

ABSTRACT

The main purpose of this paper is to study the beginning of the Republican group in Campinas. Two newspapers are particularly relevant to this study: "Gazeta do Comércio" and "O Constitucional", which presented different political visions.

The main important evidence we found to solve throughout the paper refers to the construction of Republican propaganda in the town with the foundation in 1874-1875 of the newspaper "Problemas do Sul Paulista". This allowed the reflection of political action of the republican group.

The research was done through newspaper articles, the newspaper "Gazeta do Comércio" and "O Constitucional" published in the city of

A GAZETA E O ESTADÃO

Ademir Gebara (*)

(*) Do Departamento de História do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da UNICAMP.

A GAZETA E O ESTADO

Admin. Geral (*)

(*) do Departamento de História do Instituto de História e Geografia
Livraria de Curitiba

ABSTRACT

The main purpose of this paper is to study the beginning of the Republican press in Campinas. Two newspapers are particularly focused in this study: *Gazeta de Campinas*, and *O Constitucional*, which represent different political trends.

The most important problem we intend to solve throughout the paper refers to the centralization of Republican propaganda in São Paulo, with the foundation in 1874/1875 of the newspaper *A Província de São Paulo*. This altered the patterns of political action of the provincial press.

We explain how these changes were expressed by the newspaper which was the center of republican propaganda in the city of Campinas.

ABSTRACT

The main purpose of this paper is to study the beginning of the Republican press in Campinas. Two newspapers are particularly focused in this study: *Diário de Campinas* and *O Constitucional*, which represent different political trends.

The most important problem we intend to solve throughout the paper refers to the centralization of Republican propaganda in São Paulo with the foundation in 1871-1872 of the newspaper *A Pátria* in São Paulo. This allowed the pattern of political action of the provincial press.

We explain how these changes were expressed by the newspaper which was the center of republican propaganda in the city of Campinas.

A GAZETA E O ESTADÃO

Ademir Gebara

“No entanto, como uma história há de puxar outra história, será de bom aviso conhecer-se desde logo dos fatos que vieram detrás prevenindo a necessidade de tornar atrás, quando mais adiante.”

(Júlio Mariano)

Os Jornais

De início, convém lembrar que o primeiro periódico publicado em Campinas data de 4 de abril de 1858. Trata-se da *Aurora Campineira*, de propriedade dos irmãos João e Francisco Teodoro de Siqueira e Silva que, adquirindo a tipografia de Hércules Forense, montada desde 1832, passaram a responder pelo jornal até que, em 1860, o semanário em questão foi convertido em órgão oficial dos conservadores campineiros.

O jornal passou então a chamar-se *O Conservador*, tendo em sua direção política o Dr. Francisco Antonio de Araújo, e na gerência o mesmo João Teodoro de Siqueira e Silva.

Segundo ainda Júlio Mariano, autor da *História da Imprensa em Campinas* (in “Monografia Histórica do Município de Campinas, Rio de Janeiro, IBGE, 1952), comentando o final dos dez meses de circulação do jornal, aliás bastante atribulada, João Teodoro, que acumulava as funções de redator-chefe e gerente do *O Conservador* é levado aos tribunais. O jornal travava uma polêmica naquele momento com Joaquim Bonifácio do Amaral (Visconde de Indaítuba), em meio a qual apareceram alguns boletins anônimos, cuja responsabilidade foi atribuída ao redator-chefe. O juiz, Tito A. P. de Matos, ressentido de velhas rixas do tempo da *Aurora* condena o acusado a sete meses de prisão. Esse incidente implicou no fechamento do jornal, devido à fuga de João Teodoro, que, experiente em lutas judiciais e na militância jornalística, preferiu aguardar

como foragido a revisão do processo. Quando isso se deu, João Teodoro retorna à cidade e passa a ocupar-se apenas da parte comercial de sua tipografia, lecionando gramáticas nas horas vagas e abandonando de vez suas atividades no campo do jornalismo.

Finaliza o autor da *História da Imprensa em Campinas* escrevendo sobre a redação e sobre a pessoa de João Teodoro:

“... Nos seus caixotins se fez tipógrafo e então jovem boêmio, tocador de violão, Chico Glicério, o qual, revelando-se jornalista brilhante, anos mais tarde, na “Gazeta de Campinas”, entregar-se-ia de corpo e alma à atividade política republicana. Companheiro de Glicério, o moço Campos Sales foi, por sua vez, discípulo de português prático de João Teodoro”.

O grupo que se forma a partir da *Aurora*, temperado pelas lutas e discussões travadas na Faculdade de Direito de São Paulo, se encarregará da redação da *Gazeta de Campinas* que, a partir de 1.º de outubro de 1869, passa a ser publicada bissemanalmente em Campinas; José Maria Lisboa responde pela gerência do novo jornal, o capitão Joaquim Roberto de Azevedo Marques fornece o capital inicial para a montagem da empresa e o advogado e literato Francisco Quirino dos Santos seria o redator-chefe de um grupo onde pontificaram João Quirino dos Santos, Jorge Miranda, Campos Sales, Francisco Glicério e circunstancialmente, Francisco Rangel Pestana e Américo Brasiliense de Almeida Melo.

Já em seu primeiro número, a *Gazeta de Campinas* afirma não ser um órgão de partido, mas um veículo para o debate, colocando-se à disposição de todos aqueles que porventura quisessem utilizar suas páginas para o “debate franco” de suas idéias. Embora a disposição do jornal fosse esta, na prática, a *Gazeta* se organiza em torno do Clube Radical local; já no segundo número tornava possível a definição de algumas posições, ao debater o papel do município na estrutura administrativa (apresentando citações de Benjamin Constant relativas a um modelo de Constituição), bem como comentando, neste número, com mal disfarçada parcialidade, acontecimentos que então se verificam na Europa e particularmente na República espanhola.

Como se poderia esperar, a adesão do grupo organizado em torno do jornal *Gazeta de Campinas* ao manifesto Republicano de 1870 é imediata. Observe-se, por exemplo, o artigo publicado por ocasião do falecimento de João Quirino do Nascimento, pouco tempo após o aparecimento do jornal *A República*. Tal artigo é um forte

indício da disponibilidade desse grupo local não apenas de filiar-se ao movimento republicano, como também permite depreender que essa filiação é uma conseqüência natural do pensamento político desse grupo campineiro.

“No dia 17 deste mês . . . , o Dr. João Quirino do Nascimento entregou plácida sua alma ao criador . . . As suas opiniões políticas deram-lhe um lugar no partido radical. Não quis, porém, o destino que tão prestimoso cidadão pudesse, no partido republicano, que se ergue cheio de vida, de crenças e esperanças prestar a pátria serviços valiosos”(1).

Esse órgão de imprensa, direta ou indiretamente, implicou no aparecimento de outros jornais locais. Quer encorajando pelo exemplo, quer aguçando atitudes dos grupos políticos campineiros não republicanos.

De um lado, no velho prelo da *Aurora Campineira* adquirido por Gonçalves Pinheiro, Henrique de Barcelos e Antonio Duarte de Moraes Sarmiento, aparece o semanário *A Mocidade*, que já em 1875, publicando bissemanalmente, passa a chamar-se *Atualidade*. Tal órgão de imprensa transformar-se-ia pouco mais tarde, em 19 de setembro de 1875, no primeiro jornal diário do interior da província, mudando seu nome para *Diário de Campinas*.

De outro lado, a postura política dos redatores da *Gazeta* leva os monarquistas locais à fundação do *O Constitucional*, jornal que a partir de 1874 surge com a nítida preocupação de servir de anteparo à penetração da *Gazeta* na província.

No dizer dos cronistas dos fatos campineiros, e a dar crédito ao noticiário inserido no n.º 4 da *Gazeta*, onde se lê na seção de variedades que: “500 números já não bastam” e, na complementação da notícia ao afirmar que urgia aumentar a quantidade do impresso, mesmo com a existência contemporânea dos outros jornais, a *Gazeta* continuou, tanto do ponto de vista econômico quanto da aceitação popular, o jornal mais sólido e aceito em Campinas.

Nesse período, onde efetivamente se afirma a imprensa local, diversificando-se quanto à vinculação imediata manifesta pela linguagem discursiva, algumas questões se colocam no sentido de explicar a relação entre o jornal e a comunidade a que se dirige. De maior relevância na avaliação da imprensa, nesse momento se

(1) “João Quirino do Nascimento”, *Gazeta de Campinas*, Campinas, 22/1/1871, n.º 124.

transformando em empresa capaz de atuar na elaboração dos quadros ideológicos da sociedade local, é sondar as particularidades e correlações da *Gazeta de Campinas* e do *O Constitucional*, uma vez que estes jornais articulam-se em torno de propostas políticas que pretendem ser conflitantes, atingindo populações que gritavam no mesmo espaço geo-histórico e ideológico.

Gazeta de Campinas

Uma composição gráfica distribuída por quatro páginas com três colunas de 7,5 por 34 cm cada uma, revela a simplicidade inicial do bisemanário que, ao entrar no seu terceiro ano de publicações, no dia 5 de novembro de 1871, passa a ter seu formato aumentado, as páginas agora com 25,5 por 39 cm, com colunas de 8,5 cm, demonstrando o crescimento do jornal.

A partir do momento em que o jornal tem seu formato aumentado, no número 204, a *Gazeta*, depurando-se tecnicamente, pela primeira vez apresenta anúncios de propaganda com desenhos e utiliza chamadas de propaganda comercial mais elaboradas, capazes de motivar e revelar a um tempo algumas modificações ocorridas nos padrões de consumo anteriormente.

A título de amostragem, tomando-se por exemplo os números 20, 200 e 400 da *Gazeta*, mantendo-se um período aproximado de dois anos entre os números citados, serão destacadas algumas tendências significativas com relação aos anúncios destes jornais, capazes de compor um quadro mais geral a nível da mentalidade do leitor e do anunciante da imprensa.

No número 20, de 6 de janeiro de 1870, contam-se aproximadamente doze anúncios, colocados em uma seção própria do jornal; referem-se à prestação de serviços e produtos do comércio e indústria, além de outros poucos ocasionais que não serão considerados representativos pela sua descontinuidade, como, por exemplo, um que comunica a mudança de determinada pessoa. Entre os considerados representativos, temos: 2 procurando empregados, 2 sobre lojas da localidade, outros 3 sobre produtos industrializados (um sobre máquinas de beneficiar café, outro sobre encomenda de vinho fabricado em São Paulo e, finalmente, um terceiro recomendando o uso do Unguento Morel). Tais anúncios revelam uma simplicidade de estilo que será modificada à medida em que os anúncios vão ganhando maior espaço, e por isso, passam a financiar o jornal.

Para o número 200, de 19 de outubro de 1871, apresentando aproximadamente 26 anúncios, o que revela já um aumento considerável no número de anunciantes, analisado ainda segundo os mesmos critérios utilizados para o número 20, teremos: 12 refe-

rentes a empregados procurados (pedreiros e boleiro), 12 referindo-se a lojas comerciais. Nesta última série aparecem elementos novos que permitem notar a preocupação de acentuar os caracteres informativos com uma carga semântica maior, como, por exemplo, este de uma loja de fazendas:

“O barateiro Isique e Filhos ...”

A anteposição do adjetivo “barateiro” ao substantivo ao qual se refere, tem uma função nitidamente expressiva, denotando um momento onde a concorrência passa a exercer um papel na conquista da preferência do comprador.

Aumenta, da mesma forma, a tendência de anúncios voltados para a divulgação de produtos industrializados, inclusive permitindo observar o aparecimento de gêneros que anteriormente não participavam representativamente do consumo imediato, tais como: livros, métodos musicais e roupas feitas, anúncios estes que intermeiam por outros atinentes a pequenas unidades fabris (licores e oficinas).

Acompanhando o aumento generalizado nas atividades produtivas e explicitando as tendências marcadamente urbanizadoras da atividade cafeeira, deparava-se o leitor de então com anúncios de concorrências para a realização de serviços tais como: arborização de ruas e praças, construção da Igreja Matriz-Nova (serviços de empreitada), bem como da Estação Ferroviária da Cia. Paulista de Estradas de Ferro. Tais serviços ofereciam empregos que exigiam um determinado nível de especialização, tais como, serralheiros, marceneiros, pedreiros-oficiais, etc. Possibilitavam ainda o aluguel de escravos ou a compra de força de trabalho não especializado para serviços de serventes e ajudantes. Tais serviços, segundo se pode deprender dos anúncios de fugas de escravos, permitiam ao escravo foragido um local seguro para vender seu trabalho como sendo um trabalhador livre.

O número 200 da *Gazeta de Campinas*, tomado a propósito do aumento de formato verificado no jornal a partir do número 204, demonstra, quer pela análise dos anúncios, quer pela análise comparativa das seções dos números 203 e 204, que esse aumento de formato verificou-se mais em atenção ao acúmulo de anunciantes que propriamente em função da necessidade noticiosa e informativa. A rigor, a única seção do jornal que se apresenta como novidade é exatamente a reservada à publicação literária; mais especificamente como referência aos romances que tinham agora publicação intermitente em forma de folhetins, passando estes, a partir daí, a constituir-se em elementos de equilíbrio nas paginações, de acordo com a quantidade de artigos e notícias que o jornal pudesse ter.

Se calculado em centímetros quadrados o espaço médio reservado às publicações noticiosas e editoriais, teremos praticamente o mesmo espaço em relação aos jornais como novo formato e aqueles anteriormente publicados com menor formato (anteriores ao de n.º 204), o que evidencia uma estreita ligação entre o aumento de formato do jornal e o acúmulo de propaganda, pois o jornal de pequeno formato já não podia comportar o volume de propaganda existente.

Se tais dados não bastassem para evidenciar as tendências em foco, a análise do número 400 do jornal de 16 de outubro de 1873, reforçará esses elementos, à medida em que encontramos aí um total aproximado de 52 anúncios. Já agora a composição gráfica evoluiu para a utilização de recursos gráficos visuais, como o desenho por exemplo.

Dos anúncios do número 400, os mais representativos com referência aos assuntos abordados anteriormente são: 7 procurando empregados (2 para carpinteiros, pedreiros, lavradores de madeira, serradores, caixeiro), e 1, trabalhadores com pagamento de diária de 2\$500.

As oportunidades profissionais giram, assim, em torno de atividades urbanas e tendendo sempre a um aumento de possibilidades profissionais. Anunciam ainda três profissionais liberais: um professor, um advogado e um consultor homeopático. O fato desses profissionais anunciarem seus serviços pela imprensa implica na existência da profissionalização, e ainda de clientela, desvinculados dos relacionamentos familiares, de tal maneira que os médicos de família e etc., não são mais os únicos atuantes no mercado de trabalho. Dir-se-á que o profissional liberal passa a dirigir-se a um contingente maior de população em condições de consumir seus serviços.

A presença do profissional liberal, agora anunciante de serviços, fez lembrar que os antigos anúncios, que raramente apareciam, estavam condicionados a algum acontecimento relevante, como, por exemplo, uma eventual mudança de domicílio, funcionando assim, mais como comunicação do que propriamente como anúncio que propaga um determinado serviço oferecido.

Agora, as mensagens comerciais, mais depuradas e elaboradas, permitem visualizar um conjunto de mercadorias e serviços em circulação. Isso é notório à medida em que o conteúdo do anúncio é modificado, passando agora a destacar mais a mercadoria, o produto e não tanto o comerciante. Assim:

“Manteiga inglesa vende-se”

“Pano de algodão superior”

No número 604 da *Gazeta* de 7 de novembro de 1875, na seção de notícias, tem-se mais explicitamente firmada a posição do jornal à magnitude que a mercadoria passa a representar em termos de potencialidade nessa sociedade.

“Tendo feito aquisição de um excelente prelo do autor Alauzet, com todos os aperfeiçoamentos modernos e além disso ... A *Gazeta* de Campinas entrando no sétimo ano de sua existência começa a publicar-se diariamente. Nas quintas-feiras e domingos sairá com quatro páginas como o presente número; nos mais dias sairá com duas páginas com o mesmo formato.

Os números que saírem com duas páginas tomarão o caráter de um Boletim Comercial...

... Queremos ainda oferecer uma grande vantagem aos anunciantes: os Boletins Comerciais, além de serem distribuídos pelos nossos assinantes, serão também distribuídos gratuitamente pela cidade, em quantidade ilimitada.”

Retomando o n.º 400 e o 604, verifica-se ainda que em alguns anúncios como aqueles de produtos provenientes de atividades artesanais, a propaganda permanece nos padrões anteriores, isto é, carregando a carga informativa no produtor, pois que na atividade artesanal é o produtor o elemento destacado, passando a mercadoria, em relação ao produtor, a uma situação de dependência. Tal permanência se explica, uma vez que o artesão não aliena diretamente seu trabalho para um outro produtor, mas sim emprega-o na elaboração do produto. Tomando-se ao acaso o setor de costura, notar-se-á que a ênfase informativa repousará no indivíduo portador de determinadas “habilidades” necessárias para a elaboração do produto:

“Ernest Deschamps, alfaiate...”

O anúncio assim elaborado introduz um significado típico de um momento próprio da atividade artesanal, que, como tal, é a afirmação de um “status” do profissional e do consumidor que resistem à emergência de um novo relacionamento na esfera do consumo e do “gosto popular”. Parece possível, a partir desse conjunto de evidências, visualizar na sociedade aqui descrita, um

período no qual fenômenos aparentemente contraditórios se complementam, e por isso mesmo, fornecem evidências para uma melhor abordagem dessa sociedade.

Se, de um lado, apresentam-se afirmados valores próprios da formação de uma sociedade consumidora, ao nível mental, esses valores se sobrepõem a algumas estruturas existentes, que são caracterizadas por alguns modelos de códigos, naturais de grupos pouco abertos à mobilidade social e ao fenômeno que se observa, relativo à reformulação das mensagens na relação emissor-receptor. De outro lado, alargam-se os limites dessa sociedade, centrada economicamente na grande propriedade agrária exportadora, aflorando algumas alterações que forcem o aparecimento de serviços e atividades urbanas capazes de, ao mesmo tempo, sustentar, afirmar, facilitar e alterar aqueles quadros mentais predominantes na sociedade campineira até então.

A *Gazeta de Campinas*, por essas linhas de evolução, terá dois momentos significativos que se situam como balizas para caracterizar algumas peculiaridades que, por sinal, parecem ser mais abrangentes em relação à imprensa interiorana. Um primeiro momento básico quando o idealismo motivará a fundação do jornal, notabilizando-se aí uma permanente preocupação de ordem política por parte da redação do jornal. O segundo, em que o jornal ao firmar-se como empresa, abandona a prioridade doutrinária e política, para buscar na venda de anúncios o elemento fundamental para novas formas de contato com o leitor.

O Constitucional

É significativo que *O Constitucional* tenha aparecido no dia 25 de março de 1874, quando se comemorava o cinquentenário da Constituição do Império. Esse jornal, possuidor do mais atualizado aparelhamento gráfico e técnico da Província, manterá sua publicação por dois anos; contudo, como ficou exposto serão utilizados todos os números publicados até 10 de novembro de 1875, ou seja, o exemplar de número 154.

Se não apenas na simbologia da data da fundação do jornal e na escolha de seu próprio nome, o editorial de apresentação do primeiro número, evidencia explicitamente suas tendências:

“É, pois sob o influxo, francamente confessado da divisa monárquico-constitucional que o nosso jornal impetra hoje a benevolência pública”.

É contudo à superioridade técnica e tipográfica que o jornal se apegava, buscando material para opor-se às “agressões” da *Gazeta*.

“O Constitucional, foi, é, e há de ser constantemente agredido pela *Gazeta*, enquanto tiver ela a consciência da sua inferioridade tipográfica...

... A *Gazeta* não pode receber anúncios além das 9 horas da manhã, na véspera de dar a folha. O Constitucional os recebe até às 5 horas da tarde: e se o caso é de palpitante urgência, mesmo levado às 7 horas da noite, o anúncio tem inserção.

A *Gazeta* gasta duas horas para tirar 100 exemplares de qualquer avulso; O Constitucional faz isso em cinco minutos...”(2)

Realmente, o jornal com páginas impressas medindo 40 por 28 cm, possibilitando 4 colunas de 7 cm por página, oferecia possibilidades gráficas melhores que aquelas desenvolvidas por seus concorrentes.

Seriam essas condições suficientes para que esse periódico pudesse capitalizar os leitores e os anunciantes campineiros?

Essa hipótese deve ser inicialmente discutida a partir da *análise de suas lideranças*. O que se evidencia a esse respeito, é a importância do bacharel João Gabriel Moraes Navarro, assumindo o papel de principal teórico do corpo de redação do jornal.

Nascido em Campinas e formado em Direito, exercia suas atividades profissionais na província do Rio de Janeiro, até que, pouco tempo antes da fundação de *O Constitucional*, transfere-se para Campinas. Sua mudança, aliás, é noticiada pela *Gazeta de Campinas*, quando o público é cientificado de que um novo advogado se colocava à disposição da clientela.

Completem o quadro administrativo e de redação do jornal, João Silvério e Manoel Alves de Barros Cruz, sendo que esse último respondia pela gerência do jornal.

Cabe ainda observar que a par da atividade jornalística e jurídica de João Gabriel de Moraes Navarro, ele também exercia atividades comerciais, dirigindo um depósito de tecidos e um armazém para a compra de café. Finalmente, participava como advogado e diretor da “Associação Beneficente D. Pedro V”. Essa associação congregava cidadãos portugueses radicados no Brasil, e oferecia

(2) *O Constitucional*, Campinas, 6 de maio de 1874, n.º 12.

pelo jornal, na qualidade de advogado dessa associação, seus préstimos gratuitamente aos “portugueses pobres”.

O jornal, portanto, vincula-se com bastante nitidez aos grupos conservadores locais, e observando a diretriz dos editoriais e dos anúncios inseridos no decorrer de seus anos de publicação, é possível captar algumas variáveis que podem servir de indícios para a averiguação do nível de aceitação e receptividade popular de um periódico com esse tipo de postura. Muito embora o simples fato de o jornal ter sido publicado por um período bastante curto já possa servir de indicador, é possível, pela sondagem dos anúncios e editoriais, encontrar variáveis que auxiliem na explicação de elementos já levantados a partir da análise da *Gazeta*.

Para evidenciar alguns indicadores concernentes às propagandas foram tomados como números representativos um jornal de 1874 e outro de 1875.

O número 20 e o número 123 coincidem em quantidade de anúncios: ambos têm 27 anúncios. As tendências verificadas nesses números reforçam aquelas descritas quando se tratou dos anúncios da *Gazeta*.

Existem, contudo, alguns elementos que denotam uma menor aceitação popular por parte dos leitores em relação ao *O Constitucional*: em primeiro lugar, a *Gazeta de Campinas* nos anos de 1874 e 1875 apresenta uma média de 35 anúncios por número. Considerando o melhor aparelhamento do *O Constitucional*, que propiciava inclusive um melhor tratamento gráfico aos textos das propagandas, é de se acreditar que a *Gazeta* atraía mais o propagandista devido à sua maior divulgação.

Não bastando isso, *O Constitucional*, em busca do anunciante já em 1875, passa a fazer constar de seu cabeçalho, em negrito, uma “chamada” ao anunciante:

“Artigo de Interesse Particular e Anúncios
80 rs por linha. Metade nas Repetições”.

Daí se vê que, embora a entrada em circulação de *O Constitucional* provocasse um relativo declínio no número de anunciantes da *Gazeta de Campinas*, sua aceitação popular não foi suficientemente grande para manter o equilíbrio econômico da empresa e permitir a continuidade da circulação do jornal.

Por conseguinte, compreende-se que a *Gazeta* ganharia a disputa pela preferência do leitor e do anunciante, mantendo-se economicamente sólida, e mais, à medida que decaía *O Constitucional*, a *Gazeta*,

substituindo sua aparelhagem gráfica por outra mais atualizada, tornava-se um jornal diário a partir de 1876.

Nesse mesmo período, 1875/76, manifestam-se novos componentes na análise da imprensa campineira e talvez interiorana, pois os jornais passam a adquirir feições mais literárias e abandonam algumas posições em torno do proselitismo político. É o caso específico da *Gazeta* que, a partir de 1876, coexistiria com o *Diário de Campinas*, que circulava diariamente sem maiores preocupações políticas desde 1875.

Quais seriam os fatores explicativos para essa transformação que se opera na imprensa local?

Não estaria aí, no jornal interiorano de cunho “literário”, um componente para explicar a afirmação dos jornais e lideranças centralizadas na capital, como foi o caso da Província de São Paulo, na definição de uma nova fase da propaganda das idéias republicanas?

É possível, ao nível da mentalidade dos diferentes setores da população campineira, compor um quadro inicial para evidenciar um momento da prática política dos jornalistas?

Os Jornalistas

Os jornalistas possuíam “livre trânsito” em todos os grupos sociais da localidade, quer por laços de parentesco e de amizade, quer pela consideração a uma cultura de salão integrante dos traços culturais brasileiros no século XIX. Ao que se afigura, a própria utilização da imprensa por esses jornalistas, se fazia quase sempre objetivando reforçar e ampliar posições sociais junto às elites locais. Por isso mesmo, em linhas gerais, nota-se que o papel do jornalista na vida política local é ligar-se à defesa de determinados interesses próprios dos grupos que detêm o poder econômico.

Como então argumentam os jornalistas?

Para responder a essa questão fez-se uma seleção de assuntos tratados pela imprensa local, tomando por base a frequência com que alguns temas incidiram nos editoriais, bem como a carga informativa desses temas. Tal procedimento, de caráter quantitativo, visou operar com variáveis significativas para a caracterização, no nível do ideológico, da produção escrita desse grupo campineiro.

No período de 1870 a 1873, quando funcionava um único jornal na cidade, a *Gazeta de Campinas*, os grandes destaques referiam-se aos problemas da lavoura e mão-de-obra, perfazendo um total de 81 editoriais nos 421 números publicados pelo jornal. Destacam-se ainda outros 46 editoriais abordando problemas de transporte e mais

39 sobre doutrinação política. Os editoriais, referentes à doutrinação política, correlacionam-se com os outros apresentados da seguinte maneira: em 1871, 27 editoriais tratam do problema da lavoura e mão-de-obra e, em 1870, 21 editoriais já se referiam àqueles problemas. Nos mesmos anos, teremos um editorial sobre política para 1871 e outros 6 para 1870. Por outro lado, em 1873, os temas políticos ocuparão nada menos de 20 editoriais contra 3 sobre lavoura e outros 3 sobre transportes.

Mesmo sendo possível identificar-se no período alguns acontecimentos catalizadores do ponto de vista da política nacional (Manifesto Republicano de 1870, Congressos Republicanos de Itu e a preparação do Congresso de São Paulo), a correlação numérica entre os diferentes temas tratados pela imprensa evidencia uma prática jornalística voltada para os problemas locais; salvo nos momentos em que o debate político era maior, pois aí os problemas locais praticamente não recebiam espaço digno de nota, enquanto em outros momentos, a incidência dos temas voltados para problemas locais relegava o debate político para segundo plano.

Tais fatos constituirão melhores indícios para responder à questão colocada, especialmente no período de 1874 a 1875, quando circulam simultaneamente *O Constitucional* e a *Gazeta de Campinas*, momento em que se ratificam aquelas tendências apontadas, oferecendo outros elementos para enfocar, através do estudo comparativo dos jornais, o reforço ou modificação na elaboração de suas linhas de organização e argumentação.

O Constitucional, estruturado com o objetivo de contrapor-se ao papel que a *Gazeta* exercia, não apresenta uma distribuição de artigos que possa ser considerada “lógica” do ponto de vista programático, pois que no primeiro ano de circulação (1874), contam-se 26 editoriais referentes à mão-de-obra, 7 sobre política e 6 sobre questões municipais. Já em 1875, a preocupação do jornal parece mudar, debatendo pouco e variando a temática: 7 artigos sobre transportes; 7 sobre colonização; 6 tratando de educação e os outros em menor número, alternando problemas políticos, religiosos e de saúde.

De maneira geral, nos dois periódicos os assuntos, veiculando problemas locais e de caráter reivindicatório, apresentam uniformidade de tratamento, inferindo-se daí que, para caracterizar as formas de pensamento e possíveis vinculações ideológicas do jornalismo local, deve-se considerar fundamentalmente as abordagens que tratavam dos problemas de mão-de-obra e dos temas de natureza político-doutrinária, pelo fato de que extrapolam o caráter reivindicatório imediato dos editoriais ligados aos problemas locais.

Os temas atinentes à mão-de-obra têm por parte dos dois órgãos de imprensa um tratamento coincidente; ambos visualizam o mundo do fazendeiro, com críticas mais ou menos acentuadas à política

financeira do governo, à pouca assistência ao lavrador devido à inexistência de uma política creditícia voltada para a agricultura.

Como então compreender que, havendo consenso no tocante aos problemas e soluções para a lavoura, existisse um espaço onde os jornalistas produzissem escritos voltados para um debate teórico? Não estaria aí um tipo de comportamento capaz de definir particularidades ideológicas desse grupo?

Veja-se, por exemplo, um trecho da *Gazeta* quando se referia a um debate com *O Constitucional*, tendo por tema a “Monarquia Constitucional”:

“O Constitucional em seu número 9, no artigo que intitulou Monarquia Constitucional disse:

— Mas a Napoleão III, destituído em Sedan, sucedeu o petróleo devastando Paris; a Maximiliano espingardeado em Queretaro, sucedeu à luta desabridadas ambições individuais, e a rivalidade das facções ensanguentando o México...

... E porque mostrei com os mesmos exemplos, que a citação histórica era contraproducente, voltou o contemporâneo, no artigo a que respondo dizendo o seguinte:

— Apega-se o Conde de Oeiras a exemplos, e sobre eles discorre, constituindo o corpo de seu artigo.

E então?

Mais dias menos dias o contemporâneo virá dizer que quem prega doutrinas ultramontanas e absolutistas não é ele, e sim o obscuro escritor destas linhas”(3).

Tais escritos revelam o nível de isolamento das propostas políticas dos jornalistas em relação às preocupações concretas da comunidade, pois que tais debates, sem a mínima continuidade, surgem e somem abruptamente; deslocados, não revelam qualquer índice de penetração no pensamento político dos homens da localidade, isto é, não contribuem representativamente para a educação política dos leitores, são pessoais e nessa medida indicadores de novas tendências que se tornarão perceptíveis à medida em que forem enfocadas as formas com que se faziam a propaganda das idéias republicanas no período.

Tudo indica que a doutrinação política, ao desembocar nesse tipo de argumentação, eivada de preciosismos literários, elitiza-se. Já não se discute a proposta política em função de problemas

(3) *Gazeta de Campinas*, Campinas, 7 de maio de 1874, n.º 456.

reivindicatórios locais e imediatos, capazes de sensibilizar amplas camadas de população. Pois, o debate enquanto se manteve ligado àqueles problemas imediatos da população pôde em determinados momentos colocar em pauta a questão do poder e quando não, defini-la.

Foi com a centralização da propaganda republicana em São Paulo, com a fundação da *Província de São Paulo*, que as tendências apontadas acima se cristalizam, pois tal centralização provocou a descaracterização do conteúdo político das reivindicações locais; mais ainda, a *Província de São Paulo* projetou os limites impostos às formulações democráticas propostas em alguns momentos pelos propagandistas republicanos. Na medida em que grupos de propagandistas existentes nas diversas localidades foram absorvidos por um único centro diretor, a propaganda perde a possibilidade de abrir o espaço junto à população pela impossibilidade de se articular com os problemas locais. Pois, nesses locais, permaneceu a temática em torno de problemas reivindicatórios específicos, sem a proximidade de abordagens político-doutrinárias, foi rompida uma forma de politização da população, estabeleceu-se mais um mecanismo de controle a partir da "elite".