



## JORNALISMO DE MÚSICA NO BRASIL: IDENTIDADE EDITORIAL DO PERIÓDICO *MÚSICA PARA TODOS* (1896-1899)<sup>1</sup>

ARRAES MOREIRA, Djenane, doutoranda, Universidade de Brasília (DF) e Université Libre de Bruxelles (Bélgica)<sup>2</sup>

**Resumo:** O objetivo deste artigo é, por meio do estudo da identidade editorial do periódico quinzenal especializado *Música Para Todos* (1896-1899), editado na cidade de São Paulo, identificar as contribuições desse produto ao jornalismo brasileiro de música. São analisadas, por meio de uma análise descritiva de conteúdo, quatro dimensões referentes a identidade editorial deste: identidade dos editores; meios de sustentação e público alvo; design gráfico e materialidade; organização interna e natureza do conteúdo. Os resultados apontaram que *Música Para Todos* foi um produto da mídia impressa interessante para observações quanto ao desenvolvimento e as transformações do jornalismo brasileiro de música no século XIX. Isso se justifica devido a longevidade, a presença de diversos diretores e produtores de conteúdo que proporcionaram o aumento da complexidade do conteúdo observado na medida em que o periódico era publicado.

**Palavras-chave:** História do jornalismo; Transformações do jornalismo, Jornalismo de música; Identidade editorial, *Música Para Todos*

### 1. Introdução

*Música Para Todos – Gazeta Litterária Musical Illustrada* foi um periódico comercial especializado em música, publicado quinzenalmente entre 1896 e 1899, com redação em São Paulo. O periódico é uma das raras publicações à época que tem a coleção quase completa preservada, que se encontra no Instituto de Estudos Brasileiros (IEB) da Universidade de São Paulo. O título teve 69 números, e reuniu provedores de conteúdo que foram notáveis da música erudita brasileira e europeia, além de personalidades que desempenharam papéis pioneiros na crítica musical e no jornalismo musical no Brasil. O objetivo deste artigo é fazer um estudo descritivo sobre identidade editorial do *Música Para Todos*, e por meio dessas estruturas analisadas, compreender as contribuições e legados deixados pelo periódico no desenvolvimento do jornalismo brasileiro de música.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no **GT História do Jornalismo** do 5º Encontro Regional de História da Mídia – 5º Alcar Centro-Oeste.

<sup>2</sup> Djenane Arraes Moreira é formada em Jornalismo pela Universidade Católica de Brasília, e mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília. Atualmente pesquisa as transformações e as permanências do jornalismo brasileiro de música ao longo do Século XX, com orientação de Gustavo de Castro da Silva (UnB) e de Florence Le Cam (ULB). [djenanearraes@gmail.com](mailto:djenanearraes@gmail.com)



Entendemos que o estudo do *Música Para Todos* é um elemento que ajuda na compreensão das transformações do jornalismo brasileiro de música por ser um periódico duradouro, em uma época em que a maioria dos títulos de mesma natureza não passavam do primeiro ano. Porque podem ser observadas transformações consistentes na própria revista, pelo quadro de notáveis que nela contribuiu, pelo conteúdo produzido que revela informações tanto sobre as práticas quanto a forma como uma determinada classe pensava a música e o próprio meio social.

*Música Para Todos* é um periódico comumente utilizado na literatura como fonte de pesquisa para compreender questões a respeito das discussões sobre música brasileira à época, como podemos verificar nos trabalhos de Morila (2010), Amato (2010), Binder (2018), e Borges (2019). Para Ailton Pereira Morila (2010), a *Música Para Todos*, mais do que um periódico que trazia a agenda musical da capital paulista, foi um espaço de discussões e de expectativas dos músicos quanto a própria organização profissional. Ele se refere ao montante de colaboradores do periódico que, anos adiante, em 1906, fundariam o Conservatório Dramático e Musical de São Paulo e/ou lecionariam na casa. Entre eles: João Gomes de Araújo, Luigi Chiaffarelli, Olympia Catta Preta, Henri Ruegger, Antônio Carlos de Andrada, Felix de Otero e Luiz Levy.

*Música Para Todos* foi um dos 25 periódicos especializados em música que circularam no Brasil na segunda metade do Século XIX, de 230<sup>3</sup> que foram catalogadas em bases de dados sobre música e biografias entre 1840 até o início da década de 2010 (CASTAGNA, 2006). Mas o próprio autor reconhece que esse número é impreciso, pois há periódicos de músicas em bibliotecas que nunca foram mencionados nos bancos de dados que ele consultou. Castagna (2006) especula que podem ter existido cerca de 400 revistas de música no Brasil. Imprecisões à parte, esses dados dão razoável dimensão do quanto esses periódicos estavam presentes desde os capítulos iniciais da imprensa brasileira.

O jornalismo de música no Brasil começou a ser desenvolvido em meados do século XIX, com um século de atraso em relação à Europa, onde a crítica de concertos, o comentário de partituras e notícias faziam parte dos periódicos especializados (BRIGGS e BURKE, 2002; CARTAGNA, 2006). Nasceu da iniciativa dos donos de lojas de instrumentos em associação

---

<sup>3</sup> Esse quantitativo não distingue as revistas jornalísticas, das institucionais e acadêmicas.



com casas de impressão e editoras de música (VALENÇA, 1990). Em 1848, a revista *Ramalhete de Damas* (1842-1850), publicada no Rio de Janeiro, acrescentou uma página de comentários escritos pelo compositor e musicólogo português Rafael Coelho Machado. Entre 1879 e 1880, circulou, no Rio de Janeiro, a *Revista Musical e de Belas Artes*<sup>4</sup>, a primeira dedicada exclusivamente a artigos sobre o tema (CASTAGNA, 2006). O periódico tinha no quadro de articulistas intelectuais como André Rebouças, Visconde de Taunay e o cronista, arquiteto e crítico Alfredo Camarate. *Música Para Todos* veio a contribuir com essa linha de transformações, que o legado que deixou pode ser observado em outros títulos que vieram posteriormente.

## 2. Pequena descrição metodológica

A identidade editorial pode ser definida como as diferentes dimensões e processos de uma publicação, que são materializados no produto editorial (TAVARES, 2013). Essas dimensões vão situar o produto nos contextos sociais, e estabelecem objetivos a serem alcançados por meio da atividade jornalística. A identidade editorial, portanto, envolve um plano que estabelece a missão e os objetivos do produto jornalístico, tal como o público leitor que se quer atingir, o tipo de conteúdo oferecido, a apresentação desse conteúdo (editoração gráfica), e também traça objetivos para a dimensão comercial que vai sustentar aquele produto (SCALZO, 2008; ALI, 2009; TAVARES, 2013). A identidade editorial traz um conjunto de dimensões em que é possível usar os elementos que a compõe na observação de algumas das transformações ou permanências na materialidade da revista de música.

O texto jornalístico e a identidade editorial foram estudados aqui por meio de uma análise descritiva do conteúdo, em que nós procuramos pontuar quatro dimensões como: (1) a identidade e perfil dos diretores/editores; (2) meios de sustentação da revista e o público leitor; (3) editoração gráfica e materialidade; (4) organização interna da revista e natureza dos conteúdos. A identidade e perfil dos editores indica os alinhamentos que esses profissionais possuem com o projeto. Há diferenças importantes em se ter um editor “profissional”, que

---

<sup>4</sup> Dois exemplares da *Revista Musical e de Belas Artes* podem ser acessados no acervo digital da Biblioteca Nacional. Encontramos apenas um exemplar da *Ramalhete de Damas*, que não continha conteúdo informativo.



está presente para administrar um periódico, com o de um diretor/editor que teve participação direta na criação do projeto, dando a essa revista um aspecto mais personalista?

Na segunda dimensão, do sustento da revista pelos espaços de venda direta, assinaturas, e espaços de publicidade diz questões sobre a durabilidade do periódico, das estratégias adotadas que permitiram um alcance maior ou menor de circulação, e o que os meios de se fazer a revista circular podem dizer a respeito da época. Os espaços publicitários falam sobre o mercado que essa revista interessava. O público leitor faz uma conexão a respeito dos meios de sustentação da revista, e também é o destinatário do conteúdo (CHARRON, De BONVILLE, 2016).

A quarta dimensão, que é a editoração gráfica e a materialidade (capa, títulos, diagramação, etc.) pode nos dizer muito sobre as tecnologias e os padrões visuais de cada época. Por último, a organização interna e a natureza dos conteúdos dizem respeito aos textos jornalísticos e jornalísticos das revistas. O texto jornalístico, segundo Charron e De Bonville (2016, p. 127), é a construção coletiva distinta dos textos individuais. Leva-se em consideração a maneira como esses textos são dispostos ao longo da revista, e também leva-se em consideração a produção desses textos.

A técnica metodológica que julgamos ser a mais apropriada para a checagem de cinco das seis dimensões é a análise de conteúdo. Trata-se da técnica desenvolvida pela pesquisadora francesa Laurence Bardin (2010), que por meio de um tratamento descritivo, sistemático e objetivo, procura fazer análise interpretativa de significados e de significantes que possam estar no objeto a ser decodificado. Para fazer essa etapa do estudo, nós dispomos de 59 das 69 edições produzidas pelo *Música Para Todos*.

### **3. Identidade editorial**

Como explicamos anteriormente, a coleção da *Música Para Todos* está conservada quase que na totalidade, disponível e digitalizada pelo Instituto de Estudos Brasileiros da Universidade de São Paulo (IEB-USP). É possível ter acesso às edições 11 a 69, quando a numeração do periódico é finalizada. A edição número 1 foi digitalizada pela Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro. O periódico foi publicado pela primeira vez no dia 15 de março de 1896, em São Paulo. A edição de estreia traz como proposta a publicação de partituras para



instrumentos musicais (basicamente para o piano) e para o canto. O espaço estaria disponível para qualquer compositor que quisesse pagar pela divulgação da peça musical, desde que aprovada pelo crivo do editor. Essas partituras teriam de ter um nível de dificuldade moderado, pois assim os editores acreditavam que atenderiam tanto aos músicos iniciantes, quanto os mais experientes. Além disso, havia a proposta de levar notícias do mundo da música ao leitor. Daí entendemos que o nome do periódico, *Música Para Todos*, era condizente com a proposta editorial.

### 3.1. Identidade dos editores

A *Música Para Todos* foi fundada pelo cônsul italiano Nestore Fortunati, em sociedade com o professor de música e compositor brasileiro J. B. D'Arcé. Infelizmente, não conseguimos levantar dados biográficos consistentes dos dois fundadores. Encontramos alguns poucos registros de documentos de cartório, e breves citações em trabalhos acadêmicos a respeito de Fortunati. O cônsul italiano nasceu em Roma, em 1867, e morreu na cidade paulista de Ribeirão Preto em agosto de 1924, aos 57 anos, como foi registrado em uma notinha publicada no jornal *Estado de S. Paulo* no dia 20 de agosto de 1924.

Registros de documentos disponíveis no Arquivo Público de São Paulo mostram que Nestore Fortunati investia em terras e também em outros negócios no Brasil, como uma casa gráfica. Além de *Música Para Todos*, Fortunati também fundou o jornal *La Cronaca Italiana*, em 1897 (FARIAS et. al., 2018). Era membro da sociedade Circolo Italiano, que tinha como objetivo construir casas de saúde e de recreação para a população da colônia italiana em Ribeirão Preto (Da SILVA, 2008).

J. B. D'Arce foi maestro, compositor e professor de música. Há registros das músicas que ele compôs e de concertos que realizou, mas pouco se sabe dos dados biográficos dele. Não sabemos quando nasceu e quando morreu. Isso é um indicativo de que ele não desfrutou da mesma notoriedade dos demais editores da *Música Para Todos*. J. B. D'Arce permaneceu como diretor da *Música Para Todos* até a edição nº13. A partir da edição nº14, o conde italiano Amadeo Barbiellini Amidei (1877-1955) passou a ser creditado como sócio, além de passar a assinar diversos textos até a edição nº 25-26.



O professor e crítico de música brasileiro Felix de Otero (1868-1946) assumiu o cargo de redator-diretor na edição nº27. Ele deixou *Música Para Todos* na edição nº37, quando o periódico ficou sem direção de conteúdo formalizada. Presume-se que o proprietário Nestore Fortunati assumiu a função até a entrada do professor italiano Luigi Chiaffarelli (1856-1923) na edição nº48. Há uma nota na edição nº47 anunciando a contratação do professor italiano como diretor, e que isso foi um desejo dos leitores. Ele começou como colaborador na edição nº 17-18, e é o nome mais constante ao longo da história do periódico. Chiaffarelli seguiu como diretor de conteúdo até o fim, na edição nº69. Resumimos os editores na tabela a seguir:

**Tabela 1**

Diretor de conteúdo	Edições	Total	Características editoriais
J. B. D'Arce	Nº1 – 13	13	Publicação de partituras
Barbiellini Amidei	Nº14 – 26	12	Biografias e organização em seções
Felix de Otero	Nº 27 – 37	10	Críticas de concertos, seções didáticas, artigos
Sem direção creditada	Nº 38 – 47	09	Correspondências, colunas, artigos
Luigi Chiaffarelli	Nº 48 – 69	21	Biografias, artigos, críticas

**Forte: própria autora**

Na tabela acima, colocamos a coluna “características editoriais” para demarcar as principais contribuições desses editores em relação ao conteúdo. Não temos muitas informações sobre a fase de J. B. D’Arce por ser aquela em que não temos muito exemplares disponíveis, contudo, a edição nº11 foi publicado, no “editorial”, um aviso de que mudanças seriam feitas no conteúdo e no formato. É também quando vimos pela primeira vez, na coleção disponível, um texto assinado por Barbiellini Amidei: um comentário a respeito da obra e do estilo do compositor Henrique Oswald.

É na direção de Barbiellini Amidei que podemos observar o surgimento de seções que organizavam o conteúdo, como a de notícias do meio musical paulista, além da publicação de artigos, biografias e críticas. Amidei era um jovem de 20 anos de idade aprendendo a lidar com o mundo editorial quando passou pela *Música Para Todos*. Durante a primeira passagem no Brasil, ele também foi repórter do jornal *Fanfulha*, destinado a colônia italiana (WELTMAN, 2008). Não sabemos se foi Barbiellini Amidei quem trouxe de fato uma nova proposta de conteúdo, mas podemos afirmar que as ditas inovações internas do *Música Para*



Todos podem ser observados em outros periódicos, como no antecessor *Revista Musical e de Belas Artes*.

Na direção de Felix de Otero, observamos que as seções didáticas, e as críticas de concertos ganharam importância. É na direção dele que tivemos a introdução do quadro de expediente, na qual podemos localizar quem foram os colaboradores do *Música Para Todos*. O destaque dado pela crítica é compreensível, uma vez que Otero já atuava na imprensa como crítico de música: uma carreira que ele mantinha em paralelo com a docência do piano. Otero também colaborou como crítico no jornal *Diário Popular* – hoje chamado de *Diário de S. Paulo* –, em 1896<sup>5</sup> (MARTINS, 1995), criou a *Revista Artística* (1899-1901), e trabalhou como crítico pelo *Estado de S. Paulo* nas décadas de 1910 e 1920 (BINDER, 2018).

Na fase “sem direção, *Música Para Todos* eliminou a crítica, valorizou as correspondências dos colaboradores europeus e brasileiros, traduções de artigos e deu destaques para colunas, como a de Luigi Chiaffarelli, e de Maria Carolina Rebouças. Quando assumiu a direção, Chiaffarelli deixou de escrever a própria coluna, mas passou a dedicar-se aos artigos e biografias, sempre em tom ponderado e didático. Na fase desse editor, as críticas voltaram às páginas do *Música Para Todos*, mas eram assinadas comumente por Alfredo Camarate<sup>6</sup>. O lado jornalista de Chiaffarelli é ignorado na literatura consultada, porque a carreira de professor foi preponderante, e as contribuições na imprensa bastante ocasionais.

### 3.2. Meios de sustentação e público alvo

*Música Para Todos*, desde a edição inicial, deixou claro a vocação do periódico era cultural, educacional e também comercial. Oferecia planos de assinatura semestrais e anuais, além da venda direta das edições. Deixou aberta a possibilidade de o compositor pagar para publicar uma partitura. A edição 14 traz informações a respeito dos pontos de venda direta, podendo ser adquirida por intermédio de agentes comerciais ou em lojas de 13 cidades do

<sup>5</sup> Entramos em contato com o *Diário de S. Paulo* a respeito do acesso ao acervo para checar as contribuições de Felix de Otero àquele jornal, mas não obtivemos respostas.

<sup>6</sup> Alfredo Camarate (1840-1904) foi um jornalista e engenheiro português. A experiência como músico e como crítico lhe deu um emprego de inspetor no Conservatório Imperial de Música. Os textos como crítico de arte foram publicados, entre outros, nos diários cariocas *Jornal do Commercio* e *Jornal do Brasil*, e nos diários paulistas *Commercio de S. Paulo* e *Estado de S. Paulo*, e no já citado periódico *Musical e de Belas Artes*. Camarate também assinava sob o pseudônimo de Riancho, em homenagem ao pai, e foi dessa maneira como assinou as crônicas de ‘Por Montes e Vales’.



estado de São Paulo e 1 em Curitiba (Paraná). A última atualização de agentes e pontos de vendas foi na edição 27, em que *Música Para Todos* era disponibilizado em 66 cidades de 15 estados brasileiros, e um ponto de venda no Uruguai.

O periódico começou a ser vendido por assinatura a um preço de 300 Réis, que corresponde a R\$15<sup>7</sup>. Indicativos no conteúdo mostram a preocupação com o número de leitores pela sobrevivência não apenas da *Música Para Todos*, como também para todos os periódicos especializados no tema. Foi publicado, na edição 21-22, um comentário a respeito de um texto publicado no jornal *A República*, do Rio de Janeiro. O jornal carioca agradece e elogia a revista paulista, ao mesmo tempo em que lamenta o encerramento de um periódico de música do Rio devido às poucas assinaturas. A resposta do editor (não assinada) da *Música Para Todos* é uma manifestação de resistência. “Todos os jornais musicais, que se tem publicado no Brasil, têm sucumbido, devido ao indiferentismo do nosso público pelo que diz respeito às belas-artes. Apesar disso tudo, porém, nós não desanimamos e continuaremos” (MÚSICA PARA TODOS, 1897, p 184). Segundo Martins (2008), as assinaturas eram a porcentagem mais significativa do sustento de uma revista, especialmente as culturais, que dependiam do engajamento da comunidade na qual o periódico era destinado.

Além das assinaturas e da venda direta, a revista também se sustentava com anúncios. Em geral, dedicava de duas a três páginas de publicidade, para uma média de oito páginas por edição, sendo que a capa de trás era invariavelmente um anúncio do Salão Steinway. Podemos conferir alguns exemplos nas duas imagens abaixo.

### Imagens 1 e 2



<sup>7</sup> Procuramos encontrar uma fonte fidedigna para fazer a equivalência de valores. Mas na falta da possibilidade em se contratar um serviço para esse fim, optamos pelo uso da equivalência de valores disponível no Acervo online do jornal *Estado de S. Paulo*.





Fonte: *Música Para Todos* (1896)

A propaganda com ilustração, tal como o destaque que ela recebia, era um fato recente na imprensa brasileira. Segundo Silva e Coutinho (2012), inicialmente, a propaganda que aparecia em jornais e revistas se parecia muito com os tijolinhos de classificados. Mas que a partir de 1875, as peças publicitárias nesses veículos ganharam ilustrações e espaços destacados. Para Pyr Marcondes (2001), do ponto de vista estrutural, as propagandas eram o braço informativo do sistema econômico, e também um reflexo da urbanização. De acordo com Martins (2008), a revista era a plataforma ideal para o anunciante, e para o desenvolvimento da publicidade. Pouco a pouco, essa receita tornou-se fundamental para a sobrevivência dos periódicos.

Algumas das propagandas mais frequentes na *Música Para Todos* provém de negócios de pessoas que colaboravam com o periódico, e da comunidade que a revista atendia. É o caso dos Pianos Perzina, de Luiz Levi & Irmãos, e o anúncio do livro Migalhas, de Luigi Chiaffarelli. A Companhia E. Bevilaqua & C. também era um anunciante recorrente. Notamos também a constância em quase todas edições da propaganda do Salão Steinway<sup>8</sup>, que era uma sala de concerto aberta no Joachim's Hotel, que também era disponibilizado para festas, bailes e sarais. O proprietário do hotel, Frederico Joachim, possuía uma loja de instrumentos musicais na mesma avenida São João (BARBUY, 2006; VALENZUELA, 2019). Além da propaganda contante, havia também a publicação de informes nas páginas internas sobre a programação de concertos que aconteceria no Steinway.

A publicidade na *Música Para Todos* dizia muito sobre o público alvo. A maior parte dos anunciantes era lojas de vendas de pianos e de instrumentos musicais. O Brasil do século XIX nutria uma cultura do piano, devido aos vários estímulos por parte do governo imperial, que fundou conservatórios, estimulou bandas militares e fez tratados comerciais. Sabemos que àquela época, a educação musical era importante entre as famílias oligárquicas e privilegiadas. Muitas vezes, música era o único tipo de educação que era permitido que mulheres pudessem ir além do básico.

---

<sup>8</sup> O Hotel Joachim seria comprado pela prefeitura de São Paulo e se tornaria sede do Conservatório Dramático e Musical de São Paulo em 1909.



Outra estratégia comercial adotada em *Música Para Todos* foi a venda de almanaques ilustrados das partituras, e de coleções das edições. Os almanaques eram uma estratégia comercial comum à época, que serviam tanto como um catálogo publicitário quanto um suplemento mais bem acabado com dicas e informações gerais sobre os temas e produtos abordados pelos periódicos (MARTINS, 2008; CRUZ, 2013).

### 3.3. Materialidade

O título *Música Para Todos* era acompanhado do subtítulo “gazeta literária musical ilustrada”, de periodicidade quinzenal. A ilustração da *Música Para Todos* está presente principalmente nas edições iniciais de 1896 e início de 1897, nos trabalhos do ilustrador Lorenzo Piscini e de Amadeo Barbiellini Amidei. As capas nesse período eram desenhadas, tal como as partituras que recebiam ilustrações que auxiliavam os leitores para entenderem a emoção ou a temática de uma determinada música. Isso pode ser observado nas figuras abaixo.

O design gráfico não era muito diferente dos periódicos brasileiros e europeus na segunda metade do século XIX. Na imprensa especializada em música, nosso foco de observação, o padrão visual era o título, expediente, preço, data, e identificação de propriedade no terço superior. O texto principal ocupava os dois terços da primeira página na capa. Era geralmente estruturado em duas colunas ou três colunas. Essa organização em colunas era aplicada no resto da edição, que tinha em média oito páginas, exceto nas páginas de publicidade e de partituras.

As revistas propriamente ditas do mesmo período costumavam seguir o padrão de livros, com textos em uma coluna única, quase sem ilustrações. A mudança de padrão estético aconteceria com a *Revista Moderna*, de 1899, editada em uma parceria Brasil-Portugal-França, que traria inovações gráficas importantes ao mercado brasileiro, e que seria uma referência para os periódicos do início do século XX. Não existia uma revista de música à época no Brasil com o formato na qual conhecemos. Todos os periódicos especializados eram produzidos no formato de jornal. Quanto às dimensões da *Música Para Todos*, as páginas tinham 296 x 398 mm, que são próximas às dimensões das folhas A3 – do padrão internacional ISO 216.



A respeito das capas, ao longo da existência, pode-se identificar pelo menos três principais padrões ao longo dos anos de existência do periódico. *Música Para Todos* tinha uma capa ilustrada padrão, com contracapa geralmente com conteúdo publicitário, e uma segunda capa com os dados da edição recorrente, como vemos nas figuras 3 e 4. As capas da era de Luigi Chiaffarelli, em 1899, trouxe ilustrações ou com reproduções fotográficas de ilustres da música, como exemplificado na figura 5.

**Figuras 3, 4 e 5**



**Fonte: *Música Para Todos* (1896)**

Essas mudanças de padrão são explicadas também pelo rápido aprimoramento técnico pelo qual a imprensa passava na última década do século XIX, juntamente com o aumento de tipografias, litografias e oficinas gráficas, que importaram maquinário capaz de imprimir mais exemplares com custo menor, engatilhando o período de industrialização e profissionalização da imprensa (BARBOSA, 2010). A fotografia, mais do que um registro histórico, era um recurso que passou a ser utilizado na imprensa como forma de atrair leitores.

### 3.4 Organização interna e natureza do conteúdo

Com o pouco material existente sobre a era J. B. D’Arce, preferimos não comentar sobre a organização do *Música Para Todos* desse período. A direção de Barbiellini Amidei estabeleceu organização e ordem de importância aos diferentes tipos de textos encontrados no



periódico. Não era nada diferente ou inovador em relação aos periódicos da segunda metade do Século XIX, mas foi um salto qualitativo da própria *Música Para Todos*. Mesmo que algumas das colunas ou das seções tenham se alternado de acordo com a vontade do redator-diretor, a lógica da organização iniciada com Amidei se mantém até o fim.

Dessa maneira, os tipos de conteúdo que ocupavam as primeiras páginas eram: colunas, seções didáticas e biografias. Os conteúdos de miolo eram as críticas, artigos, correspondências de colaboradores, notícias e partituras. Os conteúdos de fim de revista eram as seções menores como “Necrológio”, “Xadrez”, “Humorismos”, frases e conselhos de notáveis, correspondências de leitores e avisos da redação aos leitores. Textos com características de matérias jornalísticas e entrevistas (que pareciam mais um relato de uma conversa) ainda eram muito raros. Não havia ainda a separação entre a opinião e a informação.

*Música Para Todos* teve dois principais colunistas: Luigi Chiaffarelli e Maria Carolina Rebolças. O primeiro fazia relatos do programa didático que ele havia implementado em São Paulo, e fazia comentários sobre a execução de obras de grandes mestres da música erudita. Maria Carolina Rebolças tinha uma coluna chamada “Esthetica” que, em tom professoral, escrevia sobre a maneira de ler composições e outros elementos teóricos da música. Vale lembrar que Barbiellini Amidei redigiu a coluna “Sezione Italiana”, mas que teve vida curta.

As seções didáticas, realizadas em série, foram escritas por diversos colaboradores, como Felix de Otero (piano), Gustavo Wethermer (piano), e Olimpia Catta-Preta (harpa). Havia também a coluna de xadrez que era alimentada pelo enxadrista Maurício Levy. Os dois principais críticos foram Felix de Otero e Alfredo Camarate. Os demais produtores de conteúdo escreviam artigos, textos de correspondência e cediam partituras, como foi o caso dos compositores Henrique Oswald e Alberto Nepomuceno. Biografias geralmente eram assinadas pelos diretores, e os demais textos não tinham autoria, sendo, presumidamente de responsabilidade dos próprios diretores.

As notícias eram concentradas na seção “O movimento theatral e musical no Brazil”, sem assinatura, que tornou-se permanente, aparecendo em todas as demais edições, por vezes tendo o nome simplificado ou remodelado, como “Notícias e várias”. O periódico costumava noticiar concertos que aconteciam em cidades do interior e também em outros países, a



passagem de algum músico pelo Brasil, uma saudação ao um colaborador ou a um leitor, etc. Os assuntos eram diversos, como podemos observar no exemplo: “Em São Paulo estamos mais adiantados do que em Berlin – Pois não acreditam? – Sansão e Dalila de de Sait-Saens, a magnífica ópera do autor francez, ira por esses dias em scena naquele Theatro da Opera, pela primeira vez” (MÚSICA PARA TODOS, nº 66, p. 556).

#### 4. Considerações finais

Por meio de uma análise descritiva do conteúdo da identidade editorial do periódico quinzenal especializado *Música Para Todos*, publicado entre 1896 e 1899, em São Paulo, procuramos compreender as contribuições e legados deixados no desenvolvimento do jornalismo brasileiro de música. Usamos para isso o estudo de quatro dimensões: (1) a identidade e perfil dos diretores/editores; (2) meios de sustentação da revista e o público leitor; (3) editoração gráfica e materialidade; (4) organização interna da revista e natureza dos conteúdos.

Na primeira dimensão, vimos que as características baseadas nas próprias experiências anteriores na imprensa de cada diretor trouxeram personificações e impactos importantes no conteúdo do periódico. O maestro e compositor brasileiro J. B. D’Arce privilegiou a publicação de partituras. O então jovem cientista e repórter italiano Barbiellini Amidei acrescentou e organizou mais seções ao *Música Para Todos*. O já experiente crítico de música e professor brasileiro Felix de Otero deu destaque às críticas de concertos e peças realizadas em São Paulo. Luigi Chiaffarelli foi um diretor requisitado pelo próprio público leitor. Ele retoma características da direção em Felix de Otero, com a diferença de que o professor italiano delegava especialmente ao crítico português Alfredo Camarate a responsabilidade das críticas e dos textos mais polêmicos.

Acima de todos, havia o proprietário Nestore Fortunati, que era um empreendedor, dono de uma casa gráfica entre outros negócios, e que fez com que o *Música Para Todos* tivesse adotado diversas estratégias comerciais para o sustento. Em uma época que periódicos especializados em música tinham vida curta, *Música Para Todos* conseguiu se sustentar por três anos, e mais, considerando que a revista mudou de nome após a edição nº69. A longa existência do periódico foi graças a um grupo de assinantes capazes de sustentar o produto, ao



grande número de agentes e pontos de venda, ao destaque dado à publicidade, a venda de espaços de conteúdo, e a adoção de estratégias recorrentes à época, como a venda de almanaques.

*Música Para Todos* não trouxe inovações de design gráfico, e estava de acordo com as poucas possibilidades técnicas do período em editoração. Por outro lado, chamou a atenção a variedade de textos, colunas e seções que existiram, aumentando a complexidade e diversidade do conteúdo oferecido, mesmo que fosse a respeito de um único grande tema: a música erudita. *Música Para Todos* se destacou nesse sentido em relação às revistas especializadas do mesmo período, que possuem conteúdos disponíveis e, portanto, verificáveis.

As estratégias comerciais que prolongaram a vida do periódico, a conexão com o público leitor, inclusive para contratar diretores, a diversidade de seções e de produtores de conteúdo, e a própria evolução interna trazida pela maior complexidade do conteúdo fazem de *Música Para Todos* um bom retrato para se compreender como o jornalismo brasileiro de música foi desenvolvido no século XIX.

## Referências

- ALI, Fátima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- AMATO, Rita de Cássia Fucci. **Memória musical: retratos de um conservatório**. São Paulo: Annablume, 2010.
- BARBOSA, M. **História Cultural da Imprensa: Brasil, 1800-1900**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.
- BARBUY, Heloísa. **A cidade-exposição: comércio e cosmopolismo em São Paulo 1860-1914**. São Paulo: Editora da USP, 2006.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BINDER, Fernando Pereira. Uma artista completa, a imprensa e a reputação de Guiomar Novaes. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, Brasil, n. 71, p. 158-180, dez. 2018.
- BORGES, Aline Maia. **A cultura pianística em São Paulo: um recorte da memória urbana (1890-1914)**. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduados em História. PUC-SP, 2019.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Editora, Zahir, 2002.



CASTAGNA, Paulo. Periódicos musicais brasileiros no contexto das bibliografias e bases de dados na área de música. **VII ENCONTRO DE MUSICOLOGIA HISTÓRICA**. Juiz de Fora: Centro Cultural Pró-Música, 21-23 de julho de 2006. *Anais*. Juiz de Fora: Centro Cultural Pró-Música, 2008. p. 21-54.

CHARRON, Jean; De BONVILLE, Jean. **Natureza e transformação do jornalismo**. Brasília: Insular, 2016.

CRUZ, Heloísa de Faria. **São Paulo em papel e tinta: periodismo e vida urbana 1890-1915**. São Paulo: Arquivo Público do Estado de São Paulo, 2013.

Da SILVA, Adriana. **Expansão urbana e formação dos territórios de pobreza em Ribeirão Preto: os bairros surgidos a partir do núcleo colonial Antônio Prado (1887)**. Tese de doutorado em Ciências Sociais. Universidade Federal de São Carlos, 2008.

FARIAS, Priscila Lena; HANNS, D. K.; ARAGAO, I. R.; DIXON, C.. Designing the early history of typography in Brazil, starting from printing in São Paulo. **Back to the Future. The Future in the Past**. Conference Proceedings Book. Barcelona: Universitat de Barcelona, 2018. p. 493-498.

MARCONDES, Pyr. **Uma história da propaganda brasileira**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.

MARTINS, A. L. **Revistas em revista: imprensa e práticas em tempos de república, São Paulo (1890-1922)**. São Paulo: Fapesp, 2008.

MARTINS, José Eduardo. **Henrique Oswald: um músico de saga romântica**. São Paulo: Edusp, 1995.

MORILA, A. P. **Antes de começarem as aulas: polêmicas e discussões na criação do Conservatório Dramático e Musical de São Paulo**. Per musi n.21, Belo Horizonte, 2010.

**MÚSICA PARA TODOS**. São Paulo: Instituto de Estudos Brasileiros, USP, 1896.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2008.

TAVARES, Frederico de M. B. Revista e identidade editorial: mutações e construções de si. In: TAVARES, SCHWAAB, Reges (orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 76 – 92.

VALENÇA, Suetônio Soares. Aspectos da MPB no Séc. XIX. **Revista USP**. Dez, jan e fev, 1990.

VALENZUELA, Sandra Trabucco. **Imagens da hotelaria na cidade de São Paulo: panorama dos estabelecimentos até os anos 1980**. São Paulo: Editora Senac, 2019.

WELTMAN, Wanda Latmann. **A educação do Jeca: ciência, divulgação científica e agropecuária na revista Chácaras e Quintais (1909-1948)**. Tese de doutorado. Fundação Oswaldo Cruz. Rio de Janeiro: 2008.