LUCA, T. R. de . A grande imprensa na primeira metade do século XX. In: LUCA, Tania Regina; MARTINS, Ana Luiza. (Org.). História da Imprensa no Brasil. 1ed.São Paulo: Contexto, 2008, v. 1, p. 149-175

“Os especialistas costumam apontar os anos compreendidos entre o último quartel do século XIX e o início da centúria seguinte como um momento de inflexão na trajetória da imprensa brasileira, [...] p.1

“É preciso ter presente que o período em apreço foi marcado pelo final da escravidão, instauração do regime republicano e seu ideal de reformar o ensino e disseminar o letramento, prosperidade trazida pelo café, crescimento dos centros urbanos e do setor de serviços, com particular destaque para o Rio de Janeiro e São Paulo, extensão da malha ferroviária, entrada de grandes levas de imigrantes e início de um primeiro surto industrial, circunstâncias que, a um só tempo, favoreciam e demandavam a circulação da informação.” p.1

“O discurso publicitário, peculiar às cidades modernas, articulava-se às novas demandas da vida urbana do início do século XX e, no que diz respeito à imprensa periódica, transformou-se numa fonte essencial de recursos.” p. 2

“Sem abandonar a luta política, os diários incorporaram outros gêneros como notas, reportagens, entrevistas, crônicas e, ao lado da produção ficcional, que só lentamente perdeu espaço nos grandes matutinos, compareciam os inquéritos literários. Surgiram seções especializadas, dedicadas ao público feminino, esportes, lazer, vida social e cultural, crítica literária, assuntos policiais e internacionais.” p.3

“No que tange aos leitores em potencial, basta lembrar que em 1890, estimava-se em apenas 15% o montante da população brasileira alfabetizada, porcentagem que timidamente se elevou para 25% no censo de 1900 e que não sofreu alterações significativas em 1920.” p. 7

“[...] os dados para meados do século XX apontavam para uma taxa total de analfabetismo na casa dos 50%, contexto que ajuda a compreender a persistente limitação das tiragens dos livros e periódicos em geral. Num depoimento datado do início do século XX, Olavo Bilac sintetizou o quadro nos seguintes termos:

O jornal é um problema complexo. Nós adquirimos a possibilidade de poder falar a um certo número de pessoas que nos desconheceriam se não fosse a folha diária; os proprietários de jornal vêem. limitada, pela falta de instrução, a tiragem das suas empresas. Todos os jornais do Rio não vendem, reunidos, cento e cinqüenta mil exemplares, tiragem insignificante para qualquer diário de segunda ordem na Europa. São oito os nossos! Isso demonstra que o público não lê (...). E porque não lê? Porque não sabe!8 p. 7

“[...]se o aspecto propriamente comercial tornou-se uma das dimensões essenciais da atividade, não se pode menosprezar os limites que as condições do país impunham a tal processo e tampouco esquecer que o jornal vendia (e vende) uma mercadoria muito especial, capaz de despertar simpatia e oposição, mobilizar e levar à ação política, mas que também deveria infundir confiança nos que percorriam suas páginas.” p. 7

“E não foram poucas as turbulências que o regime republicano enfrentou nos seus anos iniciais: [...]Tais eventos, apaixonadamente discutidos pelos jornais da época, testemunham não só a existência de uma aguerrida oposição ao regime em si mas também os vários embates no próprio campo dos republicanos, que alimentavam concepções divergentes sobre o regime e o caminho que se deveria seguir.” p. 9

“O leitor urbano pertencente às camadas médias – pequenos comerciantes, funcionários públicos, profissionais liberais, atores ausentes no cenário dominado pelas oligarquias.” p.14