

Agências internacionais de notícias, telegramas e política: expedientes e práticas dos jornais brasileiros no alvorecer da Guerra Fria

EDVALDO CORREA SOTANA¹

Universidade Federal de Mato Grosso

Resumo: Este artigo está inscrito na fronteira entre as áreas de história e comunicação. Nossa pretensão é apresentar alguns dados sobre a história das agências internacionais de notícias para, em seguida, refletir sobre aspectos do trabalho efetuado por jornais brasileiros com os telegramas utilizados para a produção do noticiário internacional sem, contudo, desconsiderar interesses econômicos e políticos nos momentos iniciais da Guerra Fria. Além da bibliografia consultada, utilizamos como fontes os jornais *O Estado de S. Paulo*, *Folha da Manhã*, *Jornal do Brasil*, *Correio de Manhã*, *Tribuna Popular*, *Hoje* e *Voz Operária*, bem como a revista *Publicidade e Negócios* e o *Boletim da Associação Brasileira de Imprensa*.

Palavras-chave: História, agências internacionais de notícias, Guerra Fria.

Abstract: This article is between the areas of history and communication. We intend to present information in the history of international news agency. Then, our ambition is think about the work performed by Brazilian newspapers with telegrams used for the production of international news. Therefore, we consider economic and political interests in the early stages of the Cold War. Beyond the bibliography, we use as documents the newspapers *O Estado de S. Paulo*, *Folha da Manhã*, *Jornal do Brasil*, *Tribuna Popular*, *Hoje*, *Voz Operária* and *Vanguarda Socialista*, as well as the magazine *Publicidade e Negócios* and the *News Brazilian Press Association*.

Keywords: History, International News Agencies, Gold War.

Recebido em 28/11/2017 e aceito em 13/10/2018.

1. Doutor em História pela FCL – UNESP/Assis. Professor Adjunto da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Campus de Aquidauana, Curso de História. Coordenador do Laboratório de Estudos da Imagem, Imprensa e Som (LEIIS). E-mail: sotana.ufms@gmail.com

Já se foi o tempo dos doces isolamentos provincianos; hoje, todo o jornal que mereça este nome está no centro do mundo, pois os meios de comunicação e a teia incessante das relações humanas põem-no em contato quase instantâneo com todos os pontos do globo (*O Estado de S. Paulo*, 18 dez. 1951, p. 30)²

Publicado nas páginas de *O Estado de S. Paulo*, o texto chama a atenção para as modificações no processo de produção do noticiário nos jornais brasileiros em meados do século XX. Segundo o matutino paulista, jornais deveriam romper os “isolamentos provincianos” e estabelecer contato com “todos os pontos do globo”. O periódico da família Mesquita aludia, provavelmente, à utilização de telegramas provenientes das agências internacionais de notícias e ao peso do noticiário internacional nas páginas dos jornais publicados em território nacional.

É certo que pesquisadores brasileiros têm se ocupado em estudar o jornalismo internacional. João Batista Natali (2004), Sidney Garambone (2003), Verônica Goyzueta e Thierry Ogier (2003), Andreia Carolina Schwartz Peres (2005), Orivaldo Biagi (2001), Igor Marx Freire Ferreira Lima e Silva (2006), Fhoutine Marie Reis Souto (2009), Pedro Aguiar (2008, 2009) e Rafael Henrique Antunes (2013) são exemplos de estudiosos interessados em analisar o noticiário acerca de acontecimentos que passam no mundo e são veiculados pela imprensa escrita brasileira.

No entanto, poucas linhas foram dedicadas ao trabalho dos jornais brasileiros com o material enviado pelas agências internacionais de notícias. Dentre os pesquisadores, Souto (2009) abordou a cobertura do 11 de

2. Nas citações subsequentes, os periódicos serão assim abreviados: *O Estado de S. Paulo* (OESP), *Folha da Manhã* (FM), *Jornal do Brasil* (JB), *Correio da Manhã* (CM), *Tribuna Popular* (TP), *Hoje* (H), *Voz Operária* (VO), *Publicidade e Negócios* (PN) e *Boletim da Associação Brasileira de Imprensa* (ABI).

setembro feita pelos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, analisando, ainda que muito pontualmente, a influência das agências de notícias e de jornais estrangeiros no material publicado. Já Aguiar (2008), após detectar a carências de textos, procurou tratar da história das agências de notícia, comparando as práticas realizadas no mundo com aquelas adotadas no território brasileiro. Por sua vez, Antunes (2013) discutiu o noticiário da grande imprensa brasileira sobre a Revolução dos Cravos (1974) e buscou compreender as fontes, as formas e os significados impressos pelos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e *Jornal do Brasil*. Para tanto, investigou as agências internacionais de notícias e os correspondentes estrangeiros que forneceram material para os periódicos brasileiros. Para além dos trabalhos citados, livros sobre a história da imprensa brasileira apresentam dados para compor a história do jornalismo internacional e da utilização dos telegramas pelos jornais brasileiros, como pontualmente fazem Sodré (1966) e Barbosa (2007).

A despeito das pesquisas citadas, ainda existem lacunas nos estudos voltados para o trabalho dos jornais brasileiros com material proveniente das agências internacionais de notícias, especialmente no que diz respeito ao levantamento de dados e elementos para o entendimento de momentos históricos específicos.

Parece possível investigar, por exemplo, os laços estreitos entre Guerra Fria, agências internacionais de notícias, jornais brasileiros, noticiário internacional e propaganda.³ Pouco tempo após a Segunda

3. Entre o período imediatamente posterior à Segunda Guerra Mundial e o fim da década de 1980, adeptos do capitalismo e do comunismo, liderados, respectivamente, por EUA e URSS, cultivaram um diferente estado de beligerância denominado Guerra Fria. Munhoz (2004) apresenta consistente balanço bibliográfico e situa as ideias centrais de cinco correntes analíticas sobre o início da Guerra Fria: a ortodoxia, a história oficial soviética, o revisionismo, o pós-revisionismo e o corporativismo. Ainda para os leitores interessados no debate, seu estudo sugere ampla bibliografia especializada acerca do debate historiográfico

Guerra Mundial, ficava patente o esfacelamento da aliança firmada na luta contra o nazifascismo. Segundo Vizentini (2000, p. 200), o discurso proferido por Churchill, em 1946, sobre a cortina de ferro estabelecida em diversas capitais europeias, transformou-se em “símbolo maior dos ventos da Guerra Fria”. Para o autor, a rivalidade foi impulsionada, em 1947, pela proclamação da Doutrina Truman e pelo Plano Marshall. Também precipitou o acirramento das tensões o discurso em que Zdanov, então dirigente soviético, afirmou ser irredutível o antagonismo entre socialismo e capitalismo. Não obstante Estados Unidos e União Soviética terem mantido relações hostis no período anterior à Segunda Guerra Mundial, as pesquisas históricas comumente atribuem papel central aos acontecimentos da segunda metade dos anos 1940 (SMITH, 1989).

Embora a corrida armamentista e o confronto militar tenham aparecido como “aspecto mais óbvio da Guerra Fria”, suas maiores consequências foram políticas e contribuíram para a polarização do “mundo controlado pelas superpotências em dois ‘campos’ marcadamente divididos” (HOBSBAWM, 1995, p. 234; 235). Por certo, o embate travado entre Estados Unidos e União Soviética foi marcado por disputas militares, políticas, econômicas, diplomáticas e ideológicas, assim como por incontáveis lances de propaganda. A própria denominação *Cold War* provém da pena de um jornalista estadunidense. O termo Guerra Fria se popularizou a partir de Walter Lippmann, também responsável pelo emprego do conceito de “opinião pública”, em decorrência do seu livro *Public Opinion* (1922). A repercussão de seus artigos no *New York Herald Tribune*, em 1947, contribuiu para a “universalização do termo Guerra Fria para qualificar os conflitos envolvendo a União Soviética e os Estados Unidos após a conclusão da

Segunda Guerra Mundial” (MUNHOZ, 2004, p. 263-264).

Assim, se a Guerra Fria ajudou a moldar a política externa e a política interna da maioria das nações ao redor do globo (LEFFLER; PAINTER, 2005), parece plausível que tenha influenciado o modo de fazer jornalismo, especialmente a produção noticiosa, bem como o conteúdo veiculado na editoria internacional. Corrobora a proposta aqui apresentada o estudo desenvolvido por Heloisa Reichel (2004). Para ela, nos momentos iniciais da Guerra Fria, o comunismo “substituiu o nazismo como inimigo e foi representado, principalmente na imprensa, como a grande ameaça que o comunismo devia combater” (REICHEL, 2004, p. 207).

Sem diminuir o papel exercido por outros meios de comunicação para a divulgação de imagens relativas ao embate entre EUA e URSS, a imprensa escrita pode ser tomada como fonte para o pesquisador ocupado com os efeitos da Guerra Fria em território brasileiro⁴, pois, assim como os filmes, as canções e as histórias em quadrinhos, a imprensa também produziu “imagens extremamente ideologizadas e estereotipadas do confronto, motivo pelo qual, tais fontes, outrora menosprezadas, têm sido reconhecidas como de grande relevância para o estudo dos efeitos gerados pela Guerra Fria ao longo do século XX” (MUNHOZ, 2004, p. 275).

E cabe perguntar: como os jornais brasileiros produziram seu noticiário internacional no quadro histórico da Guerra Fria? Esse questionamento instiga a refletir sobre a relação de jornais nacionais com

4. Dois estudos são inspiradores para pensar a relação entre imprensa brasileira e Guerra Fria. O primeiro é a dissertação de mestrado em que Rodolfo Gauthier Cardoso dos Santos (2009) analisa o comportamento da imprensa, da comunidade científica nacional e de outros atores da sociedade brasileira no debate público sobre discos voadores entre 1947 e 1953. Embora voltado para período um pouco posterior à proposta em nosso trabalho, também chama a atenção a pesquisa de Júlio Barnez Pignata Cattai (2011) sobre a atuação da *United States Information Agency* (USIA) no Brasil, entre 1953 e 1964, a partir do material veiculado nos jornais *Correio da Manhã* e *Tribuna da Imprensa*.

o material telegráfico enviado pelas agências internacionais de notícias nos anos iniciais da Guerra Fria.

Dados da história das agências internacionais

Algumas invenções conferiram outra dinâmica à vida social, encurtaram distâncias e transformaram a produção da notícia. Em fins do século XIX, a maior agilidade na produção da informação estava profundamente vinculada à expansão da rede telegráfica mundial e ao surgimento de outras inovações que possibilitaram a rápida circulação da notícia e ofereceram novas possibilidades para a imprensa brasileira (DE LUCA, 1999). Para veicular o material telegráfico, muitos jornais chegaram a criar uma página internacional (SODRÉ, 1966). É possível inferir, então, que a invenção do telégrafo foi fundamental para o surgimento e consolidação das agências noticiosas internacionais e, conseqüentemente, criou condições para a formação de uma rede mundial de notícias (BARBOSA, 2007).

Em 1874, o *Jornal do Comércio* inovou ao recorrer ao telégrafo para publicar notas enviadas pela agência *Reuter-Havas*, fundada em 1825 por Charles Havas na França. Tal agência serviu por 71 anos à imprensa brasileira e, ao final da Segunda Guerra Mundial, passou a chamar-se *France-Presse* (SODRÉ, 1966). A partir de 1902, o *Correio da Manhã* passou a ter acesso ao material divulgado pela agência *Havas*. O impresso alardeou a novidade e tratou da implantação do serviço telegráfico como uma importante inovação para acompanhar os outros diários cariocas da época (BARBOSA, 2007).

Em pouco tempo, contudo, a *Havas* deixou de ser a única agência responsável pela distribuição de notícias em solo brasileiro. No curso da

Primeira Guerra Mundial, a agência *Americana* também enviou telegramas para o eixo Rio-São Paulo (GARAMBONE, 2003). Pouco depois, a *United Press Internacional* (UPI) entrou no mercado nacional. Caracterizada por comercializar noticiário redigido em moldes diferenciados da sua principal concorrente (a *Havas*) e integrada ao modelo norte-americano de jornalismo, a UPI se apresentava como preocupada com a transmissão da informação e não com a interpretação da notícia. Além disso, começou a fornecer abundantes informações sobre atividades estadunidenses, as quais passaram a interessar mais de perto ao público brasileiro, em virtude da previsível entrada dos Estados Unidos no primeiro conflito mundial.

Jornais perceberam a conveniência de repartir seu espaço de publicação entre os telegramas da *Havas* e da *United Press* (JOBIM, 1960). Em 1918, a *United Press Internacional* começou a fornecer material ao jornal *O Estado de S. Paulo*. Em 1922, passou a atender o *Jornal do Brasil* e, no final da década, responsabilizou-se por fornecer material para *O Jornal* (BARBOSA, 2007).

Já durante a década de 1920, Nova Iorque começou a figurar como centro irradiador de noticiário para a América Latina. Antes de chegar ao Brasil, as informações passavam pelo escritório da UPI em Buenos Aires ou, então, eram remetidas por telégrafo, em inglês, via *Wertern*, *Pal American* ou *Italcabo*. Nesse mesmo período, a *Associated Press International* (API) instalou seu escritório no Rio de Janeiro e iniciou seus serviços, fornecendo material noticioso ao *Correio da Manhã* (BARBOSA, 2007).

É pertinente evidenciar que tais agências noticiosas contribuíram no processo de consolidação da presença cultural estadunidense em território brasileiro. Bandeira (1978) ressaltou, por exemplo, que, até a Primeira Guerra Mundial, a formação cultural brasileira se caracterizava como predominantemente europeia. Como observou Bandeira, as agências

noticiosas de origem norte-americana se transformaram em presença constante no noticiário internacional da imprensa escrita brasileira e, em pouco tempo, passaram a fazer frente àquelas situadas na Europa. Além de concorrerem com a francesa *Havas*, os profissionais norte-americanos começaram a “contra-atacar o serviço de propaganda da Alemanha, presente na América Latina com a agência Transoceânica Alemã, que fornecia notícias e fatos a preços insignificantes” (TOTA, 2000, p. 55). De acordo com Gerson Moura (1991, p. 98), as iniciativas dos Estados Unidos para eliminar a influência do Eixo no Brasil e construir um “*sistema de poder americano*” implicavam ações na área econômica, na organização militar, na política externa e também na atuação frente aos meios de comunicação.

Também é importante sublinhar que a implantação do *Estado Novo* repercutiu na estrutura material dos jornais e, conseqüentemente, na produção da notícia. A criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), em 1939, permitiu a intervenção estatal sobre os meios de comunicação. Com o objetivo de formular uma imagem “uníssona do Estado para a sociedade”, o DIP instalou censores nas redações dos jornais e forneceu grande parte do noticiário a ser impresso. A publicação de muitos fatos ou nomes foi proibida e muitos jornalistas foram perseguidos, presos e aliciados com propina ou outras formas de cooptação pelo governo federal. Paralelamente a esse quadro de censura característica do regime ditatorial e da ausência de liberdade para exprimir os conflitos e os interesses políticos internos, a imprensa escrita brasileira ampliou o volume de informação fornecido pelas agências internacionais de notícias que, na época, encontravam-se em franco fortalecimento. Durante o Estado Novo, UPI, API e *Reuters* se consolidaram como significativas fornecedoras de informação para a imprensa brasileira (RIBEIRO, 1998).

Com a Segunda Guerra Mundial e a opção do governo brasileiro

de lutar ao lado dos países aliados, ampliou-se a influência norte-americana em território nacional. Esta, no entanto, não se restringiu à imprensa, pois também atingiu diversas áreas da vida social. O cinema⁵, a música, as formas de comportamento e os padrões de consumo são exemplos da introdução do *american way of life* no Brasil (RIBEIRO, 2007). Na década de 1940, o território brasileiro foi alvo de múltiplas missões culturais oficiais e de diversas ações de jornalistas, professores universitários, publicitários, artistas, militares, cientistas, diplomatas e empresários norte-americanos. Esse organizado processo de difusão cultural possuía um objetivo extremamente delineado, já que o governo estadunidense pretendia obter o apoio brasileiro na luta contra o nazifascismo (MOURA, 1984). Para isso, foi criado o *The Office for Coordination of Inter-American Affairs* (Ociaa). Sob o comando de Nelson Rockefeller, o órgão se responsabilizou pelas relações culturais dos Estados Unidos com países da América Latina. Entre 1940 e 1946, procurou difundir informações positivas sobre os Estados Unidos e combater a propaganda do Eixo. Sua estrutura organizacional contemplava diversas divisões, como, por exemplo, a Divisão de Informações, que, desde o início do programa, auxiliou as agências *United Press* e *Associated Press* na elaboração e difusão das notícias favoráveis aos Estados Unidos em solo brasileiro. Assim, centenas de jornais e revistas brasileiras recebiam “dezenas de milhares” de notícias, fotografias e artigos sobre “as relações interamericanas” (MOURA, 1984, p. 33-4). Nesse processo, as agências noticiosas norte-americanas ganharam poder e espaço internacional e, mesmo após a extinção do Ociaa, passaram

5. Sobre a produção cinematográfica estadunidense em cartaz em território brasileiro entre 1945 e 1954, consultar a tese de Alexandre Busko Valim (2006). Em trabalho recente, Valim (2017) investigou a documentação do *National Archives* para analisar as ações do *Office of the Coordinator of American Affairs*, seu *Motion Picture Division* e a *Brazilian Division*, com vistas a estudar o emprego do cinema no Brasil como instrumento de persuasão política pelos Estados Unidos durante a chamada política de Boa Vizinhança no transcurso da Segunda Guerra Mundial.

a ser a principal fonte de consulta dos jornais brasileiros (PRADO, 2000).

Mas aprofundar os laços entre os serviços de mídia locais e as agências noticiosas internacionais não foi incumbência somente do escritório de Rockefeller. Em 1948, o governo norte-americano externou posição oficial sobre a utilização de agências privadas de notícia, pois “as competências inscritas no *Smith-Mundt Act*, de 1948, posteriormente incorporadas à USIA, já aceitavam a utilização dos serviços governamentais junto às audiências internacionais”. Além disso, a *Central Intelligence Agency* (CIA) também atuou “junto às agências internacionais de notícias, no sentido de que publicassem material favorável à imagem dos Estados Unidos no exterior”. A CIA possuía “uma rede de contatos dentro e fora dos Estados Unidos que oferecia acesso direto a um grande número de jornais e periódicos, dezenas de serviços de imprensa e agências de notícias” (CATTAL, 2011, 45-46).

Aos poucos, *Reuters*, UPI e API começavam a exercer papel fundamental na distribuição de informações para os jornais brasileiros (MARTINS; DE LUCA, 2006), processo expressado em matéria veiculada no *O Estado de S. Paulo*:

[o redator] redigia notícias, corrigia comunicados, traduzia telegramas. Traduzia telegramas? Essa expressão tem uma história. Muitos anos antes, os três ou quatro telegramas que o jornal publicava ficavam-lhe a peso de ouro. Eram mandados por correspondentes estabelecidos nas grandes capitais da Europa e aqui chegavam em francês ou inglês, devendo ser traduzidos para o português, a fim de serem publicados. A função do redator de telegramas era traduzir. Com o tempo, surgiram as agências que facilitaram e ampliaram o serviço. Os telegramas passaram a chegar ao jornal já traduzidos e quase prontos para a publicação. No entanto, a palavra traduzir subsistiu. O redator, diante dos despachos, chegados pelo *Telegrafo Nacional* ou pelo *telegrafo das estradas de ferro*, continuava a traduzi-las... (*OESP*, 4 jan. 1946, p. 6).

Telegramas no início da Guerra Fria: informação x propaganda

No período inicial da Guerra Fria, a UPI e a AP praticamente monopolizaram a distribuição de notícias e começaram a mostrar um mundo dividido em partes antagônicas e irreconciliáveis. É certo que uma multiplicidade de outros fatores econômicos, políticos, diplomáticos e culturais devem ser levados em consideração para tratar dessa influência cultural norte-americana (MOURA, 1984). Mesmo assim, é considerável o papel exercido pelas agências de notícia ao distribuírem informações no quadro de Guerra Fria, posto que algumas empresas se tornavam responsáveis por quase todo o “noticiário estrangeiro utilizado por meios de comunicação de massa em todo o mundo” (MOREIRA, 1996, p. 23).

Também é preciso considerar que as agências distribuem textos “a partir de uma perspectiva particular”, relacionada à cultura ou a política governamental do seu país de origem (MOREIRA, 1996, p. 23). Assim, os EUA se transformavam em centro a partir do qual as agências internacionais de notícias recebiam e divulgavam informações aos jornais brasileiros. Material veiculado pelo *Jornal do Brasil* revela isso:

Se Nova York já era a grande metrópole que todos sabem, ficou ainda maior em sendo a sede, provisória, das Nações Unidas. Daqui partem os milhões de despachos com assuntos para os jornais do mundo, e para aqui convergem as boas e más notícias desse mundo e de outros. Quando essas notícias interessam ao espírito americano, são elas, então, divulgadas para o conhecimento deste tribunal da opinião pública. É, pois, interessante visitar as agências, onde se encontram jornais a telegrafar de toda a parte e a ouvir o que se passa a respeito. O mundo, ali, se desdobra diante dos olhos da gente, dando mais asas ao espírito. Os acontecimentos giram, muitas vezes, como as modas femininas. Ficam no cartaz, saem de cartaz, voltam ao cartaz (*JB*, 21 jul. 1946, p. 01, seção 2).

Países do bloco capitalista controlavam o “circuito mundial de notícias através de cinco agências” e reiteravam um fenômeno econômico com os países da América Latina, consumindo os produtos industriais e comerciais do mundo desenvolvido, bem como “as informações dali procedentes” (ROSSI, 1980, p. 81; 89).

Em algumas ocasiões, os periódicos comunistas adquiriam material de agências noticiosas do mundo capitalista, como sugere a veiculação de material noticioso distribuído pela UPI ou pela API por parte dos jornais *Tribuna Popular*⁶ e *Hoje*⁷.

Esse tipo de material também foi utilizado por órgãos responsáveis por comentar a situação dos meios de comunicação no Brasil. As notas telegráficas alimentaram o espaço intitulado “Notícias do Estrangeiro” da revista *Publicidade e Negócios* (PN, jan. 1947, p. 26-28) e figuraram no Boletim publicado quinzenalmente pela *Associação Brasileira de Imprensa*, tal como demonstra a edição de julho de 1952 (ABI, jul. 1952, p. 3).

A própria localização geográfica das agências influenciava o acesso aos pronunciamentos dos líderes políticos do chamado “Bloco Ocidental”, tal como demonstra a veiculação dos discursos e entrevistas de Harry Truman e Winston Churchill. Como exemplo, entre 1945 e 1953, *O Estado de S. Paulo* veiculou 37 matérias com entrevistas ou pronunciamentos de Truman sobre o tema paz mundial. Com frequência, a posição do presidente norte-americano também foi estampada nas páginas de dois periódicos cariocas, pois sua opinião foi publicada em 31 edições do *Correio da Manhã* e 22 edições do *Jornal do Brasil*. No mesmo período, os pronunciamentos

6. *Tribuna Popular*, 2 ago. 1945, p. 1; 3 ago. 1945, p. 1; 8 ago. 1945, p. 1; 10 ago. 1945, p. 1; 4 set. 1945, p. 1.

7. *Hoje*, 13 nov. 1945, p. 1; 7 jan. 1947, p. 1; 28 jan. 1947, p. 2; 19 abr. 1947, p. 2; 2 maio 1947, p. 1.

do líder soviético Josef Stálin raramente figuraram nas páginas da grande imprensa, pois os jornais *O Estado de S. Paulo*, *Jornal do Brasil* e *Correio da Manhã* fizeram uso das entrevistas de Stálin, respectivamente, em oito, seis e quatro edições.

Além disso, alguns jornais utilizavam expediente bastante engenhoso para publicar as declarações de Stálin. A *Folha da Manhã*, por exemplo, recorreu à API. Essa agência, por sua vez, remeteu perguntas sobre a situação internacional ao governo soviético. As respectivas questões e respostas foram irradiadas pela emissora de Moscou (*FM*, 23 mar. 1946, p. 1).

As próprias agências situadas no mundo capitalista criavam estratégias para buscar informações referentes ao mundo soviético, como bem ilustram as situações em que captaram informações da Rádio Soviética e, em seguida, venderam aos jornais brasileiros. Assim reconhecia o jornal *O Estado de S. Paulo*: “só podemos saber o que acontece naquele país por intermédio das transmissões oficiais da Rádio Moscou” (*OESP*, 2 abr. 1948, p. 1). Essa não foi, contudo, uma novidade do final da década de 1940. De acordo com Jeanneney (1996), as emissoras de rádio desempenharam um papel fundamental na transmissão de informação no desenrolar da Segunda Guerra Mundial e, paulatinamente, militares e políticos alemães, russos e franceses descobriram a importância dessa arma de propaganda, tanto para difundir suas ideias quanto para criar obstáculos e interferir nas transmissões dos seus adversários. Por sua vez, os norte-americanos passaram a utilizar as emissoras de rádio após o ataque japonês ao Pearl Harbor em dezembro de 1941. Criaram o Serviço de Informação de Guerra para “escutar atentamente” aquilo que o adversário difundia e reagir às notícias por eles consideradas falsas e ardilosas ou mesmo aos rumores. Em princípios da década de 1940, portanto, usavam as emissoras de rádio

para captar informações provenientes de regiões de difícil acesso.

A falta de informações sobre a URSS até chegou a ser alvo de debate nas páginas do *O Estado de S. Paulo*. Em meio aos comentários sobre uma possível preparação militar soviética para futuros combates, um editorial sentenciou: “[...] o que se lê nesses despachos parece indicar que a União Soviética se encontra antes em fase de recomposição interna do que, propriamente, em períodos de preparativos bélicos agressivos ou defensivos”. E concluiu: “tão poucas e tão falhas são a informações que temos acerca da vida interna na União Soviética, que não devemos desperdiçá-las numa interpretação simplista e apressada, sobretudo se há perigo de um futuro conflito” (*OESP*, 9 out. 1946, p. 3).

Em outro momento, a falta de informações sobre a União Soviética foi novamente reconhecida pelo matutino paulista. Ao tratar da posição soviética na Conferência de Paris, o articulista do *O Estado de S. Paulo* destacou que “a falta de informações suficientes impossibilita uma clara percepção do princípio básico da política externa soviética”. Carente de informações, o jornal reconheceu a possibilidade de estabelecer “muitas hipóteses” sobre a posição soviética (*OESP*, 18 ago. 1946, p. 3). Essa não foi, porém, uma postura predominante na imprensa do período. Os articulistas raramente assumiram que a falta de informações provenientes da União Soviética se transformava em obstáculo para a produção das análises internacionais. O Conde Emanuel de Benningsen apareceu como uma voz preocupada com essa situação ao indicar que os jornais continuavam “a publicar declarações das mais variadas, acerca das probabilidades de uma nova guerra”, embora os autores dessas “previsões” não alegassem qualquer motivo razoável para justificá-las. Desse modo, o jornalista afirmava:

Diz-se geralmente que a Rússia se prepara para desencadear nova guerra, mas é interessante notar que, enquanto as

pessoas que estiveram nesse país afirmam, por ocasião do seu regresso, que ela não se acha em condições de participar de um novo conflito armado, os jornalistas que nunca transpuseram a chamada ‘Cortina de Ferro’ são geralmente os que se mostram mais alarmistas em suas previsões (*OESP*, 8 out. 1946, p. 16).

Em poucas oportunidades, os jornais brasileiros utilizavam material proveniente de agências noticiosas soviéticas. *O Estado de S. Paulo* recorreu a esse material, mas fez questão de mostrar ao leitor brasileiro que a informação veiculada fora divulgada por uma agência noticiosa soviética. Para isso, usou o expediente de começar o texto, tratando a informação como produzida pela agência e apenas veiculada pelo jornal. Ao se referir às notícias provenientes da União Soviética, o jornal paulista adotou como prática rotineira iniciar o texto com os seguintes registros: “telegramas de Moscou informam que...”, ou mesmo: “A ‘Agência Tass’ divulga pormenores...”⁸, algo que não ocorria quando os telegramas vinham da UPI, API e *Reuters*.

Além da escassez de material, os poucos telegramas utilizados foram tomados pelos articulistas como difusores de propaganda política. Em 1946, o jornalista Frederico Heller salientava a estratégia soviética de enaltecer sua própria política externa. Afirmava que “a política externa da União Soviética merece, reiteradamente, observações e análises”, sendo que “uma de suas características mais destacadas é a utilização metódica e persistente da arma de propaganda” (*OESP*, 8 mar.1946, p. 14).

Em 1947, um artigo publicado pelo *O Estado de S. Paulo* comentou o início de “uma campanha da verdade” para neutralizar propaganda inimiga dos EUA. O texto destacou que autoridades de vários departamentos do exército norte-americano, parlamentares, publicistas e muitos observadores

8. *OESP*, 08 out. 1946, p. 16 e 01 jul.1947, p. 1.

leigos pleiteavam uma campanha que poderia irritar, magoar e causar desespero, mas que, no fim, faria a verdade triunfar (*OESP*, 14 nov. 1947, p. 16).

Ainda no mesmo ano, o matutino paulista publicou outro artigo enfocando a Guerra Fria como uma “guerra de nervos”, a qual fazia um duplo uso de notícias sensacionais para impressionar e, até certo ponto, aterrorizar o adversário (*OESP*, 25 nov. 1947, p. 20). Já em 1948, o jornal publicou um editorial evidenciando “as armas de propaganda” como os “únicos recursos de que dispõe os russos para enfrentar os norte-americanos” (*OESP*, 16 jan. 1948, p. 3) — tema retomado pelo periódico em princípios da década de 1950: “Propaganda é propaganda e não vale a pena polemizar” (*OESP*, 26 out. 1951, p. 20).

Em contrapartida, os periódicos comunistas acusavam a grande imprensa brasileira de reproduzir a propaganda política remetida pelas agências internacionais de notícias. Fundando em 1949 por Aydano do Couto Ferraz e Mário Alves, o periódico *Voz Operária* se mantinha com recursos provenientes de atividades organizadas pelos militantes comunistas e exercia importante papel na formação política dos seus leitores, refletindo “a orientação justa” do Partido Comunista do Brasil (PCB) e a palavra de ordem de Prestes, principalmente na divulgação do movimento comunista pela paz.⁹ O periódico veiculou, por exemplo, que o material distribuído pelas principais agências internacionais de notícias incentivava a participação na Guerra da Coreia. Na matéria sugestivamente intitulada “Desmascarar as agências propagandistas de guerra”, o periódico registrou:

Não podemos silenciar diante desse crime nefasto que

9. *Voz Operária*, 08 jul. 1950, p. 10. Sobre o movimento mundial pela paz, consultar Ribeiro (2003).

é a propaganda de uma nova guerra. Devemos levar o povo a boicotar os pasquins da propaganda de guerra — propaganda que é destilada diariamente pelas agências norte-americanas: United Press, Internacional News Service, pela inglesa Reuters ou a francesa France Press. Essas agências não passam de porta-vozes dos incendiários de guerra de Wall Street, transmitem para o nosso país um noticiário padronizado e visando um objetivo fundamental — incentivar animosidade e ódio contra outras nações, sobretudo contra a União Soviética e a República Popular da China. [...] *É uma propaganda de guerra diária e sistemática que devemos desmascarar diária e sistematicamente, esclarecendo às massas que tais agências telegráficas não passam de instrumentos dos monstros que querem impor uma nova guerra aos povos.* E que é nosso dever não só estar vigilante diante do veneno que elas destilam, mas também desmascarar os seus objetivos e boicotar os jornais que utilizam seu noticiário (VO, 27 jan.1951, p. 4, grifo nosso).

Outra matéria do jornal comunista tratou de uma entrevista concedida pelo líder soviético Josef Stálin. Entremeando observações ao conteúdo da entrevista, o periódico abordou a relação entre agências internacionais de notícias e a imprensa brasileira, assim como da produção de notícias e de questões financeiras:

Aí está a imprensa das classes dominantes do Brasil repleta de propaganda de guerra, a mais cínica, a mais desprezível, a mais criminosa. Aí estão os pasquins imundos do agente norte-americano Chateaubriand, sua cadeia de “Diários Associados” financiados pelos trustes norte-americanos, escrevendo monstruosidades (VO, 17 mar. 1951, p. 4).

Ainda que raramente, os jornais da chamada grande imprensa levantavam suspeita acerca da neutralidade do material distribuído por agências internacionais de notícias. Em 1947, *O Estado de S. Paulo* tratou da imparcialidade do material telegráfico em texto sobre a Organização das Nações Unidas (ONU):

Basta relancear os olhos pelo noticiário telegráfico dos jornais para se verificar que os tropeços suscitados às iniciativas, quer da ONU quer dos governos em conferências diretas, para um acordo, surgem da irredutibilidade da posição da Rússia, em relação aos pontos de vista dos outros “grandes”. Descontando mesmo o aspecto tendencioso que possam ter as informações divulgadas pelas agências, que estão longe de ser imparciais, os fatos permanecem. Podemos considerar suspeitas e parciais as explicações e razões dos correspondentes (*OESP*, 4 jul. 1947, p. 14).

Em 1948, o documento norteador da produção jornalística da *Folha da Manhã*, intitulado *Programa de Ação das Folhas*, apresentou ressalvas ao trabalho com material enviado por agências telegráficas. O Programa estabelecia a intenção do jornal em noticiar de “forma objetiva”, com suas páginas espelhando “fielmente os fatos”, sem servir aos “propósitos religiosos, políticos, econômicos ou sociais”. Em seguida, ressaltava que “o propósito de fidelidade aos acontecimentos é muitas vezes perturbado pela deficiência de agências telegráficas, de correspondentes e de repórteres”. Com o intento de evitar ou, ao menos, diminuir a enunciada deficiência, propunha a substituição daqueles elementos de informação por outros “mais capazes e idôneos”, sempre que isso se tornasse necessário e possível (MOTA; CAPELATO, 1980, p. 134).

As críticas ao trabalho das agências também ganharam as páginas de outros órgãos da imprensa. A falta de neutralidade no trabalho da *United Press* não foi bem acolhida numa matéria veiculada pela *Tribuna da Imprensa*, em 5 de maio de 1950, e reproduzida pela revista *Publicidade e Negócios*. De acordo com a matéria, os serviços prestados pela UP deveriam ser “meditados” por todos os diretores e secretários de jornais:

Com a acentuação da Guerra Fria, morna ou quente, essas informações [da UP] vão sendo filtradas para o Brasil de tal modo que não raro os telegramas se transformam em mera propaganda. [...] No Brasil, é preciso que a UP compreenda,

não estamos dispostos a dar aos leitores, como informação, propaganda política. Quando queremos comentar, fazemos por nossa conta. Não pagamos uma agência para que nos dê pontos de vista. [...] Pedimos publicamente providências à United Press para que cumpra os seus contratos, fornecendo notícias e não propaganda (PN, maio 1950, p. 27).

As informações produzidas pelas agências também foram questionadas em editorial publicado pelo *Jornal do Brasil* que, ao comentar os resultados da IV Consulta de Chanceleres, realizada em 1951, em Washington, salientou:

As agências telegráficas e os enviados especiais dos jornais não têm prestado, desta vez, informações muito esclarecedoras sobre os debates das teses em que não houve concordância absoluta, de modo que os comentários não podem ser muito precisos. Houve, indiscutivelmente, na transmissão das notícias, uma prudência circunspecta, e, se não conhecêssemos o respeito que a América volta à liberdade de imprensa, suspeitaríamos até que tivesse sido exercida certa censura ou, pelo menos, que todos, governo norte-americano e delegados, tivessem tido a preocupação de não permitir que sobre os superficiais contrastes acerca da técnica de colaboração política, militar e econômica surgissem equívocos de interpretação (JB, 8 abr. 1951 p. 5).

Além da quantidade de informação disponível, os articulistas percebiam a falta de qualidade do material enviado pelas agências. No *Correio da Manhã*, o jornalista Raul Brandão ressaltou o grande volume de telegramas existentes, o fato de os jornais brasileiros não serem obrigados a publicar as mensagens telegráficas e salientou: “é de entristecer a pobreza das notícias do Brasil nos jornais da Europa e da própria América. Em alguns deles a sua falta é absoluta. Parece que não havendo aqui revolução ou coisa que se pareça, nada há para eles informar”. Em contrapartida, o jornalista constatava que “pelo volume de telegramas, nossos jornais dão

provas do quanto são benevolentes. Tudo o que vem de fora serve, mesmo o que não presta” (CM, 01 jul. 1947, p. 1).

Em algumas situações, os próprios periódicos publicavam notas para tratar dos equívocos cometidos pelas agências. O *Correio da Manhã* veiculou, por exemplo, matéria em que tratou de despachos telegráficos publicados e, em seguida, desmentidos. Como o próprio jornal colocou: “A Casa Branca publica documentos, desmentindo os despachos das agências telegráficas” (CM, 01 dez. 1951, p. 1).

Mesmo com as críticas pontuais ao aspecto propagandístico, à falta de neutralidade, à imparcialidade do material telegráfico e às suposições formuladas pelas agências internacionais de notícias, é possível salientar que algumas agências praticamente monopolizavam o noticiário do exterior veiculado na imprensa escrita brasileira, notadamente no período inicial da Guerra Fria. É certo que *Reuters*, *Associated Press*, *United Press International* e *France Presse* remetiam material para jornais destinados a grupos diferenciados de leitores, de tendências e gostos diversos (JOBIM, 1960), bem como forneciam informações para periódicos com diferentes orientações políticas e “editoriais”, funcionando como empresas capitalistas com o objetivo de transformar a informação em “mercadoria” para vendê-la aos periódicos interessados (SOMAVIA, 1979, p. 133). Isso posto, concordamos que a rede de agências internacionais de notícias “é tentacular”, isto é: “elas estão presentes na grande maioria dos países do mundo e vendem seus serviços, da mesma forma, para quase todos eles” (ROSSI, 1980, p. 83). Ao considerar essa perspectiva, Somavia (1979, p. 138) argumentou que as agências

“apropriam-se” da realidade e de suas características, pela circunstância única de dispor da capacidade técnica para fazê-la conhecer. Sua ‘comercialização’ modifica a natureza e a importância relativa dos acontecimentos, os quais, de fato, não acontecem para o público em geral, a menos que sejam escolhidos para a publicação pelas fontes noticiosas.

A agência transforma, assim, um fato, cuja dimensão e compreensão específica estão dadas pelos contextos e circunstâncias que o rodeiam, em uma “notícia”, que para sê-lo, necessita seja apresentada de tal maneira que resulte “vendável”.

Vale lembrar, por fim, que a construção do noticiário internacional se inicia com uma seleção por parte das agências internacionais de notícias, pois, como frisou Ribeiro (1994), nem tudo o que acontece no mundo é passível de ir para as bancas. Ao contrário, somente a parte mínima que atrai e preocupa as pessoas ou que o leitor aprecie e o anunciante aprove (BERGER, 2002).

Considerações finais

Nos momentos iniciais da Guerra Fria, os jornais brasileiros tinham um volume muito maior de informação proveniente do bloco capitalista do que do bloco comunista. Como salientou Peres (2005, p. 38), uma espécie de “seleção natural” permitia que os jornais brasileiros tivessem acesso a uma quantidade maior de telegramas provenientes dos lugares com ampla cobertura da mídia em detrimento de outros em que a cobertura jornalística era escassa. Também deve-se considerar, de acordo com Sotana (2010), o alto custo para manter correspondentes internacionais em território estrangeiro, a incipiente especialização dos jornalistas brasileiros e a complexidade da conjuntura política internacional. Mesmo levando em conta os requisitos necessários para as agências atenderem à lógica de mercado, não podemos afirmar que a neutralidade política caracterizava os telegramas e, principalmente, os usos que os jornalistas brasileiros faziam deles no início da Guerra Fria.

A utilização de material proveniente de agências noticiosas

internacionais, a veiculação de artigos produzidos por articulistas estrangeiros, a reprodução ou o comentário das matérias publicadas por periódicos internacionais foram práticas rotineiras do jornalismo brasileiro do período. É preciso indicar, entretanto, que os textos não foram reproduzidos mecanicamente pela imprensa do Brasil. Os jornais selecionavam, traduziam e recortavam o material noticioso proveniente das agências internacionais de notícias e escolhiam o espaço para veiculá-lo. E, esporadicamente, criticavam a qualidade do material recebido e suspeitavam da sua neutralidade. Como ressaltou Pierre Bourdieu (1997, p. 35), é fundamental refletir sobre como “são informadas as pessoas encarregadas de nos informar” e entender que os jornalistas mantêm relações de troca muito complexas com as agências internacionais de notícias, tema que carece, certamente, de estudos numa perspectiva histórica.

No período posterior à Segunda Guerra Mundial, jornais como *O Estado de S. Paulo*, *Folha da Manhã*, *Correio da Manhã* e *Jornal do Brasil* recorreram às agências *Reuters*, *United Press International* e *Associated Press International* para produzirem o noticiário internacional e municiarem os redatores dos seus editoriais, mas também de olho no alinhamento do governo brasileiro às diretrizes estadunidenses e, com frequência, alimentados por uma tradicional posição anticomunista e ambicionando abocanhar uma fatia maior das verbas publicitárias provenientes de empresas multinacionais que se mostravam promissoras na órbita capitalista do planeta. Ainda que com eventuais críticas e suspeições, a opção dos periódicos brasileiros contribuiu para o fortalecimento da “ordem americana”¹⁰.

Há de se notar a influência do padrão norte-americano de jornalismo sobre a imprensa brasileira sem, no entanto, afirmar que ela se tornou

10. “Ordem americana” é uma expressão tomada de empréstimo do instigante livro de Vizontini (2004).

completamente submissa e meramente reprodutora de valores e conceitos alheios. Mesmo assim, o trabalho dos jornalistas com os telegramas internacionais não pode ser caracterizado como uma atividade neutra, imparcial e apolítica. A opção feita pelos jornais faz parte de um conjunto de estratégias fundamentais para a viabilização financeira da publicação, integra seus interesses políticos e demonstra vinculação aos Estados Unidos em detrimento da URSS (BIAGI, 2001). Portanto, nos anos iniciais da Guerra Fria, os jornais brasileiros utilizavam material de agências situadas na área de influência capitalista, fato que, muito provavelmente, pode ficar ainda mais evidente ao pesquisarmos a história da utilização de material noticioso proveniente de agências e jornais soviéticos, trabalho ainda por ser feito por pesquisadores da área.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Pedro. Por uma história do jornalismo internacional no Brasil. *Anais do VI Encontro Nacional de História da Mídia*. 2008 (CD-Rom). Niterói: Rede Alfredo de Carvalho, 2008.
- AGUIAR, Pedro. Notas para uma história do jornalismo de agências. *Anais do VII Encontro Nacional de História da Mídia*. 2009. Fortaleza: Rede Alfredo de Carvalho, 2009. Disponível em: <http://memoriadojornalismo.com.br/upload/imagem_0140603052729.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2015.
- ANTUNES, Rafael Henrique. *Pra não dizer que não se falou de flores: a repercussão da Revolução dos Cravos na imprensa brasileira, 1974-1976*. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Estadual Paulista, Assis, 2013.
- BANDEIRA, Moniz. *Presença dos Estados Unidos no Brasil: dois séculos de história*. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

- BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil (1900-2000)*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- BERGER, Christa. Do jornalismo: toda notícia que couber, o leitor apreciar e o anunciante aprovar, a gente publica. In: PORTO, Sérgio Dayrell; MOUILLAUD, Maurice. *O jornal: da forma ao sentido*. 2. ed. Brasília: Editora da UnB, 2002. p. 273-284.
- BIAGI, Orivaldo. *O imaginário e as guerras da imprensa: estudo das coberturas realizadas pela imprensa brasileira da Guerra da Coreia (1950-1953) e da Guerra do Vietnã na sua chamada “fase americana” (1964-1973)*. Tese. (Doutorado em História) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- CATTAL, Júlio Barnez P. *O estandarte silencioso: a United States Information Agency na mídia impressa do Brasil – Correio da Manhã e Tribuna da Imprensa, 1953-1964*. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.
- DE LUCA, Tânia Regina. *A revista do Brasil: um diagnóstico para a (N) ação*. São Paulo. Editora Unesp, 1999.
- GARAMBONE, Sidney. *A primeira Guerra Mundial e a imprensa brasileira*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- GOYZUETA, Verônica; OGIER, Thierry. *Guerra e imprensa: um olhar crítico da cobertura da Guerra do Iraque*. São Paulo: Summus, 2003.
- HOBSBAWM, Eric. *Era dos extremos: o breve século XX 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- JEANNENEY, Jean-Noel. *Uma história da comunicação social*. Lisboa: Terramar, 1996.
- JOBIM, Danton. *Espírito do jornalismo*. Rio de Janeiro: Livraria São José,

1960.

LEFFLER, Melvyn P.; PAINTER, David S. *Origins of the Cold War: an international history*. New York: Routledge, 2005.

MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tânia Regina. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

MOREIRA, Sônia Virgínia. O mundo pelas agências de notícias. *Comunicação e Educação*, n. 5, p. 23-26, jan./abr. 1996.

MOTA, Carlos Guilherme; CAPELATO, Maria Helena. *História da Folha de S. Paulo (1921-1981)*. São Paulo: Immpress, 1980.

MOURA, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural norte-americana*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

_____. *Sucessos e ilusões: relações internacionais do Brasil durante e após a Segunda Guerra Mundial*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

MUNHOZ, Sidnei. Guerra Fria: um debate interpretativo. In: SILVA, Francisco Carlos Teixeira. *O século sombrio: uma história geral do século XX*. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus, 2004. p. 261-281.

NATALI, João Batista. *Jornalismo internacional*. São Paulo: Contexto, 2004.

PRADO, Maria Lígia Coelho. Davi e Golias: as relações entre Brasil e Estados Unidos no século XX. In: MOTA, Carlos Guilherme (org.). *Viagem incompleta, a experiência brasileira: a grande transação*. São Paulo: Senac, 2000. p. 321-347.

PERES, Andréa Carolina Schvartz. *Enviado especial à...: uma análise antropológica da cobertura da imprensa brasileira das guerras da ex-Iugoslávia (anos 90)*. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

- RIBEIRO, Jayme Fernandes. *Os “combatentes da paz”*: a participação dos comunistas brasileiros na Campanha Pela Proibição das Armas Atômicas (1950). Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2003.
- RIBEIRO, Jorge Cláudio. *Sempre alerta*: condições e contradições do trabalho jornalístico. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- RIBEIRO, Lavina Madeira. *A institucionalização do jornalismo no Brasil*: 1808-1964. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998.
- REICHEL, Heloisa Jochims. O “perigo vermelho” na América Latina e a grande imprensa durante os primeiros anos da Guerra Fria (1947-1955). *Diálogos*, v. 8. n. 1, p. 189-208, 2004.
- ROSSI, Clovis. *O que é jornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- SANTOS, Rodolfo Gauthier Cardoso dos. *A invenção dos discos voadores*: Guerra Fria, imprensa e ciência no Brasil (1947-1958). Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2009.
- SILVA, Igor Marx Freire Ferreira Lima e. *Enquadramentos de guerra*: a cobertura do recente conflito no Iraque em dois jornais brasileiros. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2006.
- SMITH, Joseph. *The Cold War (1945-1965)*. New York: Basil Blackwell, 1989.
- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Civilização Brasileira, 1966.
- SOMAVIA, Juan. A estrutura transnacional de poder e a informação internacional. In: WERTHEIN, Jorge (org.). *Meios de comunicação*: realidade e mito. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979. p.

129-146.

SOTANA, Edvaldo Correa. *A paz sob suspeita: representações jornalísticas sobre*

a manutenção da paz mundial (1945-1953). Tese (Doutorado em História) – Universidade Estadual Paulista, Assis, 2010.

SOUTO, Fhoutine Marie Reis. Depois da queda das torres: a cobertura jornalística do 11 de Setembro nos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo. *Ponto-e-Vírgula*, n. 5, p. 230-235, 2009.

TOTA, Antonio Pedro. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da segunda Guerra*. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.

VALIM, Alexandre Busko. *Imagens vigiadas: uma história social do cinema no*

alvorecer da Guerra Fria (1945-1954). Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2006.

_____. *O Triunfo da Persuasão: Brasil, Estados Unidos e o Cinema da Política de Boa Vizinhança durante a II Guerra Mundial*. São Paulo: Alameda, 2017.

VIZENTINI, Paulo G. Fagundes. A Guerra Fria. In: REIS FILHOS, Daniel Aarão; FERREIRA, Jorge; ZENHA, Celeste. *O século XX: o tempo das crises (revoluções, fascismos e guerras)*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000. p. 195-223.

_____. *A Guerra Fria: o desafio socialista à ordem americana*. Porto Alegre: Leitura XXI, 2004.