

Imprensa e Primeira Guerra Mundial – Objetividade e Neutralidade nas Páginas dos Periódicos da Época¹

Aline Andrade PEREIRA²

Centro Universitário de Volta Redonda, Volta Redonda, RJ.

RESUMO:

O objetivo do artigo é pensar os ideais de neutralidade e objetividade presentes na cobertura jornalística da Primeira Guerra Mundial. Tal tarefa relativiza a ideia da década de 1950 como marco fundador da objetividade nos periódicos brasileiros. A hipótese é a de que a tais ideais devem ser vistos como parte de um amplo processo que planta suas raízes em fins do século XIX. Além disso, a neutralidade expressa nas páginas dos jornais demonstra a política diplomática empreendida pelo governo brasileiro e se soma as aspirações modernizantes e higienizadores da *belle époque* carioca.

PALAVRAS-CHAVE: Imprensa e Primeira Guerra Mundial; História do Jornalismo Brasileiro; Objetividade e Neutralidade Jornalísticas.

Considerações iniciais:

O artigo faz parte de uma pesquisa mais ampla que tem por objetivo geral investigar a história da imprensa brasileira durante a Primeira Guerra Mundial, analisando os periódicos *Gazeta de Notícias*; *Correio da Manhã*; *Jornal do Brasil*; *Jornal do Comércio* e *O paiz* durante a guerra³. Neste trabalho, de natureza exploratória, o foco é pensar a questão da neutralidade e objetividade da cobertura, tidas como um grande diferencial em relação à cobertura da Segunda Guerra, e o surgimento deste conceito nas páginas brasileiras, em um momento em que os jornais adquirem traços de empresa. Segundo Barbosa:

As bases para construção do ideal de objetividade do jornalismo [...] estão lançadas na virada do século XIX para o XX. A rigor, o mito da objetividade deve ser percebido na longa duração, como um simbolismo construído pelas próprias empresas jornalísticas e pelos jornalistas para assim cunhar uma distinção, no sentido que confere a esta palavra Bourdieu (1989), ou um lugar autorizado de fala (2007, p.40).

Vistos sob a ótica do presente, o final do século XIX e o início do XX são esquecidos como momentos em que o mito da objetividade planta suas raízes em solo

¹ Trabalho apresentado ao GP História do Jornalismo XII, Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em História, mestre em Comunicação, Imagem e Informação e graduada em Jornalismo. Professora dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Volta Redonda (Unifoa), e-mail: alinexpe@yahoo.com.br.

³ A pesquisa foi selecionada em uma primeira fase para o Programa de Bolsas de Pesquisa da Fundação Casa de Rui Barbosa, na linha 1914-1918: Guerra e Imprensa no Brasil, coordenada pela professora Jöelle Rachel Roucheu, ligada ao Centro de Pesquisa.

nacional. Este período é visto como um momento de “jornalismo literário e militante”, como caracteriza Ribeiro: “Até a década de 1940, o aspecto opinativo predominou na imprensa carioca. Os jornais eram acima de tudo porta vozes do Estado ou de grupos políticos, que os financiavam em parte ou na totalidade” (2000, p. 36). O jornalismo anterior aos anos 1950 era “o lugar do comentário sobre as questões sociais, da polêmica das ideias, das críticas mundanas e da produção literária” (RIBEIRO, 2000, p. 37). O estilo do jornalismo de então era calcado em um modelo francês, sem divisão de editorias e com o conhecido “nariz de cera”⁴. Outra indagação que nos motiva é pensar a profissionalização do jornalista após a Primeira Guerra. Garambone (2003) afirma que a profissão de jornalista, nascida no século XIX, se consolida depois do conflito. Além disso, interessa-nos pensar a relação entre jornalistas e as agências internacionais de notícias.

A hipótese que levantamos é a de que a neutralidade e a objetividade no jornalismo brasileiro devem ser vistas como parte de um processo mais amplo que tem início no início do século XX e culmina com as reformas modernizantes dos anos 1950 e não tendo nesta década o seu marco inicial. Podemos ver que a neutralidade expressa nas páginas dos jornais - quer seja através do não envolvimento no conflito ou bem como a separação do texto opinativo daquele pretensamente objetivo - tem ligação não só com a política diplomática empreendida pelo governo brasileiro, mas também vem se somar aos ideais modernizantes e higienizadores da *belle époque* carioca. Como nos diz Barbosa:

Referendando os discursos jurídico, político e médico-higienista, construídos para valorizar o novo e a inserção compulsória na civilização via uma ótica particular do progresso, o discurso da imprensa passa a valorizar também os símbolos desses novos tempos (2010, p. 119).

A pesquisa historiográfica sobre a participação brasileira na Primeira Guerra Mundial é escassa, como nos lembra Silva no prefácio do livro de Garambone (2003), destacando apenas o trabalho de Vinhosa (1990). Garambone aponta que as abordagens sobre a Primeira Guerra são de dois tipos: trabalhos referenciais, como o de Nuno Pinheiro ou Oto Prazeres; ou trabalhos específicos sobre o ponto de vista militar. Na falta de uma literatura ampla sobre o assunto e na impossibilidade de contar com depoimentos orais, a imprensa torna-se uma importantíssima fonte primária.

Mais escassos ainda são os estudos que se centram na imprensa brasileira da Primeira Guerra Mundial. O único livro que se tem notícia é o de Garambone. Outras obras

⁴ “Texto introdutório longo e rebuscado, normalmente opinativo, que antecedia a narrativa dos acontecimentos e que visava ambientar o leitor” (RIBEIRO, 2000, p. 27).

de referência no setor são Sodré (1999) e Bahia (1990) que dedicam alguns poucos parágrafos ao assunto. Até mesmo a recente obra de Barbosa (2007 e 2010), que cobre duzentos anos de imprensa em dois volumes, mantém um silêncio absoluto sobre imprensa em Primeira Guerra Mundial. A década de 1910, na história da imprensa brasileira, parece habitar um limbo empírico onde, salvo a presença solitária de Garambone, nenhum outro pesquisador jamais penetrou.

A pesquisa segue na trilha ainda pouco explorada que visa incorporar a dimensão histórica como ferramenta metodológica para pensar a história do jornalismo, sem perder de vista a necessidade de coadunar esta perspectiva a uma Teoria do Jornalismo. Como Ribeiro e Barbosa (2005 e 2009) apontam, a maioria dos estudos ainda trabalha com uma ideia de história acontecimental, onde as rupturas são mais enfocadas do que as continuidades. Pontes e Silva (2010) dizem que a maioria das pesquisas utiliza matrizes teóricas e metodológicas oriundas de outros campos sem ajustá-las para pensar a especificidade do jornalismo. Apostamos essa problemática de modo mais extenso em outro artigo (PEREIRA, 2011).

Acrescentamos ainda que da mesma forma, o surgimento dos ideais de objetividade e neutralidade também é tomado de forma episódica na História do Jornalismo, nos anos 50 - marco fundador da modernidade da imprensa brasileira - ou no máximo são vistos como gestados na década anterior, os anos 40.

A Primeira Guerra Mundial e o surgimento da neutralidade e objetividades jornalísticas:

A historiografia sobre a Primeira Guerra tem se debruçado acerca de culpados no conflito, porém, a perspectiva que adotaremos aqui é aquela encabeçada por autores como Modris Eksteins (1991), Stéphane Audoin-Rouzeau e Annette Becker (1998) e sintetizada na ideia de “cultura de guerra”. Segundo esta concepção, a Grande Guerra foi um conflito entre a civilização anglo-francesa *versus* a *kultur* germânica. Nas palavras das duas últimas autoras:

O drama da guerra, e uma das chaves da sua duração e do seu encarniçamento, é pois o investimento dos homens de 1914-1918 na sua nação, sem o qual não se pode explicar a coragem, o espírito de sacrifício, o sentido do dever (para retomar uma palavra onipresente em todas as correspondências) dos combatentes. Era o seu sentimento, tão fortemente interiorizado, de defenderem o seu solo, fosse a que preço fosse. Porque o conflito foi de natureza fundamentalmente defensiva para todos os

protagonistas sem exceção (AUDOIN-ROUZEAU e BECKER, 1998, p. 251).

O ano de 1914 é para muitos historiadores - dentre eles, Hobsbawm (2002, p. 9) - uma das “rupturas naturais” mais inegáveis da história, pois representou o fim do chamado “longo século XIX” e circunscreveu o mundo no que o autor chamou no “breve século XX”. Muito se tem dito que a Primeira Guerra é basicamente uma guerra imperialista:

O fato maior do século XIX é a criação de uma economia global única, que atinge progressivamente as mais remotas paragens do mundo, uma rede cada vez mais densa de transações econômicas, comunicação e movimentos de bens, dinheiros e pessoas ligando os países desenvolvidos entre si ao mundo não desenvolvido (HOBSBAWM, 2002, p. 95).

“País coadjuvante, emergente, e com pouco menos de cem anos vivendo como nação independente. Quase um zero à esquerda na geopolítica internacional” assim é descrito por Garambone o Brasil no momento que precede a Primeira Guerra (2003, p. 19). A posição de neutralidade do país até determinado momento da guerra enfatiza a postura dos próprios diplomatas brasileiros, mais preocupados em falar francês sem sotaque do que com o conteúdo de seus discursos. A neutralidade era uma questão de honra para intelectuais, políticos e jornalistas e até para o governo. Uma tradição pacifista era evocada a todo o momento para justificá-la. Nos dois primeiros anos de batalha não se cogitava a entrada no Brasil na guerra. O país só declara guerra em 26 de outubro de 1917, após a entrada dos EUA, e lutará ao lado da França e da Inglaterra (a chamada Entente Cordiale) contra a Tríplice Aliança, encabeçada pela Alemanha e contando ainda com o Império Austro-Húngaro e a Itália. Sua participação vai até 11 de novembro de 1918.

Investigando a gênese da noção de objetividade, remontamo-nos à França do século XIX, quando o jornalismo era visto como um estágio inicial para se atingir a carreira de escritor, sendo considerado um subproduto das Belas Artes. Havia uma hierarquia própria entre os seus gêneros de importância - do mais literário para o menos. O estilo das matérias era longo e rebuscado e quanto mais literário, maior o prestígio jornalístico.

Ao contrário, nos EUA, os escritores não conseguiram impor seus valores ao jornalismo. Nas últimas décadas do século XIX, particularmente nos EUA e Inglaterra, o jornalismo sofre uma série de mudanças que reformula toda a sua estrutura. Chalaby chega até mesmo a afirmar que: “o jornalismo é, não apenas uma descoberta do século XIX, como também uma invenção anglo-americana” (1996, p.1). Diversos fatores de cunho econômico,

cultural e político influenciaram nessas reformas e no fato destas ocorrerem em particular em território anglo-americano. Em termos econômicos, o advento da publicidade nos EUA e Inglaterra possibilitou um maior desenvolvimento nos jornais destes países, contribuindo também para uma maior autonomia e conscientização por parte dos jornalistas. Com a independência econômica, os jornalistas se sentem mais livres para procurar a “verdade dos fatos”(GLASSER, 1991). No plano político, o presidente dos EUA começa a se destacar em relação ao Congresso americano, fazendo com que seus discursos sejam transmitidos com mais frequência. Fatores culturais como o aumento da leitura dos jornais a partir de 1880 entre a classe trabalhadora e o advento do telégrafo, que faz com que a linguagem se torne mais ágil, também são importantes. Todas essas mudanças contribuem para o surgimento de convenções narrativas como a do *lead* (ou lide, em uma versão brasileira) e a pirâmide invertida.

O jornalismo anglo-americano, portanto, é fruto da “racionalidade utilitária e do realismo do século XIX, que rejeitavam a imaginação, o romantismo e o subjetivo”. A busca pela objetividade, pelo “fato”, pode ser vista também como uma tentativa de elevar o estatuto jornalístico a um patamar que se pautar por critérios supostamente científicos (CAMPBELL, 1991).

Enquanto na imprensa anglo-americana começa a se exigir a separação entre os gêneros opinativo e informativo, na imprensa francesa isso não ocorre. O uso de “normas e valores discursivos, tais como a objetividade e a neutralidade” (CHALABY, p. 1) por parte dos anglo-americanos; além de práticas discursivas próprias, como a reportagem e a entrevista; e serviços de coleta mais eficientes, se contrapõem aos jornalistas franceses, que primavam por fornecer a sua própria interpretação do evento, sendo um elo entre os leitores e “os fatos”. “Nos jornais franceses, o princípio organizador de muitos artigos era a subjetividade mediatizadora do jornalista” (CAMPBELL, 1991, p. 9).

Tecnologia, progresso e a Grande Guerra nas páginas dos jornais cariocas:

Ribeiro define o jornalismo brasileiro a partir de 1821 (quando acontece o fim da censura prévia) como ideológico, militante e panfletário. Bahia (1990) classifica este período como a segunda fase da imprensa - que teria se iniciado em 1880 quando os jornais se transformaram em empresas e perderam o seu caráter artesanal. Em relação a sua estrutura, se pautariam por maiores investimentos, renovação do parque gráfico, maior consumo de papel e uma tipografia que necessitava de

aparelhamento técnico e manipulação competente. A sociedade necessitava de um jornalismo que não estivesse restrito a um modelo literário e político. A imprensa deveria situar-se num plano de interesse público. A ideia de um jornalismo como os olhos e ouvidos da sociedade ganha força.

Tecnologias como o cinematógrafo, o fonógrafo, o gramofone, os daguerreótipos, a linotipo e as Marinonis (máquinas rotativas) invadirão a cena urbana e o imaginário social na virada do século XIX para o XX, trazendo amplas transformações nos periódicos da época. Tais transformações se darão, dentre outros, no âmbito da temporalidade, trazendo para perto a possibilidade de informação de lugares distantes do mundo em um curto espaço de tempo. Em suma: “um mundo que se torna mais compactado, mais próximo e publicizado a partir de uma nova máquina que transforma também as publicações diárias: o telégrafo” (BARBOSA, 2007, p. 21). Continuando com a autora:

Máquinas linotipos capazes de substituir o trabalho de até 12 das antigas composições manuais; máquinas de imprimir capazes de “vomitar” de 10 a 20 mil exemplares por hora; máquinas de fotografar capazes de reproduzir em imagens o que antes apenas podia ser descrito; métodos fotoquímicos que permitem a publicação de clichês em cores (BARBOSA, 2007, p.22).

A possibilidade de compor o texto em linotipos, introduzidas nos jornais cariocas a partir de 1892, é vista como uma verdadeira revolução na imprensa da época. Ao contrário da composição trabalhosa em caixas, em que cada letra forma palavras que compõem linhas, com a linotipo é possível “produzir linhas inteiras a partir do simples acionamento de um teclado alfanumérico” (BARBOSA, 2007, p. 26). Esta rapidez traz a ampliação do número de páginas nos jornais e, principalmente, a possibilidade de atualizar as informações em um prazo temporal mais curto. Constrói-se a imagem do jornalismo como formador da realidade. Ainda nas palavras de Barbosa:

As tecnologias são fundamentais para a construção do jornalismo como lugar de informação neutra e atual. Se o telégrafo torna os acontecimentos visíveis, há que informar fatos que correm próximos ao público. A opinião é, assim, gradativamente separada de uma ideia de informação isenta e, neste processo, os novos artefatos tecnológicos desempenham papel fundamental (p. 24).

Alguns jornais - dentre eles, Gazeta de notícias; Correio da Manhã; Jornal do Brasil; Jornal do Comércio e O paiz - eram veículos que, na virada do século XIX para o XX, participam daquilo que Barbosa descreve como a “criação de um novo tipo de jornalismo

que muda drasticamente o padrão editorial das publicações”, assumindo uma nova configuração. Nas palavras da autora:

Editando com destaque notícias policiais e reportagens envoltas em carga de neutralidade, procuram construir uma representação ideal de sociedade. E para isso são fundamentais as estratégias redacional e editorial de isolar os artigos pretensamente informativos e classificados como neutros e objetivos, daqueles que são claramente opinativos. A opinião se isola definitivamente no artigo de fundo que ocupa a principal coluna na primeira página em todas essas publicações (2007, p. 48).

Ainda que sejam empresas visando o lucro, sobrevivem de agrados do poder público, já que a publicidade ainda é incipiente. As inovações técnicas permitem a reprodução de ilustrações e fotos e uma maior rapidez no processo de produção. Outras invenções que contribuirão para grande parte dessas mudanças - como a linotipo, o telégrafo, dentre outras - aparecerão como um coroamento dessa modernidade que invade a capital do país. Outros fatores contribuem para esta nova configuração são o aperfeiçoamento dos sistemas de transportes e a regularização dos serviços de correio, que permitem com que as assinaturas sejam entregues em tempo. Em 1874, instala-se no Rio de Janeiro a primeira agência de notícias: a Havas. O Jornal do Commercio e a Gazeta de notícias passam a publicar os telegramas internacionais que a agência distribui. A leitura de jornais já se configura como um hábito da sociedade (BARBOSA, 2010, p. 117-118).

Segundo Barbosa, os periódicos do início do século refletem um “calidoscópico de imagens múltiplas e que se sucedem sem parar”, onde o futuro adquire uma importância central e o passado é esquecido. O Correio da Manhã implanta o serviço de telégrafo na redação seguindo a trilha de outras redações e o Jornal do Commercio utilizava os serviços da Agência Havas (BARBOSA, 2007, p. 25). Como caracteriza Garambone:

O volume de notícias aumentou e a capacidade gráfica dos jornais acompanhou essa revolução editorial que mudou o conteúdo dos jornais brasileiros. O linotipo a gás é substituído pelo movido a motor elétrico. As máquinas de retirada da marca Alauzet são aposentadas e dão lugar as rotativas Marinoni. O uso da cor em títulos e manchetes é frequente. A famosa resma de papel está com os dias contados. É a era da bobina de papel. Rolos e rolos a serviço da imprensa emergente, do dinamismo da informação. A agilidade industrial permite que um mesmo jornal tenha vários clichês por dia, ou seja, a capacidade de atualização da notícia atinge um grau de sofisticação que só seria ultrapassado em 1923, com o advento do rádio (2003, p. 42).

Pode-se observar uma “redefinição do olhar” nas páginas desses jornais no início do século XX. Mesmo antes do uso de fotografias, os jornais diários mais populares utilizam as ilustrações como representação da vida urbana. Isso fica visível na primeira página do *Jornal do Brasil* do dia 15 de novembro de 1900, mostrando os artefatos tecnológicos que permitem a rapidez necessária à divulgação de notícias: o telégrafo, o navio a vapor e a impressora que possibilita o jornal imprimir 60 mil exemplares (GARAMBONE, p.31).

A imprensa mantém, no início da Primeira Guerra, uma “postura firme de neutralidade”. Para grande parte desta, o Brasil deveria se ocupar com seus problemas internos ao invés de se envolver em um conflito dessa magnitude. A opinião pública aceita a neutralidade inicial, mas posteriormente passa a se posicionar ao lado dos Aliados. De acordo com Garambone:

Propaganda, cartazes, ideologia, parcialidade, música, lavagem cerebral. Ao focarmos a lanterna da história sobre a imprensa brasileira que acompanhou diariamente a Primeira Guerra Mundial, estaremos abrindo as portas do fascinante universo da relação entre opinião pública, mídia e poder no momento de sua gênese internacional, buscando assim uma interação entre pesquisador e jornais que seja capaz de esclarecer o passado à luz do conhecimento atual (2003, p. 28).

Não é possível estabelecer uma relação de causalidade entre o tom dos editoriais e a entrada do Brasil na guerra nem excluir a ideia de que a opinião pública formada pelos jornais não tinha importância no processo decisório. A cobertura da guerra pela imprensa representa:

o fim das notícias frugais e o sepultamento de um estilo típico do século XIX: o tom literário e exagerado que sempre estava presente no relato de fatos ordinários como o atraso do bonde, um incidente no trânsito ou o calor excessivo que castigava as grandes cidades (GARAMBONE, 2003, p. 40).

Os jornais até então contavam com a colaboração de diplomatas no exterior. Posteriormente, os jornais passam a usar os serviços das agências internacionais de notícias. Ainda que um artigo escrito por um diplomata tivesse mais aspectos que interessavam ao Brasil, o tom era sempre regido pelas diretrizes do Itamaraty, não havendo isenção.

Duas agências de notícia abastecem os jornais brasileiros no eixo Rio-São Paulo, a Havas e a Americana. A *United Press* só chegaria em 1920. Nas palavras de Garambone:

Além das agências de notícias, os grandes jornais instalam escritórios (hoje chamados de sucursais) em cidades como Nova Iorque, Paris,

Londres, Buenos Aires e Lisboa. Também é dada uma grande atenção jornalística ao que esteja acontecendo na vida política e cotidiana dos vizinhos latino-americanos (2003, p. 42).

A partir de 1910, grandes jornais do Rio e de São Paulo instalam ou ampliam escritórios para os seus correspondentes em capitais ao redor do mundo. Neles operam serviços fotográficos despachados por via marítima para a edição de fotogravuras. Eça de Queiroz, Rui Barbosa e Joaquim Nabuco assinam correspondências do exterior ou textos locais.

A Primeira Guerra divide espaços nobres do jornal, mesmo antes da entrada no Brasil nela, mas não ganha as manchetes todos os dias. Dois motivos explicam o fato, segundo Garambone: em primeiro lugar o mundo nunca havia assistido uma guerra dessa magnitude, então não havia parâmetros para medir a sua importância e o espaço dedicado a mesma nos jornais e, em segundo lugar, a imprensa acreditava que era mais importante dar destaque a fatos locais do que a movimentação de exércitos distantes.

A cobertura da Guerra, quando comparece, ganha contornos específicos nas páginas dos periódicos. Por exemplo, o assassinato do arquiduque Francisco Ferdinando, estopim da Primeira Guerra, foi tratado pelos jornais brasileiros como uma tragédia familiar. Distância e relatos mais românticos do que trágicos sobre a carnificina européia competiam com a efervescência política de um Brasil em formação (GARAMBONE, 2003, p. 43-44). Do ponto de vista jornalístico: a isenção e a tentativa frenética da busca da neutralidade enobrecer a cobertura da guerra, como pode ser visto no trecho a seguir:

Não houve a preocupação em julgar quem estava certo ou errado, quem tinha a culpa e quais eram as vítimas na Europa em guerra. Era possível ler o noticiário e tirar conclusões próprias, sem induções ou entrelinhas. Talvez num dos raros momentos do jornalismo brasileiro, houve notável e louvável isenção da imprensa, que divulgava tanto notícias do lado aliado quanto notícias das Potências Centrais. Esta linha de conduta, porém e infelizmente, não foi sustentada até o fim das batalhas (GARAMBONE, 2003, p. 44).

No início do século XX o Jornal do Brasil vende 60 mil exemplares. “Na primeira página a coluna de maior destaque é “telegramas”, reproduzindo as correspondências exclusivas enviadas de Lisboa, Porto, Paris e Roma, além de outras de diferentes partes do país” esclarece Barbosa (2007, p. 37). Em 1912, introduz as primeiras máquinas de datilografar. Quatro anos mais tarde – ou seja, no meio da Primeira Guerra e um ano antes da entrada do Brasil no conflito – “possui um dos maiores parques gráficos da imprensa

brasileira, com 12 máquinas linotipos, 3 monotipos, e mais moderna impressora” (BARBOSA, 2007, p. 37). Em 1918 Assis Chateaubriand assume como redator-chefe.

O setor de reportagem dentro da redação do Jornal do Brasil passa a ser dividido em “dois: a informação local e o serviço telegráfico do interior e do estrangeiro”. [...] “O serviço telegráfico é feito pelos correspondentes e, principalmente, pelo recebimento das notícias das agências de informação” (BARBOSA, 2007, p. 38). O Jornal do Brasil conta ainda com um “serviço combinado com um dos primeiros órgãos de publicidade do continente americano e dos seus correspondentes literários em Lisboa, Porto, províncias de Portugal, Paris e Roma”, além de “correspondentes telegráficos especiais em Paris, Roma, Londres, Lisboa, Montevidéu e Buenos Aires, recebendo em média, pelo cabo submarino de seiscentas a mil palavras diárias” (BARBOSA, 2007, p. 38).

O Correio da manhã passa a publicar, a partir de 1905, extensas reportagens e muitas transcrições integrais de documentos, deslocando a crônica literária para o lugar do artigo de fundo. Passa a ser um jornal informativo nos dias de semana e literário aos domingos (BARBOSA, 2007, p.43).

Ao final do século XIX e início do XX, a Gazeta de Notícias ainda mantém a forma de fazer jornal barato e popular, além de empregar escritores prestigiados – dentre os quais Machado de Assis, Olavo Bilac e outros. O destaque à literatura em geral e aos folhetins em particular é uma das suas marcas registradas, bem como o uso de ilustrações. Inicia um sistema de vendas avulsas através de pequenos jornaleiros que andam pela cidade. As inovações tecnológicas introduzidas e a valorização dos textos literários são usadas como estratégias para manter uma linha jovem e moderna, produzindo um texto cada vez mais simples e leve que agradasse a um público amplo. Refere-se a si como um jornal apolítico e, portanto, livre, ainda que a prática não fosse exatamente assim.

O Jornal do Commercio é o veículo que mais muda sua feição empresarial para atender aos anseios do poder público. Na virada do século XIX para o XX, as seções são ampliadas, dilata-se o noticiário tornando-o mais abrangente sem deixar de ser um defensor das classes conservadoras (BARBOSA, 2007, p. 44). Na primeira década do século XX traz algumas modificações, mas o estilo continua eminentemente opinativo, porém sem a valorização da ilustração ou outros recursos gráficos. Embora tenha se modernizado, em termos de equipamento gráfico e estrutura empresarial, não mudou seu conteúdo e não adotou inovações de outros impressos, como o uso de gravuras ou o noticiário de esportes (HONS, 1982 *apud* RIBEIRO, 2000, p. 83). As colunas e seções introduzidas permitem a explosão das pequenas notícias, tornando-o mais fácil de ser lido. Também passa a valorizar

as reportagens, como outros jornais do Rio. Não tem a aspiração de ser popular e sua assinatura é a mais cara do Rio de Janeiro – o dobro do Jornal do Brasil.

Considerações finais:

Conforme mencionado inicialmente, este artigo constitui-se em um estudo exploratório dentro de um trabalho mais amplo que visa focar a cobertura da participação do Brasil na Primeira Guerra Mundial a partir de jornais cariocas e, portanto, encontra-se ainda em fase embrionária. Portanto, as conclusões expostas são ainda provisórias.

Interessou-nos, em particular, focar os ideais de objetividade e neutralidade na imprensa surgidos no alvorecer do século XX e expressos na cobertura da Grande Guerra, em ampla oposição ao que foi feito na Segunda Guerra, por exemplo. As décadas iniciais do século XX são marcadas por uma atmosfera de *belle époque* e também pelos preceitos higienistas que por aqui encontraram repercussão. Aliado a isso, toda uma gama de inovações tecnológicas, convergem para o estabelecimento do jornal como um empresa. Estas passam a ser símbolo de um mundo urbano e moderno. Um novo mundo simbólico emerge, uma vez que agora é possível enxergar um outro que antes era somente imaginado.

Dessa forma, acreditamos ter sido possível relativizar a ideia de que a neutralidade e a objetividade surgem nos anos 1950 a partir de uma série de mudanças nos periódicos. Sem dúvida, foi nesta década que tais características adquirem força (também em função das reformas gráficas, editoriais, dentre outras). No entanto, a ênfase nestas mudanças faz com que a objetividade pareça brotar nos anos 50 tendo como antecedentes, no máximo, a década de 1940. Isto salientaria uma concepção de história episódica ou acontecimental, neutralizando a percepção de história enquanto processo.

REFERÊNCIAS:

AUDOIN-ROUZEAU, Stéphane; BECKER, Annette. Violência e consentimento: a “cultura de Guerra” do primeiro conflito mundial. IN: RIOUX, Jean-Pierre; SIRINELLI, Jean François. (dir.). **Para uma história cultural**. Lisboa, Estampa, 1998.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica: história da imprensa brasileira**. Vol. 1, 4a. ed., Editora Ática, São Paulo, 1990.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da Imprensa**. Brasil – 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

_____. *Brasil – 1800-1900*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

_____. e RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *O que a história pode legar aos estudos de jornalismo*. Anais eletrônicos da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, UERJ: 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1900-1.pdf>.

_____. “Combates” por uma história da mídia e do jornalismo no Brasil. Anais eletrônicos da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, PR: 2009. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0144-2.pdf>.

CAMPBELL, Richard. *60 minutes and the news: a mythology for Middle America*. Urbana e Chicago: Univ. of Illinois Press. Int. e cap. I. , 1991. Trad. Para o português de MTGF de Albuquerque.

CHALABY, Jean K. “Journalism as an Anglo-American Invention: A Comparison of the development of French and Anglo-American Journalism, 1830s-1920s”. *European Journal of Communication*, vol 11 (3), 1996, p. 303-326.

EKSTEINS, Modrid. *A Sagração da Primavera: a grande guerra e o nascimento da era moderna*. Rio de Janeiro, Rocco, 1991.

GARAMBONE, Sidney. *Primeira Guerra Mundial e a Imprensa Brasileira*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2003.

GLASSER, Theodore L. & ETTEMA, James S. “Jornalismo investigativo e ordem moral”. In AVERY, Robert K. & EASON, David, eds. *Critical perspectives on media and society*. New York & London: Guilford Press. Trad. Para o português de MTGF de Albuquerque.

HOBBSAWM, Eric. *A era dos extremos*. O breve século XX. 1914-1991, São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

_____. *A era dos impérios*. 1875-1914, 7ª edição, São Paulo: Paz e terra, 2002.

HONS, André Séguin des. *Le Bresil-Presses et Histoire* (1930-1985). Paris, Hartmann, 1985.

PEREIRA, Aline Andrade. **Imprensa em Tempos de Guerra: a Entrada do Brasil na Segunda Guerra Mundial vista através do Correio da Manhã**. Anais eletrônicos da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, PE, Setembro de 2011.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Imprensa e História no Rio de Janeiro dos anos 50**. Tese de Doutorado. Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura. Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro: 2000.

_____ & HERSCHMANN, Micael (orgs). **Comunicação e História**. Interfaces e novas abordagens. Rio de Janeiro: Mauad X: Globo Universidade, 2008.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimo a notícia**. Uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SILVA, Gislene e PONTES, Felipe Simão. **Percursos metodológicos e teóricos da pesquisa em História do Jornalismo nas teses dos programas de Comunicação do Brasil**. Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo, Volume 6, número 1, 2010, pp.179-194.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4ª edição, Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TAVARES, José Nilo. **Gênese do Império ‘Associado’ de Assis Chateaubriand**. In Revista Comunicação e Sociedade. São Paulo, Cortez, março de 1982.

VINHOSA, Francisco Luís Teixeira. **O Brasil e a Primeira Guerra Mundial**. IHGB, 1990.