

O NAUFRÁGIO DO TITANIC VISTO PELO JORNAL DO COMÉRCIO E PELO MUNDO MARÍTIMO DE MANAUS

THE SINKING OF THE TITANIC IN THE JORNAL DO COMÉRCIO AND IN THE MARITIME WORLD OF MANAUS



Caio Giulliano Paião¹

Resumo

O artigo aborda a repercussão das notícias do Jornal do Comércio sobre o naufrágio do RMS Titanic em Manaus. O primeiro aspecto discutido é como o jornalismo construiu o naufrágio como uma notícia de interesse mundial. O segundo é como esse material foi recepcionado em uma cidade que se conectava ao mundo pela navegação britânica. O argumento central é que esse distante acidente dialogou com problemas reais do mundo marítimo de Manaus: a insegurança do serviço oferecido pelas companhias britânicas, o aceleração das viagens e o desencanto com a modernidade. Veremos como o local se conecta ao global a partir dos próprios parâmetros de uma sociedade que se via e queria agir como cosmopolita.

Palavras-chave: Navegação; Imprensa; Modernidade.

Abstract

The article addresses the repercussion of the news in the Jornal do Comércio about the sinking of the RMS Titanic in Manaus. The first aspect discussed is how journalism constructed the shipwreck as news of global interest. The second is how this material was received in a city that was connected to the world through British shipping. The central argument is that this distant accident spoke to real problems in the maritime world of Manaus: the insecurity of the service offered by British companies, the acceleration of travel and disenchantment with modernity. We will see how the local connects to the global based on the very parameters of a society that saw itself and wanted to act as cosmopolitan.

Keywords: Navigation; Press; Modernity.

Introdução

¹ Doutor em História Social pela Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP. E-mail: caio_giulliano@hotmail.com.



Quando nos referimos a um acontecimento histórico de ampla repercussão, como o naufrágio do RMS² *Titanic*, acionamos uma bagagem de informações e imagens que estão firmemente enraizadas em nosso imaginário social. Desde a fatídica noite do dia 14 de abril de 1912, a curiosidade em torno desse desastre resiste ao tempo. É que a indústria cultural fez dele a tragédia mais rentável da história, gerando uma lista de produtos que vai de *blockbusters* de Hollywood, desenhos animados, livros de ficção, quadrinhos, músicas e até, mais recentemente, ao macabro turismo subaquático que agora dispõe de suas próprias vítimas. Essa avalanche de representações dá impressão de um fato autoexplicativo sem nada mais a se dizer. Mas essa é uma impressão ilusória.

Ao longo do tempo, esses produtos nublam os dilemas reais das pessoas que viveram aquele momento, conferindo-lhe suas próprias impressões e interpretações. A romantização do navio esvaziou essa gama de sentidos para congelá-lo no tempo e nas profundezas do Atlântico Norte, como artefato de um passado desprovido de tecido social e histórico. Sob tais circunstâncias, foi possível lucrar com a tragédia por pouco mais de um século. Neste artigo, abordo o naufrágio como uma experiência vivida por pessoas reais, analisando os efeitos imediatos do evento e as transformações de suas leituras ao longo do tempo. Terei como eixo dois pontos fundamentais: o jornalismo das primeiras décadas do século XX, notadamente analisado a partir do *Jornal do Comércio* e pelo mundo marítimo de Manaus.

No geral, a repercussão do naufrágio na imprensa mundial apresenta diferentes caminhos de abordagem. Alguns o viam como resultado da prepotência humana frente à natureza; outros criticavam a modernidade tecnológica que encontrou no sinistro sua fronteira final; os sensacionalistas exploraram entrevistas com vítimas e detalhes pitorescos da tragédia; também houve apelo para a literatura da moda, com investigações das causas como um grande enigma a ser decifrado. Em todas essas interpretações temos a construção do evento como objeto de interesse geral³. Foi pelas páginas dos jornais que o

² Abreviatura de *Royal Mail Steamer*, algo como “vapor do Correio Real”, era atribuída aos navios contratados para transportar os Correios do Reino Unido.

³ Sobre o reflexo na literatura, ver: WOMACK, Kenneth. “Reading the Titanic: Contemporary Literary Representations of the Ship of Dreams”. In: BERGFELDER, Tim & STREET, Sarah (ed.). **The Titanic in Myth and Memory**. New York: I.B Tauris, 2004.



naufrágio foi explorado pela primeira vez como algo lucrativo. O sucesso de vendas foi tamanho que, além de canonizar o sinistro no imaginário coletivo, mudou para sempre o modelo de reportagem sobre tragédias a nível global. Era a primeira cobertura transnacional de uma notícia de largo alcance e estendida em várias edições, com investimento em reprodução de imagens e designs de diagramação⁴. Algo semelhante a isso só dali a dois anos, com o início da Grande Guerra (1914-1918).

Fenômenos maciços como esse, que nos habituaram a pensar em termos globais, podem ser lidos em chaves diferentes quando apreendidos em níveis locais. Não se trata de diminuir sua importância, mas de focá-lo por outras lentes em um “jogo de escalas”. Sigo aqui Jacques Revel, acerca da pluralidade de contextos necessários para compreensão de um processo histórico. Sua proposta de “escalas de observação” contesta fatos auto-explicáveis que podem ser reavaliados numa interpretação em camadas. Afinal, cada sujeito, grupo e espaços participam, de maneira próxima ou distante, de contextos e processos de dimensões e níveis variáveis. O que essa experiência nos permite perceber é uma “modulação particular da história global”⁵. Neste artigo, examino do nível global ao local, o trato jornalístico sobre o naufrágio do *Titanic* pelo *Jornal do Comércio* e os seus efeitos na cidade de Manaus. Mas por que essa cidade?

O naufrágio aparece na imprensa brasileira numa época crucial do desenvolvimento dos jornais como empresas⁶. Em Manaus, os proprietários visavam modernizar seus negócios para afastar o estilo provinciano de reportagens⁷. A publicação de notícias via telégrafo, por exemplo, alçava a imprensa manauara ao patamar dos países mais desenvolvidos. Cobrir um evento tão distante, embora de interesse local, mostrava que os jornais estavam a par de

⁴ “Titanic: como o naufrágio em 1912 mudou a forma de noticiar tragédias”. *O Globo*, 21 jun. 2023. Disponível em: [Titanic: Como o naufrágio em 1912 mudou a forma de noticiar tragédias \(globo.com\)](https://globo.com) Acesso em: 15 maio 2014.

⁵ A “história global” de Jacques Revel enfatiza a interconexão e a multiplicidade das experiências históricas, considerando a contingência de certos eventos para refletir incertezas e variações em diferentes contextos ao invés de reduzi-los no nível da explicação. “Micro análise e construção do social”. In: _____ (org.). **Jogos de escalas: a experiência da microanálise**. Rio de Janeiro: FGV, 1998, p. 27-28.

⁶ NERY, Gabriela. “Assim como da guerra, o nervo da imprensa é também dinheiro’: jornalismo e negócio na imprensa diária carioca (1870-1900)”. *História Social*, n. 26, 2023.

⁷ PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. **Folhas do Norte: letramento e periodismo no Amazonas, 1880-1920**. Manaus: EDUA, 2015, p. 81.



tecnologias e tendências recentes na produção de notícias: de forma ágil, no calor da hora e com uma variedade de fontes. Noticiários desse porte conferiam um ar cosmopolita para o periódico e seus leitores, quando as grandes redações buscavam um equilíbrio entre manter um público ilustrado, mas sem abandonar o chamariz de notícias rocambolescas, assustadoras e apelativas. O caso do *Titanic* englobava esses dois mundos. Com adendo de que a cidade possuía um público consumidor de viagens transatlânticas oferecidas por armadores britânicos. Esses navios conectavam Manaus com a Europa, levando e trazendo passageiros e mercadorias.

A capital do Amazonas preserva antigas conexões comerciais, sociais e culturais com a Grã-Bretanha que deixaram marcas visíveis na arquitetura, nas obras de infraestrutura, em parques e praças da cidade. No início do século XX, os ingleses constituíam uma comunidade significativa. Muitos deles eram homens de negócios com ações na exploração de borracha e, o que mais nos interessa aqui, na administração portuária e nas companhias de navegação⁸. Dessa forma, o trato jornalístico dado pelo *Jornal do Comércio* ao *Titanic* dialogou com os consumidores de produtos britânicos e, especialmente, da navegação capitaneada por eles. Mas essa história também pode ser vista “de baixo”: as circunstâncias do naufrágio informavam dilemas dos marítimos locais, como a exploração e as más condições de trabalho. A colisão com o *iceberg* não foi vista como obra do acaso. Sabia-se que o navio vinha em alta velocidade para encurtar a viagem sob ordens da White Star Line, empresa proprietária do navio. Companhias que exploravam tripulações para acelerar viagens, sem qualquer garantia de segurança, era algo bem conhecido dos manauaras.

Ademais, em 1912, Manaus possuía menos de 100 mil habitantes e a economia local dava sinais de declínio. Desde 1910, a borracha amazônica vinha perdendo terreno para a produção do sudeste asiático, sistematizada pelos britânicos sob rumores de contrabando de sementes brasileiras. Naquele momento, muitas empresas fechavam as portas e ricos estrangeiros

⁸ PENNINGTON, David. **Manaus e Liverpool: uma ponte marítima centenária – anos finais do Império/meados do XX**. Manaus: EDUA, 2009. PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. “Migração, trabalho e etnicidade: portugueses e ingleses no porto de Manaus, 1880-1920”. *Varia História*, v. 30, n. 54, 2014.



abandonavam a região, retirando o capital investido⁹. O noticiário sobre o *Titanic* disputou espaço com anúncios de crise. Portanto, as críticas a armadores britânicos também se referiam a um contexto de nítido mal-estar com esses europeus.

As notícias analisadas são em maioria do *Jornal do Comércio*, consultado na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. Sendo um título longevo (fundado em 1904) e de ampla distribuição (ativo até os dias atuais), nos dá uma boa amostra do fazer jornalístico do início do século XX. Sua redação abrigava os principais jornalistas de Manaus, que faziam da folha um artífice nas transformações sociais e urbanas que mudaram a cidade durante o apogeu da borracha, nos anos 1900. Como empresa, foi o principal veículo do Amazonas a adotar novas técnicas de escrita e impressão. As principais mudanças, contudo, ocorrem após a sua compra por Vicente Reis, em 1907. O ano de 1912 foi, justamente, o marco zero da sua modernização tipográfica, com a importação de três máquinas de linotipo de Nova York, substituindo a produção manual¹⁰. Além de novas tecnologias, nesse período, a ideia de imprensa moderna aventava uma escrita imparcial que cobrisse o mundo todo e não apenas as cercanias das redações. Para homogeneizar o jornal como um todo indiviso e poderoso, os redatores passaram a ocultar a autoria dos textos, dando lugar a uma voz abrangente e eficiente sobre o fato noticiado. Outra característica das matérias era o investimento em conteúdo apelativo que se estendia por várias edições, quase como um folhetim¹¹. É aí que encontramos o lugar do *Titanic* no *Jornal do Comércio* e como avalio seus impactos sociais em Manaus.

Uma questão se coloca então: é possível demonstrar o impacto de uma notícia em uma sociedade analisando um único periódico? Defendo que sim, especialmente se ele for o principal título da cidade. A influência de um veículo de comunicação dominante pode ser substancial, pois muitas vezes ele consegue moldar a opinião pública e definir a agenda do debate público. Se o jornal detém

⁹ WEINSTEIN, Barbara. **A borracha na Amazônia: expansão e decadência, 1850-1920**. São Paulo: Hucitec/Edusp, 1993.

¹⁰ TAVARES, Priscila. **Do burgo podre ao leão do norte: o Jornal do Commercio e a modernidade em Manaus (1904-1914)**. Dissertação (Mestrado em História), Universidade Federal do Amazonas, 2014, p. 23.

¹¹ BOTELHO, Denilson. “Sobre os meios e modos de fazer jornalismo na Primeira República: Lima Barreto entre a história e a ficção”. **Antíteses**, v. 6, 2013, p. 48-49.



ampla circulação e grande número de leitores, suas notícias e editoriais atingem boa parte da população. E se esse jornal e seus redatores, quase sempre bastante conhecidos localmente, gozavam de alguma credibilidade, os leitores tendiam a confiar no seu conteúdo, aumentando o impacto social das publicações¹². Um título como o *Jornal do Comércio* era perfeitamente capaz de atuar sobre a sociedade na mesma medida em que era transformado por ela. Mais adiante, veremos ações e decisões de alguns leitores, orientadas pelo que leram a respeito do *Titanic* no *Jornal do Comércio*.

A maioria dessas notícias aparece na coluna “*O que vai pelo mundo*”, surgida na edição de 18 de setembro de 1911. Seu noticiário era alimentado pelos cabos submarinos das agências britânicas The Amazon Telegraph Company, com sede em Belém, e Western Telegraph Company, sediada no Recife. O naufrágio do *Titanic* foi o teste de fogo da coluna que vigorou até o início da Grande Guerra¹³. Ali se cobria de tudo um pouco, desde política e economia até curiosidades e lançamentos do cinema. No entanto, a seção também despertava o interesse dos trabalhadores, principalmente dos marítimos, pois a navegação internacional era um parâmetro tanto para a política das companhias quanto para a definição de pautas da classe marítima.

No início do século XX, o colosso da White Star Line chamou a atenção do mundo das mais diversas formas. Ocorre que seu improvável naufrágio não ficou restrito ao sensacionalismo criado em torno dele. Seus significados e sentidos atribuídos ao longo do tempo influenciaram as realidades de diferentes recortes geográficos. Observar isso em Manaus poderá revelar aspectos pouco conhecidos dos dilemas marítimos ali sentidos, especialmente sendo a navegação a sua porta exclusiva de entrada e saída para o mundo. E um futuro nada promissor assombrava a cidade pela queda de exportação de borracha. Assim, proponho uma análise da convergência desse naufrágio e sua repercussão, a partir de dimensões próprias do contexto de Manaus, examinadas através do *Jornal do Comércio* em um jogo de escalas entre o local e o global.

¹² Na teoria da comunicação, o conceito de “*agenda setting*” aponta que a mídia não só informa o público, mas define quais tópicos são importantes. Se um jornal importante destaca uma notícia, isso podia direcionar a atenção pública e influenciar um debate. MacCOMBS, Maxwell & SHAW, Donald. “The Agenda-Setting Function of Mass Media”. *Public Opinion Quarterly*, n. 36 (2), 1972.

¹³ Ela retornou e cessou em 1921, passando bastão para outras colunas internacionais.



Dos estaleiros às profundezas: a pérola eduardiana

Em 10 de junho de 1907, o presidente da companhia White Star Line, Bruce Ismay, determinou a construção do que seriam os três maiores navios do mundo: o *Olympic* (entregue em 1911), o *Titanic* (em 1912) e o *Gigantic* (renomeado *Britanic* em 1914). A Grã-Bretanha possuía os estaleiros mais modernos do mundo, e os navios saídos dali consolidaram a geografia do Império britânico. O projeto desses navios reafirmava esse poderio naval que acelerou, desde a segunda metade do século XIX, a exportação de capital e a cartografia do espaço mundial¹⁴. Já não era a potência de antes, mas o país ainda detinha um dos mais possantes centros industriais. No começo do século XX, a fabricação de navios também atendia às seguintes demandas: uma migração sem precedentes distribuiu uma diáspora pelo planeta; uma classe média ascendente e entusiasta de meios de transporte modernos passou a ter tempo e dinheiro para investir em turismo¹⁵. Tal cenário exigia navios cada vez maiores para abrigar esses contingentes, e melhor adaptados para impedir que eles se encontrassem a bordo.

A construção do *Titanic* foi financiada pela companhia estadunidense International Mercantile Marine Co. e iniciou-se em 31 de março de 1909, nos estaleiros da Harland and Wolff, na Irlanda do Norte, que desde o século XIX era um poderoso centro de fabricação naval. Naquela época, os Estados Unidos vinham se lançando em *joint ventures* com estaleiros britânicos a fim de compartilhar conhecimento, tecnologia e recursos, aproveitando que a Grã-Bretanha já não gozava da hegemonia econômica de antes. O ambicioso empreendimento atraiu olhares de boa parte do mundo¹⁶. Mas nem todas as impressões eram positivas. Um artigo da revista *Serões*, de Lisboa, criticou a violenta competição entre companhias de navegação e seus investimentos em maiores tonelagens para ampliar as freguesias. O aumento da velocidade desses vapores também assustava. Nas palavras do articulista, os estaleiros britânicos

¹⁴ COUSIN, Justine. **Extra-european Seamen Employed by British Imperial Shipping Companies (1860-1960)**. Tese (Doutorado em História), Sorbonne Université, 2018.

¹⁵ HOBBSAWM, Eric. **Da Revolução Industrial inglesa ao Imperialismo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1979, p. 110.

¹⁶ Informações recolhidas em um interessante levantamento de notícias portuguesas sobre o *Titanic*, realizado pela Hemeroteca Digital de Lisboa, na ocasião do centenário do naufrágio. Disponível em: <https://hemerotecadigital.cmlisboa.pt/efemerides/Titanic/Titanic.htm> Acesso em: 13 maio 2024.



eram “grutas de Leviatã”: ali dormia um monstro perigoso¹⁷. Em contrapartida, a publicidade das estruturas de alto nível dos navios conseguia relativizar os riscos¹⁸. É nessa linha que lemos a primeira menção ao *Titanic* na imprensa amazonense.

Em 21 de abril de 1910, *O Correio do Purus* noticiou que “o *Olympic* e o *Titanic* serão os primeiros vapores, cujos camarotes terão banheiros particulares”. Além de “um grande tanque de natação a bordo, com tais dimensões que permitem mergulhar” e uma “sala de ginástica, a maior das conhecidas”. O salão de refeições comportaria mais de 600 passageiros da primeira classe, sendo a grande atração do navio, ricamente mobiliado e decorado em *art nouveau*. O refinado cotidiano de bordo poderia ser desfrutado como se estivesse em terra, nas melhores cidades da Europa¹⁹.

É importante notar onde conseguia chegar esse tipo de propaganda: eram poucos os britânicos capazes de sonhar com um jornal nas margens do rio Purus. Mas aquela era uma zona produtiva do extrativismo e, por isso, *O Correio do Purus* (1898-1916) era um dos maiores títulos do Amazonas, com investimento pesado em abrir a cidade de Lábrea para o mundo²⁰. A presença dessa notícia nas suas páginas é uma evidência desse esforço, e revela o poder do senso estético e das ideias de conforto e elegância, à moda britânica, disseminados pelo imperialismo desde o período vitoriano.

A transição da era vitoriana (1837-1901) marca uma mudança significativa na literatura e na imprensa do século XIX, passando da ênfase na pobreza e no drama da modernidade para a defesa dos avanços tecnológicos e da ciência como ordenadores da sociedade. Essa mudança respondia ao ônus da Revolução Industrial, quando a miséria das classes trabalhadoras, suas condições de moradia e a marginalização de estratos sociais, era objeto de um regime de visualidades sobre o espaço público. Por outro lado, a reclusão da rainha em seus

¹⁷ É sugestivo que a coluna se intitule “Delírios do progresso”. *Serões*, Lisboa, jun. 1911.

¹⁸ O mundo da publicidade havia mudado desde a Revolução Industrial, quando houve uma produção em massa de bens e as empresas precisavam abrir mercados e atrair consumidores para vender seus produtos, aumentando a demanda por publicidade. O preço da impressão dos jornais também diminuiu, expandindo o seu alcance como mercadoria, o que ensejou narrativas com maior apelo emocional nos anúncios para conectar os produtos aos consumidores. HOBSBAWM, Eric. *Idem*.

¹⁹ *O Correio do Purus*, Lábrea, 21 abr. 1910.

²⁰ PAIÃO, Caio Giulliano. “*O Correio do Purus* (1898-1916)”. In: PINHEIRO, Luís Balkar. **Imprensa e sociedade na Amazônia (1870-1930)**. Curitiba: CRV, 2017.



aposentos promoveu uma valorização da vida privada e doméstica. A ascensão da classe média levou a uma identificação com esse estilo de vida vitoriano. A mobilidade social e o refinamento subsequente pareciam legitimar um maior contraste pela sofisticação de padrões de consumo e comportamento²¹. Por conta disso, os espaços internos dos navios remetiam ao conforto idealizado dos lares burgueses, com as companhias oferecendo todos os apetrechos necessários para tal. Ocorre que essa estética também servia na produção de diferenças de classe e raça presentes a bordo.

A construção do *Titanic* remonta ao reinado de Eduardo VII (1901-1910), com mudanças notáveis em relação ao tempo de sua mãe. No mundo das letras, por exemplo, temos a absorção de certos avanços sociais, como o interesse crescente pelo socialismo e a luta pelo sufrágio feminino. Outra característica é a expansão dos mercados de moda, arte, design, arquitetura e viagens – bem ao gosto do rei Eduardo²². A “era eduardiana” apresenta, portanto, uma intensa politização da sociedade e uma transformação estética, entrelaçada com uma reafirmação da identidade britânica. Como produto desse contexto, o *Titanic* seria uma pérola que condensava as suas melhores expressões. Na verdade, funcionava como um poderoso artifício literário para reforçar estereótipos sociais, raciais e culturais daquela sociedade.

Para Richard Howells, os valores da sociedade eduardiana colaboram na “mitificação” do *Titanic* por uma ideia de “britanicidade”. Por exemplo, enquanto o navio ia a pique, a exploração dada ao salvamento de “mulheres e crianças primeiro” reiterava papéis de gênero de *gentlemens* e *ladies* que não abriam mão da etiqueta nem para morrer. O autor argumenta que tais relatos das últimas horas do navio enfatizam uma superioridade racial dos anglo-saxões sobre a terceira classe, composta de trabalhadores de diferentes nacionalidades e grupos étnicos vindos da Escandinávia, dos Bálcãs, do leste europeu, além de chineses, libaneses, italianos, irlandeses etc. Em contraste, esses passageiros são retratados como desesperados por sobreviver, posto que excessivamente apegados a coisas

²¹ BRESCIANI, Maria Stella. **Londres e Paris no século XIX: o espetáculo da pobreza**. São Paulo: Brasiliense, 1982. GAY, Peter. **A experiência burguesa: da rainha Vitória a Freud: a educação dos sentidos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

²² THOMPSON, Paul. **The Edwardians: the Remaking of British Society**. London: Routledge, 2005.



materiais. Aliás, isso também era usado para explicar o aumento de greves e reivindicações à época. Bem diferente da postura atribuída ao comandante Edward Smith que teria instruído à tripulação: “*Be, british, boys!*” (“sejam britânicos, rapazes!”), querendo dizer: “morram como cavalheiros”. Howells observa que, desde 1912, essa distinção de classe nas representações do naufrágio continua presente na imprensa, na literatura e no cinema²³.

Esse microcosmo da sociedade eduardiana também é problematizado por Richard Davenport-Hines. No centenário do naufrágio, o historiador apostou numa história social das diferenças e dos antagonismos sociais, presentes desde a construção do *Titanic* até a sua viagem inaugural. Davenport-Hines propõe que o navio seja interpretado como uma extensão da sociedade capitalista cingida em classes, mas que era local de trabalho de diferentes profissionais em condições pouco favoráveis para uma viagem realmente segura²⁴.

O *Titanic* partiu de Southampton, na Inglaterra, no dia 10 de abril de 1912. A viagem inaugural tinha Nova York por destino. Transportava além de mercadorias, ilustres passageiros e uma boa leva de migrantes pobres. Após atravessar o Canal da Mancha, o navio parou na França e na Irlanda, onde mais gente embarcou. Então seguiu para os Estados Unidos, com 2.240 pessoas a bordo – o maior volume de passageiros já transportados numa única viagem. Era mesmo o maior navio do mundo. O próximo recorde a ser quebrado seria o menor tempo de travessia atlântica, algo que exigia colocar tripulação e máquinas em ritmo frenético.

Na noite de 14 de abril de 1912, o *Titanic* recebeu seis avisos de mar com gelo, mas ele estava perto da velocidade máxima quando os vigias avistaram o *iceberg*. Duas horas e quarenta minutos depois, madrugada do dia 15, o navio foi a pique ceifando a vida de 1.523 pessoas. A joia eduardiana encontrava seu fim, mas começava ali a sua mitificação. Ao amanhecer, uma máquina transnacional de produção de notícias foi posta para funcionar a todo vapor. O *Jornal do Comércio* de Manaus engrenou-se nela como podia.

Como se soube do sinistro em Manaus

²³ HOWELLS, Richard. **The Myth of the Titanic**. New York: Palgrave Macmillan, 1999.

²⁴ DAVENPORT-HINES, Richard. **Voyagers of the Titanic: Passengers, Sailors, Shipbuilders, Aristocrats, and the Worlds They Came From**. New York: Harper Collins, 2012.



A notícia saiu no dia 17 de abril de 1912, replicando o que se soube por Londres no dia anterior: “Os jornais estampam radiogramas anunciando o naufrágio do paquete *Titanic*, o maior navio do mundo. Navegava para Nova York”. Em seguida, outros telegramas traziam informações sobre o número de mortos e sobreviventes. Deixou-se sob suspense quem seriam os “altos personagens da Europa e América do Norte” que estavam a bordo²⁵. Abaixo, vemos a quinta das oito páginas do *Jornal do Comércio*, com a coluna “O que vai pelo mundo” e a notícia em questão entre os telegramas “Estrangeiros” (Imagem 1).

Imagem 1 – A primeira notícia sobre o naufrágio em Manaus



Fonte: *Jornal do Comércio*, Manaus, 17 abr. 1912.

Dois dias depois, o jornal retorna com telegramas do Rio de Janeiro. Baseado em fontes londrinas, ali dizia que o “naufrágio do *Titanic* abalou diversas companhias de seguro europeias e americanas”. Histórias de sinistros eram corriqueiras no cotidiano amazônico. Em cidades nas quais as distâncias eram superadas pelas águas, qualquer pessoa tinha uma ou várias histórias de naufrágios para contar. Como a malha fluvial era dominada por empresas

²⁵ *Jornal do Comércio*, Manaus, 17 abr. 1912.



particulares, era de conhecimento geral os percalços vividos pelas companhias de seguro no Amazonas. Comparado com o cenário de Manaus, apurar que o “*Titanic* estava seguro em várias companhias pela fabulosa soma de 150 milhões de libras esterlinas” deve ter chocado muitos leitores²⁶.

Conforme o passar dos dias, o jornal enriquecia um pouco mais o noticiário. Agora com informações vindas de Nova York, soube-se que a imprensa norte-americana estava se fartando com os “detalhes do naufrágio do *Titanic*, pintando-os com cores negras”. Os fascículos “descrevem as cenas trágicas que se deram entre os passageiros que procuravam salvamento”. Com um público mais numeroso, o jornalismo dos anos 1910 investia em narrativas de um “realismo espalhafatoso” que prolongava expectativas do imaginário sobre o pitoresco e o horrendo²⁷. O *Jornal do Comércio* teria evitado expor aqueles “verdadeiros horrores, verdadeiramente indescritíveis”, mas os deixou no ar para atizar os leitores²⁸.

Aos poucos, a imprensa mundial ia apresentando os jornalistas como investigadores de um enigma, protagonismo que ressaltava a iniciativa individual e surfava no recente sucesso da literatura policial²⁹. Ainda se tateava os pormenores da madrugada do dia 14 para 15 de abril de 1912, o que permitia aos jornalistas valorizarem a cobertura contínua do caso. Em 4 de maio, o *Jornal do Comércio* publicou telegramas nova-iorquinos do dia 19 de abril. Só então os amazonenses souberam que o vapor *Carpathia* foi quem socorreu 837 náufragos do *Titanic*. A cena ganhou tintas de agonia: “Apesar de inesperada a chegada, a multidão foi grande e tentou assaltar o navio [*Carpathia*], que, apesar de radiografado, não respondia, o que havia causado inquietação”. Superado isso, o vapor trouxera os sobreviventes para Nova York. Foi difícil lidar com informações desconstruídas no porto. Mas heroicamente, e “apesar da proibição”, dois jornalistas teriam se camuflado entre médicos e “conseguiram entrar no navio,

²⁶ *Jornal do Comércio*, Manaus, 19 abr. 1912.

²⁷ KALIFA, Dominique. **A tinta e o sangue: narrativas sobre crimes e sociedade na Belle Époque**. São Paulo: Unesp, 2019, p. 66-67.

²⁸ *Jornal do Comércio*, Manaus, 21 abr. 1912.

²⁹ MANDEL, Ernest. **Delícias do crime: história social do romance policial**. São Paulo: Busca Vida, 1988.



para colher informes e detalhes”³⁰. O jornalismo buscava o primeiro lugar no palco do desastre.

Com relativa destreza, o *Jornal do Comércio* conseguiu parear com os títulos europeus e estadunidenses que cobriam o caso in loco. Mas até aquele momento, o público lia sobre um evento distante, ainda que útil para exhibir habilidades técnicas e editoriais da folha. O naufrágio do *Titanic* só abandonou a coluna “*O que vai pelo mundo*” quando os efeitos desse noticiário resvalaram no cotidiano de Manaus. O jornal conseguiu encurtar a enorme distância entre o sinistro e as águas amazônicas. O pânico social ficou instalado e o caso foi parar nas notícias locais.

O saldo negativo da modernidade: o preço pago pela Booth Line

Quando os jornais já sabiam razoavelmente que os danos podiam ter sido amenizados, não fosse a ganância da White Star Line e a falta de investimento em botes salva-vidas, eles centram fogo na crítica às companhias e passam a defender novos projetos de segurança náutica. Apesar do *Jornal do Comércio* andar acusando o “parasitismo” dos britânicos nos negócios do Amazonas³¹, os redatores evitaram uma indisposição com a Booth Line, que fazia a ligação entre Manaus e Liverpool desde 1891. A empresa britânica era um importante ativo para a seção de avisos e propagandas, em um momento econômico pouco animador. Mas os leitores não eram ingênuos para pensar no *Titanic* sem lembrar os transatlânticos que aportavam na cidade.

Mesmo atuando em linhas distintas, as duas empresas eram de Liverpool. E a Booth prezava pela boa imagem desses serviços na Amazônia, a qual cruzava com seus vapores até o Peru. Em 1910, o herdeiro da empresa George M. Booth e sua esposa Margareth até fizeram turismo pela região, atestando a segurança dos navios³². Os Booth estavam investindo no mercado de cruzeiros para o rio Amazonas e contavam com uma boa propaganda disso. O naufrágio do *Titanic* virou um estorvo, quando o assunto da vez era o declínio da exportação de

³⁰ *Jornal do Comércio*, Manaus, 4 maio 1912.

³¹ PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. **A cidade sobre os ombros: trabalho e conflito no porto de Manaus (1899-1925)**. Manaus: EDUA, 2015, p. 137.

³² O relato da viagem foi editado para o círculo íntimo do casal: BOOTH, Margareth. **An Amazon Andes Tour**. London: Edward Arnold, 1910.



borracha feita por eles até Liverpool. E, se um colosso daqueles foi a pique em águas fartamente cartografadas, o que se diria de transatlânticos em um rio considerado selvagem e traiçoeiro?

O caos entre os armadores britânicos pode ter incentivado a vinda de Charles e George Booth (pai e filho) a Manaus, no dia 27 de abril, portanto 12 dias após o naufrágio. A crise fica patente ao observarmos a programação da visita, com a convocação de jornalistas, comerciantes e políticos para um luxuoso banquete a bordo do *Hilary*, da sua frota, logo no dia seguinte³³. Um investimento e tanto, considerando o requintado e farto cardápio, além das lanchas pagas para o traslado dos comensais até o navio. Dentre eles, o redator-chefe e dono do *Jornal do Comércio*, Vicente Reis. Os Booth queriam ofertar uma boa dose de “britanicidade” a bordo. Os “convidados visitaram várias dependências do elegante pacote, admirando em todas elas muita ordem e esmerado asseio”. Vicente Reis mandou estampar isso na primeira página e dizia-se bastante satisfeito³⁴.

É provável que os Booth quisessem reconquistar as simpatias do público brasileiro e garantir a normalidade da navegação britânica. Isso incluía asseverar, de uma vez por todas, o cuidado com a segurança das embarcações. E nesse quesito, o ânimo dos marítimos entrava na conta. Naquele momento, o pior cenário para os britânicos era o de greves e motins por condições mais dignas a bordo. Ainda se vivia o rescaldo da revolta dos marinheiros na baía de Guanabara, em novembro de 1910³⁵, e o espraio de suas reivindicações pela Amazônia desde 1911³⁶. O pesadelo dos Booth seria essa radicalidade encaminhada entre a sua marinhagem multinacional e multirracial. Daí a energia em se mostrar receptivos a melhores condições de trabalho. Segundo eles, não havia razão para pânico.

³³ *Jornal do Comércio*, Manaus, 28 abr. 1912.

³⁴ *Jornal do Comércio*, Manaus, 29 abr. 1912.

³⁵ A revolta dos marinheiros protagonizada por João Cândido e seus companheiros, pelo fim dos maus tratos a bordo e por condições humanizadas de trabalho foi noticiada por jornais dos Estados Unidos e da Grã-Bretanha. NASCIMENTO, Álvaro Pereira do. **Cidadania, cor e disciplina: na Revolta dos Marinheiros de 1910**. Rio de Janeiro: Mauad X/FAPERJ, 2008, p. 43.

³⁶ PAIÃO, Caio Giulliano. **Os lugares da marinhagem: trabalho e associativismo em Manaus, 1905-1919**. Tese (Doutorado em História), Universidade Estadual de Campinas, 2022, p. 247-253.



Na mesma edição sobre o almoço, o *Jornal do Comércio* não poupou exclamações na manchete “*Invenção humanitária!!!*”. Contava que, horas antes do banquete, o comendador Cândido Costa apresentou aos empresários britânicos e convidados algumas de suas invenções. Como “um colchão impermeável, no qual poderão procurar abrigo, em momento de naufrágio, pelo menos oito pessoas, com a vantagem de encontrarem nele água e alimento; um colete e cinto flutuantes destinados à salvação de crianças”. Outro invento eram malas de viagem flutuantes que, “ao caírem n’água, desde que se faça uso de uma peça estofada com o determinado produto da flora brasileira”, socorreriam os naufragos e evitariam “grande prejuízo com a perda de objetos de valor e de elevado preço, tais como joias, manuscritos, retratos de família etc”. As demonstrações foram realizadas no rio Negro sob olhar interessado dos Booth³⁷. Passava-se ao público o suposto comprometimento dos armadores com novos aparatos de segurança.

O noticiário sobre a estadia dos Booth em Manaus é um forte indício de que o fim do *Titanic* preocupou os armadores britânicos espalhados pelo mundo. A cidade era uma praça estratégica para a companhia que praticamente dominava o trânsito entre a Amazônia e a Europa. O desastre da White Star Line estava cobrando caro e eles sabiam disso. De tal forma que foram bombardeados pelos manauaras com questionamentos sobre a real segurança dos navios. No mesmo dia em que chegaram, os Booth enviaram pelo *Correio do Norte* (1906-1912) o seguinte aviso:

Respondendo a algumas pessoas que nos têm solicitado informações neste sentido, levamos ao conhecimento do público que os paquetes desta Companhia estão e sempre estiveram aparelhados com botes e salva-vidas suficientes para todos os passageiros, e tripulação que conduzirem, não havendo por este lado motivo algum para apreensão em qualquer sinistro no mar³⁸.

O recado era endereçado tanto ao público consumidor quanto às tripulações para, quem sabe, remediar a possibilidade de greves e boicotes contra a empresa. A insuficiência de botes salva-vidas no *Titanic* alarmou a sociedade como um todo. No *Jornal do Comércio*, segundo telegrama de Washington, no

³⁷ *Jornal do Comércio*, Manaus, 28 abr. 1912.

³⁸ *Correio do Norte*, Manaus, 30 abr. 1912.



dia 20 de abril, na sessão de inquérito parlamentar sobre o acidente, a White Star Line “foi atacada com violência [...] como responsável pelas mortes havidas, visto não ter embarcações necessárias para os casos de salvamento”. O restante dos telegramas descreve o sofrimento e o desespero das vítimas causado pela usura da companhia³⁹.

A exploração do horror da tragédia foi aos poucos adquirindo tons apocalípticos. Conforme os sobreviventes concediam entrevistas, os jornalistas ganhavam mais tinta para banhar suas penas em morte e drama⁴⁰. Em edição de 5 de julho de 1912, o *Jornal do Comércio* apresentou um apanhado de acidentes e tragédias naturais em quase todos os continentes, intitulado “*Um mundo de desgraças*”. Passava a ideia de que o *Titanic* desencadeou ou sinalizava o fim dos tempos⁴¹. Esse argumento ecoava dos periódicos europeus.

Em 1912, o contexto de pré-guerra trouxe uma sensação de insegurança, que era um ótimo atrativo para as tiragens de jornais. Isso se manifestava através de uma mistura de preocupações, incluindo uma degenerescência social (atribuída aos avanços políticos do movimento operário), um sentimento de “declínio da raça” entre os brancos, e um aumento da criminalidade entre os jovens, enquanto as ameaças de guerra pairavam sobre a Europa e as tensões sociais se intensificavam. Outro fator contribuinte era o desencanto com a modernidade, como se os avanços tecnológicos tivessem desafiado as leis naturais, tão imutáveis e certas como se pensava que devia ser a ordem capitalista. Parte disso resultava da frustração dos empresários locais em não conseguir competir com o capital britânico. Assim, essa retórica enxergava nas mudanças da sociedade um prenúncio para o fim do mundo tal como conhecido. Acidentes e tragédias naturais acabavam lançados na conta de uma época obcecada por novidades e dominada por empresários considerados ambiciosos demais⁴².

³⁹ *Jornal do Comércio*, Manaus, 4 maio 1912.

⁴⁰ A compilação e publicação desses relatos é um marco de sucesso editorial. Com regularidade, temos edições e reedições de obras nesse sentido. No centenário do naufrágio, por exemplo, tivemos: TIBALLS, Geoff. **Voices from the Titanic: the Epic Story of the Tragedy from the People Who Were There**. New York: Skyhorse, 2012.

⁴¹ *Jornal do Comércio*, Manaus, 5 jul. 1912.

⁴² KALIFA, Dominique. **A tinta e o sangue**, 2019, p. 186-187.



Foi nesses termos que o *Jornal do Comércio* comentou sobre “uma espécie de mania, de delírio de produzir e obter coisas extraordinárias, até ultrapassando os limites que o saber e a prudência sugerem”. A afirmação era “feita a propósito do naufrágio do *Titanic*”, filho da inconsequência da indústria naval, que aparecia também na construção do Woolworth Building, em Nova York – o edifício mais alto do mundo até a aparição do Empire State Building em 1930.⁴³ Quando os feitos de uma sociedade “desenfreada” por transformações eventualmente apresentavam problemas, os redatores não hesitavam em recorrer a teorias apocalípticas, usando desastres para reforçar posturas em prol da manutenção da ordem social e de valores ditos tradicionais. E aquele “fim do mundo” também podia sintetizar a alegada crise que o Amazonas estaria passando.

Em setembro de 1912, a colisão da lancha *Luiz Nunes* com um navio britânico mostra como o *Jornal do Comércio* tratava grandes máquinas como produtos de uma desigualdade de forças promovida por estrangeiros e seu pouco caso com a região. A linha fina da notícia já conduz ao ultimato: “O Gregory meteu a pique uma lancha que navegava no rio Amazonas”. O *Gregory*, a propósito, pertencia à Booth Line. Isso revela ambivalências na postura editorial do jornal, que não foi homogeneizada na ocasião do famigerado almoço com os empresários. Também não devemos ignorar que, de fato, o afã pela velocidade nas viagens trazia riscos reais para as tripulações. Mas isso não é objeto da notícia. O que temos é a utilização do acidente para ressaltar os malefícios da modernidade sem, contudo, discutir o problema no campo dos direitos. Ao contrário, a despolitização é a condição da abordagem fatalista: o mundo não tinha mais jeito com tanta velocidade de movimento e de mudanças sociais, que pareciam seguir o ritmo frenético de vapores, trens e telégrafos. Esse alarmismo era seguido pela ideia de que certos avanços sociais, sentidos no Brasil e no mundo, resultavam de uma degradação de costumes e comportamentos.

Segundo a reportagem, no dia 5 de setembro de 1912, a *Luiz Nunes* navegava na região do Paraná da Eva, quando o navio britânico teria dado aviso a poucos metros de distância. O possante *Gregory* atingiu-a em cheio, assim como a um dos batelões que rebocava. O articulista frisa a diferença de forças: “A frágil lanchinha não resistiu ao choque: afundou-se imediatamente”. Apesar da

⁴³ *Jornal do Comércio*, Manaus, 8 ago. 1912.



perda total das cargas transportadas, toda a tripulação se salvou⁴⁴. O articulista dava continuidade a notícias trágicas que destacavam a alta velocidade e a ganância das frotas britânicas. O acento na fragilidade da lancha nacional ante o poderoso paquete da Booth corporificava a acusação de que os estrangeiros agiam como predadores na economia amazônica, uma imagem cada vez mais presente na imprensa local.

Indignado com a publicação, o prático do *Gregory*, Geroncio Alves de Mello, pediu direito de resposta contra a “deturpação proposital da verdade por interessados em tirar todo proveito do fato em questão”. O marítimo atribuía à tripulação da lancha um erro de manobra que teria levado ao acidente, e que o *Gregory* teria seguido o protocolo de avisos e tentado a todo custo evitar a colisão⁴⁵. Não cabe aqui um exame exaustivo do episódio. Mas chama atenção o fato de o prático aludir interesses alheios na atribuição de culpa ao navio britânico. O relato de naufrágios no rio Amazonas surge marcado pela polêmica, avivada desde o *Titanic*, de que a potência dos vapores britânicos esmagava boas tradições, figuradas na imagem de uma “frágil lanchinha”.

Novos inventos, outras sensações: explorando a tragédia

O *Jornal do Comércio* também dedicou atenção aos curiosos produtos decorrentes do *Titanic*. Essa nova etapa editorial era vista em diferentes jornais ao redor do mundo, interessados no que fazer para evitar novos *Titanic*'s, e em outras formas de abordagem do episódio: com o sensacionalismo de novos relatos e descobertas, e a celebração da sua primeira adaptação cinematográfica, ainda em 1912, e que ganhou espaço nos telões de Manaus.

Enquanto o público ainda buscava renovar sua confiança com os navios britânicos, o *Jornal do Comércio* desdenhava de alguns inventos que prometiam maior segurança. Em posse de jornais franceses chegados pelos correios, o setorista percebeu que “o naufrágio do *Titanic* fez correr rios de tinta e desencadear uma verdadeira aluvião de invenções destinadas a proteger a vida dos passageiros dos navios em perigo”. Algumas propostas ganharam espaço pela excentricidade. Uma delas teria chegado por carta à redação do *Le Gaulois* (1868-

⁴⁴ *Jornal do Comércio*, Manaus, 6 set. 1912.

⁴⁵ *Jornal do Comércio*, Manaus, 7 set. 1912.



1929), mas o setorista amazonense atribui a uma pilhéria de repórter. Seria a adoção de caixas insubmersíveis para guardar correspondências, documentos, joias, dinheiros e até o relato do naufrágio. O mais ridículo seria a possibilidade dos naufragos poderem depositar nelas os seus testamentos antes de morrerem. Com uma bandeirinha, facilmente seriam localizadas flutuando. O articulista conclui bem-humorado que ninguém teria sangue frio o suficiente para redigir algo numa hora daquelas⁴⁶. Em outubro de 1912, já se conseguia rir com o naufrágio.

Outra notícia, também originária de jornais franceses, salta dos *faits divers*⁴⁷ para as páginas de Manaus, vinculando o *Titanic* a um cenário sangrento e passionai. Teria ocorrido na comuna de Béthune, em 1913, a saga de um homem que, acreditando que a esposa tivesse sucumbido no *Titanic*, amasiou-se com outra mulher. No entanto, a esposa havia se salvado e estava à procura do marido. Mas ele, “sem coragem para lhe aparecer, disparou vários tiros de revólver contra a amante e em seguida tentou suicidar-se”. Não conseguindo o intento, o homem foi preso e a mulher saiu gravemente ferida⁴⁸. A tragédia do *Titanic* estava alimentando outro tipo de noticiário, em 1913, com desdobramentos igualmente trágicos. O texto mostra evidentes traços de fascínio pela transgressão, bem próprios ao período, sem chance para verificação da procedência das informações. É nítido ainda o apelo do acidente para atrair leitores, intitulado o que lemos acima como: “*Ressurreição de uma vítima do Titanic*”.

Esse tipo de notícia era ideal para leituras em voz alta, especialmente entre as classes trabalhadoras, nos momentos de folga ou longe do trabalho. O conteúdo escandaloso alimentava debates e formava opiniões sobre tragédias, crimes e outras transgressões. Essas notícias quebravam a monotonia em espaços de sociabilidade que agregavam alfabetizados e analfabetos, embora necessitasse de alguém para ler os jornais para uma ou mais pessoas. Coisa bem diferente ocorria em outra “mania” da Manaus dos anos 1910: o cinema.

⁴⁶ *Jornal do Comércio*, Manaus, 19 out. 1912.

⁴⁷ “Fatos diversos” eram notícias de crimes cotidianos, sem muita relevância, mas com forte apelo para alarme e o escândalo, muito em voga na imprensa francesa dos anos 1900. KALIFA, Dominique. *A tinta e o sangue*, 2019.

⁴⁸ *Jornal do Comércio*, Manaus, 25 jul. 1913.



Em 1911, alguns jornalistas viam o cinema como uma “praga” que assolava a capital do Amazonas. A despeito da resistência moralista às novidades, a recepção ao cinema foi bastante exitosa entre os manauaras, desde o final do século XIX. Tinha-se ali uma suspensão do cotidiano de trabalho, em uma sala escura com uma tela aberta à imaginação e a outras realidades do mundo. A linguagem do cinema era apreendida pela parcela analfabeta da sociedade, dispensando mediadores. E com algumas moedas, quase todos conseguiam acessá-la⁴⁹.

No ano do naufrágio do *Titanic* – 1912 – novos cinemas foram inaugurados em Manaus. Um deles foi o Rio Branco, na rua Barroso, que introduziu novidades como sessões contínuas, matinês aos domingos e longas metragens rodados em aparelho de último modelo da Casa Pathé⁵⁰. Foi o primeiro a trazer imagens ao que já se sabia do *Titanic* pelos jornais. Em 21 de setembro de 1912, a casa exibiu o “Pathé Journal n° 167”, um cine-jornal que mostrava os naufrágos do navio⁵¹. Mas desde julho desse ano, o Polytheama estava de portas abertas, na avenida Sete de Setembro⁵². No ano seguinte, ele exhibe o filme mudo alemão *O naufrágio do Titanic (In Nacht und Eis/41 min.)*, “uma obra-prima da cinematografia”. Filmado no verão de 1912, era a “reprodução fiel da horrível catástrofe marítima, que tanto comoveu o mundo”. Sua sessão foi dividida em duas partes, “numa sucessão contínua de quadros emocionantes”⁵³.

Na Imagem 2, temos o cartaz original do filme, mostrando cena dramática de passageiros alvoroçados com o acidente, no salão de banquetes do navio.

⁴⁹ COSTA, Selda Vale da. **Eldorado das ilusões: cinema & sociedade: Manaus (1897/1935)**. Manaus: EDUA, 1996, p. 33.

⁵⁰ COSTA, Selda Vale da. **Eldorado das ilusões**, p. 73-74.

⁵¹ *Jornal do Comércio*, Manaus, 21 set. 1912.

⁵² *Jornal do Comércio*, Manaus, 14 jul. 1912.

⁵³ *Jornal do Comércio*, Manaus, 31 jul. 1913.



Imagem 2 – Cartaz original de “*In Nacht und Eis*”



Fonte: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b5/In_Nacht_und_Eis.jpg
Acesso: 23 maio 2024.

Em tradução livre, o título original é “*Na noite e no gelo*” e foi, inegavelmente, a maior estreia do ano em Manaus. O filme é escrito e dirigido pelo ator e diretor romeno Mime Misu, e foi o primeiro a retratar o sinistro do *Titanic*, sendo lançado em agosto de 1912, quatro meses depois da tragédia. A produção ficou por conta da berlinense Continental-Kunstfilm. Tecnicamente, a fita mostra avanços impressionantes no uso de efeitos especiais: maquetes deram conta de encenar o momento mais importante do filme, quando o *Titanic* submerge no oceano (como vemos logo adiante na Imagem 4).⁵⁴

Todo o mistério envolvendo o acidente do alardeado “maior navio do mundo” conferia um tom dramático que, desde 1912, virou uma obsessão da recente indústria cinematográfica. Naquele mesmo ano, ainda foram lançados nos Estados Unidos, *Saved from the Titanic* (*Salva do Titanic*) – basicamente perdido, baseado na experiência da atriz Dorothy Gibson, que sobreviveu à

⁵⁴ O filme pode ser assistido on-line, em: [In Nacht und Eis : Mime Misu : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive](#) Acesso em: 23 maio 2024.



tragédia e que vive o papel dela mesma – e, na França, *La hantise* (A obsessão/24 min.), do popular diretor Louis Feuillade⁵⁵.

Em Manaus, assim como no mundo inteiro, havia um público ávido para ver por conta própria e experimentar algo próximo da sensação vivida na noite do dia 14 de abril de 1912. Claro que os jornais foram fundamentais para consolidar essas cenas no imaginário da sociedade que podia agora terceirizá-las nas mãos do cinema. A imprensa atuou diretamente na construção desse público, explorando a notícia por mais de um ano, podendo enfim descrever os sucedâneos da tragédia por um acúmulo de informações colhidas em jornais, cine-jornais e por esses novos filmes de ficção com espírito de documentário. É o que vemos numa chamativa propaganda, com longa sinopse, de mais uma exibição de *In Nacht und Eis*, em 5 de agosto de 1913, no Polytheama (Imagem 3).

Imagem 3 – Propaganda do Polytheama



Fonte: *Jornal do Comércio*, Manaus, 5 ago. 1913.

⁵⁵ BOTTOMORE, Stephen. *The Titanic and Silent Cinema*. Hastings: The Projection Box, 2000. O trecho salvo do primeiro filme pode ser assistido on-line, em: [Saved from the Titanic : Alec B. Francis : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive](#); e o segundo filme, em: [La hantise : Louis Feuillade : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive](#) Acessos em: 23 maio 2024.



A Imagem 3 vista acima antecede uma extensa sinopse do filme, dividida em duas colunas. O *Jornal do Comércio* e o *Polytheama* deram uma boa amostra do que o público assistiria. Contudo, o teor do texto traz todo o conjunto de interpretações presentes na folha amazonense e que vimos até aqui, valendo um exame em miúdos.

De início, lemos a excelência da construção naval britânica, valorizando a propaganda convidativa: “Quanto cálculo, quanta esperança não guiaram a construção do maior, mais rápido e mais luxuoso transatlântico?”. Em seguida, uma descrição tocante de cenas do filme, retratando a partida de Southampton para uma viagem sem volta que ninguém sabia. “Vemos o vapor deixar o porto, em meio dos sons de música e do gesto saudoso de inúmeros lenços”.

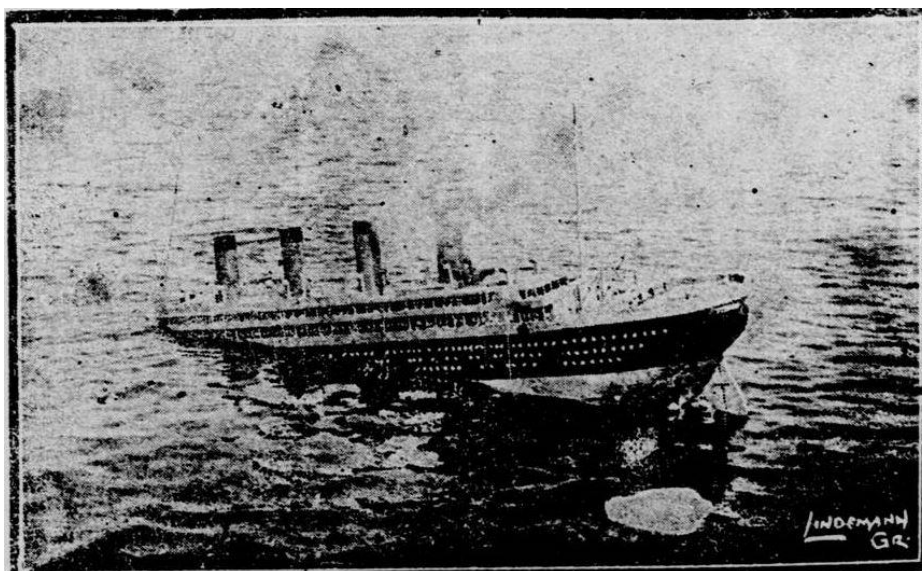
Aparecem a bordo, com os requintes da “britanicidade”, “os ricos, os milionários, que demandam o conforto das suas vivendas luxuosas, na primeira classe”; “Depois a reunião de todos no célebre Café Paris”. O contraste social com os migrantes da terceira classe, e suas “fisionomias tristes, saudosas e cheias de dúvida, que vêm em busca de ventura no Novo Mundo”. Os oficiais avisados do perigo e o vapor avançando: “Estariam próximo de um campo de *icebergs*, já anunciado pela telegrafia sem fios? Infelizmente estavam”. A colisão angústia, mas a cena de horror é vibrante: “Um rangido agudo e uma série de estalos formidáveis, seguidos de uma saraivada de gelo, que cai sobre o tombadilho! A cena do Café Paris é perfeita!”.

As máquinas arrebentam, os passageiros vestem os coletes e assiste-se à mitificação da etiqueta britânica: “Em primeiro lugar, as mulheres e as crianças. Esta ordem é executada sob fiscalização dos oficiais, que até a violência empregam para o seu cumprimento”. Também o comando do *gentleman* Edward Smith, dizendo à tripulação “que estava cumprindo a sua missão” e que todos desembarcassem nos botes. Mas o telegrafista Philips “respondeu que ambos pertenciam ao vapor e por isso, com ele desapareceriam!”. Permaneciam britânicos diante da morte. Começava a entrar água no navio, mas “o comandante Smith conserva-se a bordo. As ondas arrebatam-no já, mas ele permanece no seu lugar, agarrando-se às estruturas do navio, lutando contra elefantes”. Escolhia morrer como cavalheiro.



O momento do navio indo a pique é o clímax do filme. É a sequência que atrai bilheteria e que levou multidões mundo afora ao cinema para entender como um colosso daqueles podia ser engolido pelas águas. De sorte que o *Jornal do Comércio* estampou a fotogravura do quadro mais divulgado do filme, em uma reprodução que valeu o investimento de Vicente Reis em máquinas mais modernas e na contratação de especialistas.⁵⁶ A assinatura da imagem fica por conta de Lindemann G.R. Temos então na Imagem 4, os efeitos especiais conduzidos por Mime Misu, com uma miniatura do *Titanic* em um lago artificial, lentamente descendo às águas.

Imagem 4 – Quadro do filme *In Nacht und Eis* (1912)



Fonte: *Jornal do Comércio*, Manaus, 5 ago. 1913.

Como vemos, apesar de todo o horror descrito na lenta agonia do naufrágio, o filme trazia a maior parte dos elementos da composição literária de mitificação do *Titanic*. E, além disso, a descrição pormenorizada do jornal oscila entre compaixão e fascínio pela ruína daquelas pessoas e, mais ainda, do “maior navio do mundo”. A sequência de cinema tenciona confirmar as certezas expressas pelas notícias, de que tudo aquilo resultou da prepotência de quem ousava desafiar a natureza e desrespeitar as leis de uma pretensa ordem social,

⁵⁶ A folha foi vanguarda no uso criativo de imagens e passou a ser copiada por outras folhas após 1912. FERRREIRA, Simara. **A notícia ganha uma nova face: fotografia e imprensa em Manaus**. Dissertação (Mestrado em História), Universidade Federal do Amazonas, 2015, p. 100.



econômica e política. Esse cenário imaginado associava a construção de grandes máquinas à expansão da classe trabalhadora e, com ela, uma maior exigência por direitos e participação política – um incômodo indisfarçável das classes dominantes. Acresce a simbologia atribuída às mazelas que afetariam o Amazonas, nas quais os britânicos tomavam culpa, na opinião de alguns jornalistas. O “mundo” parecia acabar de diferentes maneiras, mas uma cínica provocação contra os limites encontrados pela modernidade sugere uma atenuação de consciência para esses inconformados: “Pobre humanidade! Onde está a tua ciência e o teu poder?”⁵⁷.

Conclusão

Em agosto de 1913, ao lado de uma notícia sobre o aumento do número de greves na França, uma nota sobre o aumento da velocidade das viagens parecia associar as duas coisas: com meios mais rápidos de locomoção e informação, o mundo via uma melhor organização da classe trabalhadora e um frenesi de ideias em movimento, que já não respeitava as fronteiras nacionais. Mas ali a lembrança do desastre do *Titanic* surge como um alerta: “A recordação desta catástrofe refreará, certamente, durante algum tempo, o ardor da concorrência de rapidez estabelecida entre as grandes companhias de navegação. Depois, vencerá a tendência da civilização moderna: – cada vez mais depressa”⁵⁸.

O *Titanic* ainda pontuou outras duas vezes nas páginas do *Jornal do Comércio*, em 1914: primeiro, em estudos sobre como aperfeiçoar o lançamento de botes salva-vidas; depois, com uma notícia amalucada de que os Estados Unidos tinham meios de içar o navio à superfície na base de imãs.⁵⁹ O pessimismo da alta velocidade do mundo também dava espaço a experimentações as mais diversas. Mas com a eclosão da Grande Guerra, o tema desaparece de vez do noticiário. Durante o conflito, o Amazonas padeceria com o bloqueio marítimo que isolou o Estado em termos de comunicação e transporte atlântico. A reclamação dos efeitos negativos da modernidade perdia força perante os abalos sem precedentes causados pela guerra.

⁵⁷ *Jornal do Comércio*, Manaus, 5 ago. 1913.

⁵⁸ *Jornal do Comércio*, Manaus, 16 ago. 1913.

⁵⁹ *Jornal do Comércio*, Manaus, 15 mar. 1914. *Jornal do Comércio*, Manaus, 25 jun. 1914.



É consenso entre os especialistas no *Titanic* que é exatamente após a guerra, e a superação da pandemia de gripe espanhola (1918-1919), que o episódio experimenta uma brutal ressignificação. Ao invés de um sintoma dos malefícios de uma era de novidades em alta velocidade, o *Titanic* passa a ser valorizado como parte de uma “era de ouro” perdida com a guerra e a doença. Nos anos 1920, o vapor torna-se o marco final do período eduardiano, mesmo tendo afundado dois anos após esse reinado. O tema volta às telas com o filme mudo britânico *Atlantic* (1929/87 min.), dessa vez, mais centrado na trama pessoal dos passageiros e menos nas agruras do naufrágio. O navio vira palco dos dramas humanos, e seu fim é romantizado como um desfecho honrado para um público mais emotivo. Não há indícios de exibição do filme em Manaus que, vimos, apresentou um forte interesse pelo tema, mas que parecia ter deixado no passado. Os navios da Booth Line continuaram aportando na cidade até meados dos anos 1940, quando a empresa foi absorvida por outra.

A ideia deste artigo foi demonstrar como um tema aparentemente distante pode ser analisado, em camadas de níveis entre o local e o global, para revelar aspectos pouco aparentes sobre as diferentes formas nas quais uma cidade como Manaus podia se inserir no mundo. E que é preciso cautela na hora de abordar um suposto alheamento da cidade em relação a acontecimentos mais amplos vividos fora das suas fronteiras. É na dimensão crítica do chamado nacionalismo metodológico que ponderamos a polissemia de vozes que buscavam ultrapassar limitações que não devem ser reproduzidas em nosso fazer historiográfico.

Data de submissão: 24/05/2024

Data de aceite: 02/07/2024

Referências

BERGFELDER, Tim & STREET, Sarah (ed.). **The Titanic in Myth and Memory**. New York: I.B Tauris, 2004.

BOOTH, Margareth. **An Amazon Andes Tour**. London: Edward Arnold, 1910.

BOTELHO, Denilson. “Sobre os meios e modos de fazer jornalismo na Primeira República: Lima Barreto entre a história e a ficção”. **Antíteses**, v. 6, 2013.

BOTTOMORE, Stephen. **The Titanic and Silent Cinema**. Hastings: The Projection Box, 2000.



BRESCIANI, Maria Stella. **Londres e Paris no século XIX: o espetáculo da pobreza**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

COSTA, Selda Vale da. **Eldorado das ilusões: cinema & sociedade: Manaus (1897/1935)**. Manaus: EDUA, 1996.

COUSIN, Justine. **Extra-european Seamen Employed by British Imperial Shipping Companies (1860-1960)**. Tese (Doutorado em História), Sorbonne Université, 2018.

DAVENPORT-HINES, Richard. **Voyagers of the Titanic: Passengers, Sailors, Shipbuilders, Aristocrats, and the Worlds They Came From**. New York: Harper Collins, 2012.

FERRREIRA, Simara. **A notícia ganha uma nova face: fotografia e imprensa em Manaus**. Dissertação (Mestrado em História), Universidade Federal do Amazonas, 2015.

GAY, Peter. **A experiência burguesa: da rainha Vitória a Freud: a educação dos sentidos**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

HOBSBAWM, Eric. **Da Revolução Industrial inglesa ao Imperialismo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1979.

HOWELLS, Richard. **The Myth of the Titanic**. New York: Palgrave Macmillan, 1999.

KALIFA, Dominique. **A tinta e o sangue: narrativas sobre crimes e sociedade na Belle Époque**. São Paulo: Unesp, 2019.

MacCOMBS, Maxwell & SHAW, Donald. "The Agenda-Setting Function of Mass Media". **Public Opinion Quarterly**, n. 36 (2), 1972.

MANDEL, Ernest. **Delícias do crime: história social do romance policial**. São Paulo: Busca Vida, 1988.

NASCIMENTO, Álvaro Pereira do. **Cidadania, cor e disciplina: na Revolta dos Marinheiros de 1910**. Rio de Janeiro: Mauad X/FAPERJ, 2008

NERY, Gabriela. "Assim como da guerra, o nervo da imprensa é também dinheiro": jornalismo e negócio na imprensa diária carioca (1870-1900)". **História Social**, n. 26, 2023.

PAIÃO, Caio Giulliano. "O *Correio do Purus* (1898-1916)". In: PINHEIRO, Luís Balkar. **Imprensa e sociedade na Amazônia (1870-1930)**. Curitiba: CRV, 2017.

_____. **Os lugares da marinhagem: trabalho e associativismo em Manaus, 1905-1919**. Tese (Doutorado em História), Universidade Estadual de Campinas, 2022.

PENNINGTON, David. **Manaus e Liverpool: uma ponte marítima centenária – anos finais do Império/meados do XX**. Manaus: EDUA, 2009.



PINHEIRO, Maria Luiza Ugarte. “Migração, trabalho e etnicidade: portugueses e ingleses no porto de Manaus, 1880-1920”. **Varia História**, v. 30, n. 54, 2014.

_____. **A cidade sobre os ombros: trabalho e conflito no porto de Manaus (1899-1925)**. Manaus: EDUA, 2015.

_____. **Folhas do Norte: letramento e periodismo no Amazonas, 1880-1920**. Manaus: EDUA, 2015.

REVEL, Jacques. “Micro análise e construção do social”. In: _____ (org.). **Jogos de escalas: a experiência da microanálise**. Rio de Janeiro: FGV, 1998.

TAVARES, Priscila. **Do burgo podre ao leão do norte: o Jornal do Commercio e a modernidade em Manaus (1904-1914)**. Dissertação (Mestrado em História), Universidade Federal do Amazonas, 2014.

THOMPSON, Paul. **The Edwardians: the Remaking of British Society**. London: Routledge, 2005.

TIBALLS, Geoff. **Voices from the Titanic: the Epic Story of the Tragedy from the People Who Were There**. New York: Skyhorse, 2012.

WEINSTEIN, Barbara. **A borracha na Amazônia: expansão e decadência, 1850-1920**. São Paulo: Hucitec/Edusp, 1993.

