagandas e anúncios diversos. Os reclames de produtos ligados à alimentação, vestuário e farmacêuticos estavam misturados com os anúncios de aluguel de casas, venda de imóveis, leilões e alguns anúncios de serviços de profissionais liberais. Posteriormente, o jornal criou colunas específicas de acordo com cada tema. Para o período estudado, verifica-se que esses anúncios mostravam a existência de numerosos produtos estrangeiros que deram forma à vida comercial e social da comunidade<sup>263</sup> a partir de um conjunto de ideias sobre progresso, modernidade e civilização.

---

<sup>262</sup> GOODWIN JUNIOR, James William. Anunciando a civilização: imprensa, comércio e modernidade fin-de siècle em Diamantina e Juiz de Fora, MG. In: *Revista Projeto História*. São Paulo: PUC-SP, nº 35, Jul-Dez, 2007. p.115.

<sup>263</sup> BURNS, Edward Bradford. *Manaus, 1910: retrato de uma cidade em expansão*. Manaus: Governo do Estado do Amazonas, 1966.p.8.

A nova geladeira americana  
**WHITE FROST**



Como se vê, pela estampa, é um móvel chic e bem decorativo para uma sala de jantar, tendo ainda a vantagem de ser construída de zinco e ferro estanhado e ricamente pintada a esmalte.

É dez vezes mais durável e mais econômica do que as antigas geladeiras de madeira.

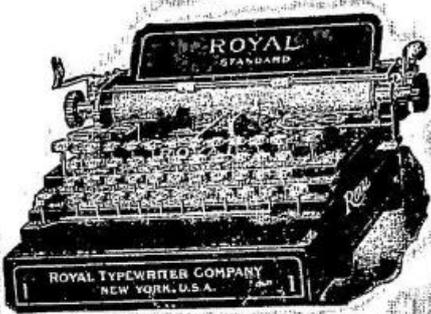
Acham-se à venda no escriptorio do representante da fábrica

**JOÃO COSTA**  
à rua Marechal Deodoro,  
26—Manaus.

*Jornal do Commercio, nº 2725. Manaus, 21 nov. 1911*

**Machinas de escrever**

Machinas de escrever



**“ROYAL”**

UNICOS IMPORTADORES  
**SEMPER & Comp.**

CHEGOU O NOVO MODELO N. 5  
**— NOVOS APERFEIÇOAMENTOS —**

*Jornal do Commercio, nº 2765. Manaus, 31 dez. 1911*



*Jornal do Commercio*, nº 531. Manaus, 3 set. 1905

Produtos oriundos do continente europeu e americano começam a ganhar cada vez mais espaço no *Jornal do Commercio*. A indústria americana começa a ser uma concorrente forte na busca por novos consumidores no mundo todo, inclusive em Manaus que passa a comprar mais produtos ligados ao cotidiano do lar como geladeiras e máquinas de costura. Produtos da Suíça como o famoso leite condensado Nestlé e os relógios Omega estavam sempre presentes nas páginas do *Jornal do Commercio*, assim como artigos referentes ao vestuário oriundos da França e da Inglaterra.

Na Manaus da *Belle Époque*, as classes que possuíam condição econômica mais privilegiada gastavam pequenas fortunas para vestir-se conforme a moda inglesa e francesa. Chapéus, cartolas, vestidos, ternos, colarinhos, gravatas, túnicas, enfim uma diversidade de aparatos que buscavam realizar as aspirações sociais dessa classe através do consumo e da exibição de mercadorias fetichizada<sup>264</sup>.

<sup>264</sup>NEEDELL, Jeffrey. *Belle Époque tropical*. Sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século. São Paulo: Cia das Letras, 1993.p.195.

*A Thezoura Elegante*

58-Avenida E. RIBEIRO-58  
Manãos

Caixa do Correo n. 27 A  
Manãos

Este importante estabelecimento  
acaba de receber um variadissimo sortimento  
em casemiras Inglezas e Francezas, o que ha de melhor  
em qualidades e gosto.

*Executa-se qualq̃uer encommenda em 24  
horas, garantindo o proprietario  
o bom acabamento das obras*

Tem sempre um variadissimo Sortimento em roupa branca para  
homens, como sejam: Camizas, Coroulas, Collarinhos, Punhos  
e gravatas tudo quanto se póde procurar n'uma casa de 1.ª ordem.

*Executa-se constantemente trabalho especial em roupas feminis*

Manãos.



Jornal do Commercio, nº 22. Manaus, 22 jan. 1904

**AU BON MARCHÉ**

Rua Municipal, 67

**Grandes abatimentos**  
sobre todas as mercadorias.

APROVEITEM! APROVEITEM!

Vestidos de cambrãia  
de linho, feitos a mão  
Vestidos bordados e  
de linho, em todas as  
cores  
Vestidos riquissimos  
de seda  
Vestidos de voile, eta-  
mine e crépon  
Tunicas de filó e de  
seda em todas as  
cores  
Vestidos para moci-  
nhas e meninas  
Vestidos de palha  
—de seda—

*Todos estes artigos, ga-  
rantidos pela elegancia,  
boa qualidade e impor-  
tados ultimamente de*  
—PARIS—  
São vendidos por  
preços baratissimos

Aproveitem!

Uma visita á nossa casa é necessaria afim de  
aproveitar estas pechinchas

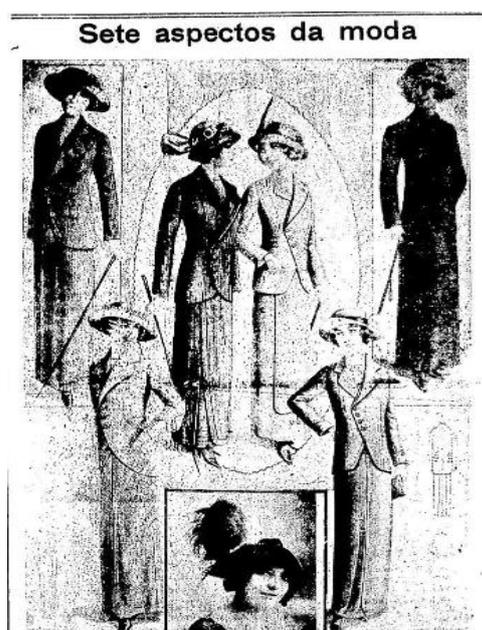


Jornal do Commercio, nº 3276. Manaus, 10 jun. 1913

A propaganda do dia 10 de junho de 1913 mostra uma famosa loja da cidade, *Au Bon Marché*, que se gabava por ter uma diversidade de mercadorias importadas vindas diretamente de Paris a preços “baratíssimos”. A postura de uma mulher moderna vestida aos moldes parisiense também era detectada em outros jornais e impressos, como por exemplo, o próprio cartaz de divulgação que as casas de modas e confecções exibiam em seus estabelecimentos. Vale ressaltar que o vestuário feminino era de difícil manuseio além de inapropriado para o clima tropical, era praticamente uma autoflagelação<sup>265</sup>. Sobre o discurso de modernidade presente em impressos que divulgavam a moda estrangeira, Maria Luiza Ugarte Pinheiro destaca:

Nas lojas de confecções ou nos ateliês das modistas, as representações da elegância e sofisticação buscam projetar-se e recriar a última moda ditada por Paris. (...) Não bastasse o apelo imagético, seja em ostensivas vitrines, seja em impressos que circulavam no periodismo local, a propaganda das grandes lojas incorporavam o discurso de modernidade e sofisticação, mostrando conexões com o universo parisiense<sup>266</sup>.

Em diversos momentos o jornal estampava em suas páginas, principalmente para o público feminino, fotografias do vestuário que estava em voga, bem como os penteados, os adereços, entre outros. No dia 18 de dezembro de 1913 o jornal divulgou “Os sete aspectos da moda” mostrando a seus leitores o que tinha de mais moderno no vestuário feminino.



*Jornal do Commercio*, nº 3464. Manaus, 18 Dez. 1913

<sup>265</sup>NEEDELL, Jeffrey. *Belle Époque tropical*. Sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século. São Paulo: Cia das Letras, 1993.p.197.

<sup>266</sup>PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. “O Espelho Francês na ‘Paris das Selvas’”. In: VIDAL, Laurent e LUCA, Tania de (Orgs). *Franceses no Brasil: Séculos XIX e XX*. São Paulo: Editora UNESP, 2009, p. 274-275.

À medida que o *Jornal do Commercio* estampava em suas páginas as ideias de modernidade disseminadas pelos grupos dominantes da cidade, também construía sua própria identidade e deixava as suas impressões sobre os discursos civilizatórios e de modernização. A ideia de progresso material foi trabalhada pela elite local para equivaler a melhorias na qualidade de vida nos mais diversos setores. Porém percebe-se que, apenas uma pequena parcela da população desfrutava das benesses que o período áureo da borracha proporcionou à cidade.

As reclamações surgem de toda a parte da cidade, pois a população local ficou à mercê de uma política invasiva e saneadora, que manipulava e controlava todos os hábitos antigos que ainda teimavam em permanecer. Códigos, leis, estatutos, regimentos e decretos além de uma série de órgãos foram criados para disciplinar a população que residia mais próximo ao perímetro urbano modificado para atender ao capital estrangeiro.

Tão logo a borracha asiática foi ganhando o mercado internacional e superando a borracha nativa da Amazônia, a cidade começa a passar por novas transformações. O efervescente comércio de produtos importados é um dos primeiros a declinar, fazendo com que diversas casas comerciais começassem a vender seus produtos a preços módicos, a partir de 1912, para não saírem totalmente prejudicadas com a crise da borracha na Amazônia. Em 1913, percebem-se no jornal as primeiras falências como a da J.G da Costa e C&A na edição de número 3464, do dia 18 de dezembro de 1913.

Liquidação devido á crise, nos Grandes  
Armazens da

# Parisiense

á rua da Matriz, 9 e H. Martins, 10

TELEPHONE, 292

**Grande queimação! — Preços baratissimos**

Para dar espaço ás grandes quantidades de mercadorias que retiramos da alfandega somos forçados a vender todo o nosso grande stock, conhecido como o melhor e o mais variado de Manaus, por qualquer preço!

Chamamos a atenção das exmas. familias para os preços abaixo:

|                                                                                                   |                                                                                                                                                                                        |                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Vestidos de linho branco, bordado, do preço de 50\$ e 60\$, vendemos agora por 25\$, 22\$ e 20\$. | lões, franjas, grelots, pingentes, fita de sêda e de velludo, fazendas de sêda, linho e sêda, lãs, setins, lisos e japonezes, vendemos por qualquer preço para diminuir o nosso stock. | 12\$ e 14\$. Eram de 20\$, 25\$, 28\$ e 30\$.                               |
| Blusas de cambráin, bordadas e com rendas, a 4\$. E' incrível!                                    | Grande saldo de chapéus de pelha para creança, a 4\$.                                                                                                                                  | Grande sortimento de linhas de cô a 2\$500 a caixa.                         |
| Anaguas bordadas, lindissimas, a 6\$ e 7\$.                                                       | Toalhas grandes, felpudas, para banho, do custo de 5\$, por 3\$.                                                                                                                       | Sombrinhas de cor, do preço de 12\$ a 7\$.                                  |
| Ditas de setim a 20\$ e 25\$.1                                                                    | Idem para rosto, de 4\$, por 2\$.                                                                                                                                                      | Tecido de sêda e linho, do preço de 8\$, agora vendemos a 3\$500! Só visto! |
| Saias enfeitadas com gaiões de sêda, a 18\$, 15\$ e 12\$.                                         | Cambráias brancas, bordadas, largas, que vendiamos a 4\$, por 2\$500.                                                                                                                  | Zephyr branco, do preço de 2\$500 por 1\$200. Inacreditavel!                |
| Linho grosso e fino, branco e de côres, a 2\$ o metro.                                            | Grande sortimento de fatinhos para meninos, liquidação.                                                                                                                                | Dellissimo sortimento em diagonae que custavam 5\$, agora só 3\$!           |
| Linhas listados e outros estampados, a 1\$200, 1\$300, 1\$400 e 1\$500.                           | Vestidinhos para meninas, a 10\$                                                                                                                                                       | <b>Grande liquidação!</b>                                                   |
| Grande saldo de cachemiras enfeitadas, a 3\$. Custavam 6\$.                                       |                                                                                                                                                                                        | <b>Grande queimação</b>                                                     |
| Grande e unico sortimento de ga-                                                                  |                                                                                                                                                                                        | <b>Vendas por todo preço!</b>                                               |

*Jornal do Commercio*, nº 3062. Manaus, 27 Out. 1912

No início de 1914, o *Jornal do Commercio* era vendido com oito páginas e, no final do mesmo ano, o diário voltou a ter o mesmo número de páginas do ano de sua fundação. A queda no número de anunciantes acarretou na redução dos investimentos em materiais utilizados pelo jornal. Antes da crise, o jornal estampava diversas fotos e depois praticamente não mais utilizou imagens, nem internamente, nem na primeira página.

Os comerciantes que anunciavam no jornal, passaram a publicar a venda de seus estabelecimentos, quando não, decretavam falência. A inércia do poder local frente à crise agravou a situação e um quadro preocupante se instalou na cidade. Apesar de questionar, anos antes, a situação da borracha amazônica frente ao vertiginoso crescimento da borracha asiática, o próprio *Jornal do Commercio*, assim como toda a cidade, ficou à mercê da queda da exportação do produto. Em 1915, o jornal, por conta da crise no comércio e da falta de anunciantes, deixa de publicar as edições com oito páginas, voltando a ter quatro páginas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Manaus, com o surto da borracha, passou por transformações que provocaram sensíveis mudanças na estrutura econômico-social e, também, na oferta de serviços, tanto na esfera pública como na esfera privada. Essas mudanças justificaram-se pelas necessidades derivadas das relações comerciais de Manaus com os países importadores da borracha. Nesse contexto os hábitos regionais deram lugar aos hábitos citadinos inspirados na cidade de Paris. A singela aldeia passou por uma metamorfose transformando-se numa cidade conforme os modelos de modernidade vigente na época.

O *Jornal do Commercio*, como a maioria dos jornais da época, foi um dos grandes propagadores desse ideal de modernidade, seja mostrando em suas colunas ambientes frequentados por pessoas ilustres da sociedade, seja fazendo referência a construções e embelezamentos da cidade, e até mesmo trazendo a figura feminina em fotografuras mostrando a participação da mulher nesse novo paradigma.

Sabendo da contribuição do JC na consolidação do ideal de modernidade em Manaus, procurou-se traçar o perfil dos primeiros donos do periódico e das pessoas que formavam o quadro profissional da empresa *Jornal do Commercio*. Dessa forma percebe-se que a grande maioria das pessoas que trabalhava no *Jornal do Commercio*, tanto na gestão de Rocha dos Santos quanto na gestão de Vicente Reis, fez Curso de Direito da Faculdade de Recife e veio de outra cidade. Percebe-se, também, que essas pessoas além de exercerem atividades ligadas à imprensa ocupavam algum emprego público ou dedicavam-se à política. Essas características constatadas no JC, também são características similares àquelas que a professora Marialva Barbosa<sup>267</sup> averiguou nos periódicos do Rio de Janeiro, no final do século XIX e início do século XX.

A análise da trajetória dos donos do diário foi importante, também, para analisar a história da empresa *Jornal do Commercio* e das estratégias de venda desenvolvidas por cada proprietário. Assim verificou-se que, após a morte do fundador Rocha dos Santos, o JC passou por grandes mudanças editoriais que fizeram este ser considerado o jornal de maior circulação no Amazonas tais como o uso do jornalismo popular e do sensacionalismo e a aquisição de uma das máquinas mais modernas no universo da imprensa: a linotipo, em 1912, por Vicente Reis.

---

<sup>267</sup> BARBOSA, Marialva Carlos. *Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000.

Essas estratégias fizeram com que o jornal conquistasse um público-leitor cada vez maior e conseqüentemente contribuíram com a propagação dos ideais de modernidade, como por exemplo, artigos, folhetins e colunas voltados para o universo feminino destacando a projeção da mulher em novos espaços sociais, o processo educativo pelo qual estavam passando e as novas maneiras de se vestir.

Procurou-se destacar que,diversas vezes, o jornal agia como guardião e fiscalizador no projeto de transformação de Manaus numa cidade “civilizada”, “cosmopolita” e “higienizada”, como por exemplo, ao publicar no ano de 1904 uma série de artigos intitulados de “Saneamento em Manaós” que chamavam a atenção dos governantes para a questão dos hábitos da população local, sugerindo inclusive que fossem criadas proibições para certos costumes.

Outro ponto que se destacou no trabalho foi que outros periódicos, também, trabalhavam a questão da modernidade, do saneamento e do embelezamento. Assim, ao mostrar exemplos retirados de jornais contemporâneos ao JC como o *Vesúvio*, o *Chicote*, *A Federação*, *Ponto nos ii* procurou-se evidenciar que dentro de um contexto local outros jornais não só exaltavam Manaus como uma Paris dos trópicos, como também reforçavam o discurso de grupos dominantes.

Apesar dos exemplos citados sobre a modernidade nas páginas do JC, a modernidade através de outros periódicos amazonense deve ser analisada para que posteriormente possa se resgatar quais ideias sobre a modernidade esses jornais comungavam ou divergiam. Ademais devem ser analisadas quais estratégias do jornalismo popular e do sensacionalismo permaneceram, quais desapareceram e quais foram incorporadas nos anos posteriores a crise da borracha. Sabendo que há muito a ser feito, espera-se que o trabalho tenha contribuído no estudo da modernidade através dos periódicos, como também no estudo da trajetória do JC no âmbito da imprensa amazonense.

## FONTES

## 1. Periódicos

*A Federação* - 1899  
*Amazonas* -1897  
*ALucta Social* -1914  
*Commercio do Amazonas*- 1904  
*Diário Oficial* - 1900  
*Equador* - 1888  
*Evolução* – 1888  
*Folha do Norte* - 1896  
*Gazeta de Petrópolis*- 1898  
*A Imprensa Unida* -1888  
*Jornal do Amazonas*- 1888  
*Jornal do Brasil* – 1895  
*Jornal do Commercio* – 1904-1914  
*A Província do Amazonas*- 1888  
*O Paiz*- 1897  
*O Artista* –1888  
*O Chicote* – 1913  
*Vesúvio* - 1909

## 2. Outras Fontes

Código de Posturas – 1896 e 1910

Censo de 1872; 1890; 1900 e 1920.

Mensagem do Governador do Estado – 1900-1914

Julgados do Tribunal de Justiça do Estado do Amazonas – 1900-1914

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGASSIZ, Louis.; AGASSIZ, Elizabeth Cary. Viagem ao Brasil (1865-1866) tradução e notas de Edgar Süsserkind de Mendonça. – Brasília : Senado Federal, Conselho Editorial, 2000.
- ALVES, Hosenildo Gato. *Imprensa e Poder: A Propaganda Varguista na Imprensa Amazonense, 1937-1945*. Dissertação de Mestrado em História. Manaus: UFAM, 2009.
- AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.
- ARANHA, Bento. *Um Olhar pelo Passado*. Manaus: Imprensa Oficial, 1987.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: técnicas de jornalismo*. Vol. 1 e 2. São Paulo: Ática, 1990.
- BARBOSA, Marialva Carlos. *História Cultural da Imprensa: Brasil, 1800-1900*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.
- BARBOSA, Marialva Carlos. *História Cultural da Imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- BARBOSA, Marialva Carlos. *Os Donos do Rio: imprensa, poder e público*. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000.
- BARBOSA, Marta Emísia J. Sobre História: Imprensa e Memória. In: ALMEIDA, Paulo R.; KHOURY, Yara A. e MACIEL, Laura A. (Orgs.). *Outras histórias: memórias e linguagens*. São Paulo: Olho D'Água, 2006.
- BARROS, José D'Assunção. *O Campo da História*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- BARTHES, Roland. *Crítica e verdade*. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- BASILE, Marcello Otávio N. de C. O Império Brasileiro: Panorama Político. In: LINHARES, Maria Yedda (Org.). *História Geral do Brasil*. Rio de Janeiro: Campus, 1990.
- BENCHIMOL, Samuel. *Amazônia: Formação Social e Cultural*. Manaus: Editora Valer, 2009.
- BERMAN, Marschall. *Tudo Que é Sólido Desmancha no Ar: a aventura da modernidade*. São Paulo: Cia. das Letras, 1999.
- BITTENCOURT, Agnello. *Dicionário Amazonense de Biografias: vultos do passado*. Rio de Janeiro: Conquista, 1973.
- BLOCH, Marc. *Apologia da História ou Ofício do Historiador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Lisboa: DIFEL, 1989.
- BRAGA, Genesino. *Chão e Graça de Manaus*. Manaus: Fundação Cultural do Amazonas, 1975.
- BRESCIANI, Maria S. Cidade e História. In: OLIVEIRA, Lucia Lippi (Org.). *Cidade: História e Desafios*. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 2002, p. 16-35.
- BUITONI, Dulcília Schroeder. *Fotografia e Jornalismo: a informação pela imagem*. São Paulo: Saraiva, 2011.

- BURNS, Edward Bradford. *Manaus, 1910: retrato de uma cidade em expansão*. Manaus: Governo do Estado do Amazonas, 1966.
- BURKE, Peter. *A Escola dos Annales (1929-1989): a Revolução Francesa da Historiografia*. São Paulo: Unesp, 1997
- BURKE, Peter (Org.) *A Escrita da História: novas perspectivas*. São Paulo: Editora da UNESP, 1992.
- BURKE, Peter. *O que é história cultural?* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- CALIRI, Jordana Coutinho. *Folhas da Província: a imprensa durante o período imperial (1851-1889)*. Dissertação de Mestrado em História. Manaus: UFAM, 2014.
- CAPELATO, Maria Helena Rolim. *Imprensa e História do Brasil*. 2ª ed. São Paulo: Contexto/Edusp, 1994.
- CAPELATO, Maria Helena Rolim. *O Bravo Matutino (imprensa e ideologia no jornal "O Estado de S. Paulo")*. São Paulo: Alfa-Omega, 1980.
- CARVALHO, Almir Diniz de. *Acadêmicos: Imortais; Dicionário Biográfico*. Manaus: Editora Uirapuru, 2002
- CASTRO, Mavignier de. *Síntese Histórica e Sentimental da Evolução de Manaus*. Manaus: Tipografia Fênix, 1948.
- CERTEAU, Michel de. *A Escrita da História*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1982.
- CHALLOUB, Sidney. *Cidade Febril: cortiços e epidemias na corte Imperial*. São Paulo: Cia das Letras, 1996.
- CHARTIER, Roger. *A História Cultural: entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.
- CHOAY, Françoise. Introduction. In: HAUSMANN, Georges Eugène. *Memoires*. Paris: Seuil. 2000.
- COSTA, Francisca Deusa Sena da. Quando o Viver Ameaça a Ordem Urbana. In: FENELON, Déa (Org. São Paulo: Olho D'Água, 2000.
- CRUZ, Heloísa de Faria. "Na Oficina do Historiador: Conversas sobre História e Imprensa". Projeto História, São Paulo, nº 35, 2007, p. 255-272.
- CRUZ, Heloisa de Faria. *São Paulo em Papel e Tinta: periodismo e vida urbana 1890-1915*. São Paulo: EDUC, 2000.
- DAOU, Ana Maria Lima. *A Cidade, o Teatro e o "Paiz das Seringueiras": práticas e representações da sociedade amazonense na virada do século XIX*. Tese de Doutorado em Antropologia Social. Rio de Janeiro: Museu Nacional/ UFRJ, 1998.
- DARNTON, Robert e ROCHE, Daniel (Ed.). *Revolução Impressa: A Imprensa na França, 1775-1800*. São Paulo: Edusp, 1996.
- DARNTON, Robert. *O Beijo de Lamourette: mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- DARNTON, Robert. *O Grande Massacre de Gatos e Outros Episódios da História Cultural Francesa*. Rio de Janeiro: Graal, 1986.
- DEFLEUR, Melvin L & BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da Comunicação de Massa*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

- DE LUCA, Tânia Regina. História Dos, Nos e Por Meio Dos Periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). *Fontes Históricas*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 111-153.
- DIAS, Ednéa Mascarenhas. *Ilusão do fausto: Manaus, 1890-1920*. Manaus: Editora Valer, 1999.
- DOSSE, François. *A História em Migalhas: dos Annales à Nova História*. Campinas: Editora da Unicamp, 1992.
- FARIA E SOUZA, João Batista de. *A Imprensa no Amazonas: 1851 a 1908*. Manaus: Tipografia da Imprensa Oficial, 1908.
- FENELON, Déa Ribeiro. Cultura e História Social: Historiografia e pesquisa. *Projeto História*, São Paulo, nº 10, 1993, p. 73-90.
- FONSECA, Silvia Carla Pereira de Brito e CORREA, Maria Letícia (Orgs.). *200 anos de imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2009.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. 22ª Edição. Rio de Janeiro: Graal, 2006.
- FRANCO, Simira Bindá. O “Diário do Amazonas” nos primórdios da Imprensa no Amazonas. Trabalho de Conclusão de Curso. Manaus; UFAM, 2004.
- FREYRE, Gilberto. *O Escravo nos Anúncios de Jornais Brasileiros do Século XIX*. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1979.
- FREIRE, José Ribamar Bessa (Coord.). *Cem Anos de Imprensa no Amazonas (1851-1950): Catálogo de Jornais*. Manaus, Calderaro, 1990.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.
- GOMES, Ângela Castro. Cultura política: História e historiografia. In: *Culturas políticas: ensaios de história cultural, história política e ensino de história*. Rio de Janeiro: Mauad, 2005.
- GOODWIN JUNIOR, James William. *Anunciando a civilização: imprensa, comércio e modernidade fin-de siècle em Diamantina e Juiz de Fora, MG*. In: *Revista Projeto História*. São Paulo: PUC-SP, nº 35, Jul-Dez, 2007
- IPANEMA, Marcello de; IPANEMA, Cybelle de. *História da comunicação*. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 1967.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE– Repertório Estatístico do Brasil, Volume 1, 1986.
- JACKSON, Joe. *O ladrão no fim do mundo*. 1ª edição. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.
- LE GOFF, Jacques. *O imaginário medieval*. Portugal: Editorial Estampa, 1994.
- LEAL, Davi Avelino. *Entre Barracões, Varadouros e Tapiris: os seringueiros e as relações de poder nos seringais do Rio Madeira*. Dissertação de Mestrado em Sociedade e Cultura na Amazônia. Manaus: UFAM, 2007.
- LUSTOSA, Isabel. *O Nascimento da Imprensa Brasileira*: Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- MACIEL, Laura Antunes. *A nação por um fio - caminhos, práticas e imagens da “Comissão Rondon”*. São Paulo: Educ/Fapesp, 1998.p. 64.
- MACIEL, Laura Antunes. De “Do Povo não Sabe Ler a uma História dos Trabalhadores da

- Palavra”. In: ALMEIDA, Paulo R.; KHOURY, Yara A. e MACIEL, Laura A. (Orgs.). *Outras histórias: memórias e linguagens*. São Paulo: Olho D’Água, 2006.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia: Jornalismo como Produção Social de Segunda Natureza*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989.
- MARTINS, Ana Luiza e LUCA, Tania Regina de. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.
- MATHEUS, Leticia Cantarela. *Comunicação, Tempo, História: tecendo o cotidiano em fios jornalísticos*. Rio de Janeiro: Mauad X: Faperj, 2011.
- MAUAD, A. Maria e LOPES, M. F. de Brum. *História e Fotografia*. In: CARDOSO, Ciro Flamarion e VAINFAS, Ronaldo (Orgs.). *Novos Domínios da História*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012, p. 265-281.
- MESQUITA, Otoni Moreira de. *La Belle Vitrine: O Mito do Progresso na Refundação da cidade de Manaus (1890/1900)*. Tese (Doutorado em História). Niterói: UFF, 2005.
- MESQUITA, Otoni Moreira de. *Manaus: História e Arquitetura – 1852-1910*. 3ªed. Manaus: Editora Valer, Prefeitura de Manaus e Uninorte, 2006.
- MEYER, Marlyse. *Folhetim: uma história*. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.
- MONTEIRO, Mário Ypiranga. *Notas sobre a Imprensa Oficial do Estado do Amazonas*. Manaus: Imprensa Oficial do Estado do Amazonas, 1986.
- MONTEIRO, Mário Ypiranga. *Roteiro Histórico de Manaus*. Vol. 2. Manaus: EDUA, 1998.
- MOREL, Marco e BARROS, Mariana Monteiro de. *Palavra, Imagem, Poder: O surgimento da Imprensa no Brasil no Século XIX*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- MOREL, Marco. *Da Gazeta tradicional aos jornais de opinião: metamorfoses da imprensa no Brasil*. In: NEVES, Lucia Maria B. P. (Org.). *Livros e Impressos: retratos do setecentos ao oitocentos*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2009.
- OLIVEIRA, Erivonaldo Nunes de. *A Imigração Nordestina na Imprensa Manauara (1877-1917)*. Manaus: [s.n.], 2010.
- PEREIRA, Nasthya Cristina Garcia. *Relações Homem-Natureza: o discurso político sobre agricultura e extrativismo na Província do Amazonas (1852-1889)*. Dissertação de Mestrado em História. Manaus: UFAM, 2008.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. *Muito Além do Espaço: por uma história cultural do urbano*. *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, vol. 8, nº 16, 1995, p. 279-290.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História & História Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. *Uma Outra Cidade: o mundo dos excluídos no final do século XIX*. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 2001.
- PINHEIRO, Geraldo Pantaleão Sá Peixoto. *Imprensa, Política e Etnicidade: portugueses letrados na Amazônia (1885-1936)*. Tese de Doutorado em História. Porto: Universidade do Porto, 2012.
- PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *A Cidade Sobre os Ombros: trabalho e conflito no porto de Manaus, 1889-1925*. Manaus: Valer, 2001.
- PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Folhas do Norte: Letramento e Periodismo no*

- Amazonas (1880-1920). Tese de Doutorado em História. São Paulo: PUC-SP, 2001.
- PINHEIRO, Luís Balkar Sá Peixoto e PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. *Gavroche*: Boletim de Pesquisa do Laboratório de História da Imprensa no Amazonas. Manaus, vol. 1, nº 1, 2005
- PINHEIRO, Luís Balkar Sá Peixoto e PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte (Orgs). *Imprensa Operária no Amazonas*. Manaus: Edua, 2004.
- POLLAK, M.. Memória e identidade social. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, 5, 1992. PROST, Antoine. *Doze lições sobre a história*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
- RABELO, Ana Paula de S. *Do tempo de Taipa ao Templo de Pedra: a construção da Igreja Matriz de Manaus (1858-1878)*. Dissertação de Mestrado em História. Manaus: UFAM, 2008.
- RAGO, Margareth. *Do Cabaré ao Lar: a utopia da cidade disciplinar*. 3ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1997.
- REIS, Arthur César Ferreira. *História do Amazonas*. 2ª ed. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: EDUSP, 1989.
- RÉMOND, René. *Por que a história política*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ / Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- RICOEUR, Paul. *Tempo e narrativa*. Tomo III. Trad. Roberto Leal Ferreira. Campinas: Papyrus, 1997.
- RIZZINI, Carlos. *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil*. Rio de Janeiro, Kosmos, 1946.
- ROSA, Rodrigo de Moraes. *Espaço público e modernidade: quando a sociabilidade se constrói como projeto*. *Revista Eletrônica E-Metropolis*, Rio de Janeiro, 2010.
- SANTUCCI, Jane. *Cidade Rebelde: as revoltas populares no Rio de Janeiro no início do século XX*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra.
- SCHWARCZ, Lilia M. *Retrato em Branco e Negro: jornais, escravos e cidadãos em São Paulo no final do século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como Missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. São Paulo: Brasiliense, 1992.
- SILVA, Eduardo. *Queixas do povo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.
- SIMIAND, François. *Método Histórico e Ciência Social*. São Paulo: Edusp, 2003
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.
- SONTAG, Susan. *Sobre Fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- SOUSA, Ana Paula Bernardo de. – MARONEZE, Luiz Antonio Gloger. A modernidade pelo jornal: o progresso material e social de Novo Hamburgo nas décadas de 1920 e 1930. *Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul*, v. 10, n. 20, jul./dez. 2011.
- SOUZA, Leno José Barata. *Vivência Popular Na Imprensa Amazonense: Manaus da Borracha (1908-1917)*. Dissertação de Mestrado – PUC. São Paulo, 2005.

- STUDART, Guilherme. *Diccionario bio-bibliográfico cearense I*. Edição fac-simile. Fortaleza: Iris; Secult, 2012a (1913).
- TAVARES NETO, João Rozendo. *A República no Amazonas: disputas políticas e relações de poder (1888-1896)*. Dissertação de Mestrado em História. Manaus: UFAM, 2011.
- TINHORÃO, José Ramos. *A Música Popular no Romance Brasileiro*. Volume 1. Rio de Janeiro: Editora 34, 2000.
- THOMPSON, Edward Palmer. *A Miséria da Teoria ou um Planetário de Erros: Uma crítica ao pensamento de Althusser*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- THOMPSON, Edward Palmer. *Costumes em Comum: estudos sobre a cultura popular tradicional*. São Paulo: Cia das Letras, 1998.
- TJPE, Recife, Documentação e Memória, v2, nº 4, 105.
- VIANNA, Hélio. *Contribuição à História da Imprensa Brasileira (1812-1869)*. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1945.
- VIEIRA, Maria do Pilar de Araújo, PEIXOTO, Maria do Rosário Cunha e KHOURY, Yara Maria Aun. *A Pesquisa em História*. 5ª ed. São Paulo: Ática, 2007.
- VIEIRA, Maria do Pilar de Araújo et. al. A Imprensa Como Fonte Para a Pesquisa Histórica. *Projeto História*, nº 3. São Paulo, Educ, 1984, p. 47-54.
- VILLANOVA, Simone. *Sociabilidade e cultura: a história dos “pequenos teatros” na cidade de Manaus 1859- 1900*. Dissertação (Mestrado em História) Universidade Federal do Amazonas. Manaus, 2008.
- WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e Literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- ZICMAN, Renée Barata. História Através da Imprensa: algumas considerações metodológicas. *Projeto História*, nº 4. São Paulo, Educ, 1985, p. 89-102.

