

Extra! Extra! As origens da primeira página moderna no jornalismo brasileiro¹

Adriana Barsotti²

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)

Resumo

Uma das invenções da *penny press* – que marcou a passagem do jornalismo de opinião para o de informação, no século XIX, nos EUA – foi a primeira página moderna, dedicada a notícias. A criação de manchetes e chamadas foi uma estratégia fundamental para a massificação dos jornais, que passaram a adotar a venda nas ruas, por meio de jornaleiros que gritavam os principais acontecimentos do dia. Com base na análise de 407 capas de cinco jornais mais importantes em circulação e relevância entre 1875 e 1925 – a *Gazeta de Notícias*, o *Correio da Manhã*, o *Jornal do Brasil*, *O Paiz* e *O Estado de S.Paulo* – mapeia-se aqui as origens da primeira página moderna dos jornais brasileiros.

Palavras-chave: primeira página; jornalismo impresso; penny press; jornalismo de informação

1. Introdução

Há quase duzentos anos, a edição da primeira página dos jornais dedicada às principais notícias faz parte das rotinas produtivas da cultura profissional dos jornalistas. Manchetes e chamadas presentes nas capas dos jornais foram uma novidade introduzida pela *penny press* nos EUA, no século XIX, num momento em que os diários passaram a adotar a venda avulsa, com os jornaleiros anunciando nas ruas, em alto e bom som, os acontecimentos do dia. A transformação da primeira página foi uma estratégia mercadológica fundamental para a massificação dos periódicos, já estabelecidos como empresas capitalistas e em busca da ampliação de seu público. A ideia era fascinar e atrair o leitor, com uma linguagem jornalística que vendia publicitariamente o jornal, além de instaurar uma forma de sentido que ordenava hierarquicamente os fatos noticiáveis.

Os *penny papers* marcaram a mudança do jornalismo de opinião, que até então era o padrão, para o de informação. Fatos passaram a ser mais importantes do que opiniões. Este novo paradigma não pode ser dissociado do contexto social e intelectual da época. Como “a melhor síntese do espírito moderno” (MARCONDES FILHO, 2000), o jornalismo se desenvolve no século XIX ancorado nos valores da modernidade, em que o positivismo era reinante. “Neste novo jornalismo na era do positivismo, vive-se um culto dos fatos”

¹ Trabalho apresentado no GP História do Jornalismo, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Adriana Barsotti é doutoranda em Comunicação Social na PUC-Rio e professora dos cursos de Jornalismo da ESPM-Rio e do Ibmecc-RJ.

(TRAQUINA, 2005, p. 52). A passagem de uma fase a outra fica evidente na primeira página, em que os artigos de fundo gradativamente são substituídos por notícias. Portanto, entende-se como primeira página moderna aqui aquela que passou a se dedicar à publicação de notícias.

O objetivo deste artigo é resgatar as origens da primeira página moderna no jornalismo brasileiro. Para tanto, foram analisadas as capas de cinco jornais – *O Paiz*, *Gazeta de Notícias*, *Correio da Manhã*, *Jornal do Brasil* e *O Estado de S. Paulo* –, considerados os mais relevantes no período pesquisado (WERNECK SODRÉ, 1999; BARBOSA, 2010) – entre 1875 e 1925 –, em metodologia a ser detalhada adiante. Como os jornais brasileiros se inspiraram no modelo americano – e também no francês, com a adoção dos folhetins na capa – o artigo primeiro mapeia o surgimento da primeira página moderna nos EUA e na Europa antes de dedicar-se à nossa realidade.

2. Os penny papers e o jornalismo de informação

Em 1829, o *Morning Courier and New York Enquirer*, um dos jornais mais vendidos de Nova York, pediu desculpas aos seus leitores por ter estampado notícias em sua primeira página (SCHUDSON, 1988). Até então, eles estavam acostumados a encontrar anúncios na capa e contracapa dos jornais americanos, compostos à época por apenas quatro páginas³. Os jornais não eram lidos da primeira página em diante. A primeira e a quarta páginas serviam apenas para embalar o conteúdo, distribuído pelas páginas 2 e 3. “Artigos não publicados ontem serão encontrados na primeira página do jornal de hoje”, avisou o periódico. “Pedimos aos leitores para sempre olharem para ela. A necessidade nos compele a publicar ali o que gostaríamos que estivesse dentro do jornal” (*idem*, p.148).

Embora fossem mídia para anúncios, os jornais até 1830 não lucravam com a publicidade. Naquela época, as empresas jornalísticas ainda não estavam orientadas para o lucro e eram deficitárias. Seu principal propósito era defender bandeiras políticas. Os subsídios dos jornais vinham dos partidos políticos. Os textos da imprensa nesse período eram recheados de críticas e opiniões. Para a imprensa partidária, uma importante parcela das notícias era dedicada aos acontecimentos oficiais da capital. Lee observa que “não ocorria aos editores dos jornais que eles poderiam ter tornado os relatos oficiais de Washington mais interessantes se eles fossem podados dos itens menos importantes” (1917,

³ Os artigos de fundo, que aqui eram publicados na primeira página, ocupavam a página 2 dos jornais americanos como será abordado adiante.

p.145). A coluna com o editorial era o “coração do jornal” e era publicada na página 2 (SCHUDSON, 1988, p.148). O mercado leitor de jornais era escasso: estava restrito às elites comerciais e políticas. Schudson relata que um jornal custava seis centavos, numa época em que o salário dos trabalhadores urbanos nos EUA era inferior a 85 centavos. Além disso, não havia a prática de venda avulsa. Os jornais eram vendidos por assinatura, ao preço de oito a dez dólares por ano. O alto custo fazia com que a circulação fosse baixa: de mil a dois mil exemplares (SCHUDSON, 2010, p.26).

Mas a partir de 1830 o jornalismo entra em nova fase, a do jornalismo de informação, com o surgimento da *penny press*, assim chamada pelo fato de os jornais representantes desta nova imprensa serem vendidos ao preço de um *penny* em oposição aos tradicionais, que custavam *six penny*. Muitas mudanças foram introduzidas nesta época gradualmente: o *lead*, a pirâmide invertida, a reportagem e a entrevista, além do preenchimento da primeira página com notícias. O contexto social favoreceu a consolidação deste novo tipo de jornalismo, que passou a separar fatos de opiniões, calcado na estratégia da objetividade, e a abordar temas do cotidiano, diferentemente do jornalismo político e literário da fase anterior. No início do século XIX, os EUA assistiam a uma urbanização acelerada e, com ela, o surgimento de uma classe média alfabetizada, o que contribuiu para a massificação dos jornais (*idem*, 2010).

A aproximação dos diários com o leitor não se deu exclusivamente pela abordagem de temas de seu cotidiano. A *penny press* introduziu a venda avulsa, com a contratação de meninos para vender os jornais nas ruas. Diversos jornais da época publicaram anúncios com o apelo: “procura-se meninos”. A primeira edição do jornal *The Public Ledger*, da Filadélfia, oferecia emprego para 50 homens e meninos que quisessem tirar proveito do “vantajoso negócio de fazer circular o jornal” (LEE, 1917, p.201).

Nem mesmo as críticas dos jornais tradicionais foram capazes de deter o ímpeto de popularização da *penny press* e suas estratégias. Lee nos conta que os donos dos jornais de *six penny* não consideravam “ética” a venda das edições na rua (1917, p.201). A *penny press*, ao contrário, se orgulhava de não ter leitores exclusivos. O editor James Gordon Bennett, do *New York Herald* (1887), um dos expoentes deste novo jornalismo, chamava a venda avulsa de “plano de não assinatura” (SCHUDSON, 1988, p.149).

Na *penny press*, pela primeira vez, as notícias tinham como foco os governos locais, os escândalos, os crimes, a sociedade, e os jornais passaram a contratar repórteres para saírem em busca de notícias. (*idem*, p.148) As invenções tecnológicas da época – as

modernas rotativas, a expansão do telégrafo e o desenvolvimento do telefone – contribuíram para a difusão das notícias. Citando Innis, Pereira lembra que a divisão de tarefas entre os jornalistas que vão a campo e os que trabalham internamente nas redações remonta à época da invenção do telefone (1860). Os repórteres foram divididos entre os *leg men*, que iam até as fontes, e os *rewrite men*, que recebiam as informações por telefone e as editavam (2003, p. 77-78).

O precursor da *penny press* foi o *The Daily Evening Transcript*, fundado em Boston, em 1830. Embora à época de seu lançamento ainda não fosse vendido por um *penny*, ele custava muito barato: quatro dólares por ano, com pagamento adiantado de seis meses. O diário tinha duas seções que o distinguiam dos demais: “Corte de polícia” e “Jornal Marítimo”. No início, o jornal declarou que “não se misturaria à guerra cotidiana da política nem tentaria controlar a opinião pública” (LEE, 1917, p. 185). Três anos depois, Benjamin Henry Day lança em Nova York o *The Sun*, custando um *penny*. O diário começou com uma circulação de trezentos exemplares, mas logo alcançou seus concorrentes de *six penny*. Lee observa que era “incrível como conseguia colocar tantas notícias em espaço limitado”, numa época em que os jornais ainda tinham apenas quatro páginas (1917, p.188). Schudson observa como as novas fontes de receita – a venda avulsa e a publicidade – contribuíram para racionalizar a paginação dos jornais (2010, p.30). Em 1835, a circulação do *Sun*, do *New York Evening Transcript* e do *New York Herald* – três representantes da *penny press* – já somava 44 mil exemplares. Para se ter uma ideia da medida do sucesso destes jornais, no ano em que o *Sun* começou a circular, em 1833, a circulação dos 11 diários nova-iorquinos fora de 16.500 exemplares (*idem*, p. 29).

No início, a maioria dos *penny papers* também publicava as notícias nas páginas internas. A capa era destinada a anúncios ou artigos assinados. A primeira página do primeiro número do *The Daily Evening Transcript* foi toda de anúncios. Já a do *Sun* estampou a história “supostamente cômica” de um capitão irlandês e dos duelos que lutou. O *New York Transcript*, à moda francesa, publicou em suas primeiras páginas o folhetim *Edward and Julia: a reminiscence of forty years since*. Lee nota que a principal diferença entre os jornais *six penny* e os *penny papers*, a princípio, era a cobertura do Congresso pelos primeiros e a cobertura policial pelos últimos (1917, p.202).

Ao longo das décadas seguintes, a necessidade de ampliação do público leitor, por meio da publicação da maior variedade de assuntos, levou os jornais a utilizarem de forma mais racional seu espaço. No artigo intitulado *Origens do jornal moderno: um estudo*

comparativo dos diários de St. Louis de 1875 a 1925, Orland Kay Armstrong (1926) observa as mudanças na diagramação e no conteúdo do jornal no período. Nas edições do *The Republican* em 1875, conforme o estudo, um terço ou metade da primeira página eram dedicados aos anúncios, que desapareceriam por completo em 1887, seguindo o padrão de toda a imprensa americana. O restante do espaço era ocupado por notícias agrupadas por assuntos, como “Internacional”, “Crime”, “Washington”, “A capital do Estado” e “Variedades”, entre outros. Nas cinco décadas seguintes, Armstrong constataria uma queda progressiva no espaço dedicado à opinião nas páginas dos jornais – de 9,6%, em 1875, para 2,2% em 1925 –, o aumento significativo das notícias sobre crimes, que quadruplicaram no período, e o crescimento no número de *features*: os jornais de 1925 publicavam sete vezes mais histórias de interesse humano.

Por volta de 1900, já é nítido o confinamento dos comentários aos editoriais e o uso do *lead*: a maioria das notícias responde no primeiro parágrafo às perguntas “quem”, “o que”, “por que”, “onde” e “quando” (ARMSTRONG, 1926, p. 27 - 30). As chamadas também passam por grande transformação. Em 1875, elas estavam restritas a uma coluna e não tinham o formato de sentença: eram tópicos temáticos. Os assuntos similares eram agrupados sob esses temas. Em 1890, esse agrupamento já não é mais observado e as notícias ganham títulos separados (*idem*, p. 32). Quanto às manchetes, elas também não revelavam muito sobre o conteúdo das notícias. “A sombra da guerra”, “A nova Constituição” e “Cidadania Americana” são exemplos encontrados em 1875. Já em 1925 podem ocupar de duas a quatro colunas e, ocasionalmente, todas, atravessando o alto da página. As ilustrações ganham as primeiras páginas em 1890 (*idem*, p.31).

Os ecos deste novo jornalismo se estenderam à Europa. Na Inglaterra, foi nítida a influência das inovações do jornalismo americano. Também lá, estabeleceu-se a ideia de que a principal função de um jornal era informar, e não servir a interesses políticos. A entrevista, a reportagem e o *feature* passam a ocupar as páginas. A primeira entrevista publicada num jornal londrino foi no *Pall Mall Gazette*, em 1883. No ano seguinte, o jornal publicou nada menos que 134 (TRAQUINA, 2005, p.64).

No fim do século XIX, o clima era outro, e as manchetes dos jornais, replicadas em cartazes nas ruas e gritadas por pequenos jornaleiros – tão familiares nas ruas de Londres e Birmingham (e de outras cidades) quanto nas de Chicago e Nova York –, tornavam-se mais importantes do que os textos ou as reportagens sobre acontecimentos legislativos (BRIGGS & BURKE, 2004, p.211).

Já na França, o novo jornalismo de informação teve maiores dificuldades de se afirmar, mantendo laços mais estreitos com a literatura e a política. Lá, havia pouca publicidade paga e não existia ainda um público de massa. Somente a partir dos anos 1880 é que o jornalismo francês conquistou uma relativa autonomia em relação aos subsídios políticos (TRAQUINA, 2005, p.64). Naquele país, foram os folhetins que primeiro impulsionaram a venda dos jornais. Eles começaram a ser publicados em 1800, no *Journal des Débats*. Na década de 1830, ganharam impulso a partir da publicação no *La Presse* de um romance anônimo espanhol do século XVI *El Lazarillo de Tormes*. O jornal então pediu a romancistas que escrevessem histórias para serem publicadas de forma seriada. O primeiro foi Balzac, com *La vieille fille*, em 1836. Victor Hugo, Alexis de Tocqueville e Alphonse de Lamartine também colaboraram para o jornal. Em alguns anos, as vendas do *La Presse* triplicaram (MOLINA, 2015, p. 247).

2. Metodologia

Para investigar as origens da primeira página moderna no jornalismo brasileiro, cinco títulos de maior circulação e relevância no período escolhido para a pesquisa (1875-1925) foram selecionados: *O Paiz*, *Gazeta de Notícias*, *Correio da Manhã*, *Jornal do Brasil* e *O Estado de S. Paulo*⁴. Para se chegar aos títulos, foram consideradas as referências feitas a eles por dois historiadores da imprensa – Nelson Werneck Sodré, autor de *História da imprensa no Brasil* e Marialva Barbosa, autora de *História Cultural da Imprensa*. Destes jornais, apenas dois circularam durante todos os 50 anos pesquisados: *O Estado de S. Paulo*, fundado em 1875 e ainda em circulação, e *Gazeta de Notícias*, também de 1875. *O Paiz* foi lançado em 1884; o *Jornal do Brasil*, em 1891; e o *Correio da Manhã*, em 1901. O período escolhido foi o mesmo utilizado por Armstrong nos EUA (1926).

Citando Olavo Bilac, Barbosa indica que as cinco mais importantes folhas do Rio no início do século XX foram o *Jornal do Brasil*, o *Jornal do Commercio*, a *Gazeta de Notícias*, o *Correio da Manhã* e o *Paiz*, que, juntas, teriam uma tiragem de 150 mil exemplares numa cidade que, à época, tinha 600 mil habitantes (2010, p. 41). A autora considera que foram esses periódicos os responsáveis pela criação do jornalismo de informação no país.

O Estado de S. Paulo foi incluído na pesquisa por duas de suas características inovadoras para a época. A primeira delas foi ter inaugurado a venda avulsa tocando buzinas nas ruas, numa iniciativa do ajudante de impressor Bernard Gregoire, em 1876,

⁴ Embora seja um dos mais influentes da época, o *Jornal do Commercio* foi excluído da amostragem por não possuir acervo digitalizado.

(quando ainda se chamava *A Província de S. Paulo*). Tal qual ocorrera nos EUA com a *penny press*, houve reações à venda do jornal nas ruas. Logo depois, outros jornais acompanharam a inovação. Sobre a adoção da prática, Sodré reproduz o comentário de Carl von Koseritz no livro *Imagens do Brasil*: “Simplesmente insuportável é o sofrimento com os vendedores de jornal. Perambulam pelas ruas milhares e milhares de rapazinhos italianos, negros e mulatos, que nos deixam quase surdos com sua gritaria”. Para o autor, Koseritz “não compreendia a combatividade reformista da imprensa da Corte e sua aproximação com o gosto popular” (1999, p. 232-233).

A segunda particularidade de *O Estado de S. Paulo* foi ter enviado, em 1888, “numa iniciativa pioneira, que anuncia novos métodos de imprensa”, Euclides da Cunha para cobrir a Guerra de Canudos. Euclides envia telegramas e relatórios que servirão de rascunho para o clássico *Os sertões* (*idem*, p.269). Em 1875, sua tiragem era de dois mil exemplares, bastante significativa para uma população estimada em 31 mil (O ESTADO DE S.PAULO, 2008, p. 5-6).

Ao todo, foram analisadas 407 primeiras páginas destes cinco títulos na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional e no Acervo de *O Estado de S. Paulo*. Numa primeira etapa, foram pesquisadas 47 delas: de dez em dez anos, desde 1875 até 1925, as capas foram capturadas em duas datas: 10 de março e 10 de outubro. Quando, por alguma razão, elas não estavam disponíveis – ou pelo fato de o jornal não ter circulado naquela data ou por falha no acesso à edição –, a data imediatamente posterior era escolhida. Nesta etapa, foram coletadas 12 primeiras páginas de *O Estado de S. Paulo*, 11 da *Gazeta de Notícias*, 10 de *O Paiz*, 8 do *Jornal do Brasil* e 6 do *Correio da Manhã*⁵. Diante da primeira análise, observei que as mudanças nas capas, que praticamente se mantinham inalteradas desde a primeira década pesquisada, foram muito significativas entre 1905 e 1915. Daí a necessidade de investigar mais a fundo o período com o objetivo de precisar a partir de quando os jornais passaram a ter regularmente primeiras páginas com manchetes e títulos para as notícias.

A nova coleta foi feita da seguinte maneira: em 1905 e 1906, observei 36 primeiras páginas por ano de cada um destes títulos: a cada dez edições, a partir da primeira do ano, uma era selecionada. Na nova amostragem, obtive mais 360 capas. O trabalho foi interrompido ao fim de 1906, pois pude constatar que aquele fora o ano em que as manchetes passaram a ser mais frequentes, como será detalhado a seguir.

⁵ O número desigual de capas por título deve-se ao fato de três deles terem datas de fundação posteriores ao início do período analisado.

3. As origens da primeira página moderna no Brasil

De 1875 a 1895, as primeiras páginas dos jornais passam por transformações muito sutis. *O Estado de S. Paulo*, a *Gazeta de Notícias* e o *Jornal do Brasil* publicam folhetins na capa. Entretanto, na *Gazeta* o espaço dedicado aos romances seriados vai progressivamente sendo reduzido à medida que mais tópicos de notícias são acrescentados. Na edição de 10/10/1875, *O cabeça de Ferro*, de Gustavo Aymard, ocupa o rodapé das seis colunas da primeira página. Dez anos depois, apenas quatro colunas são dedicadas a *Tio Brichet*, de Eugenio Chavette. Mas eles são ainda peça-chave para seduzir o público: “o folhetim era, via de regra, o melhor atrativo do jornal, o prato mais suculento que podia oferecer, e por isso o mais procurado” (SODRÉ, 1999, p. 243).

Nenhum dos títulos analisados lançados até esta data publica anúncios na primeira página, o que viria a ser uma prática posterior na imprensa brasileira. Ainda não há manchetes nem títulos. As notícias são agrupadas em tópicos temáticos, todas elas em uma coluna. Mas a partir de pequenas mudanças na paginação percebe-se a tentativa de usar o espaço de forma mais racional. Quanto mais para o fim do século, mais temas são inseridos. Além disso, os jornais aumentam o número de colunas chegando a 1895 com 8 na primeira página. *O Estadão* estreara com 5; a *Gazeta*, com 6; e *O Paiz*, com 7. O *Jornal do Brasil*, desde o seu lançamento, já era paginado em 8. A *Gazeta*, já em seu primeiro ano, promove concursos e os anuncia na capa – o Logogrifos e as Charadas.

Na *Gazeta*, o espaço para notícias sobre crimes é garantido sob o tópico Júri da Corte. As notícias estão ainda longe do ideal de objetividade e o jornal atua como uma espécie de porta-voz do povo. Na edição de 10/10/1875, noticia-se, sob o tópico Multas Municipais, que moradores de cortiços foram autuados por não terem vacinado seus filhos, mas alerta-se para o fato de não existir lei municipal para tanto. “Não censuramos a multa, não consideramos vexatória a imposição da vacina, pedimos apenas que seja publicada a lei em vigor”, clama o jornal. A orientação mais popular também fica evidente na inclusão em algumas primeiras páginas do tópico Reclamações, com queixas do povo. Sodré observa que a *Gazeta*, jornal “barato, popular e liberal”, se tornou “o acontecimento jornalístico” no ano de sua fundação e que “reformaria a imprensa de seu tempo” (1999, p. 224-225).

Até 1895, a reportagem ainda estava ausente nos jornais da época. O tópico Marechal Floriano, publicado na capa de *O Paiz* de 10/3/1895, “noticia” o estado de saúde do presidente por meio de seus concorrentes e faz comentário irônico. “Sobre o estado de saúde do ilustre Marechal Floriano deram-nos ontem informações o *Jornal do Commercio* e

a *Gazeta de Notícias*. Que ambos os jornais conhecem bem o estado de saúde do benemérito enfermo vê-se logo pela concordância das informações. Escreve o *Jornal*: ‘informam-nos que não é lisonjeiro o estado de saúde do Sr. Marechal Floriano Peixoto. Sr. Ex. não tem conseguido melhoras em Cambuquira, de cujas águas não tem podido fazer uso regular’. Escreve a *Gazeta*: ‘sabemos de fonte segura que tem passado melhor dos seus incômodos, graças às águas e ao clima de Cambuquira’. Dedução: o marechal Floriano não está melhor nem pior, antes pelo contrário”.

A seção Telegramas é comum aos quatro diários da época (até 1895) analisados nesta pesquisa. Nela, são publicadas desde a chegada e partida de navios, a remessa de correios postais até notícias sem interesse algum como a que figurava em *O Paiz* de 10/3/1895: “De Londres: Está seriamente enfermo Lord Fowler. Encontra-se restabelecido Lord Roseberry”. Os jornais também reproduziam os atos publicados no Diário Oficial: desde a visita do imperador Pedro II ao Colégio Pedro II com as aulas a que assistiu até licenças concedidas a funcionários públicos e nomeações para os mais diversos escalões. A ironia é que o nome do tópico com os atos do D.O. era “Noticiário” tanto em *O Paiz* quanto no *Jornal do Brasil*. Este último publicava ali no dia 10/3/1905: “Foi declarada sem efeito a licença de seis meses concedida a Irineu Antonio Peixoto Coelho, contador dos Correios do Pará” e “pagam-se hoje as folhas de vencimentos dos funcionários da diretoria geral da Polícia Administrativa e do Serviço Especial de Exame de Vacas de Leite”, além da “notícia” sobre a licença de dois professores da Escola Normal para tratamento de saúde.

A virada do século XIX para o século XX traz algumas novidades às primeiras páginas dos jornais brasileiros. Ilustrações passam a ser utilizadas com mais frequência, com destaque para o *Jornal do Brasil*, como suporte ao noticiário. Fotos também passam a compor a capa dos periódicos. Só no *Correio da Manhã*, lançado em 1901, o folhetim ainda é publicado na primeira página. Os chamados artigos de fundo – os editoriais da época – ocupam regularmente as primeiras páginas do *Correio*, de *O Paiz* e do *Estado de S. Paulo*. No *Jornal do Brasil*, eles são publicados eventualmente. Na *Gazeta*, não se observou sua publicação na primeira página em 1905. O câmbio e a cotação do café passam a ser publicados regularmente na capa pelo *Estadão* e pela *Gazeta*. O *Estadão* e o *Jornal do Brasil* aumentam para dez o número de colunas em suas capas. O *Estadão* inclui o tópico Jornais do Rio, com o resumo do que publicavam os periódicos da capital.

A publicidade começa a povoar as primeiras páginas de alguns jornais em um momento em que ela já tinha desaparecido por completo das capas dos jornais americanos.

O *Correio* e o *Estadão* trazem pequenos anúncios de uma coluna em suas primeiras páginas. No dia 10/3/1905, o *Correio* traz 8 anúncios de uma coluna: o maior tem 8 linhas, mas a maioria tem de 1 a 3. Os produtos anunciados são perfumes, tecidos e bebidas. Nas décadas seguintes, eles aumentariam de tamanho e frequência. Nas edições de *O Estado de S. Paulo* de 1925, peças publicitárias de carro e trator chegam a ocupar 100% da primeira página e anúncios de duas e três colunas são mais recorrentes. Já o *Jornal do Brasil* passaria a dedicar sua capa inteiramente aos classificados, salvo uma charge em duas colunas, a partir de 1 de agosto de 1906. Eram anúncios para serviços domésticos, em busca de amas de leite, amas secas, lavadeiras e cozinheiras.

As notícias na primeira página são publicadas de forma uniforme, sem hierarquização por sua importância e impacto e o padrão continua sendo publicá-las em uma coluna e sob tópicos temáticos. A seção Telegramas veicula indiscriminadamente informações sem quaisquer valores-notícia. A agenda de autoridades é revelada de forma pormenorizada: audiência protocolares, homenagens, “descidas” e “subidas” do presidente para Petrópolis. Na edição do *Jornal do Brasil* de 11/10/1905, perdida em uma coluna, na seção Noticiário, lê-se uma informação que valeria ser estampada como manchete em qualquer jornal de hoje: “A comissão de finanças da Câmara dos Deputados assinou ontem o projeto que equipara os vencimentos dos diretores do Tribunal de Contas aos dos juizes da corte de Apelação”.

Neste dia, por outro lado, o *Jornal do Brasil* fugiu à regra da monotonia na capa ainda predominante. Sob o título em quatro colunas “Terremotos na Calábria”, o diário publicou nove fotos sobre os tremores que tinham atingido as cidades de Monteleone, Reggio e Trope, na Itália. Mas o atraso chama a atenção: o fato acontecera fazia mais de um mês, no dia 8/9/1905. A tragédia fora publicada pela primeira vez no diário no dia 3/10/1905, em duas colunas, com o mesmo título, em reportagem enviada pelo correspondente na Itália. Aparecia com atraso de 25 dias em relação ao acontecimento. Abaixo do título, já era possível vislumbrar um esboço de subtítulo, em tópicos distribuídos por quatro linhas: “20.000 pessoas sem abrigo; Cidades arrasadas; Tremendo Cataclismo; Cenas aterradoras”. Sodré registra que o jornal, no início do século XX, mantinha repórteres em sete países: Alemanha, França, Itália, Bélgica, EUA, Portugal e Inglaterra (1999, p.257).

O diário foi o primeiro a ter duas edições diárias: a vespertina circulava às 15h. Em 1906, publica de cinco a seis edições diárias (BARBOSA, 2010, p.37). Custava, assim

como a *Gazeta*, 40 réis, que era o preço da passagem de bonde mais barata da cidade (*idem*, p.27). No início do século, sua tiragem já alcançava 50 mil exemplares exemplares. Suas edições durante a semana tinham 8 páginas e as de domingo chegavam a 12. A redação timbrava “superior à de *La Prensa*, de Buenos Aires, que até o ano passado era o de maior tiragem na América do Sul” (1999, p. 274). À mesma época, em 1900, *O Paiz*, com as mesmas quatro páginas, exibia no alto da primeira página: “*O Paiz* é a folha de maior tiragem e de maior circulação da América do Sul”. Barbosa mostra que o dado não se sustentava: “O exagero é flagrante. A sua própria estrutura redacional, comparada com a de outros diários, invalida essa afirmativa” (2010, p.47). Ela afirma que somente em 1910 *O Paiz* adotaria inovações, com ilustrações na primeira página e a publicação das primeiras fotografias (*idem*, p.47).

O *Correio*, jornal de oposição à República Velha, é outro destaque do período. O jornal rapidamente aumenta sua tiragem: de 3 mil, em 1901, quando foi lançado, para 30 mil exemplares em 1910 (*idem*, p.44). “Foi veículo dos sentimentos e motivos da pequena burguesia urbana, em papel dos mais relevantes”, nota Sodré. “Quebrou a monótona uniformidade política das combinações de cúpula, dos conchaves de gabinete: levantou sempre o protesto das camadas populares”. Foi por meio da consolidação deste público que se transformou “e depressa”, em empresa jornalística” (1999, p.287).

Assim como se observa no *Jornal do Brasil*, nas edições da *Gazeta* de 1905 também já é possível perceber a tentativa de chamar a atenção para algumas notícias, com tópicos que as resumiam abaixo do título. No dia 10/3/1905, em notícia sobre os acontecimentos da Guerra Russo-Japonesa intitulada apenas “Última hora”, há algumas linhas de “subtítulo”, mas ainda em uma coluna.

Foi percebendo uma tendência a se publicar as notícias com mais destaque na primeira página que resolvi me ater aos anos de 1905 e 1906 mais profundamente. Em 1905, ainda é raro uma notícia aparecer em mais de uma coluna. Na amostragem selecionada, isso aconteceu em 11% das vezes na *Gazeta*, no *Correio* e no *Paiz*. No *Jornal do Brasil*, a ocorrência foi menor: menos de 5%. Já em 1906, a prática é mais regular: ela acontece em 58% das edições selecionadas da *Gazeta*, 44% nas de *O Paiz*, 33% nas do *Jornal do Brasil* e 22% nas do *Correio*. No *Estadão*, não se observam mudanças.

É possível afirmar que nesses anos surgem as primeiras manchetes com alguma regularidade⁶. Elas eram dedicadas a crimes, catástrofes e entrevistas com personalidades. No dia 20 de abril de 1906, a *Gazeta* estampou em 4 colunas, com duas fotos, a manchete: “A catástrofe da Califórnia”. Abaixo do título, em cinco linhas, vinham os destaques da notícia: “Espantoso terremoto, Incêndios e desmoronamentos, Cidades destruídas, Milhares de mortos e feridos, Prejuízos incalculáveis”. No mesmo dia, o *Correio* noticiou o acontecimento em duas colunas, no alto, à esquerda, sob o título “Uma cidade destruída”. Logo abaixo, vinha “São Francisco da Califórnia” e, em seguida, em sete linhas, o resumo da notícia em tópicos: “As consequências da catástrofe – Os socorros – População apavorada – Milhares de mortos e feridos – Apelo ao povo – Trezentos milhões de dólares de prejuízo – Auxílios oficiais – O incêndio continua – Aspecto sinistro – 200 mil famintos – diversas notas – Os nossos telegramas”. Barbosa enxerga nesta estratégia traços do novo jornalismo sensacionalista. “O estilo entrecortado do texto faz supor um leitor titubeante seguindo as letras impressas das notícias de crimes e tragédias do cotidiano” (2010, p.43).

No dia 29 de outubro do mesmo ano, o *Correio* publica uma manchete ocupando as 7 colunas da primeira página, no alto: “Noite trágica”. Abaixo, três linhas de subtítulo: “Duplo estrangulamento e roubo, Crime Hediondo, Carletto preso!” e mais 11 linhas de tópicos com o resumo da notícia, que preencheu toda a capa. A objetividade do título, entretanto, não é encontrada no texto da notícia. No primeiro e no segundo parágrafos, não há qualquer menção ao crime. No terceiro, sabemos que Carletto é procurado, mas não somos informados ainda dos delitos que cometeu.

Em 1915, as primeiras páginas de jornais já são mais noticiosas. O *Jornal do Brasil*, como já mencionado, é uma exceção, com a primeira página toda dedicada aos classificados, salvo uma charge normalmente publicada em duas ou três colunas. O noticiário do periódico só tem início na página 5. Além do *Jornal do Brasil*, o *Correio* e o *Estadão* têm poucos e diminutos anúncios de uma coluna. Os editoriais ainda estão presentes na capa na *Gazeta*, em *O Paiz* e no *Correio*. A novidade é que, além da manchete, as notícias deixam de ser agrupadas por temas e ganham títulos próprios em duas ou três colunas. O mais engessado deles é o *Estadão*. Além da manchete, dificilmente as outras notícias alcançam destaque e ainda são paginadas em uma coluna. A coluna Telegramas permanece no alto da página, à esquerda.

⁶ No dia 16 de novembro de 1889, o *Estadão* inovou ao dedicar a página inteira à manchete “Viva a República!”. Entretanto, tais situações eram excepcionais no período.

A edição de 10/3/1915 da *Gazeta*, por exemplo, traz a manchete, sobre a Primeira Guerra Mundial, em três colunas: “Os sucessos progressivos da esquadra franco-inglesa nos Dardanellos começam a repercutir nos países balcânicos”. Há espaço para outras três notícias: “Os operários das pedreiras estão reduzidos à miséria”, sobre a penúria de trabalhadores que ficaram sem emprego com a paralisação das obras de calçamento da cidade, em duas colunas; “Os fracassos das investidas ao reduto de Santa Maria”, sobre a Guerra do Contestado; também em duas colunas, e “A sedução, desonra e roubo não passam de uma fantasia”, sobre um crime em São Cristóvão, em quatro colunas, na segunda dobra. A página tem ao todo sete fotos e o desenho de um mapa.

O investimento em reportagem já é mais visível, com a ida do repórter a campo. Na notícia sobre os desempregados, o texto afirma: “Ainda ontem tivemos ocasião de verificar o triste quadro dos operários das pedreiras”. Na reportagem policial, o subtítulo aponta: “A *Gazeta* faz um inquérito e consegue importantíssimas declarações”. O texto contesta os jornais que noticiaram a morte de Maria Candelária Maia, supostamente pelo noivo, como sendo “fruto de desonra e roubo”. O “inquérito” da *Gazeta* consistiu em ouvir a avó da moça, Dona Henriqueta Parada, que negou a versão divulgada. Dona Henriqueta afirma ao repórter que o término do namoro da neta deveu-se a “incompatibilidade de gênios” e que a família não tinha dinheiro para ser roubado. A notícia continua na página 2.

Na segunda década do século XX, o *Estadão* dedica cada vez mais espaço em sua primeira página para a publicidade. Há anúncios em duas, três e quatro colunas. Na edição de 10/10/1925, uma propaganda de automóvel ocupa a maior parte da primeira página, em cinco colunas, e há ainda dois anúncios de duas colunas. No *Jornal do Brasil*, que já tem então 26 páginas durante a semana e 30 aos domingos, a capa ainda é totalmente dedicada aos classificados, mas agora o diário traz um box em duas colunas com três chamadas para artigos do jornal do dia e do dia seguinte.

O *Estadão* e o *Jornal do Brasil* são exceções no período quanto à edição da primeira página. A *Gazeta*, o *Correio* e o *Paiz* têm capas movimentadas, com diversas chamadas, fotos, e *features*. A edição de 10/10/1925 do *Correio* tem como manchete, ocupando suas nove colunas, no alto: “Estão chegando ao setor de Quezzan grandes contingentes de tropas regulares riffenhas”, sobre a Guerra do Rife, conflito ocorrido entre 1920 e 1926 entre a Espanha – e posteriormente a França – e forças marroquinas das tribos rifenhas e Djebali. Ilustra a página uma única foto-legenda no estilo *feature*. Com o título “O homem que assombra Londres com o esplendor de que se cerca”, ocupando duas linhas em duas

colunas, a notícia é sobre um marajá hospedado no hotel Savoy, em Londres, que ocupa cem quartos, tem a sua disposição 20 automóveis e um rendimento anual de 1, 2 milhão de libras.

Em 1925, os artigos de fundo já não são estampados nas primeiras páginas, salvo na *Gazeta*. Já consolidado em bases industriais, o novo jornalismo de informação utiliza a primeira página como estratégia comunicacional para atrair mais leitores e alavancar as vendas, com manchetes, títulos, *features*, fotos, charges e ilustrações. O acontecimento passa a ser mais valorizado do que a opinião, a exemplo da *penny press* nos EUA. Ainda que a venda avulsa fosse “extremamente restrita”, a publicidade estivesse em sua fase inicial, e estes jornais ainda dependessem “das benesses do poder público”, eles já estavam orientados para o lucro (BARBOSA, 2010, p.48). A estratégia de massificação dos diários dependia de seu conteúdo noticioso como chamariz, e não mais de sua opinião.

Considerações Finais

A análise das primeiras páginas durante cinco décadas dos maiores e mais relevantes diários brasileiros entre 1875 e 1925 revela lentas mas profundas transformações na passagem do jornalismo de opinião para o jornalismo de informação no país. As origens da primeira página moderna no Brasil remontam a 1905, quando os diários começam a romper com o padrão da época de confinar as “notícias”, que muitas vezes nada mais eram do que a mera reprodução de atos do Diário Oficial, a apenas uma coluna, sob tópicos temáticos. Naquele ano, notícias começam a ser diagramadas em duas colunas, sugerindo os primórdios da manchete. No ano seguinte, algumas delas já são publicadas em quatro colunas.

Em 1915, a primeira página com manchete e outras notícias destacadas, além de fotos e ilustrações, já é uma realidade na *Gazeta de Notícias* e no *Correio da Manhã*. Catástrofes, crimes e entrevistas com personalidades ganham destaque, consolidando valores-notícia do jornalismo moderno. O *Jornal do Brasil*, que estivera na vanguarda no início do século, com a publicação de notícias destacadas e fotos na primeira página, agora dedica sua capa a anúncios classificados. Por volta de 1925, a primeira página moderna já é uma realidade em três dos títulos analisados – a *Gazeta de Notícias*, o *Correio da Manhã* e *O Paiz*. As capas são mais dinâmicas e arejadas, os títulos são mais fortes, aparecem os *features* e já se vislumbra uma hierarquização entre as notícias. Enquanto a informação

invade a primeira página, os artigos de fundo perdem gradativamente destaque, desaparecendo por completo da capa da maioria deles.

Nas décadas seguintes, o jornalismo ganharia nova configuração, com o aparecimento da imprensa sensacionalista, a formação de grandes grupos que dominam mais de um título, o surgimento de novas agências de notícia e a vinda de grandes agências de publicidade (BARBOSA, 2010, p.47). Um estudo futuro das primeiras páginas abrangendo tais décadas pode ser ainda mais revelador das transformações pelas quais o jornalismo ainda passaria e da própria sociedade, da qual a atividade é uma espécie de porta-voz.

Referências bibliográficas:

ARMSTRONG, Orlando Kay. *Beginnings of the modern newspaper: a comparative study of St. Louis Dailies from 1875-1925*. University of Missouri Bulletin 27, n. 5, Journalism Series, n.39. February, 1926.

BARBOSA, Marialva. *História Cultural da Imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

BURKE, Peter.; BRIGGS, Asa. *Uma história social da mídia – de Gutenberg à internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

LEE, James Melvin. *History of American Journalism*. Boston: Mifflin Company, 1917.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação & jornalismo: a saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker editores, 2000.

MOLINA, Matias M. *História dos jornais no Brasil: da era colonial à Regência (1500-1840) v.1*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

O ESTADO DE S.PAULO. *Páginas da história: fatos que marcaram o país e o mundo, expostos nas capas históricas do jornal O Estado de S.Paulo*. São Paulo: O Estado de S.Paulo, 2008.

PEREIRA, Fábio. *O jornalista on-line: um novo status profissional? Uma análise sobre a produção da notícia na internet a partir da aplicação do conceito de 'jornalista sentado'*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2003.

SCHUDSON, Michael. The profession of journalism in the United States. In: HATCH, Nathan O. (org.). *The professions in American history*. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1988.

_____. *Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Petrópolis: Vozes, 2010.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo volume I: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005.

WERNECK SODRÉ, Nelson. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

