

A crônica como espaço da ironia e da reflexão sobre poéticas jornalísticas em “Bazar de almas”, de Júlia Lopes de Almeida

Ana Carolina Sá Teles

Os estudos de Marie-Ève Thérenty têm o objetivo de esclarecer a relação entre literatura e jornalismo no século 19, uma vez que naquele período havia uma “poética do cotidiano”. Ou seja, novas formas de escrita vinculadas a uma sociedade cujos ritmos se intensificavam: influenciando e deixando-se influenciar pelo ritmo dos periódicos. A “poética do cotidiano” compunha uma escrita jornalística que era também literária, diferindo profundamente da escrita jornalística no século 20. Para marcar o início desta, Thérenty considera o ano de 1930, quando ocorreu a profissionalização do jornalismo e a prevalência da informação na imprensa.

Em contraposição, no século 19 havia uma intensa troca entre jornalismo e literatura na França. Esta relação se notava pela característica literariedade do jornalismo oitocentista, bem como pela circularidade entre formas jornalísticas e literárias. De um lado, o jornalismo era criado por meio de expedientes literários. De outro lado, os escritores do oitocentos encontravam na prática dos jornais um laboratório para experimentações literárias (THÉRENTY, 2007, pp. 18-19) (GRANJA, 2018, p. 14).

Além disso, o jornal assumiu no século 19 a missão de ficcionalizar o cotidiano de maneira sociológica e estética (THÉRENTY, 2007, p. 20). Por fim, os escritores passaram, de 1830 a 1880, dos papéis de cronista e fofoqueiro aos de repórter e entrevistador. A mudança de atitude quanto à escrita fez prevalecer um regime do que é testemunhado em sobreposição a um regime do que era apenas contado no jornalismo (THÉRENTY, 2007, pp. 36-37).

Dessa forma, Marie-Ève Thérenty analisa as matrizes discursivas dos dois campos em jogo no século 19. As matrizes jornalísticas compreendiam elementos como a periodicidade, a atualidade e o efeito-rubrica, enquanto as matrizes literárias compreendiam os registros da ficção, da ironia, da conversação e da escrita da intimidade. A combinação dessas duas matrizes discursivas tornou possível o surgimento de gêneros jornalísticos modernos como a crônica, a reportagem, o *fait divers* e a entrevista. Contudo, a interação também gerou um questionamento problemático sobre o risco que a literatura corria de se perder na escritura minimalista e midiática dos jornais (THÉRENTY, 2007, p. 46).

A questão em torno da ameaça da existência da literatura pelo jornalismo é desenvolvida na crônica “Bazar de Almas”, de Júlia Lopes de Almeida, publicada n’*O Paiz*

em 20 de junho de 1911. De acordo com Peggy Sharpe (In MUZART, 2004, p. 210-211), Júlia Lopes de Almeida profissionalizou sua atividade de escritora, tendo colaborado por mais de quatro décadas em periódicos como *A Estação*, *A Gazeta de Notícias*, *A Semana* e *A mensageira*, entre outros. Em 1911, n’*O Paiz*, Almeida publicava normalmente com intervalo de uma semana: crônicas no destaque da primeira página; uma coluna intitulada “Dois dedos de prosa”; e ainda, capítulos do romance epistolar *Diário da roça*, que saiu primeiramente seriado neste jornal.

A crônica “Bazar de almas” propõe um espelhamento por meio da citação, da alusão e do comentário de outro gênero jornalístico: o anúncio. Na visão da autora, apesar de serem menores, os anúncios talvez fossem mais sugestivos (ALMEIDA, 1911, p. 1). Desse modo, Júlia Lopes de Almeida compara gêneros, exercitando a intertextualidade e a ironia, ao rebaixar o estatuto da literatura e exagerar o potencial estilístico dos classificados.

Almeida reflete sobretudo a respeito das interações entre matrizes literárias e jornalísticas na virada do século, período em que a República Velha demonstrava sinais de modernização. De acordo com a autora, a leitura dos anúncios teria “sabor de novidade”, deixando transparecer “a alma das casas e dos indivíduos” (ALMEIDA, 1911, p. 1). Portanto, os anúncios sinalizavam a motivação das trocas comerciais da sociedade, apresentando-se como índices de sua modernidade.

No início da crônica, Almeida observa o tamanho da redação dos anúncios e o impacto de sua leitura: “Pouco a pouco das três ou quatro linhas em que a economia achava jeito de substanciar em uma fórmula curta uma ideia comprida, vi surgir uma distração imprevista, uma como que viagem pelo ansioso Paiz do Interesse” (ALMEIDA, 1911, p. 1). Por meio da imagem *mise en abyme*, Almeida situa dentro do jornal *O Paiz* uma publicação em miniatura que é intitulada “O Paiz do Interesse”, duplicando o título do jornal. Assim, o discurso oficial d’*O Paiz* abriga em si um conteúdo menor, por ser reduzido espacialmente e por ter seus temas submetidos à veleidade do consumo.

De acordo com Marie-Ève Thérenty (2007, p. 156), a máquina jornalística praticava uma *mise en abyme* irônica, desde o início da civilização do jornal, no século 19. Os editores abrigavam paródias que inquietavam o próprio sistema de invenção de gêneros dos jornais. Além dos escritores que contribuíram com vozes dissonantes nos periódicos a partir de 1836 – como Balzac, Gautier, Aplhonse Karr e Léon Gozlan –, a primeira escritura irônica a se instalar no folhetim foi a de Delphine de Girardin. A escritora-jornalista fundou a crônica espirituosa que se baseava na incongruência da narrativa e se mantinha fiel à tradição do Primeiro Império na França (THÉRENTY, 2007, p. 156).

A crônica parisiense inaugurou um espaço de contraponto dentro do jornal (THÉRENTY, 2007, p. 156). Delphine de Girardin escrevia o *esprit-Paris*, com o pseudônimo de visconde de Charles de Launay, na parte de baixo da primeira página do *La Presse*. Ela compunha um discurso desviante em relação ao *premier-Paris* que ficava no alto da página e funcionava como um editorial. O que era comunicado como programa jornalístico e político pelo *premier-Paris*, geralmente redigido por Émile de Girardin, dono do *La Presse*, era literariamente ironizado no espaço de baixo da página pela crônica de Delphine de Girardin, esposa de Émile (THÉRENTY, 2019, p. 33). Thérenty (2019, p. 32) observa como a oposição e a complementaridade na primeira página do jornal foram encenadas pela performance de um casal: “O discurso do folhetim se opõe, portanto, ao resto do jornal, de discurso sério. ‘Os laboratórios do pensamento valem bem as fábricas da indústria’, escreve Delphine de Girardin em 2 de junho de 1844” (THÉRENTY, 2019, p. 33).

Quando Júlia Lopes de Almeida colaborava com *O Paiz*, a tradição da crônica espirituosa já tinha sido sedimentada no Brasil, considerando-se que os modelos franceses eram experimentados desde José de Alencar e Machado de Assis (MEYER, pp. 99-101). Almeida não apenas foi tributária da escrita de mulheres nos jornais da França ao longo do oitocentos, como também participou do período histórico em que a marca do colunista na primeira página trazia prestígio para o jornal. No caso d’*O Paiz*, o projeto editorial foi pensado para abrigar a coluna semanal assinada por escritoras-jornalistas que, com uma perspectiva de gênero feminino, apresentavam inovação entre os jornais brasileiros do período. Essas escritoras eram Maria Amália Vaz de Carvalho, Maria Benedita Câmara Borba (pseudônimo Délia), Emília Moncorvo de Bandeira Melo (pseudônimo Carmen Dolores) e a própria Júlia Lopes de Almeida.

Voltando à crônica específica, portanto, consideramos “Bazar de almas” como um exemplo moderno do discurso de contraponto no contexto do jornal. Além de ter a ironia pertencente ao registro do gênero da crônica, o texto joga luz sobre um gênero de ainda menor valor. O pensamento crítico da cronista desenrola uma série de considerações hipertextuais sobre os anúncios, rendendo matéria de debate sobre a circularidade entre as formas poéticas jornalísticas e as formas poéticas literárias na virada do século. Em “Antes do livro, o jornal: ‘Conto alexandrino’”, Lúcia Granja (2009) analisa a plasticidade entre formas literárias e formas jornalísticas no conto de Machado de Assis, reforçando a tese do jornal como um ancestral do hipertexto. Seria, igualmente, interessante desenvolver o exercício de ler a obra literária de Júlia Lopes de Almeida à luz de suas publicações nos jornais.

Almeida (1911, p. 1) compara a página de anúncios a um meio de locomoção e a um pátio de alienados. Tanto os alienados, quanto os anúncios comerciais apregoavam suas manias com grande variedade de assuntos. Contudo, ela faz a seguinte observação sobre o pátio de alienados: nele “O que teria com certeza era mais medo! E mais piedade também” (ALMEIDA, 1911, p. 1). Assim, a escritora relaciona a vida em um asilo manicomial à função de terror e de piedade, prevista no gênero poético da tragédia, levando ao efeito de catarse no público.

Para Almeida, a história de pessoas em situação manicomial no início do século 20 traria maior possibilidade de purgação estética que a escrita dos anúncios. Estes, por oposição, seriam a representação imagética do êxtase fetichista da sociedade em modernização: “A folha dos anúncios de um grande jornal é a fotografia da alma da sociedade moderna. Alma sobressaltada, gananciosa, febril” (ALMEIDA, 1911, p. 1).

Os anúncios não seriam apaziguadores. A escritora dizia encontrar na página de anúncios os boxeadores à moda de Eça de Queirós e os mártires:

Porque esta imagem possa parecer extravagante, vou explicá-la com a reprodução destas simples linhas:

“Oferece-se na rua tal, número tantos, uma menina de dez anos, a troco de alimentação e ensino”.

Outra: “Uma moça branca e educada, achando-se em péssimas circunstâncias, pede a proteção de um senhor, às ocultas”.

As péssimas circunstâncias explicam tudo. É o empurrão da fome.

Escrevendo tais palavras, a pobre moça vestiu a túnica de Cimódoce. Somente, não é a mártir do Cristianismo, mas a vítima das atrocidades do mundo moderno. A outra, a pequena de dez anos que é dada pelos pais a troco de pão e ensino, vejo-a daqui a meses exilada pela polícia, com lanhos nas costas e a boca aberta à espera do pedaço de pão, atirado por cima do muro, pela mão clemente de algum vizinho pobre.

Assim, de pequenas frases desenrolam-se ante os meus olhos grandes tragédias (...) (ALMEIDA, 1911, p. 1).

Os anúncios pagos oferecem crianças e mulheres ao público leitor e são interpretados por Júlia Lopes de Almeida como argumentos para o enredo de tragédias. Porém, na civilização do jornal, o leitor está distante da possibilidade estética e ética da catarse aristotélica que era fundamental na tragédia da Antiguidade. Trata-se de um recurso intertextual irônico na prosa de Júlia Lopes de Almeida, que se torna possível pelo exercício da escrita ao mesmo tempo literária e jornalística da crônica. Ao comentar as variedades, Almeida tematiza o próprio jornal. Simultaneamente, em razão de constituir um espaço de

contraponto, a crônica traz em seus comentários o uso de recursos de literariedade como a alusão, a citação e a ironia.

Tanto a alusão à categoria da catarse em Aristóteles, quanto a alusão ao livro *Os mártires*, de René de Chateaubriand, são rebaixadas. Neste romance de 1809, a personagem grega Cimódoce converte-se ao Cristianismo por amor, sendo sacrificada no final da história. As referências à Antiguidade demonstram, por um lado, ecos de semelhança entre o tempo atual e o antigo e, por outro lado, um abismo histórico. Na modernidade brasileira, quando as relações são regidas pelo capitalismo incipiente da Primeira República, os textos curtos dos anúncios dominam o regime textual de forma apelativa e fragmentária.

Nesse ponto da reflexão de Júlia Lopes de Almeida, é possível estabelecer um diálogo com a categoria de trauma nos estudos literários. Em “Literatura e trauma”, Marcio Seligmann-Silva (2002, p. 144) analisa o ensaio de Walter Benjamin, “Sobre algumas teses em Baudelaire”, em que a experiência na modernidade é vivenciada por meio de choques, fazendo com que as narrativas e as propostas estéticas se apresentem na forma do fragmento, dado o frenesi da vida urbana no capitalismo. Portanto, noções como a mimese e a catarse em letras passam a ser substituídas por vivências de choque estético e de escritas do trauma.

Ao lado das linhas curtas que reduzem tragédias de crianças e mulheres do Rio de Janeiro na virada do século, Almeida analisa o discurso próprio da publicidade:

Os assuntos que se acotovelam, esmurram, gritam, procurando cada qual obter o melhor lugar e atrair mais poderosamente a atenção do público, são de outro gênero, de muito mais intensa vivacidade. Este, acompanhado da figura de uma mulher em fraldas¹ e espartilhada em um colete que desce desde os seios até aos joelhos, cingindo-a na sua dura armação de aço e de barbatanas de baleia em uma compressão rija, de silício, diz, não só diz, afirma pelo modo mais positivo e categórico, que tal sistema é criado de parceria com as indicações da higiene e da elegância. As tesouras que recortaram essa obra de dedicação foram movidas pelos dedos de um médico ilustre e de um coleiteiro superior de Paris! (ALMEIDA, 1911, p. 1).

Nesse caso, o antigo espartilho que prejudicava mulheres no século 19 é renovado para uma armadura que, da união entre medicina e moda, podia ser vendida como um objeto de desejo ao mesmo tempo higiênico e elegante. Paradoxalmente, uma armadura flexível. A crônica ironiza a reação da escritora enquanto leitora de anúncios: sua resposta seria de sentimentos de impacto e credulidade, seguidos pelo desejo de procurar o anunciante urgentemente (ALMEIDA, 1911, p. 1).

¹ Semelhante a anáguas.

Então, Almeida traça a comparação direta – e a competição – entre os escritores literários e os anúncios:

Ah, a grande arte do anúncio, a grande arte moderna da imposição desmascarada, como ela é maleável e é esperta!

No desejo de significar muita coisa em poucas palavras, os anúncios vão excedendo os escritores na prática da síntese. Nós esparramos as ideias, batemo-la como a um bife, até lhe tirarmos a última gota de suco; eles enramalhetam em meia dúzia de palavras a decifração dos problemas mais complicados da existência humana. Para as mais terríveis moléstias apontam a salvação no uso de um simples frasco de uma droga infalível (ALMEIDA, 1911, p. 1).

A ironia quanto à tensão armada entre a atividade literária e os novos textos engendrados pelo jornal chega ao ponto de Almeida afirmar que, por desejo de laconismo, começará a ler “os romances apenas pelos títulos” (ALMEIDA, 1911, p. 1). O problema se relaciona tanto ao risco específico de que os escritores corriam de terem seus textos recortados para caberem na publicação em jornal, quanto ao problema decisivo de que a literatura perdia lugar para o discurso midiático (THÉRENTY, 2007, p. 46, 85).

Marie-Ève Thérenty (2007, p. 79) observa a macroestrutura do jornal em constante reconfiguração, incluindo rupturas causadas pela linha horizontal do folhetim e pela particularidade do mosaico peculiar, com a inserção de ilustrações, da página de anúncios. No mesmo número em que é publicada a crônica “Bazar de almas”, uma das páginas de anúncios é compartilhada com o folhetim *A mocidade do Rei Henrique*, de Ponson du Terrail. Por fim, em diálogo hipertextual, Almeida (1911, p.1) conclui sobre seu colega de ofício jornalístico: “Mas que perverso e maravilhoso romancista é este fazedor de enredos que se insinua despreziosamente pelas colunas do ‘aluga-se’ e do ‘precisa-se’ do jornal. Não há Ponson que o sobrepuje. Faz lembrar Zola”.

Concluimos que Júlia Lopes de Almeida tinha domínio não apenas de sua escrita, como também de seu contexto midiático, analisando na crônica seu período crucial, que foi investigado pelos estudos de Marie-Ève Thérenty um século depois. Thérenty (2007, p. 355) demonstra como na civilização do jornal as matrizes literárias e as matrizes jornalísticas se correlacionaram em função de mudanças ocorridas no mundo da imprensa e, sobretudo, nos modos de vida em sociedade, que passaram a ser regidos pela atualidade e pelo ritmo seriado, ao longo do século 19.

Como defende Peggy Sharpe (2000, p. 196-7), Júlia Lopes de Almeida foi pioneira na atividade de escritora por ter conseguido no Brasil da virada de século sustentar-se como uma mulher com a remuneração de suas publicações. Para citar um exemplo, no ano de 1914

durante a I Guerra Mundial, apenas Júlia Lopes de Almeida e Olavo Bilac, entre poucos nomes, tiveram seus livros custeados pela editora Francisco Alves (SHARPE, 2000, p. 197).

A escritora desenvolveu mensagens recorrentes em prol do direito à formação acadêmica e ao trabalho remunerado por parte mulheres em seus escritos jornalísticos e literários. Igualmente, ela própria tinha consciência do papel de escritora-jornalista profissional que exercia e do contexto no qual atuava, onde literatura e jornalismo constituíam ambas as poéticas de forma entrelaçada.

Nesse sentido, relacionamos a criança de dez anos do anúncio citado em “Bazar de almas” à personagem ficcional da menina Sancha, que tem seu trabalho explorado de forma análoga à escravidão em *A falência*, romance de grande sucesso de Júlia Lopes de Almeida, publicado em 1901. Semelhantemente, a mulher que procura proteção ecoa a personagem Alice do romance *A Intrusa* (1908), que procura trabalho por meio dos classificados, encontrando o posto de governanta na casa do viúvo Argemiro.

No mais, observamos a presença de discursos jornalísticos diversos nas crônicas ficcionais de Júlia Lopes de Almeida. Trata-se de um gênero inovador de prosa de ficção lançado como novidade literária pela autora no Brasil. Algumas de suas crônicas ficcionais foram posteriormente recolhidas na coletânea *Eles e elas* (1911). Nos textos publicados n’*O Paiz* sob as rubricas “Reflexões de uma esposa”, “Reflexões de uma viúva” e “Reflexões de um marido” ressoam, inclusive, o discurso dos anúncios em torno do consumo.

Nas “Reflexões de uma esposa”, a voz de uma mulher reflete sobre a condição do casamento como uma felicidade reduzida ao bem-estar material. Seu diálogo interno sentencia à maneira de Ibsen: “Sou uma boneca de carne e osso; não sou mais nada. A minha dependência é o motivo da felicidade que todos celebram ao redor de mim, como se fora favor dar um marido à sua mulher, cama, mesa e vestuário...” (ALMEIDA, 2015, p. 40).

Ainda, lemos sobre a propaganda no perfil cômico de uma esposa que era a personificação da campanha política de seu marido:

Conheci uma senhora que pedia votos para o marido aos caixeiros do armarinho que comprava, ao dentista que obturava os dentes, ao seu florista, ao seu perfumista, ao seu sapateiro, ao seu cocheiro, ao seu confessor, e por intermédio de amigas ou conhecidas: aos confessores, sapateiros, perfumistas, floristas, parteiros, dentistas, etc., dessas mesmas amigas ou conhecidas! Uma lástima! Não há praga mais ridícula do que a esposa de um futuro deputado em véspera de eleições, quando ela quer cooperar para os triunfos políticos da sua cara-metade (ALMEIDA, 2015, pp. 59-60).

A posição estratégica que Júlia Lopes de Almeida ocupou como escritora-jornalista (GRANJA, 2018) proporcionou a ela os caminhos para que experimentasse com recursos de literariedade e de referencialidade no trânsito entre jornalismo e literatura. Vale pontuar que, nas pesquisas recentes de Thérenty (2019, p. 17), a repressão contra a escrita de mulheres fez com que as escritoras-jornalistas enfatizassem a tendência da literariedade nos jornais como formas de mascaramento que escapavam a restrições sofridas por elas.

Portanto, notamos ideias lúcidas sobre a relação entre jornalismo e literatura na obra de escritoras-jornalistas, como se exemplifica nos textos de Júlia Lopes de Almeida presentemente abordados. Escritoras-jornalistas como as mulheres d'*O Paiz* experimentaram em contexto nacional, de acordo com um panorama internacional (CASANOVA, 2002, p. 8). Elas inovaram quanto aos gêneros textuais e em relação à performance dos papéis de gênero, sendo recorrentemente atravessadas por choques e condições precárias para sua vivência e trabalho. Reconstituir suas vozes, antes apagadas pela historiografia literária, é uma forma não apenas de fazer justiça às suas produções, como também de compreender as forças que estavam em jogo no estabelecimento de campos de poder (BOURDIEU, 2011, p. 48-52) na literatura na virada do século no Brasil e no mundo.

REFERÊNCIAS

ALENCASTRO Luís Felipe. Vida privada e ordem privada no Império. In: *História da vida privada no Brasil*, vol. II. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

ALMEIDA, Júlia Lopes. *A falência*. Florianópolis: EDUNISC, 2001.

_____. *A intrusa*. Jandira/SP: Principis, 2019.

_____. Bazar de almas. *O Paiz*, p. 1, Rio de Janeiro, 20 jun. 1911. Disponível em: http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=178691_04&pasta=ano%20191&pesq=bazar&pagfis=7234 Acesso em: 11/07/2023.

_____. *Eles e elas*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1910.

_____. *Eles e elas*. João Pessoa: Editora da UFPB, 2015.

BOURDIEU, Pierre. *Razões práticas: Sobre a teoria da ação*. Campinas, SP: Papirus, 2011.

CASANOVA, Pascale. Consécration et accumulation de Capital Littéraire. La traduction comme échange inégal. *Actes de la Recherche en Sciences sociales*, 2002/4, no. 144, p. 7-20 (b).

GRANJA, Lúcia. “Antes do livro, o jornal: ‘Conto Alexandrino’”. *Luso-Brazilian Review*, v. 46, n. 1, p. 106-114, 2009. Disponível em: https://www.academia.edu/4960371/Antes_do_livro_o_jornal_Conto_Alexandrino_. Acesso em: 10/03/2023.

_____. *Machado de Assis – antes do livro, o jornal: suporte, mídia e ficção* [online]. São Paulo: Editora UNESP, 2018. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/cbysw>. Acesso em: 09/07/2023.

MEYER, Marlise. Voláteis e versáteis, de variedades e folhetins se fez a crônica. In: CANDIDO, Antonio et al. *A Crônica: o gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil*. Campinas, SP: Editora da Unicamp; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1992, pp. 93-133.

SELIGMANN-SILVA, Márcio. “Literatura e trauma”. *Pro-Posições*, v. 12, n. 3 (39), 2002, p.135-156.

SHARPE, Peggy. Júlia Lopes de Almeida. In: MUZART, Zahidé Lupinacci (dir.). *Escritoras brasileiras do século XIX*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2000, p. 188-238.

THÉRENTY, Marie-Ève. *Femmes de presse, femmes de lettres: de Delphine de Girardin à Florence Aubenas*. Paris: CNRS Éditions, 2019.

_____. *La littérature au quotidien: poétiques journalistiques au XIXe siècle*. Paris: Éditions du Seuil, 2007.