

# Teatro representado em jornal: gêneros mesclados em Arthur Azevedo

Tatiana Siciliano

## ***Literatura e jornalismo: fronteiras fluidas***

Desde que pela primeira vez me aventurei a rabiscar nos jornais, observei que a massa geral dos leitores dividia-se em dois grupos distintos: um muito pequenino, muito reduzido, de pessoas instruídas ou ilustradas, que procuravam em tudo quanto liam gostoso pasto para seus sentimentos estéticos, e outro numeroso, formidável, compacto de homens do trabalho, que iam buscar na leitura dos jornais um derivativo para o cansaço do corpo, e exigiam que não lhes falasse senão numa linguagem simples (...). Observei também que o primeiro grupo não concorria para a prosperidade dos jornais (...) ao passo que o segundo comprava, assinava, lia e fornecia o assunto, isto é, a alma, a vida da nossa indústria jornalística. (...) Pertencço, aliás, à escola dos escritores brasileiros que se tornaram mais populares nas colunas do nosso jornalismo (...).

“Espécie de profissão de fé”- Arthur Azevedo, O Paiz, 10 de janeiro de 1905.

**N**o final do século XIX e no início do século XX, dois meios de comunicação se destacaram em relação à capacidade de atrair e mobilizar um público heterogêneo e oriundo de diversas camadas sociais: o teatro, sobretudo o teatro ligeiro musicado<sup>1</sup>, e a imprensa. Ambos conjugavam entretenimento e informação, além de elaborarem quadros cognitivos para uma população que aprendia códigos distintos de sociabilidade e experimentava novos estilos de vida urbanos. É

fundamental sublinhar a importância dos meios de comunicação – desde o impresso mais remoto até a comunicação virtual contemporânea – na configuração da sociedade moderna, criando novas formas de interação e de ação social não, necessariamente, atreladas a um mesmo espaço geográfico (Thompson, 2009).

A imprensa, especialmente após o advento dos folhetins, no século XIX, pode ser considerada um produto da cultura de massa – assim como o teatro de revista, a opereta e o cartaz – por se comunicar com um público amplo, através de linguagem simples, de fácil compreensão e apresentar uma característica bem peculiar: não ser produzida por aqueles que a consomem (Coelho, 1980: 8-10). Em relação ao teatro, vale ressaltar que as representações teatrais não conformaram apenas a cultura do espetáculo nas principais cidades europeias, a partir da segunda metade do século XIX (Charle, 2012), no Brasil era o lazer mais popular do período, especialmente as peças do teatro ligeiro musicado<sup>2</sup>. Assim, cidade, opinião, imprensa e teatro eram partícipes de um mesmo processo de transformação urbana e de aumento da complexidade social.

O presente artigo pretende refletir sobre os diálogos entre mídia impressa, teatro e processo de urbanização, a partir da análise da revista de ano *O ano que passa* escrita por Arthur Azevedo<sup>3</sup>, visualmente representada pelas caricaturas de Julião Machado e publicada no jornal *O Paiz*, ao longo de 1907. Época culminante de um processo de transformação urbana da Capital Federal que, embora tenha conquistado a maior parte dos homens das letras, não foi necessariamente compartilhado pelas camadas populares urbanas, obrigadas a driblar os mecanismos do “processo civilizador” e a “etiqueta” requerida pelo “estilo de vida cosmopolita” das elites. Mas, mesmo os que viam as mudanças como positivas, estavam imersos nas contradições e nas ambivalências da vida e da experiência humana, oscilando entre a defesa de certas tradições nacionais e a adoção de sociabilidades *up to date* com as modas parisienses e londrinas.

*O ano que passa* era uma peça teatral – que apesar de imaginar-se concebida para ser representada por atores – foi “encenada” nas páginas de um periódico, através de caricaturas, e narrada, não por vozes, mas pelas letras impressas de um jornal. Vale ressaltar que as fronteiras entre a narrativa jornalística e a literatura já nasceram tênues: a “crônica”, como bem disse Antonio Candido (1992), é filha da máquina e do jornal e, assim como a notícia jornalística, tem como matéria prima a “vida ao rés-do-chão”. Afinal, em “O que é o jornal?”, o jornalista e sociólogo, Robert Ezra Park (1967), mostra que a notícia não se abasteca apenas dos grandes fatos, pois eles não acontecem todos os dias, mas constrói seu apelo com a matéria-prima do trivial, do efêmero e do cotidiano, arrumada em um “belo prato” para atrair o interesse do leitor que, em última instância, é quem determina o sucesso do veículo e da notícia.

As crônicas, contudo, mesmo sendo feitas para aparecerem e serem sucumbidas pelo inexorável turbilhão do tempo, se aclimataram no Brasil, conforme

Candido (1992) e tornaram-se singulares por sua capacidade de narrar, mesmo os mais sérios acontecimentos, em um tom leve e desprezioso, como se fosse uma conversa ao pé do ouvido. Dentro da linguagem escrita do jornal, o gênero é capaz de despertar um outro sentido, a oralidade. Aliás, o jornal, como meio, abriu espaço para a experimentação literária borrando as fronteiras entre gêneros e possibilitando “migrações narrativas”<sup>4</sup>. Machado de Assis, em crônica publicada em *O Cruzeiro*, em 2/6/1878, elogiaria o jornal como um “revolucionário” literário, social e econômico, “a locomotiva intelectual em viagem para mundos desconhecidos”, “altamente democrática”.

Machado de Assis, por sinal, se beneficiou do meio para lançar boa parte de seus romances, como *Iaiá Garcia*<sup>5</sup> publicado nos folhetins<sup>6</sup> de *O Cruzeiro*, em 1878. A imprensa além de divulgar as obras dos escritores, os remunerava – mesmo que pouco – possibilitando-lhes um rendimento regular (Brito Broca, 1956; Machado Neto, 1973). Embora o acesso aos periódicos pudesse parecer restritivo, pois na Capital Federal de então quase metade da população<sup>7</sup> era analfabeta, é importante sublinhar que as notícias e as crônicas circulavam através dos pregões dos pequenos jornaleiros e eram comentadas nas ruas e nos bondes. Então, pela tradição oral, de se ler para o outro ou de se narrar – para quem não leu – o que estava escrito, não compradores dos jornais também consumiam as informações veiculadas.

Arthur Azevedo apresentava-se como “filho do jornal” em “Espécie de profissão de fé”, cuja epígrafe abre o presente artigo, ao se vincular “à escola dos escritores brasileiros que se tornaram mais populares na coluna do nosso jornalismo”. Literatura e jornalismo aparecem neste contexto, mais uma vez, pouco diferenciados, para o leitor que desejasse separar literatura de notícia. Até porque, apesar do jornal já se estabelecer como uma indústria, voltada para informação e entretenimento, e com interesse em conquistar um número maior de leitores e anunciantes, desde o século XIX<sup>8</sup>, ele só começa a consolidar uma linguagem própria e jornalística bem mais tarde, na década de 1950, com a adoção de um novo padrão muito utilizado pela imprensa estadunidense, a “pirâmide invertida”<sup>9</sup> e o “lead”<sup>10</sup>, em substituição ao “nariz de cera”<sup>11</sup>.

### **Arthur Azevedo: o embrião de um comunicador de massa**

No universo das letras do início do século XX, Arthur Azevedo ocupava uma posição singular e, no mínimo, curiosa. Embora o literato fosse um dos membros fundadores da Academia Brasileira de Letras, declarasse compartilhar da estética literária de sua época e tivesse como pares Machado de Assis, José Veríssimo, Coelho Netto, Olavo Bilac, Aluísio Azevedo (seu irmão), escrevia, através das tribunas do teatro e do jornalismo, para um público heterogêneo. Público esse que abrigava as camadas populares e as camadas médias baixas, espectadores de suas revistas de

ano<sup>12</sup>, estendendo-se até às elites letradas que valorizavam seus escritos “sérios”, feitos no padrão da “cultura erudita”<sup>13</sup>. Tal amplitude de público conferia a Arthur Azevedo feições de um “comunicador de massa”, por desempenhar importante “mediação”<sup>14</sup>, entre categorias culturais e sociais distintas, a partir de uma estética associada ao popular: a comicidade<sup>15</sup>.

Gerava empatia pelo humor, aproximava-se por retratar a vida das pessoas. Assim, entretinha, em consonância com a aspiração do público pagante, do teatro ou da imprensa. Mas, ao atuar como um comunicador acabava por dar voz aos múltiplos modos de viver dos moradores do Rio de Janeiro na alvorada do século XX<sup>16</sup>. E, mesmo que tais falas e tiradas de humor tivessem uma intenção moralizadora, voltadas para uma pedagogia civilizatória, e que as revistas de ano se propusessem a inventar um Rio de Janeiro, como sublinhou Flora Süssekind (1986), a apropriação dessa mensagem por seus receptores não produzia o “enquadramento” pretendido pelos autores. Não davam o conforto de uma “cartilha fechada”, ao contrário, sugeriam ao leitor ou ao espectador um olhar caleidoscópico, com múltiplas possibilidades de combinações e que (re)produzia as contradições próprias da experiência humana.

Deste modo, pode-se ler as revistas de ano escritas por Arthur Azevedo como uma crônica urbana que produzia discursos polifônicos sobre o Rio de Janeiro, seus habitantes e visitantes por ser tecida com os mesmos fios, emaranhados e múltiplos, da dinâmica social. De forma similar aos jornais, sejam as notícias ou as crônicas, as revistas de ano geravam um conhecimento sobre o “presente especioso”, do aqui e do agora (Park, s/d [1966]), um conhecimento sobre o “estilo de vida urbano”, configurador de novas formas de interação social, comunicação e sociabilidades (Velho, 1995). E se era possível fazer uma analogia entre imprensa e revista de ano, em sua dimensão de comunicabilidade, não é de estranhar que a linguagem teatral pudesse apresentar cenas da vida cotidiana para serem lidas – e vistas pelas charges – e não encenadas no palco.

### ***A imprensa representada nas revistas de ano***

Nunca o jornalismo  
Que todo aqui está,  
Sombra d´egoísmo  
Teve nem terá  
Assim, pois, saudemos  
O jovem *Paiz*  
E votos formemos  
Para vê-lo feliz  
*Cocota* – Arthur Azevedo e Moreira Sampaio, 1885<sup>17</sup>.

Diversos periódicos do Rio de Janeiro (ainda no tempo da corte), entre eles O Paiz (recém-fundado à época), O Jornal do Commercio e a Gazeta de Notícias, cantavam e dançavam, em coro, exibindo ao público o seu maior trunfo: o poder de amplificar discursos e aglutinar pessoas em torno deles. O Paiz, que publicou *O ano que passa*, foi lançado em 1884 e por isso era saudado pelos outros jornais na revista de ano *Cocota*<sup>18</sup>, escrita por Arthur Azevedo e Moreira Sampaio. O fragmento acima indica como imprensa e revista de ano encontravam-se associadas. Aliás, dialogaram bem de perto, desde a primeira peça do gênero de Arthur Azevedo, *O Rio de Janeiro em 1877*, com Lino d'Assumpção. Nas revistas de ano do autor, sozinho ou em colaboração, a imprensa sempre tivera um lugar de destaque, contando com um quadro especial que falava sobre assuntos relacionados ao mundo jornalístico: polêmicas e rusgas, folhas que nasciam e que morriam, etc. Os veículos apareciam como personagens, humanizados. O teatro também gozava de um espaço privilegiado nas revistas de ano. O que sinalizava a importância das duas instituições no imaginário da época.

Os acontecimentos do ano anterior e as informações sobre a cidade, não eram aglutinados, mas distribuídos ao longo dos heterogêneos quadros da revista de ano. Quem emprestava unidade à peça eram os personagens centrais, a comadre e o compadre e também era através deles que o mapa urbano do Rio de Janeiro era explorado. O eixo do tempo estava sempre presente no enredo, fosse de forma mais objetiva, através da sucessão de acontecimentos (fatos que afetaram a experiência, o vivido) e da percepção de transformação urbana (aumento da população, intervenções urbanas sobre a cidade, etc.), como também, subjetivamente, nas diversas temporalidades experimentadas pelos personagens, que elaboravam diferentes estratégias e ritmos de adaptação às mudanças. Apesar de nem todos estarem afinados com a velocidade das transformações, sendo as resistências e as sobrevivências constituintes da complexidade urbana, a passagem do tempo afetava a vida e o cotidiano de todos.

Não é gratuito que o nome da última revista de Arthur Azevedo, que norteará nossa discussão, seja *O ano que passa*. Também poderia ser a vida que passa ou o Rio que passa. É a ideia de uma encenação do cotidiano e da experiência urbana, que é falada nas ruas e circula na imprensa. A cidade, com seus encantos e armadilhas – como tão bem mostrou Flora Süssekind (1986) – era a protagonista das revistas de ano que, assim como a imprensa se propunha a construir uma “opinião pública”<sup>19</sup>. Arthur Azevedo pretendia, através de suas revistas de ano e escritos para o jornal, promover certa educação dos sentidos. No entanto, entre a intenção e a realização havia uma distância. A partir do momento em que as ideias eram postas em movimento e circulavam, elas eram ressignificadas pelos espectadores e pelos leitores, e os efeitos podiam então ser muito diversos do pretendido pelo autor, aproximando-se da metáfora da “cena aberta”, tão bem discutida por Mencarelli (1999). Assim, cidade, opinião, imprensa e teatro eram partícipes de um mesmo processo de transformação urbana e de aumento da complexidade social.

## **O ano que passa em O Paiz: a caricatura teatral na imprensa**

Em 02/02/1907, era anunciado, na primeira página de O Paiz uma chamada para o leitor sobre a nova revista de ano que iria estrear em suas folhas. No dia seguinte, o jornal forneceria uma definição do gênero revista:

Costuma-se para o antigo rezo fazer o inventário de cada ano nos seus derradeiros dias. (...) Comenta-se e julga-se em dezembro o que ocorreu em janeiro e fevereiro, e que já está, por conseguinte, sepulto na memória pela sucessiva superposição de outros fatos.

Nas páginas do periódico, *O ano que passa* seria um tipo de “folhetim teatralizado” (Süssekind, 1986: 274), que se apresentava ao leitor como a junção “[d]a ironia aguda, o chiste fluente de Arthur Azevedo” e “o lápis de Julião Machado, lápis que quando risca alguma coisa, é um sopro criador”, uma diversão para “ajudar o ano a passar”. Enfim, teatro, crônica e charge, mesclados, construíam uma nova linguagem ficcional a ser reproduzida no meio jornalístico e não no teatral. Se Arthur Azevedo ficara preso às convenções teatrais na escrita de suas peças, ainda assim conseguira produzir uma nova linguagem ao levar o teatro para as páginas do jornal.

A forte característica visual da revista de ano – sempre encenada nos palcos com uma variedade cenográfica, de atores e figurinos – era conferida, agora, através do traço de Julião Machado. Era o traço, o desenho, que emprestava o movimento, marcava a ação e reforçava os diálogos teatrais escritos em uma espécie de crônica do cotidiano. A expressão charge é definida no *Dicionário de comunicação*, de Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Barbosa, como desenho “cujo objetivo é a crítica humorística imediata de um fato ou acontecimento específico (...) [e, portanto,] o conhecimento prévio, por parte do leitor, do assunto de uma charge é, quase sempre, um fator essencial para sua compreensão” (1978: 89). Destacam-se, então, dois pontos fundamentais: humor e referencialidade. A crítica, geralmente apenas a política, tem um efeito de sátira e induz ao riso, ou ao menos, a um sorriso. Mas essa comunicabilidade pelo humor só é possível se o referente for decodificado pelo receptor, se for uma informação pública conhecida por aquele grupo para o qual é endereçada. O chargista costuma se valer de elementos caricaturais, daí ser também conhecido como caricaturista.

A caricatura fixa uma personalidade pública ou um tipo em destaque naquele momento. É calcada no cotidiano, na experiência humana e urbana, nesse buliçoso dia a dia em que às vezes banalizamos o olhar, daí a sensibilidade do artista em destacá-lo. Como sublinhou Henri Bergson (2007: 19), “a arte do caricaturista é captar esse movimento às vezes imperceptível e, ampliando-o, torná-lo visível”. O exagero faz parte da intenção de que o receptor perceba a mensagem e sinalize tal

percepção através do riso. É como se fosse uma “lente de aumento” – expressão que tomo emprestado de Nery (2000: 77) – mas o exagero não constitui o seu fim, apenas o seu meio de comunicação (Bergson, 2007: 20). A imprensa é o meio que mais se adequou ao desenvolvimento da caricatura<sup>20</sup>, e a análise caricatural fala muito de uma época e dos modos de viver de seus habitantes.

A popularização da caricatura como uma nova linguagem visual ocorreu, no Brasil, por volta de 1840 (Cardoso, 2009: 99), fossem elas vendidas como álbuns ou estampas avulsas, a partir de imagens que, em geral, caracterizavam os usos e costumes dos habitantes daquela época, ou através das páginas do periódico fluminense semanal *Lanterna Mágica* (1844-1845), anunciado como um jornal de caricaturas, dirigido por Araújo Porto Alegre e desenhado por Rafael Mendes de Carvalho (Sodré, 1966: 206). Contudo, a linguagem da caricatura só se firmaria com a chegada do italiano Angelo Agostini, em 1867, que, antes de fundar a *Revista Ilustrada* (1876-1898), colaborara como caricaturista em outros periódicos.

A técnica usada na época era a litogravura e, por ser mais custosa, seria principalmente adotada pelas revistas que se intitulavam ilustradas. Com a modernização da imprensa no final do século XIX, o processo foi substituído por fotogravuras, e o português Julião Machado, especialista na técnica de caricatura a traço, que conferia mais leveza à ilustração, pôs fim à era dos desenhos litográficos. Logo os principais jornais estampariam charges em suas páginas e, na alvorada do século XX, a charge já se encontrava consolidada no meio impresso. Outra colaboração de Julião Machado foi aliar o traço à letra em “Caricaturas instantâneas”, na *Gazeta de Notícias*, em 1894, ao desenhar a partir do texto de Lúcio de Mendonça (Lustosa, 2006: 302-304). E será Julião Machado o desenhista parceiro de Arthur Azevedo, em 1907, na revista de ano *O ano que passa*, publicada nas páginas de O Paiz.

Através desta parceria entre o caricaturista e comediógrafo, nasce uma revista de ano em forma de cartum, unindo em uma mesma mensagem diferentes linguagens – crônica, revista de ano (teatro), imprensa (suporte) e caricatura – criando, assim, uma nova linguagem. A caricatura, aliás, já era usada nas revistas de ano, não como desenhos, mas como encenação de personagens-tipos, um recurso característico da comédia, como o malandro (ou “bilontra”, para usar o linguajar da época); a mulata, que mexia com a cabeça dos transeuntes; o português, com seus longos bigodes e sotaque peculiar; a mulher sedutora e perigosa que ameaçava a destruição de um lar; o roceiro assustado e fascinado por uma cidade como o Rio de Janeiro; os ingênuos, presas fáceis para a trapaça. Esses personagens não eram individualizados, mas tipificados (Süssekind, 1986; Veneziano, 1991) e o exagero de seus traços era o que os tornava identificáveis e risíveis.

Além dos tipos já difundidos, algumas revistas de ano de Arthur Azevedo traziam personagens que eram caricaturas de figuras conhecidas. O primeiro personagem a ser caricaturado foi o barão do café, João José Fagundes Resende da Silva,

que, na revista de ano *O mandarim* (1884), de Arthur Azevedo e Moreira Sampaio, foi apresentado como Barão de Caiapó, encenado por Xisto Bahia. A caricatura ficou tão semelhante que o caricaturado apresentou queixa à polícia e pediu suspensão da revista (Veneziano, 1991; Sússekind, 1986). O episódio só serviu para aumentar a venda de bilhetes para a peça.

O Zé Povinho é um dos tipos que mais aparecem no fim do século XIX e nas primeiras décadas do século XX. São várias as charges a seu respeito nas páginas das revistas ilustradas e nos jornais. Algumas vezes é enfatizada a sua ignorância, em outras, o fato de ser vítima do jogo político. Ele é quem sempre “paga o pato” nas decisões políticas, conforme charge (Figura 1) veiculada na revista *Fon-Fon!*, em 11/01/1908 e intitulada “As festas do Zé”. Na ilustração, Zé é bem-sucedido, faz “boas saídas” do ano que passou ao pular o buraco das “economias orçamentárias”, mas acaba por se ver detido diante de um buraco maior, “o déficit” público no ano que entra.



Figura 1: Revista *Fon-Fon!*, 11/01/1908. Disponível no site da Biblioteca Nacional: [http://objdigital.bn.br/acervo\\_digital/div\\_periodicos/fon-fon](http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_periodicos/fon-fon)

O Zé Povinho também era caracterizado no teatro de revista. Era o protagonista de *O Rio de Janeiro em 1877* e tipificado em *O ano que passa* (Figura 2). Nesta revista para jornal, aparece apenas como mais um personagem, que surge no 4º ato da peça, publicado em 06/05/1907. Em *O ano que passa*, os próprios autores da peça aparecem caricaturados, como X e Y (ver Figura 3). Vamos iniciar a peça pelo prólogo, o primeiro quadro, publicado em 04/02/1907, na página 3 de *O Paiz*. O contrarregista apresenta a peça aos leitores e sublinha a falta de teatros para representá-la, daí a utilização de um novo meio, o jornal. Um adendo para apresentar o contrarregista: técnico e não ator, que “administra o palco”, responsável pelos cenários, pela supervisão da entrada e saída de cena dos atores, aquele que se encarrega de fazer com que a peça

aconteça no ritmo planejado (Vasconcellos, 2009: 74). Ou seja, quem introduz a novidade – uma revista de ano para ser lida, não representada – é um profissional de teatro que atua nos bastidores, mas tem como função garantir a execução da peça.



Figura 2: Zé Povinho desenhado por Julião Machado em *O ano que passa*, em *O Paiz*, 04/05/1907, pág. 4. Fonte: Fundação Biblioteca Nacional

Quando o contrarregra se retira de cena, o espectador-leitor é direcionado para outro quadro que mostra a negociação entre os autores e o veículo para publicar a revista de ano. Fica definido que a peça será publicada em partes, uma vez ao mês, em um dia específico, segunda-feira, contabilizando 12 atos ilustrados que narram o que se passou no mês anterior. Em verdade, os dois últimos atos da “revista ilustrada” nunca foram publicados e também nenhuma explicação foi dada aos leitores do jornal. Provavelmente, a novidade começara a cansar os leitores e os autores. Observa-se que Arthur Azevedo escrevia sainetes (pequenas peças teatrais) no mesmo período em que publicava os atos de *O ano que passa* para o jornal *O Século*, na coluna “Theatro a vapor”, e como os assuntos a serem abordados eram os mesmos, a repetição era inevitável tanto na ficção referencial dos sainetes, como nas próprias crônicas de “A palestra” – companhias quase diárias do leitor, no mesmo periódico, *O Paiz*.



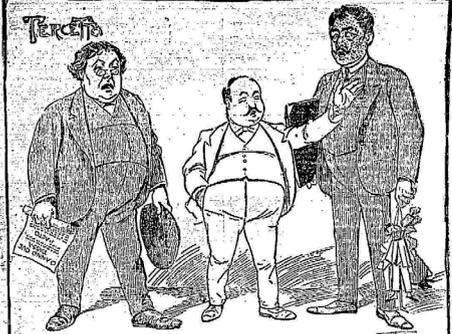
GRUPO I



Conteúdo (apresentação ao presidente do mês e ao povo.
Além de a palavra
Dizem muitas vezes palavras
Que em primeiro dia é sempre assim.

O conteúdo retinco, sabe e ponto.
Além de a palavra
Dizem muitas vezes palavras
Que em primeiro dia é sempre assim.

GRUPO II
Além de a palavra
Dizem muitas vezes palavras
Que em primeiro dia é sempre assim.



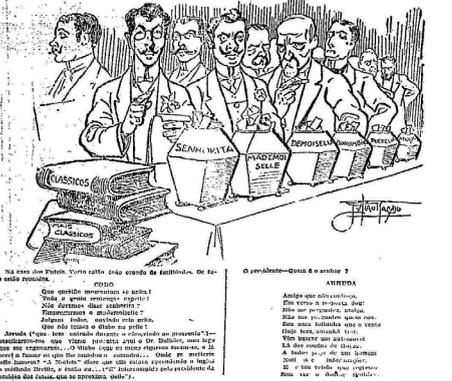
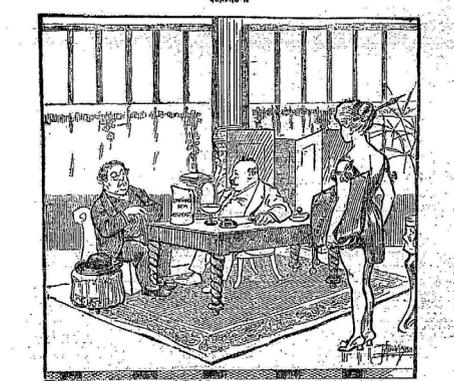
GRUPO II

GRUPO III
Além de a palavra
Dizem muitas vezes palavras
Que em primeiro dia é sempre assim.

GRUPO IV
Além de a palavra
Dizem muitas vezes palavras
Que em primeiro dia é sempre assim.

GRUPO V
Além de a palavra
Dizem muitas vezes palavras
Que em primeiro dia é sempre assim.

GRUPO VI
Além de a palavra
Dizem muitas vezes palavras
Que em primeiro dia é sempre assim.



Premio do PAIZ - 20 contos em dinheiro

Figura 3: Página apresentando o 1º ato de O ano que passa, referente ao mês de janeiro.
Publicado em 04/02/1907 em O Paiz. Fonte: Biblioteca Nacional.

O texto também sugere um declínio do gênero “revista de ano”, que não concorria no século XX apenas com os circos de cavaleiro na categoria dos entretenimentos populares, mas com outras formas de diversão oriundas da Europa e que faziam sucesso no país, como os cinematógrafos, os cafés-cantantes ou *music halls* (que incluíam as casas de chope onde, conforme Arthur Azevedo, existia um pequeno palco no qual havia “artistas que cantavam, dançavam, representavam cenas cômicas etc.”<sup>21</sup>). Havia também outros gêneros de teatro ligeiro musicado, entre eles os *vaudevilles* traduzidos da França, como a Casa de Suzana, que “encheu” o teatro em todas as representações em 1906<sup>22</sup>, as próprias revistas com mais números de dança e música, incluindo o sensual maxixe, as peças que exploravam os crimes e até o próprio *footing* nas avenidas recém-inauguradas. Eram várias as opções de lazer, concorrentes à revista de ano. Assim, pensar em um novo canal de difusão para a linguagem teatral não deixava de ser uma tentativa de aumentar a vitalidade do gênero, agora acompanhado de um recurso visual: a charge. Vê-se a seguir como esse teatro impresso se oferecia ao leitor no periódico, a partir da apresentação de sua página (Figura 3) e de sua vinheta de abertura (Figura 4).

É possível também focalizar algumas cenas do teatro impresso através das charges. A figura 5 mostra a conversa entre os autores e Barbosa. No quadro, apenas Barbosa (identidade não localizada) e X, caricaturado como Arthur Azevedo, aparecem na cena. Julião Machado se autodesenha como uma mulher jovem, em trajes sedutores (vestido bem curto para a época), segurando uma prancha onde está escrito “caricatura”. No entanto, na ilustração seguinte (Figura 6), Julião Machado aparece também caricaturado, tendo em mãos marionetes e uma prancha de desenho, compondo o terceto com Barbosa, que representava o jornal, e o comediógrafo Arthur Azevedo, que segura o manuscrito da peça.

Logo depois de introduzirem a revista, os autores saem de cena e surge a Avenida Central como cenário. O local é o Café do Jeremias (situado na esquina da Rua São José), “onde estão muitos fregueses sentados a tomar qualquer coisa”, e um coro entoando o júbilo de “ver a vida passar”: “Ai, quanto é bom nestes dias, vendo o povinho a passar, à porta do Jeremias, alguma coisa a tomar” (Azevedo, 2002: 1091). Eis que aparece o protagonista, Arruda, que integrará todos os quadros da revista. Arruda é viúvo e velho sozinho de Goiás, de Itacuruaçu de Madre de Deus dos Aflitos, para o Rio de Janeiro a fim de pegar o automóvel que ganhara como assinante do jornal O Paiz<sup>23</sup>. Arruda pega o seu automóvel e não gosta de dirigi-lo, mas um *chauffeur* oferece-lhe um meio de “ganhar dinheiro com ele ao invés de gastar” (Azevedo, 2002: 1096) e propõe usá-lo pagando-lhe a diária de 50 mil réis. Arruda aceita a proposta e desde então passa a percorrer a cidade atrás do *chauffeur* que sumiu com seu automóvel. Nessa busca encontra vários personagens que haviam sido notícias, comentários na imprensa e tema das próprias crônicas de Arthur Azevedo.



Figura 4: Desenho de abertura de *O ano que passa*, referente ao mês de janeiro. Publicado em 04/02/1907 em *O Paiz*. Fonte: Biblioteca Nacional.

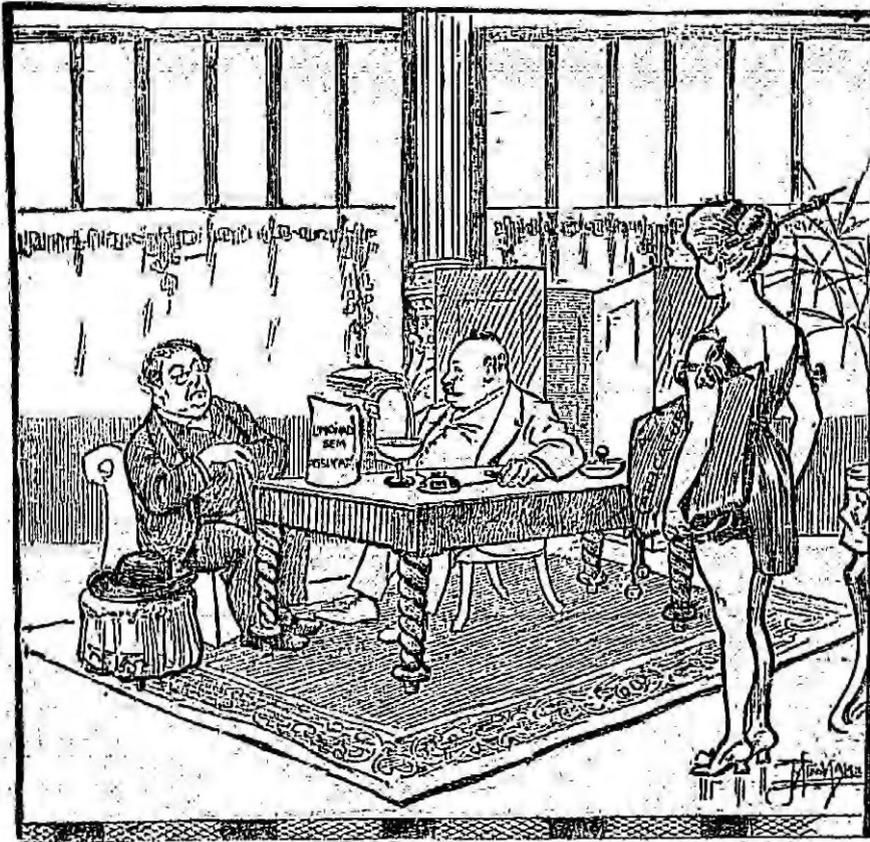


Figura 5: Arthur Azevedo, sentado à frente de Barbosa, caricaturado por Julião Machado. *O ano que passa*, publicado em *O Paiz*, 3ª página, 04/02/1907. Fonte: Biblioteca Nacional.

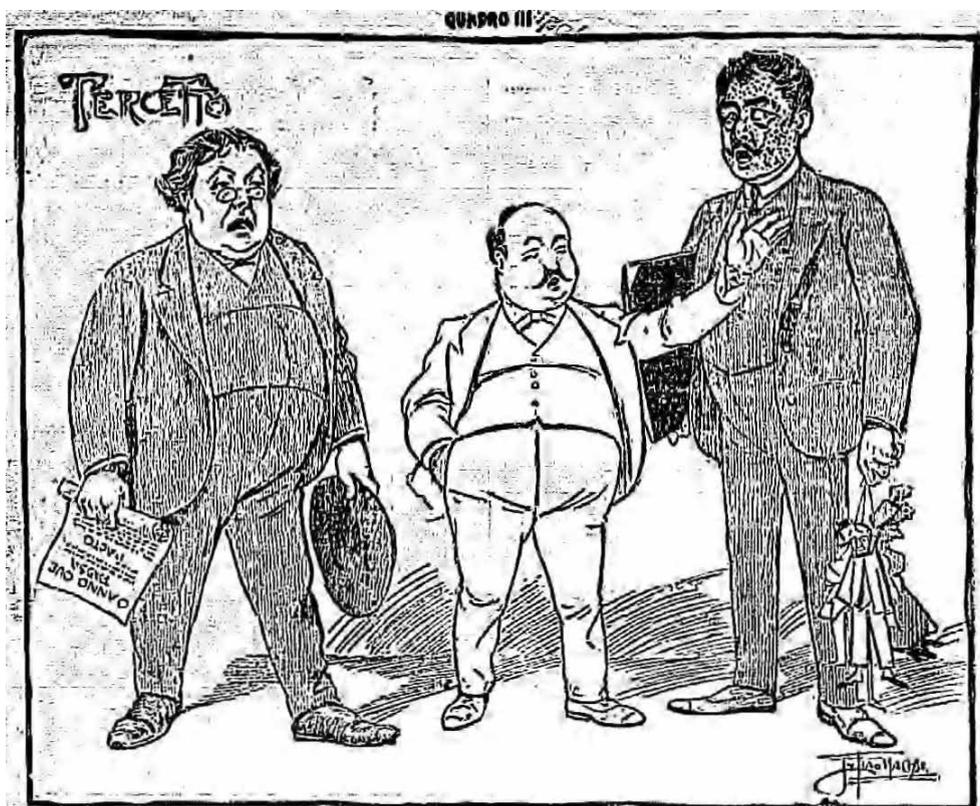


Figura 6: Arthur Azevedo à esquerda, Barbosa ao centro, e Julião Machado à direita. 1º ato de *O ano que passa*, publicado em *O Paiz*, 3ª página, 04/02/1907. Fonte: Biblioteca Nacional.

Enfim, *O ano que passa*, apesar de não ser do ponto de vista literário uma obra importante no conjunto de Arthur Azevedo, visto que nem é finalizada por ele, no entanto, é boa para se analisar por tão bem apresentar o caráter híbrido dos gêneros teatro e crônica; além de sublinhar a importância do jornal como laboratório de experimentações literárias. Também nesta peça pode-se ver a cidade como cenário e o estilo de vida moderno como temática central. Aparecem em primeiro plano as transformações urbanas, simbolizadas, principalmente, pela Avenida Central – *locus* de encontro e palco de sociabilidade, por seus bares e cafés, onde as pessoas se divertiam “vendo o povinho a passar” – e o automóvel, máquina-símbolo da velocidade e do estilo de vida moderno, reforçado como objeto de desejo através do sorteio de ano novo promovido pelo jornal *O Paiz*.

O sorteio é outro aspecto interessante para se analisar. Com o crescimento urbano, aumentam as demandas e as possibilidades de vendas, e novas técnicas comerciais também se aprimoram para se ganhar mais consumidores. No caso, visavam

aumentar o número de assinantes de um jornal, que tinha concorrentes agressivos como a Gazeta de Notícias e o novato Correio da Manhã. Também serve para discutir como a notícia, e conseqüentemente o jornal, está ligado à cidade e ao *ethos* moderno, visto que a *urbe* é o *locus* do estilo de vida moderno e o espaço privilegiado para a troca de mercadorias e para a circulação de pessoas. Afinal, como assinala Park (1929, 1938, 1967a), é nas cidades que se desenvolve o hábito diário da leitura do jornal. O poder da imprensa está intrinsecamente relacionado à sua capacidade de distribuição e ao seu número de leitores. Ademais, a imprensa por prover um canal onde circulam várias ideias e acontecimentos, acaba por criar certa comunidade que compartilha informações, além de oferecer um cardápio de assuntos para conversas e para a construção da opinião pública.

Tatiana Siciliano

Professora da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)

### Notas

1. Teatro ligeiro musicado pode ser definido como espetáculos cômicos e alegres, oriundos da Europa, que incluíam números de canto e dança, efeitos cênicos e cenas dramáticas, englobando gêneros como a revista de ano, a mágica, o *vaudeville* e a opereta. Ver: Prado, 2008; Marzano, 2010; Mencarelli, 1999; Faria, 2001 e Pavis, 2008.
2. Um ingresso nos lugares mais baratos do teatro custava em média 2\$000 (mil réis) em 1907 (Cf. Neves, 2006: 22), equivalente a uma passagem de ida e volta de bonde, de segunda classe, do Centro do Rio de Janeiro até Cascadura.
3. Adaptado da minha tese de doutorado em Antropologia Social, defendida no Programa de Pós-Graduação do Museu Nacional, em junho de 2011. Siciliano, 2011.
4. Inspiro-me no conceito “narrativas migrantes” de Vera Follain de Figueiredo (2010), que ao analisar textos de literatura e roteiros de cinema, mostrou a fluidez das fronteiras de um meio para o outro e de um suporte para o outro; bem como a constante “reciclagem” das narrativas ficcionais.
5. Obra que inicialmente foi publicada em “capítulos” no jornal.
6. O folhetim “é uma invenção jornalística francesa nascida em 1836” e, desde o começo, *le feuilleton* indica um lugar específico dos periódicos, o rodapé, geralmente da primeira página, espaço destinado à publicação de miscelâneas e visando ao entretenimento (Meyer, 2005: 14, 57). Nos romances-folhetins, as histórias eram veiculadas em partes, pois o suspense induzia à compra da edição seguinte. É importante destacar o papel do romance-folhetim na construção de um público leitor de jornais, pela conquista de segmentos menos letrados e do universo feminino, tornando-se parte do cotidiano familiar, que incluía os iletrados, em função da leitura em voz alta.
7. Segundo o censo de 1906, a população analfabeta no Rio de Janeiro contabilizava 390.371 para um total de 811.443 (Damazio, 1996: 125).
8. Sobre essa discussão ver Abreu, 2008.

9. Técnica de redação da notícia cujo princípio é que se deve abrir a notícia com os fatos mais importantes. Essa seria a principal distinção entre notícia e narração. “A narratividade cronológica leva a um apogeu ou clímax, a narração noticiosa começa pelo resultado que contém o conteúdo do lide jornalístico” (Neiva, 2013: 434).
10. Parágrafo inicial no texto jornalístico (cabeça) que apresenta os tópicos essenciais da notícia, sintetizando a mesma para o leitor. Essa abertura da matéria deve responder às seguintes perguntas: o que, quem, quando, como, onde e por quê (Neiva, 2013: 327).
11. Introdução prolixa e rebuscada de um texto jornalístico, muito utilizada na imprensa brasileira antes de 1950.
12. Um dos gêneros do teatro ligeiro que apresentava, de forma satírica, quadros com diversos acontecimentos do ano anterior, assemelhados à crônica jornalística, alinhavados pelas figuras do compadre e da comadre. Arthur Azevedo escreveu 19 revistas de ano, e, mesmo sem ser o precursor do gênero no Brasil, foi o primeiro a popularizá-lo. Sobre a revista de ano no Brasil, ver Ruiz, 1988; Veneziano, 1991 e Paiva, 1991.
13. É importante sublinhar que os termos “cultura popular” e “cultura erudita” são arbitrários, usados apenas como ferramentas analíticas. Se, por um lado, a “cultura popular” pode ser entendida como um sistema simbólico autônomo e tão legítimo como a “cultura dominante”, por outro, está sujeita às disputas, coerções e trocas com a “cultura dominante” (Chartier, 1995).
14. Velho (2001) define o mediador como o indivíduo que transita por diferentes planos e consegue lidar com códigos distintos.
15. Sobre o papel da comicidade na obra de Arthur Azevedo, ver Araújo, 1988.
16. Tal discussão parte da premissa de que as culturas letradas e iletradas estão em permanente interação, processo de acomodação e disputa. Existem zonas de fronteira entre o erudito e o popular, permitindo alguns intelectuais de acionarem os dois códigos e exercerem o papel de mediadores. Ver: Bakhtin, 2008 e Burke, 1980.
17. Em Azevedo (2002: 1173).
18. *Cocota* foi representada pela primeira vez, no Rio de Janeiro, no Teatro Santana, em 06/03/1885 e rememorava os principais acontecimentos do ano anterior.
19. “Opinião pública” é um produto coletivo e pressupõe um debate a partir de múltiplas opiniões sobre alguma questão no ambiente público (Melo et al., 2010). O conceito é definido no *Dicionário de política*, de Norberto Bobbio, Nicola Matteucci e Gianfranco Pasquino como algo que “nasce do debate público” e se constitui em um fenômeno moderno, pois “pressupõe uma sociedade civil distinta do Estado, uma sociedade livre e articulada, onde existam centros que permitam a formação de opiniões não individuais, como jornais e revistas, clubes e salões, partidos e associações, bolsas e mercados (...)” (2010: 842).
20. Sobre a importância técnica e estética da caricatura na literatura, ver Nery (2006), e sobre o uso da caricatura na imprensa e na construção da modernidade na Primeira República, através dos caricaturistas, ver Velloso (1996) e Lustosa (2009).
21. Cf. folhetim *O Teatro*, no jornal *A Notícia*, de 26/01/1900.
22. Cf. Arthur Azevedo no folhetim *O Teatro*, no jornal *A Notícia*, de 29/09/1906.

23. Arthur Azevedo elogiou a iniciativa do jornal em sua coluna “A palestra”, O Paiz, 30/12/1906. Nessa crônica falava do sorteio de ano bom, no qual um dos assinantes do periódico seria contemplado com um automóvel, “um automóvel de verdade, que pode andar por essas ruas erguendo nuvens de pó e fazendo fon-fon!”.

## Referências

- ABREU, Alzira Alves. As mudanças na imprensa brasileira: 1950-1970. In: LUSTOSA, Isabel. *Imprensa, história e literatura*. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2008.
- ARAÚJO, Antonio Martins. *Arthur Azevedo: a palavra e o riso. Uma introdução aos processos linguísticos de comicidade no teatro de Arthur Azevedo*. São Paulo: Perspectiva; Rio de Janeiro: UFRJ, 1988.
- AZEVEDO, Arthur. *Teatro completo de Artur Azevedo* (2 vols.). Org. Antonio Martins. Rio de Janeiro: Funarte, 2002.
- CANDIDO, Antônio. A vida ao rés-do-chão. In: CANDIDO, Antonio et al. *A crônica: o gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil*. Campinas: Editora da UNICAMP, Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1992. p. 14 e 20.
- BAKHTIN, Mikail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento. O contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec; Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2008.
- BERGSON, Henri. *O riso. Ensaio sobre a significação da comicidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2007 (1899).
- BOBBIO, Norberto; MATTIEUCCI, Nicola e PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de política* (2 vols.). Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2010.
- BROCA, Brito. *A vida literária no Brasil – 1900*. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura, 1956.
- BURKE, Peter. *Cultura popular na Idade Moderna. Europa, 1500-1800*. São Paulo: Companhia das Letras, 1980.
- CARDOSO, Rafael. Origens do projeto gráfico no Brasil. In: \_\_\_\_\_ (Org.). *Impresso no Brasil. Destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.
- CHARLE, Christophe. *A gênese da sociedade do espetáculo. Teatro em Paris, Londres e Viena*. São Paulo: Cia. das Letras, 2012.
- CHARTIER, Roger. Cultura popular: revisitando um conceito historiográfico. In: *Estudos Históricos*, n.16, 1995, p. 179-192.
- COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Editora Brasiliense, 1980.
- DAMAZIO, Sylvia F. *Retrato social do Rio de Janeiro na virada do século*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1996.
- FARIA, João Roberto. *O teatro realista no Brasil. 1855-1865*. Coleção Estudos. São Paulo: Perspectiva/EDUSP, 1993.
- FIGUEIREDO, Vera Lucia Follain de. *Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio/7 Letras, 2010.
- LUSTOSA, Isabel. O traço e o texto: a imagem de nossos primeiros presidentes através do humor e da caricatura. In: FERREIRA, Jorge e DELGADO, Lucilia de Almeida (Orgs.). O

- Brasil republicano. O tempo do liberalismo excludente. Da Proclamação da República à Revolução de 1930.* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- \_\_\_\_\_. Imprensa e impressos no Brasil. Do surgimento à modernidade. In: CARDOSO, Rafael (Org.). *Impresso no Brasil. Destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional.* Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.
- MACHADO NETO, A. L. *Estrutura social da república das letras.* São Paulo: Editora USP/Editorial Grijalbo, 1973.
- MARZANO, Andrea. A magia dos palcos: o teatro no Rio de Janeiro do século XIX. In: MARZANO, Andrea e MELO, Victor Andrade de. *A vida divertida; histórias do lazer no Rio de Janeiro (1830-1930).* Rio de Janeiro: Apicuri, 2010
- MELO, José Marques de et al. (Ed.). *Enciclopédia INTERCOM de comunicação.* São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.
- MENCARELLI, Fernando Antonio. *Cena aberta. A absolvição de um bilontra e o teatro de revista de Arthur Azevedo.* Coleção Várias Histórias. Campinas: Editora Unicamp, 1999.
- MEYER, Marlyse. *Folhetim. Uma história.* São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- NEIVA, Eduardo. *Dicionário Houaiss de comunicação e multimídia.* São Paulo: Publifolha, 2013.
- NERY, Laura Moutinho. *Cenas da vida carioca. Raul Pederneiras e a belle époque do Rio de Janeiro.* Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em História Social da Cultura, Departamento de História, PUC-Rio, 2000.
- NEVES, Larissa de Oliveira. *O teatro: Artur Azevedo e as crônicas da Capital Federal (1894-1908).* Dissertação de Mestrado, Programa de Teoria e História Literária, Universidade Estadual de Campinas, 2002.
- PAIVA, Salvyano Cavalcanti de. *Viva o rebolado: vida e morte do teatro de revista brasileiro.* Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.
- PARK, Robert. Urbanization as measured by newspaper circulation. *American Journal of Sociology*, vol. XXXV, n. 1, julho 1929.
- Disponível em <http://www.jstor.org/stable/2766011>. Acesso em 27/01/2011.
- \_\_\_\_\_. The natural history of newspaper. *The American Journal of Sociology*, vol. XLIV, n. 2, set. 1938.
- \_\_\_\_\_. A notícia como forma de conhecimento. In: STEINBERG, Charles S. (Org.). *Meios de comunicação de massa.* São Paulo: Ed. Cultrix, s/d (1966).
- \_\_\_\_\_. Reflections on communication and culture. In: JANOWITZ, Morris (Org.). *The City.* Chicago: The University of Chicago Press, 1967.
- RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo. *Dicionário de comunicação.* Rio de Janeiro: Editora Codecri, 1978.
- RUIZ, Roberto. *O teatro de revista no Brasil. Das origens à Primeira Guerra Mundial.* Rio de Janeiro: Inacen, 1988.
- SICILIANO, Tatiana Oliveira. *‘O Rio que passa’ por Arthur Azevedo: cotidiano e vida urbana na Capital Federal da alvorada do século XX.* Tese de doutorado em Antropologia Social apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Junho de 2011.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil.* Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 1966.

- SÜSSEKIND, Flora. *As revistas de ano e a invenção do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira/Fundação Casa de Rui Barbosa, 1986.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade. Uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.
- VASCONCELLOS, Luiz Paulo. *Dicionário de teatro*. Porto Alegre: LP&M, 2009.
- VELHO, Gilberto. Estilo de vida urbano e modernidade. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, vol. 8, n. 16, 1995, p. 227-234.
- \_\_\_\_\_. Biografia, trajetória e mediação. In: VELHO, Gilberto e KUSHINIR, Karina. *Mediação, cultura e política*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001.
- VELLOSO, Mônica Pimenta. *Modernismo no Rio de Janeiro: turunas e quixotes*. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- ENEZIANO, Neyde. *O teatro de revista no Brasil. Dramaturgia e convenções*. Campinas: Editora da Unicamp, 1991.

## **Resumo**

O artigo busca refletir sobre os diálogos entre a mídia impressa e o teatro, a partir da revista de ano *O ano que passa* escrita por Arthur Azevedo, ilustrada pelo cartunista Julião Machado e publicada no jornal *O Paiz*, em 1907. O Rio de Janeiro, Capital Federal, cenário e enredo de tal peça, passava por um intenso processo de urbanização e difundia novos códigos de etiqueta e sociabilidade. *O ano que passa* inovou por se tratar de uma obra que, embora concebida para o palco, foi “encenada” nas páginas de um periódico. O teatro representado no jornal borra as fronteiras entre gêneros literários e enfatiza o papel dos meios de comunicação emergentes, como um espaço de experimentação, e também como difusor de um novo tipo de produto, que mistura informação com entretenimento e coloca em relevo cenas do cotidiano da cidade.

## **Palavras-chave**

Arthur Azevedo. Teatro de revista. Rio de Janeiro. Jornal.

## **Abstract**

This article aims to discuss the dialogue between the print media and the theater, from the light musical theatre written by Arthur Azevedo, illustrated by cartoonist Julian Machado and published in the newspaper *O Paiz*, in 1907. Rio de Janeiro, then Capital of the country, went through an intense process of urbanization and tried to disseminate new codes of etiquette and sociability. This is a singular theatre work because, although it was designed to be performed at the stage, in fact it was represented in the pages of a newspaper. That kind of theater piece presented in print blurs the boundaries between literary genres and emphasizes the role of the media, which emerge as a space for experimentation, as well as a diffuser of a new type of product that blends information and entertainment, which highlights scenes of everyday life in the city.

## **Keywords**

Arthur Azevedo. Light musical genre. Rio de Janeiro. Newspaper.