

CULTURA IMPRESSA NO AMAZONAS E A TRAJETÓRIA DE UM JORNAL CENTENÁRIO.

Leno José Barata Souza¹

Resumo: O artigo busca discutir a penetração da cultura impressa no estado do Amazonas, cuja porta de entrada aconteceu por sua capital, a cidade de Manaus, a partir de 1851. Avançando nas décadas seguintes, atento ao desenvolvimento e as características da palavra impressa (na forma de jornais) no extremo norte do Brasil, região de forte tradição oral que influenciou e foi influenciada pela marcha da cultura impressa na região. Finalmente, o centenário Jornal do Comércio, decano da imprensa local, entendido aqui como um dos grandes símbolos do periodismo amazonense, cujas discussões nos permitem uma significativa amostra das tendências e características da cultura impressa no estado do Amazonas.

Palavras-chave: cultura impressa; Manaus; Jornal do Comércio.

Abstract: The paper searches to argue the penetration of the culture printed in the state of Amazonas, whose door of entrance it happened for its capital, the city of Manaus, from 1851. Advancing in the following decades, intent to the development and the characteristics of the word printed (in the periodical form) in the extremity north of Brazil, region of strong oral tradition that influenced and was influenced by the march of the culture printed in the region. Finally, the centenarian Jornal do Comércio, dean of the local press, understood here as one of the great symbols of the amazonense periodic, whose quarrels in allow to a significant sample of the trends and characteristics them of the culture printed in the state of Amazonas.

Keywords: culture printed; Manaus; Jornal do Comércio.

As letrinhas que vêm das máquinas.

Para encontrarmos as origens da imprensa no estado do Amazonas podemos partir da fala do segundo presidente da Província Herculano Ferreira Penna que, na mensagem dirigida à Assembléia em 1853, arrolou a primeira e única “Typographia” (PENNA, 1853:72) existente na então Cidade da Barra do Rio Negro, capital do Amazonas, a mais nova província do Império criada pela Lei Imperial nº 852 de 05 de setembro de 1850. Apenas em 1856 a Cidade da Barra retoma ao seu antigo nome de vila, Manaus.

A tipografia mencionada por Ferreira Penna fora instalada em 1851 pelo tipógrafo, tenente e proprietário Manoel da Silva Ramos, sendo parte também das burocracias administrativas de instalação da nova Província concluída em 1º de janeiro do ano seguinte. A rigor, cidade e cultura impressa (na forma de folhas jornalísticas) foram algo que nasceriam e se desenvolveriam concomitantemente no Amazonas.

¹ Doutor em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. O artigo é parte do 1º capítulo da dissertação “Vivência Popular Na Imprensa Amazonense: Manaus da borracha (1908-1917)”, defendida na mesma instituição em 2005, sob orientação da Profª Drª Yara Aun Khoury e com bolsa de estudo CAPES. E-mail: lenobarata@ig.com.br.

A “aventura” da palavra impressa no extremo norte do Brasil, pela qual também se forja e se recria a própria cidade, quando comparada com o restante do país ou especificamente aos centros de vanguarda como Rio de Janeiro, Recife, Salvador, São Paulo e mesmo Belém, impulsionada a partir de 1808 quando do “exílio” da família real no Rio de Janeiro, é um fenômeno relativamente tardio.

Assim, é bastante inquietante pensarmos sobre uma história das comunicações ou “... os problemas de como as sociedades compreenderam os acontecimentos e transmitiram informações a respeito deles...” (DARNTON, 2002:228), anterior ao marco de 1851, até porque os limites sempre suscitam questões perturbadoras do tipo: “como seria antes?”.

Com efeito, em uma região fortemente marcada pela cultura da oralidade, uma breve história da comunicação no Amazonas deve, necessariamente, iluminar estes tradicionais modos de conversação assentada em idiomas indígenas, sobretudo o nheengátu.²

Em que pesem as escassas fontes, vasculhando linhas e entrelinhas de uma historiografia tradicional local, surpreendemos algumas experiências: expedientes de comunicações que a sociedade manauense lançava mão para se manter atualizada a respeito do acontecido ou do que poderia estar por vir, antes das prensas de Silva Ramos inaugurar a palavra impressa na cidade.

Primeiro, um personagem: “o homem da matraca”, que ao longo da primeira metade do século XIX deveria ser o responsável pela veiculação das notícias no então Lugar da Barra e posteriormente Vila de Manaus.

Segundo o historiador Mario Ypiranga Monteiro, cabia a tal sujeito histórico anunciar a plenos pulmões os alvarás reais, as decisões da câmara e das justiças, as festas religiosas ou pagãs, os boatos e os escândalos. Assim, quem quisesse saber das novidades ou das vidas alheias, bastava ir às ruas, aos adros, as ribeiras e aguçar os ouvidos.

O dito homem não devia ser um funcionário vitalício da Câmara, talvez por isso prestasse também serviços extras, avulsos, particulares. Provavelmente deveria ser jovem ou no máximo de “meia idade”, com disposição para percorrer a cidade atrás das notícias, divulgando as informações e, principalmente, deveria ser desenvolvido com as palavras, de certo dominava o “nheengátu” e talvez o português e/ou outras línguas indígenas.

Deveria ser um patusco, falastrão a valer, expedido no verbo, desembaraçado e cínico, bom trotador (...) Ia pelas ruas da vila barulhando a matraca, alertando os ouvidos para algum escândalo, convidando as gentes a reunirse. Se havia decretais régio, anunciava-o oralmente à porta da Câmara em primeiro lugar e depois à porta da igreja. Não havendo Câmara o pregão era a porta da igreja. Dali buscava os locais de maior concentração para deitar o verbo, no caso a Ribeira das Naus (MONTEIRO, 1995: 149-150).

² Nheengátu, variante da língua tupi, significa “fala boa”, foi elaborada pelos jesuítas e era considerada a “língua geral da Amazônia” servindo principalmente como instrumento de dominação sobre os indígenas da região. (FREIRE, 2000:1-66).

Monteiro informa também sobre a atividade manuscrita do pasquim na mesma época, “mal escrito e de aparência mesquinha”. Era afixado também nos pontos de maior concentração ou passagem dos populares como as escadarias da igreja matriz, muros, pelourinho e na Ribeira dos Comestíveis, à margem do rio Negro, local de compra de produtos alimentícios. Seu conteúdo, afora talvez algum reclame encomendado, provavelmente não se diferenciava muito do informado pelo homem da matraca, que era mesmo um “pasquino oral”, ou vice-versa, este era um “homem da matraca” escrito.

O autor consegue localizar nas atas da Câmara, três moradores de Manaus que possivelmente foram “homem da matraca” e/ou “pasquino”. José de Figueiredo aparece com o sugestivo mote: “Pasquino”, “figura mais popular da época, linguarudo de profissão”, atento aos boatos ou, na falta deles, talvez os inventasse, “sua matraca era a própria língua”; Silvério dos Reis e Jesus Rodrigues Preto, este último, porteiro da Câmara (Ibid, 1995:149-150).

Não há registros destas atividades nos anos após a instalação da Província do Amazonas em 1852, mas é certo que muitas de suas características tiveram um peso significativo no “fazer-se” inicial da imprensa amazonense e, possivelmente, seja um dos fatores que provocaram uma considerável apatia entre a maioria da população para com a novidade impressa até os limiares do século XIX e mesmo depois.

Afinal, não era apenas o formato do jornal, a estética e as regras da palavra impressa que lhes pareciam estranhos, o próprio idioma no qual era veiculada para muito daqueles brasileiros soava muito mais como um vernáculo estrangeiro.

O viajante inglês Alfred Russel Wallace de passagem pela Cidade da Barra do Rio Negro em 1850, em uma de suas coletas de campo nas cercanias do lugar, ressalta, com certo espanto, a preponderância da “língua geral” como instrumento de comunicação entre os moradores da cidade.

Só um dos moradores sabia falar português. Os outros empregavam um dialeto indígena chamado de língua geral, que eu tinha muita dificuldade de compreender, na falta de livros (...). O que me facilitou foi que o rapazinho índio que estava comigo e sabia falar tanto a língua geral quanto o português, servindo-me de intérprete (WALLACE, 1979:111).

Outro viajante, o alemão Robert Ave-Lallemant, dez anos depois de Wallace, em uma Manaus, capital de Província, com a “língua geral” oficialmente proibida e três jornais de circulação, ainda assim os moradores continuavam, como constata Lallemant: “Falavam perante o mundo, português, e, contudo, ouve-se por toda a parte a língua geral falada por eles, quando se encontram no seu ambiente” (AVE-LALLEMANT, 1980:105-1016).

Diante do “mundo”: autoridades oficiais (governo, polícia, igreja) guardavam respeito à lei, mas, uma vez na segurança de seu ambiente privado, continuavam dando vazão à

tradição oral que os códigos oficiais buscavam vencer. À teoria de uma lei que visa proibir ou alterar uma tradição sempre irá se chocar com a prática viva dos costumes, já que ambos são separados por um fosso animado cotidianamente por experiências culturais, os quais as linhas da Lei não tinham vivacidade suficiente para decretar seu fim (THOMPSON, 1998:13-24).

Nestes termos, as palavras de Bessa Freire, em obra recente, realçam o embate de “mundos” lingüísticos totalmente diferenciados destacados acima:

Durante todo o período colonial, no entanto, a língua portuguesa – cujas categorias não davam inteligibilidade à realidade cultural e ecológica da região – permaneceu minoritária, como língua exclusiva da administração, mas não da população. Essa situação só mudou a partir da segunda metade do século XIX, quando passou a predominar o monolingüismo da língua européia (FREIRE, 2004:16).

A oficina tipográfica de Silva Ramos localizava-se em uma rua de chão batido as margens do extinto igarapé do Espírito Santo. As instalações eram módicas e os equipamentos de prensa os mais rudimentares, todos trazidos por Silva Ramos do Pará. Fora este o berço de nascimento da imprensa amazonense.

De suas prensas saiu o primeiro jornal da Província que, a partir de 03 de maio de 1851, passou a circular às quartas-feiras na capital com o título de “Cinco de Setembro”: de formato pequeno (18×26), um só caderno com 04 páginas e 02 colunas, ao preço de 2\$ réis pela assinatura trimestral. Circulou com este nome por oito meses, quando a 07 de janeiro de 1852 foi rebatizado com o nome de “Estrela do Amazonas” que circulou até 1866, sendo adquirido pelo português Antonio da Cunha Mendes.

Nascia “O Amazonas” (posteriormente apenas “Amazonas”), cujo primeiro número veio a lume em 09 de julho de 1866. Este iria ter vida longa, chegando até a segunda década do século seguinte, por isso, o decano da imprensa amazonense entre os séculos XIX e XX.

Vida longa, pelo contrário, era algo raro entre os jornais, principalmente nesta fase embrionária da imprensa amazonense e, de resto, no país como um todo, caracterizada por uma produção artesanal, realizada em pequenas oficinas onde os serviços gráficos de redação, composição e prensa eram de responsabilidade quase sempre de um único profissional tipógrafo, geralmente o dono. Nelson Werneck Sodré é contundente ao apontar a “incipiente divisão do trabalho” e a “profissionalização apenas relativa” que caracterizavam a imprensa brasileira ao longo do século XIX (SODRÉ, 1999:307-308).

A maioria dos jornais tinha vida efêmera não chegando a completar um semestre, muitos ficavam no seu primeiro mês, como, retomando ao periodismo amazonense, o Vigilante (1859), Chechéo (1861), Lei (1867) e o Actualidade (1874) que não chegaram a três meses de vida (FREIRE, 1990:207, 53, 130 e 28-29 respectivamente).

No caso do Amazonas, a fugacidade dos cadernos impressos naquele período pode ser percebida na tabela organizada abaixo:

Tabela I: Tempo e vida dos jornais amazonenses

Décadas	Quantidade de Publicações	Publicações com menos de um ano de vida	%
1851-59	03	02	66,6
1860-69	17	11	64,7
1870-79	21	15	71,4
1880-89	71	53	74,6
1890-99	77	39	50,6
1900-1908	131	86	65,6

Fonte: FARIA E SOUZA, João Batista *et al.* *A Imprensa no Amazonas (1851-1908): catálogo de jornais*, p. 15-76.

Atentando para a tabela I, percebe-se que ao longo da primeira década a proliferação de impressos foi bastante tímida, apenas três jornais e, se levarmos em consideração apenas as mudanças de nomes (Cinco de Setembro para Estrela Do Amazonas) substancialmente um único jornal e mesmo o terceiro, o “Vigilante” de 1859, que não passou de nove números, podemos inferir que entre 1851 e 1859 circulou apenas um jornal impresso na Província.

Nas duas décadas subseqüentes, ainda que possamos identificar um expressivo aumento de 38 jornais, 17 na década de sessenta e 21 na seguinte, a rapidez com que também desapareciam continua em patamares extremamente altos. Dos 38 jornais nascidos neste período, 26 não chegaram a completar um ano de vida, ou seja, quase 70%.

Vivendo o seu chamado jornalismo áulico (FREIRE, 1990:13-18) os primórdios da imprensa no Amazonas materializavam-se, sobretudo a partir das documentações governamentais que informavam principalmente sobre a conjuntura política da capital imperial, deixando pouca margem para os anúncios e para o noticiário local.³

Tão logo os vultosos dividendos das exportações de borracha se tornaram uma realidade para a economia do Estado a partir de 1880, a infra-estrutura das tipografias passou por certo processo de modernização, equipamentos novos foram comprados, proprietários mais enriquecidos “... estabeleceram nas oficinas typographicas as reformas aconselhadas pelos aperfeiçoamentos modernos...” (FARIA E SOUZA *et al.*, 1908:14) como a xilografia.

O uso do telégrafo foi implementado a partir de 1897 e principalmente o número de mão de obra especializada, sobretudo de tipógrafos portugueses, sofre um aumento considerável em seus quadros. O Almanaque do Amazonas de 1895 informa 38 profissionais,

³ A despeito da limitação que qualquer periodização suscita, esta nos pareceu a menos problemática, tendo em vista não defender marcos estanques, preconizando uma maleabilidade, uma coexistência entre elas. Além do jornalismo áulico, Freire periodizou ainda o panfletário, literário, político e informativo.

distribuídos pelas 05 tipografias da capital (D'ATHAYDE e OLIVEIRA (orgs.), 1895:160-161 e 165-166).

Momento em que começam a emergir na imprensa amazonense tendências questionadoras de senso político, impressos de ordem mais panfletários, como o “Gutenberg” de 1891 em uma linha anarquista e o “Operário” de 1892 de cunho proletário.

Entre as últimas décadas do século XIX e primeira do XX, o número de jornais que a cada dia invadiam os recantos da capital amazonense sofreu um aumento até então jamais registrado. Se no início de 1880 circulavam pela capital pouco mais de 20 impressos, no final desta década o número tinha mais do que triplicado, chegando a 71 periódicos mantendo-se estável até a virada do século com 77 jornais para, finalmente, quase duplicar ao término da primeira década do século XX.

Atentando-se para o recorte, digamos entre 1880, quando a borracha começa a tomar forma de riqueza econômica para o Amazonas, e 1908, quando este monopólio começa a se esfacelar, chegaremos a um número bastante significativo de 279 jornais, respaldando o *boom* do periodismo amazonense do qual nos fala o historiador (PINHEIRO, 2003:04).

Comparando a cifra amazonense com os 882 jornais levantados por Juarez Bahia para o Rio de Janeiro entre 1880 e 1907, podemos ter uma dimensão do *boom* da imprensa no Amazonas que, em um mesmo período, produziu quase 35% do total carioca, maior mercado de folhas jornalísticas do país naquele momento, como registra a tabela organizada a seguir:

Tabela II: Comparativos de Periódicos – AM/RJ

Ano	AM	RJ	Ano	AM	RJ
1880	03	42	1894	04	21
1881	03	95	1895	08	46
1882	09	64	1896	08	30
1883	01	56	1897	14	29
1884	07	37	1898	11	30
1885	06	44	1899	19	17
1886	09	37	1900	13	*
1887	05	23	1901	26	25
1888	15	45	1902	14	26
1889	17	26	1903	16	21
1889	04	*	1904	18	28
1890	08	29	1905	16	17
1891	06	25	1906	19	19
1892	05	24	1907	25	20
1893	08	26	1908	09	*

Fonte: elaborado a partir dos dados citados por (BAHIA, 1990: 121) e (FARIA E SOUZA, *et al.* Op.Cit: 77). * Cifras não referendadas por Bahia.

O que fica novamente de comum com as outras décadas é a tônica de vida curta dos periódicos que, no caso amazonense, do total de jornais que vieram a público dentro do recorte tratado acima (1880-1908), 178 ou quase 64% não chegaram ao primeiro ano de vida, dentre estes se destacam os pasquins nascidos com o único intuito de sátira social, que desapareciam tão logo os casos escabrosos fossem esquecidos ou substituídos por outros, para os quais tradicionalmente se criava um “outro” jornal ou um novo título.

Ao longo do período, os principais jornais da cidade, tradicionalmente referendados como “grande, ou ‘boa’ imprensa”, se nunca chegaram a quantidades significativas, destacavam-se, porém, pela maior longevidade em seus trabalhos já que, em regra, eram de propriedade dos moradores mais abastados, podendo dispensar consideráveis somas para um melhor aparelhamento técnico e profissional de suas oficinas resultando em jornais diários de melhor qualidade, a um custo mais baixo, conquistando atenções e propagandas que por sua vez ajudavam na manutenção das folhas.⁴

Esta modalidade de imprensa frequentava comumente as estatísticas dos levantamentos oficiais. Segundo o Almanaque de 1895 os “jornais que se publicam na capital [são] Amazonas, Diário Oficial e A Republica” (D’ATHAYDE e OLIVEIRA (orgs.), 1895: 140). Uma historiografia tradicional local, por meio do punho de Genesino Braga segue a mesma tônica; ao escrever sobre uma reunião envolvendo em 1899 os principais donos de jornais de Manaus, Braga declarou: “Todos os jornais da cidade se fizeram representar: o Comercio do Amazonas, o Diário de Noticias, o Amazonas Comercial, a Federação, o Diário Oficial e o Amazonas” (BRAGA, 1983:130).

A “grande imprensa” no Amazonas desenvolveu-se à medida que o *boom* econômico da borracha avançava e conviveu século XX adentro com pasquins mexeriqueiros, panfletos operários de cunhos anarquistas e socialistas, jornais estudantis como os do Liceu D. Pedro II, folhas femininas dedicadas as “grandes senhoras” da sociedade ou as “gentilíssimas leitoras” do Jornal do Comércio, “Politeamas” dedicados aos ilustres da cidade. Todos vingavam tão instantaneamente como desapareciam do cenário local.

Os folhetins, se antes apareciam em grande destaque, foram perdendo espaços para as reportagens, limitando-se aos pés de página, a retórica bombástica e doutrinária cede lugar à proposta da entrevista redigida objetivamente, inventando praticamente a figura do repórter, da qual João do Rio (alcunha de Paulo Barreto) é o maior expoente, e dos correspondentes que passavam a reportar as notícias a partir do palco dos acontecimentos.⁵

⁴ A título de exemplo, a família Nery, das mais influentes de Manaus no início do XX, era sócia de dois grandes jornais em 1899. Silvério Nery, futuro governador do Estado era um dos donos do “Amazonas Comercial” e seu irmão Raimundo Nery era um dos sócios do “Comércio do Amazonas” (BRAGA, 1983:127).

⁵ Machado de Assis foi repórter parlamentar no Senado e Euclides da Cunha cobriu para o “Estado de São Paulo” o desenrolar sangrento da guerra contra Canudos na Bahia.

Colunas mais específicas e sistemáticas começaram a oferecer uma nova diagramação aos jornais, os anúncios por sua vez, se antes resumidos, repetitivos e desimportantes, obedeciam agora à tendência do mercado passando a colaborar de forma crescente para os lucros das folhas, cujas notícias, com a invenção do telégrafo, passam a ter um poder de atração e convencimento maior junto aos leitores.

Segundo o Catálogo da Imprensa Amazonense de 1908, os jornais da cidade “... adquiriam feição e importância diferentes dos tempos anteriores, avolumando os seus informes (...) um novo sopro de vida perpassou no jornalismo e a sua influencia está hoje manifesta e patente” (FARIA E SOUZA *et al*, 1908:14).

Manaus, antes mesmo do fim dos oitocentos, junto a um conturbado processo de reurbanização, presenciaria um “reaquecimento” principalmente da classe baixa e média local (funcionários públicos, professores, militares, comerciantes, lojistas), participantes de forma mais intensa em um mercado de folhas impressas e de uma vida urbana que agora se reanima.

Temas como a movimentação do porto, preços, comércio, escândalos políticos, crimes, mortes, denúncias de improbidades administrativas, esportes, moda e reclames que até então freqüentavam esporadicamente as páginas dos jornais, passam a ser diariamente “pilhados” por esta imprensa atendida com a intensa vivacidade da cidade que lhe abriga.

Estas novas matizes e inquietudes sociais, experimentadas em meio a uma capital de novas tonalidades urbanas, passam, a partir da primeira década do XX, a se “intrometer”, como sugere (CRUZ, 2000:19) nas linhas editoriais da “grande imprensa”, que, no caso de Manaus, o Jornal do Comércio, vindo a público em 1904, foi um dos grandes representantes.

Jornal do Comércio: o “fazer-se” de uma folha centenária.

O centenário Jornal do Comércio ganhou pela primeira vez as ruas de Manaus em 02 de janeiro de 1904, junto com ele, naquele ano, mais 17 jornais floresceriam na cidade, sendo um momento fértil na criação de impressos (ver tabela II). Sua redação e oficinas, em edifício próprio, localizavam-se na Avenida Eduardo Ribeiro nº 11, centro de Manaus. Em sua **primeira fase** (janeiro de 1904 a abril de 1906), o JC se confundia com a figura do seu fundador Joaquim Rocha dos Santos que dirigiu os trabalhos até sua morte no ano seguinte.

Destes momentos iniciais, documentalmente pouca coisa foi preservada, talvez o choque da morte do seu fundador tenha tido forte influência num processo de desorganização de seus arquivos, comprometendo a conservação dos primeiros números do periódico.

O Jornal do Comércio permaneceria inativo por quatro meses, reaparecendo em 15 de abril de 1906 sob a direção do jornalista Alcides Bahia que também passou a acumular a

função de editor-chefe, comandando cerca de seis jornalistas (Jornal do Comércio, Manaus, 2004:50),⁶ inaugurando uma **segunda fase** (1906-1908) do jornal.

Nos dias que se seguiram os confrades de imprensa local como o tradicional “Amazonas” e o “Correio do Norte” também manifestariam sentimentos de júbilo e cordialidade para com o reaparecimento do Jornal do Comércio, um órgão de imprensa que, como apregoavam, seria de vital importância na missão de conservar os jornais amazonenses numa “... atitude de batalhadores prudentes e perseverantes, sem desfalecimento nem tergiversações em pró da grandeza do Estado” (Jornal do Comércio, Manaus, 1906).

Pretendendo “ares” de jornal-empresa, desde suas primeiras edições, o jornal publicaria algumas notícias nacionais e estrangeiras destacando-as em seção exclusiva: “Telegrammas”. Em seus primeiros anos, o periódico se caracterizaria por uma edição de textos tacitamente descritivos, construídos sem grandes alardes, procurando versar objetivamente sobre o acontecido. Na primeira página, por vezes ilustrando algumas autoridades, vinham desenhos à “bico de pena”, mas as ilustrações ou quaisquer outros recursos gráficos tinham apenas importância secundária na composição das notícias veiculadas pelo jornal.

Seguindo esta tendência se operou uma divisão nos quadros funcionais da folha, dividindo-os em seções de reportagem, oficinas, caixa e redação, todos dirigidos por respectivos chefes subordinados ao diretor (Jornal do Comércio, Manaus, 1908). Desde sua inauguração mantinha correspondentes em Portugal, nas principais cidades interioranas do Estado, como Itacoatiara, Manacapuru, Parintins e na foz dos principais rios da região (Madeira, Javari e Purus) onde, há alguns anos, vinha penetrando (FREIRE, 1990:120).

O moderno assumia feições do novo e as novidades eram sempre aventadas como práticas de “civildade” em oposição aos costumes “bárbaros” da cultura índia/mestiça tradicional. Como em um “escambo” procurava-se trocar o “primitivo” pelo novo: a tapera de barro e palha pelo sobrado de alvenaria; os costumeiros banhos públicos nos igarapés pelo recato íntimo dos banheiros; a canoa e a tração animal pelo bonde e o automóvel e, finalmente, a “fugaz” tradição da oralidade pela perene cultura das letras, na qual a imprensa assumia uma notória e estratégica importância.

A imprensa participa ativamente dos projetos modernizadores da Manaus no início do XX, não só os apoiando como apontando caminhos e criticando suas faltas e seus faltosos. O Jornal do Comércio em 1906 denunciava na nota “A edificação em Manáos” as condições das construções na cidade como sendo “o mais anti-hygienico”, não obedecendo a qualquer plano ou projeto científico de construção, ferindo a cidade planejada pretendida pelo JC que, por isso, cobrava rígidas e rápidas providências dos poderes: “O Poder Legislativo Municipal deve

⁶ Trata-se da edição comemorativa de seu centenário (02 de janeiro de 2004). Todos os números de 2004, presentes neste artigo, são referentes a esta edição do centenário do Jornal do Comércio.

pôr cobro a esta falta imperdoável numa cidade nova, decretando leis severas de acordo com os progressos da sciencia” (Jornal do Comércio, Manaus, 1906).

No ano de 1907, o jornal acha-se novamente sob nova direção, assumindo-o como novo proprietário e diretor o jornalista Vicente Reis. A folha no início de 1908 deixa de ser “Propriedade de uma Empresa” passando a ser gerenciada por uma nova firma composta em sociedade anônima denominada de Reis & Companhia, iniciando a **terceira fase** (1908-1943) do jornal que, ao contrário das breves fases iniciais, seria bastante longa indo até 1943 quando Reis o vende para os “Diários Associados” de Assis Chateaubriand.

Um “*layout*” do jornal nestes primeiros anos obedecia a uma regra de quatro páginas, no mínimo seis e no máximo oito colunas, as dimensões de 1904 a 1908, inalteradas (44X63) (FREIRE, 1990:120). Afora, algumas sutis mudanças, nestas fases iniciais o formato da folha permaneceria sem grandes mudanças.⁷

Entre suas principais colunas destacam-se: “Indicações”, “Telegrammas” e “Varias Noticias” que tradicionalmente “abriam” as edições. Mesmo percebendo uma costumeira organização na editoração da folha é importante frisar que esta era maleável e mais dependia de quão determinados assuntos, sobretudo comerciais, interessavam aos leitores.⁸

O próprio nascimento do Jornal do Comércio no Amazonas é contemporâneo aos acontecimentos da questão acreana em que uma separação política/administrativa daquela área, rica em seringueiras, traria fortes prejuízos ao comércio local. A folha se mostraria sensível a estas importantes questões econômicas.

Como atalaia vigilante dos **interesses comerciais** do Amazonas e para o fiel cumprimento do compromisso tomado e realização do ideal que tem em vista, o JORNAL DO COMMERCIO, desde já, se manifesta em **franca divergência com qualquer solução que se dê a questão acreana**, desde que ella saia dos moldes da constituição da Republica, ferindo os interesses do Estado do Amazonas. Sirva este nosso brado em favor dos negócios do Amazonas para despertar a imprensa indígena em prol dos nossos sagrados direitos (Jornal do Comércio, Manaus, 1904, grifo meu).

Na diversificada coluna “Telegrammas” percebe-se maior destaque a notícias que poderiam interessar a determinados segmentos sociais da cidade como as colônias de imigrantes nacionais, em maior relevo a de nordestinos, enquanto entre os estrangeiros, destacavam-se os portugueses (a folha mantinha um correspondente neste país), espanhóis e italianos. Uma gama de imigrantes nacionais e estrangeiros, por intermédio do JC, poderia se manter informada sobre os acontecimentos de suas terras natais representando uma significativa fatia no mercado de folhas impressas para a qual o jornal também se voltou.

⁷ Em datas especiais o número de páginas poderia ser bastante acrescido. Em sua edição de estréia o jornal circulou com 12 páginas, aos domingos poderia vir com 08 e em sua edição centenária, 76 folhas.

⁸ Notas como “Hontem” e “Assumptos Comerciais” tinham como pauta as exportações e importações do Estado, boletins de câmbio, cotações da borracha em Hamburgo, Liverpool e Londres.

Comumente, um conjunto de artigos políticos, notas comerciais, noticiário nacional e internacional, abriam seus cadernos. “Os editaes”, “Noticias Forenses”, notas policiais, queixas populares, obituário, movimentação social (“Theatros” e “Sport”) vinham na segunda página; reservando as duas últimas para os reclames publicitários e demais notas comerciais. Traço marcante eram as constantes publicações dos atos oficiais dos governos, “cadeira cativa” em suas edições,⁹ dando-lhes colorações de uma “espécie de Diário Oficial paralelo” como ressalta (BARBOSA, 1996:58) em referência ao tradicional Jornal do Comércio do Rio de Janeiro, um dos “alvos” de suas pesquisas de doutorado.¹⁰

Quem pudesse em Manaus, ao custo de 50\$000 a anual e 25\$000 a semestral, poderia requisitar os serviços de assinatura da folha. Preços que não mudaram ao longo das primeiras décadas de sua circulação. A partir de 1906, estes serviços foram levados para o interior do Estado ao preço de 60\$000 a assinatura anual e 30\$000 pela semestral. Ao longo da segunda década, o Jornal do Comércio pode também ser assinado a partir do exterior mediante a importância de 70\$000 a anual e 35\$000 a semestral.

Índices estatísticos sobre circulação e difusão dos periódicos nacionais até a primeira década do século XX, mesmo sobre os jornais mais capitalizados, mostram-se extremamente fragmentários ou mesmo inexistentes, principalmente no que diz respeito a informações sobre suas tiragens, comercialização, vendas avulsas e movimentação da mão de obra.

O Jornal do Comércio de Manaus somente a partir de 1909 traria em seu cabeçalho de apresentação o preço de suas assinaturas e só na metade da segunda década informaria também o preço de seu exemplar avulso: 200 réis o do dia e 500 o número atrasado.

A despeito das dificuldades sobre dados estatísticos (vendas, preços, tiragens) dos jornais brasileiros no início do século XX, foi possível chegar a um índice das tiragens do Jornal do Comércio, pelo menos para o ano de 1908, em meio as entrelinhas editoriais de seus cadernos que, naquele ano, por conta do sorteio de prêmios para seus leitores, passou a numerar os seus exemplares (de 00001 a 10.000); o dono da edição premiada seria contemplado pelo jornal com “cinco Libras Esterlinas em ouro, á vista do mesmo exemplar” (Jornal do Comércio, Manaus, 1908). País

Tendo em vista não termos o número das tiragens da folha para os anos anteriores, não podemos inferir em quanto sua tiragem cresceu. Todavia, se nos direcionarmos para uma outra comparação pode-se ter uma boa noção ainda da expansão do jornal.

Apesar da numeração se estender também a outros municípios bem menos populosos e desenvolvidos que a capital, a maior parte das edições ficava de fato em Manaus. Discutindo uma probabilidade: digamos que dos dez mil da tiragem total da folha, oito mil

⁹ Notas como “Recebedoria do Estado”, “O Município”, “Despachos Officiaes”, “Thesouro do Estado”, “Serviço Sanitário”, “Alfândega” e os “Telegrammas Officiaes” do governador. Em 1908, parte deste “noticiário oficial” se concentrou na coluna “Carteira do Repórter”, voltando, porém, a ser publicado separadamente.

¹⁰ Outras folhas jornalísticas pesquisadas e discutidas por Barbosa são: Jornal do Brasil, O Paiz (sic), Gazeta de Notícias e Correio da Manhã.

fossem para a capital, se levarmos em conta que em 1908 Manaus tinha aproximadamente oitenta mil habitantes, isto nos levaria a uma proporção de um Jornal do Comércio para cada dez moradores, o que constituiria um público leitor bastante significativo.

Por estes vieses, é emblemático que ao término da primeira década do século XX o jornal já trouxesse em seu cabeçalho de apresentação os dizeres: “No Estado do Amazonas o JORNAL DO COMMERCIO é a folha de maior circulação”.

Anunciar e Seduzir!

Os reclames publicitários, por seu turno, são os que frequentemente mais fugiam as regras editoriais do JC, na medida em que representavam uma das principais estratégias de sedução da folha para com leitores em condições de “consumir” os produtos que anunciava, notadamente os setores considerados da elite como os grandes comerciantes e seringalistas, altos funcionários públicos e das empresas transnacionais, militares de alta patente e ainda setores intermediários como outras esferas do funcionalismo público: fiscais do governo, amanuenses da burocracia administrativa do estado, militares de patentes médias e alguns outros trabalhadores ligados aos serviços administrativos das firmas estrangeiras.

Enfim, quem tivesse recursos, por exemplo, para pagar um dos aposentos em um dos mais “chics” hotéis da cidade, que, como anunciava o jornal, possuía todos os símbolos de uma urbe moderna, haja vista as comodidades de beleza, higiene, cordialidade e preço justo, com os quais o JC apresentava e recomendava o produto anunciado:

O *Grande Hotel* à rua Municipal, nº 80, tendo passado por novas e grandes reformas, pode ser considerado hoje um estabelecimento de primeira ordem em toda a Amazônia. Possui bellos aposentos mobiliados e todos arejados, magníficos banheiros, boa iluminação, ottimo tratamento e os seus preços são commodos.

Recommendamo-lo ao publico (Jornal do Comércio, Manaus, 1908).

O “Delicioso vinho verde São Roque, único importado em Manáos, Antonio dos Santos Cardoso – Rua Quintino Bocayuva, 1, e avenida Eduardo Ribeiro 27”,¹¹ também deveria ser para o deleite dos poucos afortunados moradores de Manaus, paladares “requintados” aos sabores e odores de importados tal como ainda os cigarros da Tabacaria *Bôer* que nos “Anuncios” do Jornal do Comércio de 1910, gabava-se da premiação de melhor em seu ramo de vendas e da notoriedade do lugar:

¹¹ **Jornal do Comércio**. Manaus, 14 Jul 1909.

A medalha de ouro

Por ventura há quem não saiba que foi a Tabacaria Bôer a vencedora da medalha de ouro? E não era de esperar outra cousa, desde que a *Tabacaria Bôer* tem apresentado ao público as melhores marcas de cigarros e apreciadíssimos tabacos.

Disto, felizmente, esta certa a sociedade manauense que tem dado preferência as marcas *Jockey Club*, *Liga Marítima*, *Santa Cruz* e *Bôer*, que são os melhores, unicamente postos a venda pela *Tabacaria Bôer*, onde se reúnem, todos os dias, os mais **ilustres fumantes** desta capital. É na AVENIDA E. RIBEIRO “TABACARIA BOER” de Cezar Barata. – MANÁOS (Jornal do Comércio, Manaus, 1910, grifo meu).

Os destacados, recomendados e ilustrados produtos anunciados pelo JC ajudavam em sua venda e, por conseqüência, o sucesso dos reclames do jornal acabando por atrair novos anunciantes, representando, afinal, um dos principais sustentáculos financeiros dos jornais brasileiros no início do século passado (CRUZ, 1981:81-92).¹²

Em meio às leis e idéias do moderno e belo os limites de Manaus eram empurrados por uma população que não parava de se adensar para além da orla do Rio Negro, projetando-se sobre as matas e os igarapés da cidade. A seção de classificados do Jornal do Comércio também se mostraria sintonizada a estes novos sentidos das vivências urbanas daquela Manaus em transformação cuja demanda de necessidades e vontades se avoluma, animando uma dinamização no setor de produtos, serviços, profissionais e profissões da cidade. Os reclames publicitários do JC constituem, neste sentido, um índice histórico que nos aproxima desta urbe inquietante, pulsante e ávida por negócios.

Nos primeiros anos os cadernos do Jornal do Comércio também se abriam com a coluna “Indicações” e “Profissionais” em que veiculava a prestação de alguns serviços tidos como mais “nobres” da cidade, no caso de advogados, engenheiros, cirurgiões dentistas, tabeliões. Nos “Avisos Úteis” se noticiavam os melhores estabelecimentos comerciais da capital, demonstrando os “ares” de cidade cosmopolita e progressista idealizado para Manaus.

Novas ocupações profissionais que não existiam ou pouco faziam parte do cotidiano urbano até então, como “o guarda-livros Antonio Lobato [que podia] ser procurado nesta redacção a mister de sua profissão” (Jornal do Comércio, Manaus, 1906), oculistas, agentes de seguro, leiloeiros, professores particulares de letras e partituras musicais, à serviço de uma minoria enriquecida, progressista e de bom tom da borracha.

Afinal, a quem poderia interessar as aulas de música das professoras Lulita e Vidinha Pontes, recém instaladas na cidade, ensinando “... em sua residência e em casa de família...” e, como anunciavam no jornal, eram fluentes no piano, violino e bandolim, cujos sons

¹² A linguagem destes reclames, segundo Cruz, em seu início provincial sob o formato de “quase pregoes” ou tímidos classificados do tipo: “vende-se”, “procura-se”, “oferece-se”, no findar dos anos dez, já tinham se tornado espaços jornalísticos de grande destaque para um montante de produtos e serviços urbanos que não paravam de se avolumar e se diversificar, p. 85.

voltavam-se para uma classe seleta, freqüentadora do imponente Teatro Amazonas. Por vezes, restringindo mais ainda o público consumidor, encontramos reclames em idioma estrangeiro, sobretudo francês, a exemplo do anunciado pela professora “Mademoiselle Juliette Dorgia, Recemment arrivée de Paris (Professeur de Violon de Français Système Berlitz)” (Jornal do Comércio, Manaus, 1910 e 1906).

Os anúncios do Jornal do Comércio eram povoados ainda, entre outros, por materiais elétricos, sanitários, remédios, vestuários, jóias, cigarros, imóveis, porcelanas, louças, cristais, vinhos, móveis, bijuterias finas, gramofones, discos, pianos, velocípedes, bicicletas, brinquedos e loterias, os quais, como promoviam a própria folha, só custariam “... cada três linhas a insignificante quantia de mil réis” (Jornal do Comércio, Manaus, 1908), propagandas que atravessavam os seus cadernos como um todo.

Comerciantes locais aproveitando-se das necessidades e/ou das possibilidades da festejada luz elétrica, parcamente em Manaus desde 1896, anunciavam suas “Lâmpadas electricas e materiais para installações”; ou, atentos as alardeadas políticas médicas de higienização das casas dos corpos e das ruas, recomendavam produtos que, segundo prometiam, concorriam satisfatoriamente contra doenças e outros males da saúde como as febres palustres, beribéri, peste bubônica, bronquites, varíola, tuberculose, sarampo; doenças que epidêmica ou endemicamente ceifavam centenas de vidas pela cidade como trazem a lume as notas “Obtuário” e “Os Mortos”, constantes nos cadernos da folha.

Em uma amostra, um “Obtuário” de 1906 dá conta dos óbitos de Anna Quitéria por impaludismo e Benedicta Maria da Conceição, “emplysema pulmonar”. Em “Os Mortos” de 1908 e 1910, Joaquim de Oliveira sucumbiu diante do beribéri, Maria dos Santos diante de uma pneumonia e enquanto Anna Fernandes, Samuel da Silveira e Maria Mendes não resistiram à tuberculose; a morte de Manuel Duque foi motivada por um “galopante beriberi” (Jornal do Comércio, Manaus, 1906, 1908 e 1910).

Neste sentido, como um antídoto contra algumas doenças acima recuperamos promessas de cura e saúde prometidas nos reclames do Jornal do Comércio: “Quereis curarvos de catharro, bronchites, tosse rebelde (...) bebei a Doreina...”; contra os males do estômago, anemia, convalescenças, debilidades de senhoras grávidas “... é o vinho regenerador Reconstituente Modelo, o Tónico mais indicado...”; para combater as febres e sezões, nada melhor do que “... as pílulas e elixir Mata-sezoes...”, todos os remédios do “chimico-pharmaceutico Camillo Levy” (Jornal do Comércio, Manaus, 1908).

Por vezes, em meio a tais anúncios, as promessas de cura eram extremamente diretas e práticas (veneno x antídoto): “Doe? Gelol!”, constantemente veiculada nos reclames do jornal ao longo de 1908, ou ainda, os “Avisos úteis” de 1917 prometem: “Ashma! – Bromil”; “Coqueluche – Bromil” (Jornal do Comércio, Manaus, 1908 e 1917).

Estas linhas expressavam o triunfo do saber médico-científico tomado como única prática de cura dos males da saúde, instrumento de assepsia contra os “germes miasmáticos”, como os medicamentos manipulados pelo cientista Camilo Levy do anúncio acima, era o domínio deste saber a chancela profilática dos remédios recomendados pelo jornal.

Antigas práticas de cura local, cujas raízes remontam a culturas indígenas, começaram a ser denunciadas como resíduos de barbárie que incomodavam e punham em risco a vida das pessoas. Foi neste sentido que me deparei, em 1915, como alguns moradores de Manaus indo ao JC pedir a “... atenção da polícia para a mulher que incomoda a vizinhança com bruxaria...”. A tal “bruxa” talvez não passasse de uma praticante das tradicionais pajelanças e benzeduras, modos de curas animados por ervas, “passes” e rezas, todas, segundo os denunciantes, experiências “immoraes” praticadas por uma mulher que “... vive queimando diariamente pimenta, folhas e raízes...”, em um ritual descompassado a conjuntura científica da época, por isso, condenado na imprensa local (Jornal do Comércio, Manaus, 1915).

No ano de 1908 as “Inedictoriaes” do JC alardearam a cidade com uma possível chegada da peste bubônica. Entre as várias prescrições preventivas ditadas pelo jornal a limpeza das casas e dos corpos foi à tônica. Assim, solução de potássio, “alcatrolina”, solução de sulfato de cobre, querosene e pastilhas de formol, o “Sabonete sanitário” que perfuma “por excellencia”, todos recomendados, sobretudo para “as senhoras e senhoritas”, seria um poderoso instrumento de higienização; ou “Pinho branco aplainado e em bruto” vendido pela Sotto-Mayor, Ferreira & Comp anunciado no jornal, poderia ser também um potente agente saneador contra o perigo dos germes (Jornal do Comércio, Manaus, 1908 e 1910).

Quando a tinturaria Jolanda se instala na capital em 1910, seu reclame destacava o sistema norte-americano “HOFFMAN” de passagem de roupa, melhor que “os ferros de mão”, haja vista queimarem e sujarem. O sistema, além de não queimar e sujar, com seu “vapor secco, mata os **germens** ou **micróbios** que o enfeite pode ter, faz desaparecer qualquer máo cheiro que a roupa pode ter...” (Jornal do Comércio, Manaus, 1910. Grifo meu).

Consciente de que os serviços da tinturaria eram voltados para os poucos abastados da cidade, seu proprietário não se descuidou também do amplo mercado das lavadeiras locais, para as quais oferecia a “Água de Raiz Saponaria Jolanda” que poderia não ter o mesmo status do sistema “HOFFMAN”, mas seguia igualmente os mesmos preceitos da assepsia científica importada da Europa. Assim, vejamos outras promessas da “Saponaria Jolanda: “Aviso as senhoras **Lavadeiras** – com a nossa Água Saponaria não é preciso ferver a roupa nem leva-la ao sol para ficar alva, sem nodoas e **desinfectada** de qualquer micróbio, é de uso geral nas melhores lavanderias da Europa” (Jornal do Comércio, Manaus, 1912. Grifo meu).

Abaixo, justapostas, organizei uma amostra de alguns anúncios do JC (1911-1915).



O Jornal do Comércio como tribuna política

Seguindo uma tendência sustentada tanto pela historiadora Marialva Barbosa que, sobre o Jornal do Comércio carioca, destaca "... sua feição conservadora e de claro apoio a quem estava no poder..." (BARBOSA, 1996:54), quanto por Maria Luiza Pinheiro sobre a folha amazonense: "... um periódico tradicionalmente ligado aos grupos dominantes..." (PINHEIRO, 2001:10), o que resumi o JC nortista era o tom de sobriedade de suas edições.

Anísio Jobim, conhecido historiador da "velha guarda" amazonense, em 1934, já sustentava esta característica do Jornal do Comércio manauense: "Jornal do Commercio, velho e conceituado órgão desta capital, que conserva geralmente uma linha de **sobriedade** e competência nos seus artigos e nas suas críticas" (JOBIM, 1934:100. Grifo meu).

A folha, em seu número de estréia, enfatiza sua inabalável imparcialidade editorial, se apresentando como órgão politicamente neutro, deixando tal lide aos poderes competentes, limitando-se a uma vigília crítica e ponderada das ações do governo, procedimentos que visavam dar formas aos comedimentos jornalísticos da folha destacados por Jobim.

Sem compromissos e liames que o prendam a parcialidades políticas do Estado, o JORNAL DO COMMERCIO é **neutro** nas lides que visem a economia e interesses dos partidos políticos que se degladiam pelos poderes públicos do Estado. Deixando, portanto, a política lá onde ella esta, este jornal não abdica, porém dos inauferíveis direitos constitucionais da livre apreciação e critica, dentro do ameito da lei, dos actos públicos que rocem com questões sociaes que affectem interesses geraes, máxime quando contrários ás soluções de problemas sociológicos exigidos pela opinião publica do Estado ou da União (Jornal do Comércio, Manaus, 1904. Grifo meu).¹³

A partir de 1906, no entanto, o Jornal do Comércio e o Correio do Norte travaram uma acalorada discussão em torno das posturas que deveriam nortear as editorações dos jornais no que tange principalmente as críticas políticas que, como alegava o Jornal do Comércio, deveriam sempre primar pela ponderação e equilíbrio, itens que o seu confrade local, segundo enfatizava os articulistas do JC, não estava cultivando em suas críticas aos governos locais descambando para ações irresponsáveis, próprias de uma imprensa virulenta, pecha com a qual o Jornal do Comércio passaria a pintar o Correio do Norte.

Veja-se um dos primeiros fragmentos desta querela sob a luz da nota “Opiniões E Controvérsias: Imprensa Errada”, veiculada nos cadernos do Jornal do Comércio:

Dentro de nosso programa de folha imparcial com opinião sobre acontecimentos políticos desta terra, não podemos deixar de explorar a attitude violenta, e, porventura, inconveniente, da imprensa opposicionista, que, para apreciar os actos do governo, não carece de insultar e offender a pessoa do governador.

O “Correio do Norte” de hontem, n’um artigo intitulado Contra a Moral, accusando o governo de algumas illegalidades, faz acompanhar a sua accuzação de referencias por demais virulentas, impróprias de uma imprensa que se presa e que comprehende a sua missão junto da sociedade.

Ao que indica as linhas do JC, o artigo do Correio do Norte estava denunciando improbidades de alguns funcionários públicos que “... não cumprem os seus deveres e abusam da sua posição em proveito de seus interesses particulares...”. O que motivava a condenação do Jornal do Comércio não era a justeza ou não da denúncia do Correio, visto “não conhecermos os factos sobre que ella se baseia...”, mas a forma como foi escrita,

¹³ Em sua edição centenária de 2004, em sua vasta lista de agradecimentos, o atual presidente da folha, Guilherme Aluizio, destaca: “Obrigado aos governantes desta terra, aos políticos e empresários com quem convivemos há tanto tempo”.

atacando diretamente o governador que, como sustentava o JC, poderia “... estar completamente estranho ao supposto escândalo...” concluindo a crítica ao seu confrade:

Não estamos encarregados de fazer a defeza do governo, nem queremos fazel-a. Essa missão cabe ao órgão que apóia a situação, e que certamente virá a campo amparar as accusações expendidas. O que nos faz condemnar a atitude do “Correio”, não são as suas accusações ao governo na sua essência, é o desrespeito pela autoridade constituída, que é digna e respeitável, é a offensa ao homem publico tangenciando o foro intimo do homem particular (...) Reflecta o “Correio” que esta commetendo uma acção má, que o divorcia do publico sensato e moderado, e o distancia da opinião publica (Jornal do Comércio, Manaus, 1906).

O intento de neutralidade construído pelo Jornal do Comércio não vai além do discurso, em suas linhas se flagra um jornal que não consegue e nem poderia escapar as paixões políticas/partidárias que encerram qualquer atividade que lida com a opinião pública. Quando define o Correio do Norte como folha oposicionista, invariavelmente se põe na situação política contrária a defendida pelo Correio do Norte.¹⁴

No sentido ainda de colocar a prova às paixões e convicções políticas do JC, em 1908, quando a folha se torna sociedade anônima, um dos seus principais acionistas era Adolpho de Miranda Lisboa, político dos mais influentes, superintendente municipal (1903-1906), período em que os editoriais do Jornal do Comércio não se cansavam de tecer elogios e bajulações ao militar “brioso e disciplinado”, ao político “inteligente e esforçado” e ao cidadão “generoso e sensível [de] caráter puro e doce affavel e bom” (Jornal do Comércio, Manaus, 1905).

Em 1906, o jornal, do “pedestal” de sua suposta imparcialidade: “Órgão imparcial, sem filiação partidária, sem ligações políticas...” (Jornal do Comércio, Manaus, 1906) não se eximiria de tomar a defesa do superintendente Lisboa. Primeiro na questão do contrato para estabelecimentos de quiosques na cidade e, em seguida, no caso do arrendamento do Mercado e do Matadouro públicos, revitalizando as febris discussões contra o Correio do Norte.

As querelas giravam em torno, sobretudo da legalidade dos atos administrativos do superintendente que, na condição de militar, segundo a Constituição do Estado, não poderia exercer cargos civis administrativos como enfatizava o Correio do Norte e um outro aliado seu, o Desembargador do Tribunal de Justiça do Estado Dr. Antonio Pereira de Sá Peixoto que julgava “... nullos todos os actos do actual Superintendente Municipal, por julgal-o parte incompetente e illegal para contractar...” (Jornal do Comércio, Manaus, 1906).

O JC, por seu turno, logo viria à cena na defesa do superintendente, valendo-se para tanto da Constituição Federal que “... não exclue os militares da representação municipal,

¹⁴ Infelizmente nunca conseguimos encontrar exemplares do Correio do Norte, impedindo um maior contraponto das disputas entre as folhas jornalísticas.

estadual ou federal. Eles podem votar e ser votados”, como enfatiza o periódico em um extenso texto publicado na coluna “Opiniões E Controvérsias: O Contracto dos K’osques e o Accordam do Superior Tribunal”, propondo a reforma da constituição estadual sobretudo, logicamente “... no ponto referente à nomeação de militares para os executivos municipais, estaduais e federais (...) dando margens assim as acusações do desembargador e as denúncias do Correio” (Jornal do Comércio, Manaus, 1906).

No que tange a questão das concessões do mercado e matadouro público, além da questão sobre a legalidade ou não do governo municipal, questionava-se a lisura do contrato de arrendamento, bem como todo o processo que culminou na assinatura deste que, como denunciava o Correio do Norte, estava repleto de venalidades no que diz respeito à licitação pública e de privilégios para os arrendatários, tal como discorreu o JC:

... o Correio deu uma grande sincada revestindo os contractos do Mecado e Matadouro de qualidades de privilegio e faltas de concorrência publica. Nem se pode comprehender em que consiste o privilegio nos casos de arrendamento, nem se pode argumentar contra factos (...) mas o Correio esta como cego que não quer ver, e d’ahi não há remédio a dar-lhe.

E, em letras garrafais de primeira página, afirma a lisura dos contratos:

OS RESPECTIVOS CONTRACTOS FORAM FEITOS EM CONCORRENCIA PUBLICA ANNUNCIADA POR EDITAES DA INTENDENCIA, E SOBRE PROPOSTAS A ESTA APRESENTADAS, OBSERVADAS TODAS AS EXIGENCIAS LEGAES (Jornal do Comércio, Manaus, 1906).

Não desagradar o superintendente municipal Adolpho Lisboa, um de seus associados, era ser visto ainda com bons olhos pelo Governador, os irmãos Nery, Silvério ou Constantino que, nos primeiros anos do século passado, se revezaram no comando do executivo local. Ao longo deste período, o JC soube “se comportar”, sem grandes ousadias, frente à oligarquia política na forma das famílias Nery e Bittencourt que dominavam o Estado.

Antônio Bittencourt foi vice-governador no quadriênio de Constantino Nery (1905-1908) quando se elegeu governador, tendo como vice, porém, o antigo adversário do JC, o desembargador Antonio de Sá Peixoto. Bittencourt colocou no comando do município seu próprio filho, Agnello Bittencourt, monopolizando os poderes públicos do Estado, contrariando assim, os Nerys, iniciando uma feroz cisão política.

Apesar do desafeto Sá Peixoto, entre os lados políticos que resultaram da cisão (Bittencourt x Nery), o Jornal do Comércio seguiu em sua tradição de permanecer ao lado de quem estava no poder, se baldeando, portanto, para as causas dos Bittencourt.

No primeiro ano do governo de Bittencourt, visando ao pleito político de 1909, o jornal passou a reservar espaços para as candidaturas indicadas pelo governador às casas

legislativas do Estado e da Federação, ao mesmo tempo em que não se esquivava de publicar notas que manifestassem desprestígios as candidaturas da oligarquia Nery.

Para aquelas eleições o jornal apoiou para o Senado o Coronel Joaquim Sarmento; para Deputado Federal, Dr. Heliodoro Balbi e para o Congresso do Estado o advogado Dr. José Duarte Sobrinho, cuja plataforma política fora “... lançada pelo patriota e honrado governador do estado...”, ganhando destaque nos cadernos do JC em que se pormenorizavam as qualidades “morais” e “intellectuaes” de Sobrinho (Jornal do Comércio, Manaus, 1909).

No flanco oposto havia as candidaturas de Silverio Nery e Affonso de Carvalho cuja carta incriminadora, assinada por um funcionário público em “disponibilidade”, categoria de forte nas eleições, pareceu ser publicada de bom grado pelo JC:

Ao funcionalismo

Constando-me que o sr. coronel Affonso de Carvalho actualmente digna-se, baixando-se de sua alta cuminancia, a pedir votos aos eleitores, que dantes não conhecia e mesmo dizia delles não precisar, lembro aos meus colegas, que este que hoje distribue cartões de felicitações a torto e a direito é o mesmo que sem motivo algum nos ameaçou de fazer evacuar as galerias do Congresso quando alli fomos assistir a nossa degola proposta pelo assas conhecido Quixadá.

Um em disponibilidade (Jornal do Comércio, Manaus, 1909)¹⁵

A campanha do Jornal do Comércio pró-candidatos do governo não conseguiu o seu objetivo a oligarquia Nery, Silvério e Affonso de Carvalho, saiu vitoriosa, levando a parte derrotada a várias manifestações contra os resultados da eleição, sobretudo na forma de um protesto apresentado pelos derrotados Joaquim Sarmento e Heliodoro Balbi, prontamente não acolhido pelos juizes do Amazonas Marcionillo Lessa e Luiz Barreiros que, como denuncia o JC, agiram assim por dívida de gratidão e medo para com os vitoriosos.

Seguiu uma “caça” aos dois juizes pela cidade por parte dos contestadores, para que dessem um parecer ao protesto, ao que ambos negar-se-iam. Na extensa “Columna revisionista” em que a folha destaca a prevaricação dos juizes, ao final, o articulista do JC depois de “costurar” o processo sempre em torno da justeza do protesto de seus candidatos, reafirma a culpabilidade dos Nery: “Nunca vimos scena mais contristadora e comovente. Queiram os srs Silvério e Affonso ser grato para com dr. Barreiros, compensando os seus serviços com generosidade igual ao sacrificio despendido. Paz as almas dos dois juizes” (Jornal do Comércio, Manaus, 1909).

O Jornal do Comércio não perderia a oportunidade de reanimar as discussões todas as vezes que elas se apresentavam, levando inclusive o assunto para além dos editoriais onde comumente era apresentado, como ocorreria em meio à coluna de reclamações populares

¹⁵ A razão do apelido de Affonso de Carvalho provavelmente tenha a ver com a sua terra de origem, a cidade de Quixadá no estado do Ceará. A ação contra os funcionários públicos deu-se nos anos em que o político presidiu o Congresso Legislativo, sendo governador do Estado em exercício entre os anos de 1907/08.

“Queixas do Povo”, onde um reclamante, segundo a nota, falando em nome dos moradores do município de Manacapuru (interior do estado), ao denunciar os desmandos administrativos que ali estão “plantando a miséria e a fome”, retoma as irregularidades das últimas eleições.

Em Manacapuru, porém, os tyranos levam sua perversidade mais adiante. Não é só sugar o sangue de um povo humilhado, não é só **engolir os votos** que esse mesmo povo deposita nas urnas para levantar perante a nação os nomes de seus eleitos, como aconteceu nesta **última eleição**, onde até o voto do suplente do Juiz federal foi engolido... (Jornal do Comércio, Manaus, 1909).

Tanta “ousadia” da folha acabaria motivando, por parte de adversários, a tentativa de empastelamento e mesmo de assassinato dos seus diretores as vésperas das eleições de 1909 (entre 07 e 11 de janeiro) quando se intensificam as animosidades contra os Nerys e seu órgão de imprensa, o Amazonas, e estreitam-se os laços com o governador Bittencourt.

O jornal, ao longo dos vários dias em que deu vazão aos acontecimentos, procurou não só a simpatia dos moradores mantendo-os a par dos acontecimentos, “A Eles, Povo” como ao mesmo tempo tentava direcionar o povo, precisamente os eleitores, contra os seus adversários, manipulando habilmente a situação em pró dos interesses políticos das eleições que se avizinhavam. Então, vejamos o “Povo” para quem o JC denuncia os ataques sofridos:

Fuão Nery e cabo Affonso que andam insultando e abocanhando pelos conciliabulos o nome respeitabilíssimo do **venerando governador** do Estado (...) cuja honestidade não se mede pela bitola desses **salafraços** (...) que tentaram hontem de novo mandar por seus apaniguados **empastelar** o JORNAL DO COMMERCIO e **assassinar** os que aqui trabalham (...) Felizmente o homem de honra que se encontra á testa dos destinos do Estado do Amazonas (...) poz embargo á segunda empreitada sanguinolenta, machinada por esses dois conhecidos incendiários, **desmoralizando-os publicamente** por meio de providencias enérgicas. É chegado o momento da **punição** para os miseráveis que enlamêam a sociedade amazonense. **A elles, povo!** (Jornal do Comércio, Manaus, 1909. Grifo meu).

O “clima” nos dias seguintes ainda seria de bastante apreensão, pairando sempre no ar a ameaça de destruição das oficinas do JC e de morte de seus diretores e colaboradores. Os acusados, por sua vez, se defendiam pelo “Amazonas”, naturalmente dizendo não terem absolutamente nada a ver com os fatos ocorridos. O JC, sem titubeios disparava ferrenhas críticas, satirizando seu confrade pela pecha “o órgão do beco das polacas”, numa alusão capciosa ao local das oficinas do jornal Amazonas, próximo ao baixo meretrício:

Deste modo foi felizmente frustrada a empreitada sinistra dos coveiros assalariados, os quaes, desmoralizados mais uma vez, pelo honrado e benemérito governador do Estado, ainda tiveram o descoco (sic) de vir hontem pelo órgão do **becco das polacas** ver se conseguiam iludir o espírito publico, negando o vandalismo que tiveram em mente por em prática (Jornal do Comércio, Manaus, 1909. Grifo meu).

No dia 11 de janeiro um inquérito para apurar o ocorrido, ordenado pelo desembargador Raposo da Câmara, seria aberto “... afim de ser apurada a responsabilidade da tentativa de empastelamento de nossa typographia...”. Todavia, no mesmo momento, por conta de uma acusação “... torpe do becco das polacas...”, outra investigação contra Gaspar Guimarães, colaborador do JC, sobre suas ações a frente da prefeitura de polícia em 1907, seria o suficiente para a folha reanimar sua fúria contra os Nerys “... e seus serviçaes”:

A miséria fica no lodaçal de onde partio, visto como o Amazonas inteiro rende homenagens ao caráter nunca desmentido desse cavalheiro [Gaspar Guimarães], cujos actos não se mede pela bitola dos accordos dos srs. Silvério Nery e Affonso de Carvalho, a quem a imprensa nacional e estrangeira, por unanimidade, classifica diariamente como merecem (Jornal do Comércio, Manaus, 1909).

As acaloradas disputas entre os grupos chegaram a convenção do Partido Republicano Federal de 1910, que visava principalmente destituir do comando do Partido o ex-governador Silvério Nery. O Jornal do Comércio, ao mesmo tempo em que noticia a convenção, deixava transparecer, por meio de refinada ironia, o clima de rompimento com o qual se desenvolviam as discussões e decisões do evento: “A Convenção do Partido Republicano Federal realizou-se as três horas da tarde e o exercício as 5h. Não havia motivos para temer, já não estamos nos bellos tempos dos jurys á balla e á pata de cavallos!” (Jornal do Comércio, Manaus, 1910).

No entanto, o ponto alto da disputa ainda estava por vir. Em 08 de outubro de 1910 se deu o bombardeio da cidade de Manaus por forças federais incentivado pelo vice-governador Sá Peixoto que, há meses, pedia intervenção federal no Estado. Ainda que fosse da situação a nível local, Bittencourt não contava, diferentemente dos Nerys, com o apoio das principais forças políticas do país, sobretudo do cacique gaúcho Pinheiro Machado.

Bittencourt, depois de ser obrigado a renunciar, é novamente conduzido ao cargo por um *habeas corpus* do Supremo Tribunal Federal, dando continuidade na cidade as disputas entre as facções até 1912 quando, em meio a um convulsionado cenário político articulado por Silvério Nery, com o apoio do senador Pinheiro Machado, é definitivamente deposto.

Findo o conturbado ano de 1910, na última reunião do Conselho Municipal, teve lugar uma moção de repúdio aos acontecimentos de 08 de outubro e de apoio irrevogável ao governador. A moção ganhou também as páginas do Jornal do Comércio:

O município de Manáos, ao ser aberta a actual sessão de sua intendência, reprova e condemna do modo mais enérgico, os acontecimentos deploráveis e criminosos do dia 08 de outubro, reaffirmado sua solidariedade como o benemérito governador do Estado, coronel Antônio Clemente Ribeiro Bittencourt, com quem se congratula pela sua volta triumphal ao governo do Amazonas (Jornal do Comércio, Manaus, 1910).

A esta altura Alcides Bahia já não estava mais à frente do JC, assumindo justamente a redação do “Amazonas” ou o “órgão do becco das polacas” como preferia o JC. Os posicionamentos partidários do jornalista, antigo chefe redator dos dois mais importantes jornais da época, como sustenta o historiador Anísio Jobim, não tinham nada de imparciais:

[...] ingressou no Amazonas, jornal do governo, que era o cenáculo onde se agrupavam os figurões políticos da terra. Foi um **defensor extremado dos governos de Syverio e Constantino, Affonso de Carvalho** e Antônio Bittencourt, quando este último não tinha **rompido** em oposição ao seu partido (JOBIM, 1934: 74-75. Grifo meu).

Por este viés, é compreensível as portas abertas que os Nerys sempre encontravam na redação do Amazonas que, após a cisão política de 1908, continuou rendendo homenagem aos Nerys, portanto, em franca oposição aos Bittencourts, lado para o qual, neste momento, o Jornal do Comércio começou a pender.

O ano de 1908 reafirma o Jornal do Comércio no cenário da imprensa local, colocando-o no centro de disputas políticas partidárias, tribuna de discussões em claros desafios aos tradicionais jornais da cidade como o Amazonas e o Correio do Norte, sublinhando a terceira fase do JC quando também se inicia mudanças mais intensas na editoração que passa a contar com novas notas jornalísticas mais sucintas e dispersas por um número maior de colunas, conferindo um aspecto mais condensado a diagramação da folha, levando o jornal a enfatizar: “*Os leitores devem ter prestado atenção a varias reformas que temos introduzido no nosso JORNAL*” (Jornal do Comércio, Manaus, 1908).

Em 1911, começa-se a dar um maior destaque às ilustrações, presas antes a poucos desenhos a bico de pena. Primeiro, inaugura-se a “Gravura do Dia”, desenho geralmente em forma de caricatura ridicularizando homens públicos que descontentavam o jornal, sobretudo os contrários ao governador Bittencourt, ou, ainda, satirizar dilemas urbanos que não paravam de se avolumar, dificultando, sobretudo a vida dos menos favorecidos, como os “crônicos” problemas de água, luz e transporte que já tinham “se intrometido” nas páginas da imprensa local, sobretudo, no caso do JC, por intermédio da coluna Queixas do Povo.

Uma das primeiras gravuras veiculadas, em meio ao conturbado cenário político da segunda década, teria como alvo seu desafeto político, o desembargador Sá Peixoto que, entre idas e vindas da cidade, continuava conspirando contra o governo Bittencourt:



Figura I – A Gravura do Dia.

Fonte: Jornal do Comércio de 03 de Outubro de 1911.

Porém, 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, permitiria 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.

Antes mesmo das máquinas chegarem, o jornal começou sistematicamente a veicular a novidade em seus cadernos, criando um clima de expectativa na cidade. Em junho, nas docas da *Harbour*, chegaram as máquinas que foram em seguida, como um testemunho da modernidade e poder da folha, postas em exposição, sublinhando o *status* que o JC agora teria no cenário da imprensa local:

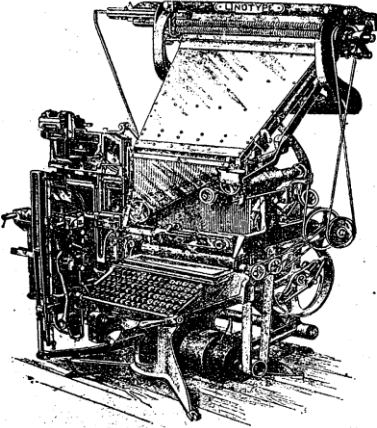
<p>O LINOTIPO</p> <p>As novas machinas do JORNAL do COMMERCIO</p> <p>Communicamos ao publico que a bordo do "Aidan" que, procedente da America, aqui deve ancorar no dia 10 do corrente, chegarão as nossas novas machinas, especialmente fabricadas pela MERSENTHALER LINOTYPE, de New-York.</p> <p>Acompanhando esse material vem o habil engenheiro A. Walderrama, especialmente contractado para realizar a montagem das machinas.</p> <p>Esperamos fazel-as funcionar ainda este mes.</p>	<p>A EVOLUÇÃO DA IMPRENSA</p>  <p>As nossas machinas de Linotypo foram hontem retiradas da Alfandega. O serviço da montagem foi iniciado, sob a direção do habilissimo mecanico norte-americano, snr. Alfredo Walderrama, da Mergenthaler Linotyp, Co., de New-York.</p> <p>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.</p> <p>A inauguração do serviço terá logar 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.</p>
--	---

Figura II e III – O linotipo do Jornal do Comércio.
Fonte: Jornal do Comércio de 07 de Maio e 09 de Junho de 1912.

Apesar das promessas de iniciar as atividades do linotipo em duas semanas, a contar do dia 09 de junho, os trabalhos enfrentaram alguns contratemplos, provavelmente no treinamento dos profissionais linotipistas há tempos acostumados com o "... sistema vigente: formas em relevo, em que cada palavra era montada letra a letra e em seguida prensada" (Jornal do Comércio, Manaus, 2004). Apenas no dia 22 de agosto o JC pode finalmente destacar em seus cadernos os trabalhos impressos por meio do linotipo.

Posteriormente, em 1913, a folha inaugura a sua atividade fotográfica ou "Photogravuras" como fora batizada no jornal. O recurso das imagens (desenhos, gravuras, fotografias) passaria a ter também um maior poder de sedução frente a uma gama de leitores que, a cada novidade nos trabalhos de impressão da folha, diversificava-se, esgarçando-se em um corpo social para além dos intelectuais, acadêmicos e políticos, atingindo e se enraizando em setores da sociedade, até então, pouco simpáticos à cultura impressa.

A cultura impressa, como um dos ícones da modernidade, acaba que por "naturalizar" seu olhar sobre a cidade, tudo que publica assume uma conotação de verdade, testemunha dos fatos já que supostamente materializaria em seus cadernos experiências sociais na proporção "exata" do acontecido. Veracidade que assumiria colorações mais contundentes ainda em virtude do uso dos desenhos, gravuras e posteriormente da fotografia ilustrando tramas e dramas sociais convertidos em notícias jornalísticas.

Sem abandonar a costumeira sobriedade de suas edições, o olhar do jornal, porém, nesta terceira fase, volta-se para uma cidade cuja vida urbana enreda-se por teias sociais mais complexas e sinuosas animadas por cotidianos urbanos mais cruentos na forma de assassinatos, crimes passionais, escândalos sociais, gatunagens, arbitrariedades policiais,

enfim, vivências urbanas em suas várias matizes, vivificadas por uma gama de moradores, até então, pouco contemplados pela folha e que passam a figurar nesta, principalmente em meio a crônicas urbanas “menos nobres”, tanto no papel de vítimas e/ou prejudicados quanto no papel de algozes e/ou contraventores.

O jornal centenário: suspiros que vem do passado!

Conheci o Jornal do Comércio de Manaus em 2000 como fonte de pesquisa sobre a Manaus da borracha, tema de PIBIC, TCC e Mestrado. Trajetória que me possibilitou uma boa intimidade com este periódico, o mais antigo do estado, mas que há pelo menos cinquenta anos não tem mais a mesma força.

Como quase tudo no Amazonas, a crise da borracha, a partir da Primeira Guerra, teve um forte impacto na economia local levando a falência vários empreendimentos. O JC sobreviveu, resistiu à duras penas as crises que se acentuaram depois dos anos vinte.

Quando fazia o Doutorado, mesmo não tendo mais a informação impressa como fonte primária (e sim as fontes orais), ainda me vali dos ricos conhecimentos do antigo Jornal do Comércio, agora mais centrado entre a década de vinte e a década de sessenta.

Foi então que percebi o contraste para o vigoroso jornal do início do século, diferenças estas que não caberiam nos limites deste artigo. Ainda assim, à medida que avançava nos tempos do JC, fui percebendo a “pobreza” de suas notícias, quase sempre informações “requentadas” do “sul maravilha” com exaustiva repetição de informações; a rarefação de suas colunas, tão densas entre 1904 e 1920; a quase inércia de sua linha investigativa; as raras ilustrações, presença constante em seus primeiros anos.

Índice destas diferenças pude mensurar pelo estado de conservação de seus cadernos, é lógico que não podemos esquecer a débil política de conservação documental deste país, especialmente em regiões periféricas como o norte. Ainda assim, me chamou a atenção que os primeiros exemplares do JC, entre 1906 e 1917, mantêm-se mais intactos e legíveis do que os das décadas seguintes, indicando a boa qualidade do papel e impressão de antes.

Mesmo no terceiro milênio o jornal pouco lembra a energia de cem anos atrás, e não se trata de nenhum saudosismo! Lógico que o papel é melhor, o volume de informações também, as fotos são coloridas e em maior número. Mas, afora em determinadas bancas de vendas, é difícil encontrar hoje em Manaus o JC, quanto mais no interior; em seus primeiros anos, pelo contrário, mantinha correspondente em Portugal e em vários interiores do estado.

O periódico é quase um estranho à maioria dos moradores de Manaus. Ainda me lembro de um colega da graduação que me perguntou se este “tal” Jornal do Comércio de minhas pesquisas era novo na cidade! O mais antigo jornal do estado, um dos 11 centenários

do país, tinha perdido terreno na estrada do tempo, um estreante, um desconhecido para grande parte dos moradores de Manaus.

Por isso também os júbilos de seu centésimo aniversário em 2004, quando apareceu nas bancas especializadas em mais de 50 páginas dentro de uma caixa personalizada, contendo Cd, Dvd e outras parafernálias modernas!

Seus júbilos me pareciam mais um suspiro de saudade apontado para o promissor jornal de 1904 ou para a vigorosa e atuante folha de 1908 e dos anos seguintes. Parece que, infelizmente, o futuro do “velho” JC seja viver dos seus aniversários quando, menos que apontar para o futuro, pode reverenciar o brilhantismo de suas origens e desta forma se sentir grande e vigoroso.

Referências Bibliográficas

AVÉ-LALLEMANT, Robert. **No rio Amazonas**. São Paulo: EDUSP, 1980.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira**. 4ª ed. São Paulo: Ática, 1990.

BARBOSA, Marialva. **Imprensa, poder e público: os diários do Rio de Janeiro – 1880-1920**. Tese de Doutorado em História. Niterói: UFF, 1996.

BRAGA, Genesino. **Fastígio e sensibilidade do Amazonas de ontem**. 2ª ed. Manaus: Imprensa Oficial, 1983.

CRUZ, Heloísa de Faria. A cidade do reclame: propaganda e periodismo em São Paulo – 1890/1915. **Projeto História**, São Paulo, n° 13, p. 81-92, jun. 1996.

_____. **São Paulo em papel e tinta: periodismo e vida urbana, 1890-1915**. São Paulo: EDUC/FAPEESP, 2000.

D'ATHAYDE, José Feliciano Augusto e OLIVEIRA, Arthur Cardoso de. Parte Histórica. In: **Almanach do Amazonas de 1895**. Manaus: TYP do Amazonas, 1895.

DARNTON, Robert. Rede de intrigas – fofocas, folhetins – as notícias na França do século XVIII. In: MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). **Imprensa e poder**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, p.227-246, 2002.

FALLA do Presidente da Província, Herculano Ferreira Penna, em 01 de outubro de 1853.

FARIA E SOUZA, João Batista de *et al.* **A imprensa no Amazonas (1851-1908)**: Catálogo de Jornais. Manaus: Typographia da Imprensa Oficial, 1908.

FREIRE, José Ribamar Bessa (Org.). **Cem anos de imprensa no Amazonas (1851-1950)**. Manaus: Umberto Calderaro Ltda, 1990.

_____. Da fala boa ao português na Amazônia brasileira. **Amazônia em Cadernos**, Manaus, n° 6, p.01-66, jan/dez. 2000.

_____. **Rio Babel: a história das línguas na Amazônia**. Rio de Janeiro: Atlântica, 2004.

JOBIM, Anísio. **A intelectualidade no extremo norte**. Manaus: Livraria Clássica, 1934.

JORNAL DO COMÉRCIO DE MANAUS – 1904, 1905, 1906, 1908, 1909, 1910, 1911, 1912, 1915 e 2004.

MONTEIRO, Mario Ypiranga. **Fundação de Manaus**. 4ª ed. São Paulo: Metro Cúbico, 1995.

PINHEIRO, Luís Balkar Sá Peixoto. Imprensa e mundo do trabalho na Belle Époque Manauara. **Anais Eletrônicos do XXII Simpósio Nacional de História**, UFPB – João Pessoa, 2003.

PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. **Folhas do norte: letramento e periodismo no Amazonas (1880-1920)**. Tese de Doutorado em História. São Paulo: PUC, 2001.

SODRÉ, Nelson W. **História da imprensa no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: MAUAD, 1999.

THOMPSON, Edward Palmer. **Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

WALLACE, Alfred R. **Viagens pelos rios Amazonas e Negro**. São Paulo: EDUSP, 1979.

Artigo recebido em 09/09/2010

Artigo aceito em 15/12/2010