

## **Vamos à Lua com o JB: articulações do passado na cobertura do grande acontecimento midiático do século XX<sup>1</sup>**

Alice Carvalho de Melo<sup>2</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ

### **Resumo**

A partir da análise da cobertura realizada pelo Jornal do Brasil na ocasião da chegada do homem à Lua, em 1969, este trabalho pretende discutir formas de articulação de passado e futuro no presente social. O artigo aponta a importância do Departamento de Pesquisa e Documentação do JB no processo de construção do acontecimento midiático que representou o ápice da corrida espacial. Além de discutir a maneira como os usos discursivos do passado no jornal dava uma ideia de segurança a um clima de ansiedade coletiva, diante da materialização de um sonho até pouco tempo inalcançável.

**Palavras-chave:** Jornal do Brasil; acontecimento; narrativa; passado; futuro.

Em 1969, 20 de julho caiu num domingo. Como ocorria em todas as semanas, o Jornal do Brasil chegou às bancas em maior volume do que nos outros dias<sup>3</sup>: 120 páginas – 40 delas dedicadas a quatro cadernos de classificados. Mas aquela edição não havia sido preparada em poucos dias, com fechamento previsto para a tarde de sábado, trazendo na capa as últimas (e as consideradas mais importantes) notícias do país e do mundo. Produto de dois meses de trabalho, o JB de 20 de julho de 1969 noticiava em grande escala um acontecimento construído pela narrativa midiática antes, durante e depois de sua realização. “Homem na Lua às 17h14”, dizia a manchete.

A alunissagem era um dos feitos mais esperados pela sociedade ocidental do pós-guerra. Ao menos, foi isso que os grandes meios de comunicação deixaram transparecer. Desde que os soviéticos mostraram ao mundo ser possível lançar ao universo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP História do Jornalismo, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação e Cultura, da ECO/UFRJ. meloalice1@gmail.com.

<sup>3</sup> Em 1969, as edições do JB de terça a sábado circulavam com um número entre 50 e 60 páginas, dependendo da quantidade de anúncios do dia.

um objeto terrestre, feito pela mão do homem, a Lua era o destino final; e a expectativa de “conquistá-la” dividira ainda mais este planeta, que enfrentava as consequências do trágico desfecho da Segunda Guerra Mundial.

Parece que já em 1957 o sucesso da missão soviética Sputnik representava em alguma medida o “primeiro passo para libertar o homem de sua prisão na terra”, conforme debochou no ano seguinte Hannah Arendt, no prólogo de uma de suas mais importantes obras, *A condição humana*. Arendt naquela ocasião utilizara a frase de um jornalista norte-americano para chamar atenção ao fato de que o lançamento da nave finalmente levava a ciência à capa de jornais “respeitáveis”, como o *The New York Times*, se tornando um evento que “em importância, ultrapassa todos os outros, até mesmo a desintegração do átomo”; e que a mídia de massa incorporara com seriedade aquilo que estivera “infelizmente relegado ao reino da literatura de ficção científica”<sup>4</sup>. Feito que, para ela, demonstrava quanto os homens estavam anos à frente da ciência e que os sonhos não eram nem loucos, nem ociosos.

Em busca de materializar sonhos, o homem projetou a ciência à Lua. Os grandes feitos cosmonáuticos que ocorreram entre o primeiro evento espacial e a alunissagem só não foram celebrados com “alegria triunfal” devido às “incômodas circunstâncias militares e políticas”, conforme também observou Hannah Arendt. A pensadora alemã ressaltou como outro aspecto importante da conjuntura em que estava imersa, que, talvez, quando o homem tivesse erguido os olhos aos céus para visualizar mais uma de suas conquistas científicas, talvez não o tenha feito com assombro ou orgulho, mas sim com alívio de ver que era possível materializar os desejos. A grande diferença entre aquela e as demais realizações tecnocientíficas celebradas até então seria a ênfase dada pelos meios de comunicação de massa.

Nos anos 1960, a mídia passa a exercer o “monopólio da história”, conforme observou Pierre Nora em *O retorno do fato* (1976). A partir daí seria somente por meio da mídia que o acontecimento marcaria sua presença na sociedade: com a “mundialização da informação”, passa a ser difícil de acreditar que algo “verdadeiramente importante” para a história não seja registrado no universo das comunicações. Nora indica que após a intensa cobertura que se fez ao “Maio de 1968” na França, passa a ocorrer o que chama de “acontecimento monstruoso”. Seria uma espécie de redoma que envolve um evento que não necessariamente sai do ordinário, mas que “a redundância intrínseca ao sistema tende a

---

<sup>4</sup> ARENDT, Hannah. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. p.9.

produzir o sensacional, fabrica permanentemente o novo, alimenta uma fome de acontecimentos” (p.183). Na sociedade de massa, para que haja um acontecimento, conforme lembrou Nora, é necessário que ele seja conhecido.

Em 1969 a fome da mídia pelo sensacional alçou a expedição da Apollo-11 à categoria de acontecimento monstruoso. Havia uma década que a ciência e o espaço não saíam das páginas dos jornais e que entravam cada vez mais no campo incipiente da televisão. E, dessa, forma, cada mínimo detalhe foi coberto pela imprensa mundial (em suas múltiplas mídias), reforçando a supremacia da imagem em uma era em que o futuro começa a se sobrepor ao presente. Com a ‘conquista da Lua’, o futuro chegou.

Entre o primeiro “marco conquistador” e os passos de Armstrong sobre a superfície lunar, dezenas de avanços tecnológicos foram noticiados como feitos ‘históricos’. Traçando uma curta linha que ressalta esses marcos de maneira encadeada, temos: em setembro de 1957, a cadela Laika entrou em órbita à bordo da Sputnik 2, se tornando o primeiro ser vivo a sair da estratosfera (e a morrer também, já que a União Soviética não planejou uma viagem de volta para a “peludinha”, conforme apelidou o JB do dia 5 de novembro); em 1961, o cosmonauta soviético Yuri Gagarin descrevia em cores e detalhes a imagem que vira pela janela da Vostok 1: a Terra é azul. Um mês depois, os norte-americanos fariam Alan Shepard ser projetado em uma pequena cápsula por 15 minutos para fora da estratosfera; quase um ano depois, o “primeiro ocidental” entrava em órbita terrestre. Em 1968, os tripulantes da Apollo-8 fizeram um passeio em torno do satélite natural da Terra, o que garantiria, como estampou o JB na primeira página do dia 28 de dezembro daquele ano, “a conquista da Lua em 69”.

O sucesso da Apollo-11 foi premeditado para ser o grande acontecimento do século: entre todos os aparelhos levados pelos três cosmonautas naquela viagem, por exemplo, havia não por acaso uma câmera filmadora capaz de transmitir imagens em tempo real via satélite para o planeta azul. O pouso foi acompanhado por mais de 600 milhões de televisores ao redor do mundo, com poucos segundos de atraso. No Brasil, a imagem não chegou: apenas o áudio. A Embratel transmitiria a alunissagem ao vivo, mas por problemas técnicos adiou a exibição. O brasileiro “não viu o homem na Lua, mas ouviu pela *Voz da América* quando o cosmonauta Neil Armstrong anunciou ao mundo, exatamente às 17h18: ‘Estamos na Lua’”, publicou o JB na primeira edição extra (p.2), fazendo a ressalva que a Embratel iria transmitir as imagens em outra ocasião. Enquanto as emissoras de TV

recebiam as imagens mais esperadas do dia, o JB já circulava com as radiofotos do episódio, fator que contribuiu ainda mais para o sucesso da cobertura.

Por aqui, o mercado televisivo ainda era incipiente: havia pouco mais de 3 milhões de aparelhos em território nacional. Ainda assim, a chegada do homem à Lua acompanhou a proporção internacional, tornando-se um acontecimento midiático que propiciara um novo tipo de “experiência coletiva”, o *assistir com*, conforme observou Marialva Barbosa, em um artigo sobre novos regimes de visibilidade da TV brasileira (2004). O evento, para a pesquisadora, teria sido o “acontecimento fundador” deste novo tipo de vivência, equiparado apenas, em escala menor, ao que ocorreu décadas mais tarde com o atentado de 11 de setembro nos Estados Unidos.

Diante da possibilidade da transmissão do acontecimento *em directo*, a mídia impressa lutava para criar formas criativas de se diferenciar e se vender enquanto veículo importante de informação. Nenhum dos jornais cariocas soube “capitalizar” melhor esta cobertura como o Jornal do Brasil, conforme apontou Letícia Cantarela Matheus (2011). Para a autora, a cobertura do acontecimento forneceu uma nova dimensão do familiar, “tornando-o estranho e surpreendente” (p.174). Principalmente por meio da exploração da imagem e dos recursos narrativos explicativos.

Durante a cobertura mundial da chegada do homem à Lua, a principal fonte de informação da imprensa era a agência de comunicação da Anae (como o jornal chamava a NASA). Os impressos brasileiros estavam sujeitos a boletins periódicos comprados e recebidos por telex, ou por informações enviadas pelos correspondentes e agências internacionais. Havia, portanto, um limite para realizar uma cobertura diferente dos concorrentes: por mais que os jornais tentassem incorporar um olhar próprio acerca do acontecimento, os fatos eram os mesmos para todos os veículos.

A equipe do Jornal do Brasil pensou durante dois meses uma maneira de construir a narrativa que seria utilizada durante a cobertura da missão espacial: o resultado foi a elaboração da campanha *Vamos à Lua com o JB*. Era uma espécie de selo, com direito a logotipo especial, que incorporaria todas as matérias produzidas no mês de julho sobre o cosmos, culminando em uma grande edição especial no dia da alunissagem, que contou com trabalho de fôlego de todas as editorias, incluindo o Departamento de Pesquisa e Documentação (DPD)<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Objeto de pesquisa da autora deste trabalho, o Departamento de Pesquisa do Jornal do Brasil funcionou entre 1964 e 1974 como editoria de produção de matérias. Além das funções desempenhadas no setor de Documentação (Índice, Recortes, Biblioteca), o DPD mantinha uma equipe de redatores que produzia textos em apoio às notícias diárias, escritas

O cabeçalho começou a ser utilizado no dia 16 de julho, quando a nave Apolo-11 foi lançada ao espaço direto do Cabo Kennedy, nos Estados Unidos. Mesmo dia em que o JB fez da missão a manchete principal – é verdade que notícias sobre a Lua já ocupavam a primeira página desde o início do mês, mas não com tal destaque. Todos os preparativos se encaminhavam para o domingo da alunissagem: o jornal publicou três edições em menos de 24 horas para manter os leitores “bem informados sobre tudo o que acontece no mundo – e acima dele”<sup>6</sup>. Entre 20 e 21 de julho, rodou a edição matutina; a “Extra 1”, que saiu da gráfica assim que as primeiras informações concretas sobre a alunissagem foram transmitidas ao mundo (30 mil exemplares foram vendidos); e a “Extra 2”, uma atualização da antecessora, que consistia também em uma versão diminuta do jornal diário, incluindo as seções tradicionais, que rodou na madrugada de segunda, já com a impressão das radiofotos compradas da agência de comunicação da Anae (todas os 70 mil exemplares distribuídos se esgotaram em poucas horas).

Para a cobertura, Oldemário Touguinhó, editor de Esportes, foi enviado aos Estados Unidos, permanecendo em Cabo Kennedy até o retorno dos astronautas. No Brasil, a redação destacou repórteres de várias editorias para preparar matérias: Pesquisa, Caderno B, Esporte, Internacional.

No dia 20 de julho, o JB publicou uma página inteira sobre a opinião do carioca a respeito da alunissagem. Nesta seção (p.24), uma parceria do Departamento de Pesquisa com a empresa Marplan reuniu em texto dados coletados após entrevistas com moradores da cidade do Rio, noticiando *Carioca considera conquista da Lua façanha do século*. Várias questões foram abordadas, como acreditar ou não na missão, se o acontecimento se tratava de êxito maior do que a cura do câncer, ou se a façanha só se tornara possível devido ao regime democrático vigente nos Estados Unidos (contexto que analisaremos melhor adiante).

Colocar o Brasil à margem do acontecimento (ou mesmo ao centro) também fazia parte da estratégia de cobertura. É o que pode se ver na matéria *Carrapateira tem ciúmes da Apolo-11*: redigida por dois enviados especiais ao sertão da Paraíba, a reportagem falava sobre um dos municípios mais pobres do Brasil que sequer tinha energia elétrica. As noites eram iluminadas pela luz da Lua e seus moradores bem que duvidavam que o homem conseguiria chegar até lá.

---

pelos colegas de redação, assim como elaborava as próprias pautas. Seu trabalho era publicado sobretudo no Caderno B, Esporte, Cadernos Especiais. Mas sempre tinha espaço quando assuntos de política e economia precisavam de maior contextualização ou aprofundamento dos fatos.

<sup>6</sup> JB, 20 de julho de 1969, p.2.

De acordo com artigo publicado no *Jornal do JB*<sup>7</sup>, a campanha produziu só de material de apoio, ou seja, artigos escritos pela Pesquisa, mais de 600 laudas de texto - o suficiente para preencher com ilustrações 40 páginas do jornal. “De 8 a 25 de julho, foram publicados 29.619cm de textos referentes ao feito da Apolo-11, divididos em 337 títulos e acompanhados por 245 fotos e 207 ilustrações”. Total de 43.520cm dedicados à Lua. Segundo o informativo, o maior vespertino carioca, O Globo, publicara 30.951cm de material, enquanto a Folha de S. Paulo, 14.025cm. Por isso, o JB teria tido a maior cobertura nacional da chegada do homem à Lua (afinal, a equipe conseguiu mensurar, em tamanho, o que foi publicado sobre o tema).

Mais de 50 assuntos foram trabalhados nas edições especiais, por todas as editorias. Os artigos abordavam, por exemplo, o cronograma das atividades dos cosmonautas no espaço (suas tarefas, dificuldades, rotina); o preço que custou a expedição espacial (em torno de US\$ 50 bilhões); o que aconteceria num tempo em que o espaço fosse dominado pelo homem; passo a passo de “como se dirige uma nave espacial”; a dieta e alimentação dos astronautas, assim como o material com que foram feitas suas roupas e apetrechos; funcionamento tecnológico dos computadores que possibilitaram a ida do homem ao espaço; e a vida familiar dos cosmonautas, apresentando-os como heróis de um tempo.

Na edição matutina de 20 de julho, o que havia eram suposições sobre a alunissagem com base no cronograma estabelecido pela Anae: Aldrin e Armstrong se preparavam para a descida na cápsula espacial e o jornal tentava acompanhar, passo a passo, o que ocorria com a dupla, mesmo já tendo saído em papel. Portanto, a notícia não podia se remeter ao tempo ido: e, por isso, os verbos eram conjugados no futuro do presente (“pousarão”, “será”, “começará”, etc). Ou mesmo no presente do indicativo, como vinha na primeira página da edição matutina: “10h32 – Aldrin entra no módulo lunar. Ainda não vestiu a roupa com que descera na Lua. 11h20 – Armstrong entra no módulo, já com a roupa de descida”.

Anúncios também alertavam aos leitores que o periódico circularia em horários não convencionais. “O Jornal do Brasil publicará hoje uma edição extra à hora em que o módulo lunar com Aldrin e Armstrong descer na Lua”, dizia a propaganda na primeira página. Para o dia seguinte (segunda, quando os matutinos cariocas não circulavam), uma novidade. “Amanhã será uma segunda-feira diferente: você começará o seu dia melhor

---

<sup>7</sup> Jornal do JB, n.52, agosto de 1969, p.4.

informado, porque o Jornal do Brasil estará cedo nas bancas. Será uma edição, como sempre, completa: detalhes sobre a conquista da Lua pelo homem”, esclareceu anúncio na página dois.

O JB se antecipou e noticiou que o homem chegaria à Lua às 17h14, informando logo abaixo a agenda do módulo lunar e passo a passo das tarefas dos cosmonautas. Também privilegiou o uso de imagens: em destaque, duas radiofotos estampavam a Lua e, na legenda, a mesma ideia de noticiar o *por vir*: “Já em órbita, a Apolo-11 fotografou o satélite natural da terra, onde dois homens pousarão ainda hoje”.

Nenhum outro assunto teve espaço na capa: a edição daquele domingo girava em torno da Lua. Foram 12 páginas dedicadas ao tema, além de um caderno especial (*Lua, o mais longo voo da humanidade*) e também a Revista de Domingo (*A conquista de um símbolo*). Em cada texto, uma abordagem diferente. No caso do Caderno Especial, o que havia eram oito páginas de retrospectiva e perspectiva. O longo texto assinado pela Pesquisa traçava a linha da história falando sobre a astronáutica: começando por Ícaro que, na mitologia, construíra “um aparelho que permitiu atingir grandes altitudes”; até os últimos módulos lunares da missão Apolo, indicando que, depois da Lua, Marte seria a próxima parada. Diferente do tom analítico ancorado em eventos passados, a Revista de Domingo trazia uma abordagem voltada para as mulheres brasileiras: em que a conquista da Lua influenciaria em suas vidas?

Ao contemplar estas frentes, a ideia dos editores era tornar a edição, “documento histórico”. O oferecimento de um mapa da Lua como brinde integrava esta estratégia – o pôster *O mundo da Lua*, era um mapa “com precisão cartográfica, baseado nos levantamentos fotográficos feitos pelas diversas naves que a Anae já enviou ao espaço”<sup>8</sup>. A ideia de fazer do jornal um documento, contrapõe curiosamente premissa de que o jornal impresso tem como característica o efêmero – que é descartado depois de lido. Aparecia ali uma forma muito curiosa de relação do impresso com seu tempo de duração: ele é instantâneo por tentar transmitir com rapidez as notícias mais importantes, mas é duradouro, porque tenta se transformar em objeto de pesquisa e recordação.

O primeiro clichê da segunda edição extra do JB (21 de julho de 1969) trouxe na última página *Passeio à Lua deixou terrestre em ansiedade*, texto que destacava possível corrida de leitores para comprar a edição extra. Percebe-se que o jornal cria um clima de

---

<sup>8</sup> Jornal do JB, n.52, agosto de 1969, p.5.

expectativa em torno do acontecimento e se coloca como um meio em que esta ansiedade pode ser apaziguada. Vende-se como fonte privilegiada dos fatos junto à sociedade.

O domingo foi um dia de expectativa, embora em nenhum instante houvesse temor: o voo dos cosmonautas decorria normalmente cumprindo todas as etapas e horários previstos. (...) Os leitores do JB, momentos após a descida do módulo lunar, já disputavam os exemplares da extra na porta do jornal, onde dois jornalheiros colocaram uma banca. (JB 21/7/1969, p.24.)

Esse clima foi compartilhado pela redação, cujos funcionários aguardaram a chegada das radiofotos dos Estados Unidos, para publicar na primeira página da Edição Extra. As imagens não chegaram e o material rodou com frases dos astronautas sob a manchete (como “Estamos levantando muita poeira”, “Uma descida muito suave”, “Há pedras com cores interessantes”).

### **As articulações do passado**

Desde a primeira reunião de pauta que deu as diretrizes da campanha *Vamos à Lua com o JB*, o Departamento de Pesquisa se ocupou da maior parte do trabalho, já que era responsável pelos produtos “de longo prazo” (uma decisão editorial do jornal, desde a criação do setor de texto no departamento, em 1963). Formou-se a “Equipe Espaço”, com objetivo de preparar textos que dariam sustento às notícias diárias, além de artigos reflexivos e analíticos. Mauro dos Santos, Laymert Garcia, Clotilde Hasselmann, Sheila Mazolenis, Sérgio Lemos, Luiz Paulo Horta, Luiz Eduardo de Oliveira e José Wolf trabalharam desde maio com a supervisão de Aduino Novaes<sup>9</sup> para produzir a maior parte da edição especial de 20 de julho. A Documentação abriu uma pasta para cada assunto elencado em reunião de pauta e ficou responsável por alertar à equipe sempre que um material novo fosse catalogado.

Após a reunião com as outras editoriais, a Pesquisa realizou uma conversa interna, da onde teriam saído os nomes que integrariam a Equipe Espaço. A orientação era que a pauta fosse a mais ampla possível. A editoria produziu 1/3 dos textos publicados nas três edições que saíram entre a manhã do dia 20 à madrugada de 21 de agosto – os outros 2/3 foram assinados por correspondentes do JB e outros periódicos (neste caso, traduzidas pelo DPD), agências de notícias, repórteres locais que cobriam em geral “comportamento” e reportagens especiais, como a realizada em Carrapateira.

---

<sup>9</sup> Vamos à Lua com o JB. Jornal do JB, edição 51, de julho de 1969, p.2.

Entre algumas das matérias publicadas sob o selo da Equipe Espaço estão: *Santos Dumont deu o primeiro passo a 20 de julho de 1903* (p.8), *Trezentos mil germes ficam na Lua* (p.15), *Os primeiros passos do homem na Lua* (p.44), *A história da astronáutica* (*Caderno Especial*, pp.2-4), *Depois da Conquista* (*Caderno Especial*, p.5) – da edição matutina do dia 20. *Mil razões de uma conquista* (p.7), *A irresistível ascensão de um projeto* (p. 8), *O preço da conquista* (p.10), *A conquista espacial e a nova cultura brasileira* (p.11), *Quem tem direito ao Universo* (p.12), *O que eles vão trazer de lá* (p.14), *Do que é feita a Lua* (p.15), *Uma corda chega ao fim* (p.16) – da Extra 1.

Em *A história da astronáutica*, articula-se uma série de eventos desde a Grécia Antiga de forma teleológica com objetivo de mostrar que as conquistas realizadas ao longo dos séculos criaram possibilidades para o homem, enfim, chegar à Lua. A matéria tem três páginas e articula o passado (buscando falas, fontes, referências em outras épocas) para dar sentido ao acontecimento: tudo que foi feito em direção aos céus até aquele momento tinha como objetivo final a conquista da Lua - conforme aparece nesta passagem, em que se diz “portanto, antes mesmo do lançamento espacial de qualquer artefato, a corrida já era uma realidade imposta pela guerra fria”. Não à toa, este texto é seguido de *Depois da conquista*, um artigo em que se especula com base em entrevistas com autoridades e livros e pesquisas publicados sobre o assunto, quais seriam os próximos passos da humanidade em direção à conquista do espaço e possível colonização interplanetária: “bases permanentes na Lua exigirão cidades lunares, tão sonhadas pelos mestres da ficção científica. Na construção desta realidade, muitos homens trabalharão fundando os alicerces, apreendendo as normas para transformar o meio ambiente, modificando e aproveitando os recursos naturais”<sup>10</sup>.

Técnica similar foi utilizada em *Santos Dumont deu o primeiro passo a 20 de julho de 1903*: com base em uma frágil conexão com o avião brasileiro dada pela efeméride (havia 66 anos Dumont voara nos céus de Paris), o texto é construído de forma que insira o Brasil como participante coadjuvante do grande feito. Por meio de um infográfico que traça a trajetória da Apollo-8 em torno da Lua ao lado da percorrida por Santos Dumont com o 14 Bis, em Paris, o JB busca no tempo ido as origens possíveis do acontecimento; e constrói “âncoras de significações no presente”, legitimando seu lugar social enquanto fonte privilegiada de informação. A coincidência baseada na datação é o ponto de partida para um artigo sobre a trajetória de Alberto Santos Dumont como avião, reforçando a ideia de que o brasileiro havia sido um herói dos ares, com “vontade

---

<sup>10</sup> Trecho do texto publicado no Caderno Especial do JB, 20/7/1969, p.4

de vencer”, mesmo ante às adversidades. “Há um pouco de esforço brasileiro na descida da Apollo-11 hoje na Lua. Há exatamente 63 anos (...), o brasileiro espantava o mundo fazendo-se erguer-se a 60 metros de altitude em um aparelho mais pesado do que o ar”<sup>11</sup>.

A premissa permeia as matérias da Pesquisa publicadas neste período: primeiro apresenta-se o argumento de razão “histórica”. Faz-se uma retrospectiva e indica que os eventos do cotidiano podem ser entendidos a partir da compreensão de uma série de fatos justaposta de maneira linear na narrativa jornalística, que aparece segmentada dentro da mídia impressa daquilo que se considera presente. Em seguida, com os argumentos (e a partir da maneira como esta narrativa é construída, de forma analítica com viés educacional), é possível fazer análises do futuro, uma dimensão do tempo que assustava a medida em que se aproximava. O passado, articulado no presente, conferia não apenas sentido ao que ocorria, mas também segurança diante de uma época confusa que se estendia no “horizonte de expectativas”.

Os textos reflexivos em perspectiva assinados pela Pesquisa ao longo dos anos demonstram no papel essa ideia de que seria possível anteciper as consequências do curso dos dias com a segurança do que se viveu no passado. Talvez um exemplo forte disso tenha sido o *Jornal do Futuro*: uma seção semanal que a Pesquisa publicou no Caderno B (1968-1972), com intuito de discutir os rumos da humanidade com base nos adventos da ciência, medicina e tecnologia. As pautas eram variadas e criavam uma espécie de tranquilidade sobre as mudanças fabulosas reservadas ao futuro: será que as cidades se transformariam em ambientes ultratecnológicos como no retratado nas obras de ficção científica? E o espaço? Seria mesmo colonizado pelo homem? As respostas pareciam estar na ponta da língua e o arquivo se abria como o campo em que se podiam colhê-las.

A forma de trabalho do DPD representava um modo de se pensar a notícia no JB da época, que conferia papel importante para a editoria na cobertura dos assuntos diários. Ao utilizar um vocabulário científico e explicativo, o jornal fazia interpretações do presente e especulações sobre o futuro, em uma narrativa que demarca um lugar muito específico enquanto porta-voz da verdade: há distância durante a análise, os fatos aparecem de forma crua e taquigráfica, mas, ao mesmo tempo, acompanhados de material que ofereceria ao interessado a “profundidade” necessária à detenção do saber.

Nesta estrutura de narrativa, o jornal parece conduzir o leitor de forma mirabolante pelo passado, tentando vender o sensacional por meio de curiosidade para se

---

<sup>11</sup> JB, 20/7/1969, p.8.

compreender o “presente histórico”. Letícia Matheus (2011) observa que havia na cobertura do JB naquela campanha três linhas gerais de argumentação a respeito do “domínio da Lua”: “o passado dos grandes conquistadores e precursores da aeronavegação, a onipresença de Deus e o futuro das telecomunicações” (p.181). A essa síntese de imaginários, a autora chama de convergência comunicacional. O jornal anteciparia o futuro, imediatizando a história no presente, utilizando o passado como recurso retórico. Tornava-se documento, ao mesmo tempo em que se fazia instantâneo.

Ao tecer sua centralidade enquanto mediador importante da experiência do acontecimento televisionado e amplamente noticiado, o jornal, assim como fizeram outros meios, endossou um clima de ansiedade coletiva, que podia ser apaziguado pelo consumo de informações: ao promover uma cobertura exaustiva repleta de curiosidades, alimentava a fome por notícias, que crescia junto com o “acontecimento monstruoso”.

Entre os impressos brasileiros, o JB teria sido o que soube “capitalizar” melhor a cobertura, conforme apontou Matheus (2011). A autora compara o periódico com o popular Última Hora que, por exemplo, rodou três edições extras, chamando o acontecimento na primeira página três dias antes do que o JB. O tom escolhido pela UH seduzia o leitor pelo exótico, por meio de uma linguagem oral: *Homens-Lua pronto: Não temos medo; Homens-Lua avançam. Até aqui, tudo OK.; Andaram! O homem está na Lua, a Terra está em festa*<sup>12</sup>, anunciaram algumas manchetes.

Mas a linha editorial do JB o guiou por meio da linguagem científica e explicativa, o que permitia com que se colocasse em um lugar de analista dos acontecimentos, porta-voz de verdade, oferecendo respostas às possíveis incógnitas da sociedade. E parece que elas não eram apenas no sentido de saber ‘o que está acontecendo na Lua’, mas, sobretudo, ‘o que significa esse feito’: a abordagem poderia torná-lo duradouro e, ao mesmo tempo, instantâneo.

O próprio título da campanha, *Vamos à Lua com o JB*, sugeria que o jornal se transformava em um veículo pelo qual o leitor poderia realizar esta viagem ao espaço. O *Jornal do JB*<sup>13</sup> explicou que a campanha utilizava, “claro, de linguagem figurada, no entanto, a equipe do jornal motivava seu esforço com a meta de torná-la menos figurada possível para a imprensa escrita”. E arrisca: “só os próprios cosmonautas e os homens da administração da Anae conheceram com mais profundidade os detalhes da missão que os leitores do JB”.

---

<sup>12</sup> Manchetes publicadas no jornal Última Hora, nos dias: 15, 17 e 21, respectivamente.

<sup>13</sup> Jornal do JB, n.52, agosto de 1969, p.4.

A façanha de rodar três edições em menos de 24 horas também fez parte de uma ação articulada com o setor de publicidade para que fosse consumida (e que também gerasse receita por meio de anúncios). Nesta campanha rentável, houve anúncios em duas frentes: o jornal anunciando a si mesmo, em suas páginas ou por meio de publicidade externa; ou anunciantes comprando espaço nas três edições, em campanha especial para aquele dia<sup>14</sup>.

### **O futuro no passado**

Um ano depois de ter pisado na Lua, o astronauta norte-americano Neil Armstrong se queixou<sup>15</sup> da repercussão do grande feito astronáutico à imprensa: antes do pouso, achava que “a conquista da Lua pudesse desviar a atenção dos problemas do homem dos problemas mundanos e temporais para obrigá-lo a olhar um pouco para o futuro”. Consequência que, em sua opinião, não aconteceu. O astronauta afirmou com desânimo que o que garantira o sucesso do pouso do Apolo-11 fora o “sentimento” envolvido no acontecimento; uma espécie de atmosfera imaginária e coletiva, que se perdeu com o tempo. Como se a nuvem de entusiasmo que cercasse a esperança da alunissagem tivesse se dissipado no momento em que o acontecimento se realizou.

A frustração talvez represente o esfriamento de um “clima de época<sup>16</sup>” compartilhado em um espaço e tempo delimitados. Nos anos 1970, o encantamento dos homens com o espaço adquire dimensão mais contida. A parábola percorrida pela corrida espacial durante quase vinte anos chegou ao clímax em 1969, quando o homem pisa na Lua.

Já falamos que o sentido do acontecimento é construído na medida em que é narrado e que suas proporções no presente social são reguladas quando ele se torna conhecido. Além disso, compartilhamos da análise feita por Koselleck (2006) que toda narrativa contém em si espaço de experiência (neste caso a conquista da América?) e um horizonte de expectativas (possível domínio do homem sobre universo, tendo a Lua como estação intermediária?): ao produzirmos sentidos sociais sobre o passado e o presente também projetamos futuros.

---

<sup>14</sup> Por conta de espaço, não pudemos desenvolver melhor a relação do jornal com a publicidade naquele dia.

<sup>15</sup> Entrevista de Armstrong ao JB, em 20/7/1970, Espaço, p.2.

<sup>16</sup> Para a crítica cultural Beatriz Sarlo (2011), “clima de época” é o inconsciente coletivo de uma sociedade em determinado espaço e tempo: um patrimônio de imagens, representações, intuições e formas de viver o real em um contexto específico. É uma forma de pensar a sensibilidade que perpassa a todos, mas que é experimentada de forma diferente por cada indivíduo, dentro do “registro cultural” que consome. Em *Tempo passado*, a autora utiliza o conceito para realizar uma análise cultural da “guinada subjetiva” da sociedade ocidental: no início do século XX, quando ao menos três escritores (Proust, Virgínia Woolf e James Joyce) expressam em sua literatura uma mudança no modo de sentir e perceber as dimensões do tempo, pode-se entender que ali já se vive outro clima de época (diferente da percepção de tempo da modernidade), que acabaria por permear a sociedade nas décadas seguintes.

Sobre o espaço de experiência, o próprio vocabulário utilizado na ocasião da alunissagem para designar o grande feito do século fazia alusão à última grande experiência vitoriosa diante do desconhecido: a “conquista da América”. A Lua, assim como o continente, podia ser conquistada pela humanidade. Na edição do JB do dia 20 de julho, a relação é explícita: uma reportagem traduzida do NYT falava que o satélite natural era uma estação intermediária entre a Terra e o espaço e seu “valor estratégico” comprovaria que era o “oitavo continente”. Essa relação de dominação do desconhecido permeia a narrativa de reportagens e artigos, projetando no futuro aquilo que já sabia ter ocorrido com o Novo Mundo: fora conquistado, dominado e explorado pela humanidade.

No artigo *Depois da Conquista*, assinado pelo DPD, eram feitas especulações sobre possíveis missões lunares. Com base em estudos científicos e entrevistas com autoridades, imaginava-se que “bases permanentes na Lua exigirão cidades lunares, tão sonhadas pelos mestres da ficção científica”<sup>17</sup>. A conquista da Lua era para parte dos homens daquele tempo, “o mais longo voo da humanidade”<sup>18</sup>. E, a partir desta interpretação, especulava-se que: “em nenhuma outra época da História, o homem teve um objeto como este, concreto e racional, e ao mesmo tempo inalcançável e utópico. É essa a terrível originalidade da exploração espacial que agora se inicia”<sup>19</sup>.

Enquanto Estados Unidos e União Soviética competiam pelo domínio do satélite natural terrestre, um futuro mirabolante de riscos e tensões estava à frente. Mas este horizonte (ou seriam os sonhos, como descreveu Hannah Arendt?) tão explorado na literatura e cinema de ficção científica se mostrou mais distante do que se imaginava, pouco tempo depois. Junto ao futuro ultratecnológico, os *media* (embasados numa estratégia da política externa norte-americana) construíram naquele momento verdadeiros heróis que se lançavam ao espaço para desbravar o desconhecido. Em *The right stuff* (1979), Tom Wolfe fazia uma bela análise da construção dos super-homens americanos que, diferente dos militares soviéticos, foram treinados para representar o estereótipo do *american way of life*. Pais de família, bonitos, patriotas e bem-sucedidos, os astronautas, na prática, tinham apenas uma missão: permanecer vivos no espaço minúsculo das cápsulas astronáuticas comandadas por satélite direto da base terrestre (Wolfe descobriu na longa apuração que realizou para o livro que os pilotos apenas fingiam comandar as naves, um verdadeiro escândalo). A inventividade norte-americana tornou seus astronautas quase deuses,

---

<sup>17</sup> JB, 20/7/1969, Caderno Especial, p.5.

<sup>18</sup> JB, 20/7/1969, Caderno Especial, p.1.

<sup>19</sup> JB, 20/7/1969, Caderno Especial, p.6.

protagonistas de um show televisionado do qual sua nação representava o que havia de mais libertário e poderoso no mundo.

E deu certo: naquele 20 de julho de 1969, por exemplo, o JB chamava Edwin, Aldrin e Collins de “pioneiros, mitos como todos os que têm seus momentos de glória lembrados pela posteridade”, que “nasceram num país superdesenvolvido, há tempo bastante para estarem na faixa de idade considerada ideal quando esta nação avança ao ponto de colocar um ser humano na Lua” (p.9). Era criado um clima comovente que misturava ficção e realidade, mas que, com o passar dos anos, foi se esvaindo.

A historicidade requer um lugar e um tempo em que suas três dimensões se relacionem de maneira particular. Está incluído neste espaço e tempo delimitados “o que entendemos como legado, como presente histórico e como esperança e medo” (Matheus, 2011, p.129). Após a segunda guerra, as esperanças e medos da sociedade que o sociólogo alemão Ulrich Beck chama de “risco global”, começam a mudar de forma drástica: a crença no progresso entra em colapso na medida em que o domínio da tecnologia nuclear põe em risco a vida no planeta. A ciência é fonte de soluções, mas também de problemas. Em entrevista à Revista de História da Biblioteca Nacional, Tzvetan Todorov utiliza o conceito de Beck para situar este sentimento paradoxal com relação à tecnologia: por um lado, queremos artefatos eletrônicos modernos, “filhos lindos, inteligentes, geniais se possível” com os avanços na biomedicina. Mas esta ciência que era apenas fonte de esperança se torna cada vez mais “fonte de desespero, risco e inquietude”; nestas condições, é “muito difícil ser otimista”<sup>20</sup>.

Não precisou de muito tempo para se ‘sentir’ que a chegada à Lua não traria nem tão cedo o futuro mirabolante com o que se sonhava. Conforme o tempo passou, o futuro parecia se encolher em um presente que se alargava. Apesar de avanços notáveis no campo das tecnologias, o fim da URSS e das ditaduras da América Latina geram a ideia de que o quadro político econômico e social ocidental possa mudar muito pouco no horizonte de possibilidades, daquilo que se esperava nos anos 1960: um novo milênio repleto de carros voadores, computadores de vozes robóticas com capacidade de manipular a vida humana, estações interplanetárias e roupas ultrapratedas que acompanhavam penteados pontiagudos.

Após o voo mais desejado da humanidade, a expectativa de que a maratona nos céus decidiria um embate por hegemonia política e ideológica vigente em Terra começou a

---

<sup>20</sup> Todorov em entrevista à Revista de História da Biblioteca Nacional, n.88, janeiro de 2012, p.45.

se tornar duvidosa, assim como as demais lutas periféricas travadas entre os dois blocos econômicos da Guerra Fria (a colisão deste sistema se deve a inúmeros outros fatores além da descrença da colonização espacial, mas esta sem dúvida é um indício de um novo tempo). Seria este o “sentimento” de que falava Armstrong naquela entrevista? A especulação não tem resposta, claro, mas a partir de uma reflexão sobre esta ideia (ou sentido) podemos entender melhor como funcionava a articulação do futuro na narrativa jornalística daquele momento, tópico indispensável para se compreender os usos do passado no contexto.

## REFERÊNCIAS

- ARENDDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.
- BARBOSA, Marialva. A narrativa, a experiência e o acontecimento fundador de novos regimes de visibilidade da TV brasileira. In: **Tempo**. Rio de Janeiro, n.17, 2004: pp.153-172.
- DOSSE, François. **Renascimento do acontecimento: um desafio para o historiador**. São Paulo: Editora Unesp, 2013.
- KOSELLECK, Reinhart (2006). “Espaço de experiência e horizonte de expectativas”. In: **Futuro passado – contribuição à semântica dos tempos históricos**. Rio de Janeiro: Contraponto, p. 311-337 [original: 1979].
- MATTHEUS, L.C. “Transfiguração do tempo e do espaço: acontecimentos tecnológicos na imprensa do Rio de Janeiro”. In: **Revista Fronteiras**, vol.12, set/dez 2010.
- \_\_\_\_\_. **Comunicação, tempo, história: tecendo o cotidiano em fios jornalísticos**. Rio de Janeiro: Mauad X: Faperj, 2011.
- NORA, Pierre. O retorno do fato. In: LE GOFF, Jacques; NORA, Pierre. **História: novos problemas**. Rio de Janeiro : Francisco Alves, 1976.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **A história de seu tempo. A imprensa e a produção do sentido histórico**. Rio de Janeiro: ECO-UFRJ, 1995. Dissertação de mestrado.
- SARLO, Beatriz. **Tiempo pasado: cultura de la memoria e giro subjetivo. Una discusión**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2012.
- TODOROV, T. Só a ficção salva. In: **Revista de História da Biblioteca Nacional**, n.88, janeiro de 2013. pp. 50-55.
- WINDER, Robert. **Crashed and burned**. The Guardian, 1/11/2008.
- WOLFE, Tom. **Lo que hay que tener (elegidos para la gloria)**. Madrid: Anagrama, 1984.

### Fontes primárias:

Jornal do Brasil (edições): 05/11/1957; 12/4/1961; 06/5/1961; 28/12/1968; 16/7/1969; Jornal do JB, n.52, agosto de 1969; 20/7/1969 (matutina, Extra 1, Extra 2); 20/7/1970.