

Universidade Federal do Rio de Janeiro  
Escola de Comunicação



IMPrensa E HISTÓRIA  
NO RIO DE JANEIRO DOS ANOS 50  
Ana Paula Goulart Ribeiro

Setembro – 2000

Universidade Federal do Rio de Janeiro  
Escola de Comunicação



**IMPrensa E HISTÓRIA NO RIO DE JANEIRO DOS ANOS 50**

Ana Paula Goulart Ribeiro

Tese apresentada como requisito parcial  
para obtenção do título de doutor em  
Comunicação, elaborada sob orientação  
do Prof. Dr. Milton José Pinto.

**Setembro – 2000**

**Banca Examinadora**

Prof. Dr. Milton José Pinto  
(orientador / ECO – UFRJ)

Prof. Dr. Afonso de Albuquerque  
(IACS – UFF)

Profa. Dra. Marialva Barbosa  
(IACS – UFF)

Prof. Dr. Muniz Sodré  
(ECO – UFRJ)

Profa. Dra. Virgínia Fontes  
(Dep. de História – UFF)

*“Somos incapazes de inventariar o imenso conteúdo histórico de um jornal de hoje, mas nossos descendentes vão encontrar nele o seu melhor guia e auxiliar na reconstrução destes tempos atribulados em que nos tocou viver. É nele, mais do que em qualquer outro documento, que se apoiará o processo de nossa época.*

*E, por estranho que pareça, não é o editorialista, com suas idéias, seus preconceitos e suas paixões, o que terá lugar de honra nos laboratórios de pesquisa histórico-sociais. Este lugar pertencerá ao repórter, que procura ser imparcial e isento nos seus relatos.”*

Danton Jobim

## RESUMO

A década de 50 foi um momento de profundas transformações do jornalismo brasileiro, sobretudo carioca. Nesse período, o modelo norte-americano se implantou no jornalismo nacional, provocando não só a modernização das empresas e dos textos, mas também a profissionalização dos jornalistas e a constituição de todo um ideário sobre o que era o jornalismo e qual era a sua função social.

No seu conjunto, essas reformas apontavam para um processo de autonomização do campo jornalístico, sobretudo em relação às esferas políticas e literárias. Até que ponto, no entanto, essas transformações representaram, de fato, uma ruptura radical com o modo anterior de fazer jornalismo? O que traziam de estruturalmente novo e o que representavam de continuidade em relação ao período anterior? Qual é o significado do conjunto dessas reformas (administrativas, redacionais, editoriais, gráficas e profissionais)? O que as impulsionou? Será que elas respondiam a mesma lógica de transformação do jornalismo nos países capitalistas avançados? Será que a racionalização da produção apontava para a implantação de um jornalismo de massa no país, para a incorporação da imprensa na esfera da indústria cultural? Ou será que a modernização do jornalismo nacional obedeceu a impulsos de outra ordem?

### ABSTRACT

The 1950s was a decade of profound change in Brazilian journalism, particularly in Rio de Janeiro. It was the time when the North American model took root in Brazilian journalism and brought about not only the modernization of the companies and the texts printed, but also greater professionalization of the journalists themselves and the elaboration of a whole ethos regarding the essence of journalism and its social function.

Taken as a whole, these reforms led to a process of increased autonomy of the journalistic milieu, particularly with respect to the political and literary spheres. To what extent though, did these transformations constitute a radical break with the former way of doing journalism? What was there in terms of structural innovation, and how much were they merely a continuation of what went before? What is the significance of the whole package, namely administrative, editing, publishing, printing and professional reforms? What was the driving force behind them? Was the process of transformation in journalism on similar lines to that taking place in the leading capitalist nations? Could it be that the streamlining of production processes had paved the way for the institution of mass journalism in Brazil and for the incorporation of the press in the sphere of the cultural industry? Or, should we deduce that the modernization of Brazilian journalism was impelled by motives from an entirely different source?

## AGRADECIMENTOS

Aos professores Virgínia Fontes, pelo apoio, e Milton José Pinto, pela orientação deste trabalho;

Aos meus auxiliares de pesquisa: Leandro Paz, Nina Ulup, Izamara Machado e Camila Rouças;

Aos amigos do NUPEC/ECO, especialmente Janine Cardoso, com quem dividi angústias e ansiedades, e Inesita Araújo, que leu e comentou a primeira parte do trabalho.

Aos amigos de estudos de memória: Micael Herschmann e Kátia Lerner;

Aos colegas da Universidade Salgado de Oliveira: especialmente Ana Lúcia Enne, pelas leituras e comentários, e Helen Brito, pela compreensão;

À amiga Aline Lacerda, que como funcionária da FGV/CPDOC, me auxiliou no acesso às fontes;

Às amigas Helô Isa e Maria Piedade Viana, pelo carinho e pela revisão do texto;

A meus entrevistados: Alberto Dines, Teodoro Barros e Jânio de Freitas;

Ao CNPq, pela bolsa que, afinal, possibilitou a pesquisa;

A minha família e

A Cícero Rodrigues, que fez as reproduções fotográficas e a edição das imagens presentes nesta tese e que, além disso, foi um grande companheiro em todos esses anos.

## ABREVIATURAS

### 1. Instituições Pesquisadas

AJB – Arquivo Jornal do Brasil

AG – Arquivo de O Globo

AN – Arquivo Nacional

AESP – Arquivo do Estado de São Paulo

AIT – Arquivo Tribuna da Imprensa

ABI – Associação Brasileira de Imprensa

BN – Fundação Biblioteca Nacional

CPDOC – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil /

FGV – Fundação Getúlio Vargas

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IHGB – Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro

MIS – Museu da Imagem e do Som

### 2. Periódicos Citados

AnBI – Anuário Brasileiro de Imprensa

AnIRT – Anuário de Imprensa, Rádio e Televisão

AnP – Anuário de Publicidade

PN – revista Publicidade e Negócios

IPI – Indicador dos Profissionais de Imprensa

UH – Última Hora

JB – Jornal do Brasil

CM – Correio da Manhã

DC – Diário Carioca

DN – Diário da Noite

DNot – Diário de Notícias

JC – Jornal do Commercio

DA – Diários Associados

LD – Luta Democrática

EIPU – Empresas Incorporadas ao Patrimônio da União



## SUMÁRIO

<b>Introdução</b> .....	08
<b>I. ANOS 50: O CONTEXTO HISTÓRICO E JORNALÍSTICO</b> .....	23
<b>1. Do Político à Política</b> .....	23
O que exatamente mudou no fazer jornalístico .....	26
Nascimento da Indústria Cultural? .....	32
A crise da imprensa e o processo de concentração .....	38
<b>2. Uma década de mudanças</b> .....	40
Condições Políticas: democracia e liberdade de imprensa .....	40
- Um período de agitações políticas .....	42
Condições Econômicas e Técnicas: desenvolvimento industrial .....	47
Condições Culturais: Cinema Novo, Bossa Nova, Jornalismo Novo .....	49
- A influência cultural norte-americana .....	52
<b>3. O mercado jornalístico carioca</b> .....	56
A posição política dos jornais .....	59
Os principais jornais – caracterização geral .....	64
- Correio da Manhã .....	64
- Os Diários Associados (O Jornal e Diário da Noite) .....	71
- Jornal do Commercio .....	82
- Diário de Notícias .....	85
- O Globo .....	88
- A Notícia e O Dia .....	92
- Luta Democrática .....	97
- Empresas Incorporadas ao Patrimônio da União .....	102
<b>4. Os principais “reformadores”</b> .....	104
Diário Carioca .....	105
Última Hora .....	116
A Comissão Parlamentar de Inquérito .....	123
Tribuna da Imprensa .....	134
Jornal do Brasil .....	143
<b>II. A EMPRESA JORNALÍSTICA</b> .....	155
<b>1. O jornal e suas fontes de renda</b> .....	155
Apoio oficial, chantagem, clientelismo .....	155
Publicidade .....	167
Independência ou discriminação? .....	178
<b>2. As modernas técnicas de administração</b> .....	179
Novos equipamentos e instalações .....	188
<b>3. A crise da imprensa e a concentração empresarial</b> .....	192
A escassez do papel de imprensa .....	194

<b>III. O ENUNCIAR JORNALÍSTICO E A SUA FORMALIZAÇÃO</b> .....	202
<b>1. Texto – padronização e construção do anonimato</b> .....	202
O copy desk .....	209
O Colunismo: o movimento contrário .....	211
<b>2. Imagem – revolução visual</b> .....	221
O desenvolvimento do fotojornalismo .....	221
A renovação da caricatura .....	227
<b>3. Diagramação – duas concepções</b> .....	238
UH x JB .....	241
<b>4. Manuais de Redação – regras e poder disciplinar</b> .....	247
<b>IV. JORNALISTA: GUARDIÃO DA VERDADE OU IDIOTA DA OBJETIVIDADE?</b> .....	252
<b>1. A profissionalização</b> .....	252
A valorização profissional .....	252
O ensino de jornalismo .....	257
As organizações de classe .....	272
A Associação Brasileira de Imprensa .....	272
O Sindicato dos Jornalistas Profissionais e Federação Nacional dos Jornalistas .....	269
A Ordem dos Jornalistas do Brasil .....	277
Perfis de Jornalistas .....	279
O Foca e o Dromedário .....	279
O Repórter, o Redator e o Copy-desk .....	281
O Diretor e o Secretário de Redação .....	284
<b>2. Auto-referenciação, memória e construção de identidade</b> .....	287
A influência norte-americana e o mito da objetividade .....	290
A missão da imprensa .....	298
<b>Conclusão</b> .....	303
<b>Fontes Primárias e Bibliografia</b> .....	308

## ÍNDICE DAS TABELAS

Número de jornais diários .....	56
Principais jornais cariocas .....	58
Tiragem dos matutinos cariocas .....	59
Tiragem dos vespertinos cariocas .....	59
Volume de publicidade no Brasil .....	169
Volume de publicidade no Rio de Janeiro .....	169
Volume de publicidade em relação à Renda Nacional .....	170
Maiores anunciantes do Brasil – 1953 .....	171
Maiores anunciantes do Brasil – 1959 e 1960 .....	171
Faturamento em publicidade dos jornais cariocas – 1950 .....	175
Distribuição dos anunciantes entre os jornais .....	177
Preço de venda avulsa (matutinos) .....	200
Preço de venda avulsa (vespertinos) .....	200
Jornalistas mais lidos no Rio de Janeiro – 1950 .....	210
Jornalistas mais lidos no Rio de Janeiro – 1947 e 1949 .....	211
Análise das fotografias .....	226
Tabela de salários .....	257

## ÍNDICE DE ANEXOS

Legislação de Imprensa .....	322
Resolução 313, da Câmara dos Deputados, 27/5/1953 .....	323
Resolução 314, da Câmara dos Deputados, 30/5/1953 .....	324
Regras de Redação do <i>Diário Carioca</i> .....	325
Normas de Redação da <i>Tribuna da Imprensa</i> .....	330
Decreto-lei nº 5.480, de 13/5/1943 .....	335

## Introdução

A década de 50 é normalmente apontada pela historiografia da imprensa como um momento de profundas transformações do jornalismo nacional, sobretudo carioca. As reformas redacionais, gráficas e editoriais do *Diário Carioca* em 1950 e do *Jornal do Brasil* em 1956, assim como o surgimento de jornais inovadores, como *a Tribuna da Imprensa* em 1949 e *a Última Hora* em 1951, são considerados marcos inaugurais de uma nova fase da imprensa brasileira.

Foi nesse período que o modelo norte-americano se implantou no jornalismo nacional, provocando não só a modernização das empresas e dos textos, mas também a profissionalização dos jornalistas e a constituição de todo um ideário sobre o que era o jornalismo e qual era a sua função social.

As reformas dos anos 50 assinalaram a passagem do jornalismo político-literário para o empresarial. A imprensa abandonou definitivamente a tradição de polêmica, de crítica e de doutrina e a substituiu por um jornalismo que privilegiava a informação (transmitida “objetiva” e “imparcialmente” na forma de notícia) e que a separava (editorial e graficamente) do comentário pessoal e da opinião.

No seu conjunto, essas mudanças parecem apontar para o processo de autonomização do campo jornalístico, sobretudo em relação às esferas políticas e literárias, que até então o dominaram. Até que ponto, no entanto, essas transformações representaram, de fato, uma ruptura radical com o modo anterior de fazer jornalismo? O que traziam de estruturalmente novo e o que representavam de continuidade em relação ao período anterior? Qual é o significado do conjunto dessas reformas (administrativas, redacionais, editoriais, gráficas e profissionais)? O que as impulsionou? Será que elas respondiam à mesma lógica de transformação do jornalismo nos países capitalistas avançados? Será que a racionalização da produção apontava para a implantação de um jornalismo de massa no país, para a incorporação da imprensa na esfera da indústria cultural? Ou será que a modernização do jornalismo nacional obedeceu a impulsos de outra ordem?

Segundo a hipótese central da pesquisa, foi ancorada nesse modelo norte-americano – centrado nos conceitos de objetividade e imparcialidade – que a imprensa (e a mídia jornalística em geral) se constituiu como um dos principais campos discursivos do nosso tempo, fundando sua legitimidade social e sua deontologia.

A modernização – gráfica, editorial, lingüística e empresariais – da década de 50 representou para a imprensa a construção de um lugar institucional que lhe permitiu, a partir de então, enunciar “oficialmente” as verdades dos acontecimentos e se constituir como o registro factual por excelência. Essas mudanças constituíram um *momento fundador*, a partir do qual o jornalismo se afirmou enquanto *fala autorizada* em relação a semantização do real.

O discurso jornalístico passou a se revestir de uma *aura de fidelidade aos fatos*, que lhe conferiu um considerável poder social. Hoje, é principalmente por meio das suas operações discursivas que se realiza o trabalho de investimento de sentido sobre as transformações da realidade.

Isso só foi possível a partir do momento em que o jornalismo se constitui como um campo específico, com um certo grau de autonomia em relação ao campo literário e ao político. Quando se transformou numa comunidade discursiva própria, o jornalismo assegurou as condições sociais da sua eficácia.

Acreditamos que o efeito de objetividade e neutralidade do discurso jornalístico – produzido a partir das novas técnicas redacionais – foi um dos grandes responsáveis pela acolhida que ele passou a ter. A própria intenção (ou presunção) de objetividade – constantemente reafirmada nos espaços de auto-referenciação<sup>1</sup> – se tornou, para quem consumia notícia, uma certa garantia.

Além disso, mesmo que se critique a objetividade jornalística como um efeito ilusório, não se pode negar a sua **ancoragem factual**. Normalmente, não costuma haver deformação ou mentira cabal em relação aos fatos concretos: nomes, datas, acontecimentos, não são criados ou inventados. Mas a ancoragem nos fatos, que confere ao discurso jornalístico legitimidade, também não é transparente e palpável. Baseia-se essencialmente na confiança, posto que raramente os leitores podem verificar *in loco* a veracidade dos acontecimentos relatados. De onde vem essa credibilidade do jornalismo? Como ele a construiu e reconstrói quotidianamente?

A objetividade e a ancoragem factual conferem ao texto jornalístico eficácia simbólica, não há dúvida, mas não se pode esquecer que o poder das manifestações lingüísticas não é apenas lingüístico. A autoridade com que se reveste a linguagem vem

---

<sup>1</sup> Chamamos de lugares de auto-referenciação, os discursos através dos quais os jornalistas como profissionais ou os diferentes jornais como empresas de comunicação constroem uma imagem de si mesmo e através deles procuram se legitimar. Esses lugares podem se localizar no interior do próprio jornal (nos editoriais, nas cartas de leitores, nas edições comemorativas, nas retrospectivas de fim de ano

de fora dela, do contexto extra-verbal. O seu poder reside nas condições sociais de sua produção e de sua recepção. No caso, reside no próprio campo jornalístico e nas suas relações com a sociedade global. E é exatamente a configuração desse campo discursivo-institucional, com seus embates internos e externos, que gostaríamos de estudar nesta tese.

Nosso objetivo é pensar como o jornalismo carioca (e, por extensão, o brasileiro) criou, nos anos 50, o imaginário da objetividade e da referencialidade e como construiu a expectativa dos seus leitores em torno dessas idéias. Partimos da mesma pergunta que Michael Schudson se fez, ao estudar o caso dos jornais norte-americanos: “*Que tipo de mundo é o nosso e que tipo de instituição é o jornalismo para sustentar esses ideais?*”.

Antes das reformas jornalísticas, ninguém esperava que jornais fossem neutros e objetivos. A sua função era comentar os acontecimentos e, nesse movimento, era considerado normal que expressasse pontos de vista particulares. Por que isso mudou? Como os princípios norte-americanos se impuseram no interior do campo jornalístico carioca? E a que lógica e interesses eles respondiam?

Interessa-nos perceber também como, ao se tornar hegemônico, o modelo norte-americano sofreu um processo de adaptação e naturalização. Formalizado como técnica em manuais de redação e em livros didáticos, passou a ser ensinado nas faculdades como instrumento necessário para o exercício da profissão. Esses procedimentos discursivos deixaram de ser vistos como arbitrários, no sentido de ser um entre outros possíveis. Tenderam a ser percebidos, não como os valores de um grupo particular no interior da instituição jornalística, mas como os valores da própria instituição. A técnica aparecia como neutra. Aprender as práticas do discurso dominante passou a ser visto simplesmente como uma questão de adquirir as habilidades necessárias para operar no campo.

Na década de 50, como o jornalismo estava em transição, essas idéias ainda não estavam “naturalizadas” e apareciam claramente como fazendo parte do discurso de um grupo particular, que travava embates com grupos divergentes no interior da instituição e também fora dela. E, por isto, esse período foi o escolhido para a pesquisa.

É interessante observar, além disso, que esse paradigma de jornalismo, implantado na década de 50, tem dado, nos últimos anos, evidentes mostras de esgotamento. O fazer jornalístico, impulsionado pela ética do consumo e da sedução,

---

ou mesmo no noticiário) ou podem estar “fora” (nas propagandas institucionais, nos livros de memória dos jornalistas, em biografias etc.).

guia-se atualmente por regras diferenciadas daquelas. Muitos dos critérios, métodos e formas de se fazer notícia têm sido abandonados, em prol de um outro tipo de produção. A imprensa diária tem retomado antigas fórmulas narrativas. Além de apelar à técnica literária dos diálogos e da descrição de cenas do cotidiano, tem promovido a intensificação do comentário.

O mito da objetividade, além disso, parece profundamente abalado com a crise da modernidade. A sua hegemonia já foi exaustivamente criticada pelos teóricos da comunicação e pelos próprios jornalistas.

Acreditamos, no entanto, que a idéia de objetividade ainda é uma das grandes responsáveis pela acolhida que o jornalismo tem. A mídia espetaculariza, fragmenta, pulveriza – profundamente marcada que está pelos procedimentos da contemporaneidade – mas também resguarda a legitimidade da representação objetiva.

### **Sobre as Fontes e as Metodologias de Pesquisa e Análise**

Há poucos trabalhos acadêmicos sobre história da imprensa, tanto na área de Comunicação como na de História. Apesar da mídia, principalmente os jornais, ser cada vez mais utilizada como fonte histórica em trabalhos que abordam variados temas, o estudo dos meios em si ainda é restrito.

O interesse dos historiadores e dos sociólogos pela imprensa apresenta, no entanto, uma tendência crescente. Em São Paulo, as professoras Maria Helena Capelato e Gisela Tascher já há alguns anos vêm desenvolvendo (em diferentes instituições) trabalhos sobre a imprensa paulista, tendo ambas publicado alguns textos sobre o assunto. No Rio de Janeiro, podemos citar a iniciativa do CPDOC da Fundação Getúlio Vargas, que desenvolve pesquisas nessa área<sup>2</sup>.

Também no campo da Comunicação, o interesse pela história dos meios tem aumentado. A Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) e a Alaic (Associação Latino-americana de Investigadores da Comunicação) criaram Grupos de Trabalhos (GTs) especialmente destinados a discussão do tema.

De qualquer forma, nas bibliotecas das principais faculdades de História do país ainda encontram-se poucas dissertações e teses que abordam a questão da história da

---

<sup>2</sup> O *Dicionário Histórico e Bibliográfico* da FGV apresenta variados verbetes que tentam resgatar a trajetória dos mais importantes periódicos do país. Em 1996, a Fundação publicou *A Imprensa em Transição*, uma coletânea de textos tratando exatamente do tema deste trabalho: o jornalismo dos anos 50.

imprensa. E o número de trabalhos é ainda mais reduzido nas pós-graduações de Comunicação. O fato dos “comunicólogos” e jornalistas demonstrarem um tão grande desprezo por sua própria memória é, em si mesmo, curioso. Seus motivos talvez merecessem eles próprios uma investigação.<sup>3</sup>

Para compensar a escassez de trabalhos acadêmicos sobre a história do jornalismo<sup>4</sup>, há uma quantidade bastante extensa de material não acadêmico sobre o tema. São livros de memórias, biografia, artigos, notas de jornalistas ou de proprietários de jornais etc. Trata-se de uma rica fonte de pesquisa, a fornecer informações de natureza variada.

Todo esse material bibliográfico foi, obviamente, fonte essencial de nossa pesquisa, que se dedicou, além disso, à leitura e à análise dos próprios jornais, que funcionaram simultaneamente como **fonte e objeto de estudo**. Foi fundamentalmente a partir da análise semiológica dos próprios impressos que buscamos elementos para o entendimento da dinâmica histórica do campo jornalístico.

Não foi nosso objetivo, entretanto, analisar os textos jornalísticos para buscar neles o seu discurso secreto, escondido sob os conteúdos manifestos. Buscamos nos enunciados jornalísticos os traços da *enunciação*, dos processos sociais que condicionaram a sua produção, tanto no nível situacional, quanto no institucional e macro social.

A mídia jornalística não apenas registra a realidade, mas faz parte dela, localiza-se no seu seio, insere-se nas suas lutas e contradições e, antes de qualquer coisa, a constitui. Não há separação estanque entre a realidade e a linguagem, entre real e representação.

---

<sup>3</sup> A bibliografia existente (livros, artigos e teses) sobre imprensa no Brasil, tanto a dos especialistas em comunicação, quanto a dos historiadores e sociólogos, por suas características gerais, podem ser divididas em cinco grupos: 1) Textos que acompanham o aparecimento e desaparecimento de periódicos, numa perspectiva preferencialmente factual. Nesse caso, se enquadram os dois principais livros de síntese sobre história da imprensa no Brasil, ambos já clássicos: o do Nelson Werneck Sodré e o do Juarez Bahia. Trata-se de importantes trabalhos de referência e de consulta obrigatória para quem se aventura a estudar o tema; 2) Trabalhos que se concentram nas modificações e na estrutura interna dos jornais, sem estabelecer conexão com as transformações históricas e sociais, centrando a análise nas ações individuais dos atores envolvidos. É o caso da maioria dos trabalhos escritos pelos próprios jornalistas (mesmo quando estes estão na universidade); 3) Trabalhos que abordam o jornal como portador de uma ideologia, sem considerar as condições de produção dos impressos. Nesse caso, estão os trabalhos de alguns especialistas em comunicação; 4) Análises dos textos jornalísticos, numa perspectiva semiológica mas não histórica. É o caso da maioria dos trabalhos que utilizam a Análise de Discursos e 5) Trabalhos que abordam o contexto histórico, mas desconsideram as dimensões propriamente jornalísticas (aspectos técnicos, discursivos e profissionais). É como grande parte dos historiadores tratam do tema.

<sup>4</sup> Dentre os trabalhos acadêmicos, merecem destaque o de Marialva Barbosa (que faz uma história dos sistemas de comunicação) e o de Teodoro Barros (centrado mais na história da técnica jornalística).



O real não se constitui apenas de elementos objetivos; é também (e sobretudo) produto de práticas significantes, entendidas como práticas sociais. A linguagem não é um lugar onde se reflete (de forma invertida ou não) um real pré-existente; é uma instância constitutiva e produtora da realidade<sup>5</sup>.

A linguagem está sendo entendida, portanto, não como um meio, lugar de passagem ou de veiculação de conteúdos previamente existentes. A linguagem, para nós, é um lugar (o lugar por excelência) de atualização das forças sociais. Através dos seus rituais de luta, o sentido se produz e se desloca constantemente na dinâmica de funcionamento discursivo. E é através desses deslocamentos que as estruturas vão se engendrando (pela designação de atores, de pontos de vista, de verdades, de saberes).

Analisar os processos através dos quais o jornalismo seleciona e semantiza os acontecimentos é, portanto, também analisar a dinâmica através da qual ele se instituiu (e se reconstitui cotidianamente) enquanto um campo próprio, relativamente autônomo em relação a outros campos (como o literário e o político).

Dessa forma, tendo como material empírico quatro periódicos – *Diário Carioca* (1928-1965), *Última Hora* (1951- 1972), *Jornal do Brasil* (1891) e *Tribuna da Imprensa* (1949) –, objetivamos colocar em relação, num quadro sincrônico preciso, os enunciados jornalísticos referentes a eventos ocorridos no período de 1950 a 1960.

Nosso objetivo foi perceber como se deu, nos quatro jornais escolhidos, a “modernização” jornalística. Ou seja, através de quais operações discursivas, esses veículos – a partir de suas condições de produção específicas – construíram para si um novo lugar de fala, nesse caso, de “fala autorizada”.

Através das marcas enunciativas, buscamos identificar nos discursos a construção dos novos *contratos de leitura*<sup>6</sup>, das suas ambigüidades e contradições, dos embates e das lutas travadas pelo sentido no interior do espaço jornalístico.

A leitura dos jornais se guiou pelo método da Análise de Discurso (AD) de cunho semiológico. A manipulação de textos foi orientada por um critério **comparativo**

<sup>5</sup> A este respeito, há uma discussão bastante interessante no trabalho de Maurice Godelier. Recusando interpretações economicistas e reducionistas do pensamento de Marx, o autor afirma que “as supra-estruturas são mais importantes do que as infra-estruturas para explicar o modo de existência social dos homens” (p. 366). Ele fala da *parte ideal do real*, que constitui um conjunto complexo de representações, cuja presença e intervenção são necessárias para que a atividade material tenha lugar. “O pensamento e a linguagem funcionam em parte como um elemento das forças produtivas”, diz ele (p. 380). Cf. “O Marxismo e as ciências dos homens”. In HOBSBAWM, Eric J. *História do Marxismo* v. 11. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1989.

<sup>6</sup> Sobre o conceito de contrato de leitura, Cf. VERÓN, Eliseo. “Quand Lire c’est faire: l’enouciation dans le discours de la presse écrite”.

para facilitar a identificação dos traços pertinentes para a análise. A semiótica atravessa inteiramente a matéria significativa e não existe princípio teórico que autorize, na descrição das operações de sentido, a negligência *a priori* de tal ou tal aspecto. Como não é possível descrever tudo, descrevemos apenas as propriedades que marcam significativas diferenças entre as unidades discursivas consideradas.

Aplicamos ao *corpus* o critério do invariante referencial. Comparamos textos que tratam dos mesmos eventos, a fim de não atribuir a variações de conteúdo ou de tema as diferenças discursivas encontradas. Como é impossível fazer a análise detalhada de 10 anos de periódicos, nos detemos em alguns pontos particulares da amostra. Para observar os aspectos gráficos e editoriais do jornal, analisamos as duas primeiras semanas do mês de janeiro e de agosto dos anos de 1950, 1952, 1954, 1956, 1958 e 1960.

Gostaríamos de fazer alguns comentários em relação à metodologia escolhida. A Análise do Discurso tem sido, nos últimos tempos, alvo de muitas críticas. Uma delas é a de que tem sido utilizada, muitas vezes, para mostrar o óbvio, aquilo que qualquer leitura um pouco mais “inteligente”, crítica e menos “automatizada”, seria capaz de apontar, mesmo sem todo o aparato teórico e metodológico da AD.

Acreditamos, no entanto, que a semiologia, utilizada de maneira apropriada, pode ser de grande valia para os sociólogos, os antropólogos, os historiadores ou os “comunicólogos” interessados na questão da imprensa e da mídia como um todo. Os seus avanços em relação não só aos métodos de manipulação de textos, mas também à definição do lingüístico em relação ao conjunto das práticas sociais, podem contribuir para o enriquecimento do arsenal teórico e metodológico dessas disciplinas.

Claro que há o risco de se utilizá-la apenas como uma “receita” metodológica. Alguns historiadores, aliás, ignoram completamente as conseqüências teóricas das reflexões sobre a linguagem e utilizam-se das técnicas de análise apenas enquanto estas lhes permitem ler, ordenar e normalizar textos<sup>7</sup>. Mas esse é um risco inerente a qualquer metodologia formal de análise.

A Semiologia dos Discursos Sociais, ao introduzir os princípios da *polifonia* e do *dialogismo*, permite superar a problemática da Análise de Discursos como mero instrumento técnico de descrição de enunciados. Ao retomar a idéia bakhtiniana do

---

<sup>7</sup> Régine Robin, já na década de 70, chama atenção para este perigo no seu *História e Lingüística*.

discurso como arena, a análise passa a dar conta, não do conteúdo das mensagens, mas das estratégias discursivas ligadas às relações de força de uma dada conjuntura.

Os discursos de uma determinada época histórica – principalmente os midiáticos – são espaços privilegiados onde se travam as lutas sociais. É o campo por excelência do ideológico, onde várias vozes disputam a hegemonia das representações. Uma página de jornal é o reflexo vivo das contradições da realidade social no corte de um dia.

A análise só tem sentido se permite ao analista dar conta de como se tece nos discursos a teia dessas contradições, só tem sentido quando ajuda a perceber o discurso como lugar de passagem de coisas que estão ocorrendo fora dele. A semiologia só interessa, portanto, se não se esgotar num processo meramente descritivo e se permitir a passagem para conceitos mais globais sobre o funcionamento das formações sociais. Este talvez seja hoje o grande desafio da semiologia e que, neste trabalho, assumimos como nosso.

É necessário, entretanto, sublinhar que não fizemos uma análise de discurso clássica, uma vez que não nos detivemos detalhadamente na descrição das marcas enunciativas. Na realidade, a semiologia funcionou, nesta tese, mais como um instrumental teórico-conceitual, que nos permitiu afinar ou aguçar o nosso olhar sobre os textos, nos possibilitando fazer algumas observações de caráter mais geral.

Utilizamos também, aliados à Semiologia dos Discursos Sociais, métodos qualitativos vindos da História Social. Ao cruzar a AD com outras perspectivas metodológicas, procuramos evitar uma análise presa às estruturas internas dos textos jornalísticos ou a uma mera denúncia de seus aspectos ideológicos.

Além disso, os dados e informações obtidos pela análise dos jornais foram cruzados com aqueles obtidos por outras fontes, como:

⇒ **relatos orais** – tanto aqueles registradas em arquivos (CPDOC e MIS) quanto os que colhemos, através de entrevistas com alguns jornalistas que atuaram nos jornais estudados – e **relatos escritos** (biografias, memórias e narrativas). Procuramos respostas para questões relacionadas à profissionalização do jornalista e à dinâmica de funcionamento do campo.

Algumas observações, ainda que breves, a respeito da natureza desse tipo de fonte se fazem necessárias. Trata-se de relatos – por definição – memorialistas, na medida em que se baseiam num olhar retrospectivo, feito a partir de um certo distanciamento temporal em relação à realidade relatada. Esse tipo de narrativa é

extremamente frágil como fonte de informações factuais, pois o passado é sempre lembrado de forma maleável e flexível, mudando constantemente conforme os indivíduos reinterpretam e reexplicam o que aconteceu. O rememorar é seletivo e, muitas vezes, pouco rigoroso.

Ao ler ou ouvir as narrativas dos jornalistas, no entanto, a questão de saber se determinado fato lembrado era verdadeiro ou não (ou se ocorreu exatamente como relatado) só nos interessou na medida em que serviu para elucidar o funcionamento da memória do indivíduo e do grupo ao qual ele pertence (ou pertenceu). Ou seja, estávamos menos atentos ao factual e mais ao significado que este adquiriu para quem falou dele. Afinal o que “distorce” o passado nesse tipo de relato (como, aliás, em qualquer relato) não é nenhum defeito inerente ao processo de registro mental, mas sim as condições externas, sociais.

Existe uma farta bibliografia que trata das determinações sociais da memória. Desde o trabalho fundador de Maurice Halbwachs, a relação entre memória, indivíduo e sociedade vem sendo pensada a partir de diferentes posturas teóricas<sup>8</sup>, que ora desenvolvem a perspectiva deste autor, ora se lhe contrapõem.

Algumas afirmações de Halbwachs, entretanto, se tornaram princípios básicos para toda a reflexão que lhe seguiu. A primeira delas é que as lembranças, apesar de pertencerem aos indivíduos, se originam na sociedade. Os sujeitos só lembram a partir do ponto de vista de um grupo social específico, ao qual de alguma forma se vinculam. A memória está interligada diretamente às identidades sociais.

As identidades se edificam a partir de determinadas versões do passado, que funcionam como referência comum para um determinado grupo e fornecem coerência, no tempo, aos seus quadros de representação simbólica. A memória é um processo de ordenamento, de produção de sentido, que pressupõe enquadramentos, esquecimentos e silêncios (POLLAK, 1989). Fatos e aspectos do passado são recordados e enfatizados a partir da relevância que têm para os indivíduos que recordam, pelo seu contributo na construção da identidade e das relações pessoais.

O ponto de partida de qualquer ato mnemônico é o presente. A memória, por ser essencialmente discurso, é sempre contextual e dialógica. A sua organização está ligada a processos de seleção e enquadramento, resultantes de conflitos e negociações que os sujeitos travam em situações sociais concretas.

---

<sup>8</sup> Existe uma farta bibliografia sobre memória social. Algumas referências estão no final do trabalho.

Por isso, ao trabalhar com os relatos, procuramos levar em conta quem falava, de onde, como e para quem. Para nós, mais importante do que o fato “em si” foi a forma pela qual os sujeitos tomaram consciência dele e o relataram, assumindo certas posições. Mesmo porque o fato “em si” é pura abstração; não é um elemento objetivo, mas um produto de práticas significantes.

Nesse sentido, não há diferença entre trabalhar com relatos memorialistas (orais ou escritos) e trabalhar com fontes mais convencionais (como contratos, textos administrativos, textos legislativos, escritos científicos, cartas oficiais, textos jornalísticos etc.). As fontes, sejam de que natureza forem, não são meros suportes de transmissão de informações ou lugar de “revelação”, de descrição de eventos que se encontrariam prontos em algum momento, em alguma parte do social. A apreensão do Real pelo discurso pressupõe ação transformadora da linguagem. Nenhum discurso é puro reflexo de uma realidade exterior. Até porque um fato já está, no próprio ato de sua realização, impregnado de linguagem, impregnado de significações. Já é, antes mesmo de ser relatado, discurso. Como já dissemos, a realidade não preexiste a linguagem.

⇒ **textos de época** (livros, artigos acadêmicos e jornalísticos) nos quais os jornalistas falam de sua profissão. Como trata-se de um momento fundador, o volume desse tipo discurso (auto-referenciador do jornalismo) é relativamente grande. Através da análise desse material, pudemos perceber o ideário que se construía na demarcação do jornalismo como um domínio de competência específica (um campo autônomo), trazendo implícitas representações das atividades política e literária e do papel que nelas cabia aos jornalistas desempenhar.

⇒ **manuais de redação**. Observamos como se deu o processo de formalização das regras de construção do texto jornalístico e posteriormente – na análise dos jornais propriamente ditos e nas entrevistas – tentamos perceber em que medida as restrições ao código lingüístico se impuseram e em que medida criaram resistências por parte dos profissionais acostumados a uma longa tradição literária. Buscamos perceber a lógica que perpassa essas regras nesse momento de delimitação do campo; como ela vai produzindo um “diálogo” (no sentido bakhtiniano) com os campos rivais (no caso, o literário e o político).

⇒ **documentos administrativos** dos jornais. Tentamos pensar a organização socio-econômica do campo jornalístico, a organização interna da sua estrutura empresarial. Quem eram os empregados da imprensa, como eram as formas e o grau de remuneração, como eram os lucros, como era a relação com a publicidade, quais os custos de um empreendimento desse tipo etc. Não foi possível, no entanto, ter acesso direto a esse tipo de documentação. Por vários motivos. Primeiro, porque muitas empresas tinham uma organização muito precária e não produziam registros de forma sistemática. Segundo, muitos desses documentos se perderam, sobretudo os dos jornais desaparecidos. Terceiro, empresas ainda existentes não facilitam o acesso dos pesquisadores a esses documentos, tidos como sigilosos. Os dados administrativos com os quais trabalhamos foram publicados nos próprios jornais da época ou em publicações especializadas.

⇒ **edições comemorativas** dos jornais. Forneceram informações factuais, que nos permitiram resgatar o contexto jornalístico do período e perceber os embates e os conflitos, tanto os internos às empresas, quanto os externos (entre diferentes veículos). Permitiram também analisar o processo de construção da auto-imagem das empresas e observar os valores que estavam em jogo.

⇒ **Periódicos especializados em imprensa e publicidade**, como o *Anuário Brasileiro de Imprensa* (1950-1957), *Anuário de Imprensa, Rádio e Televisão* (1957-1960), *Anuário de Publicidade* (1950-1960), *Revista Publicidade e Negócios* (1950-1960) e o *Indicador dos Profissionais da Imprensa* (1956-1960).

Esses periódicos – preocupados em informar sobre a realidade dos mercados e do meio de imprensa e propaganda no Brasil – forneceram vários tipos de informações quantitativas e qualitativas. Nesses periódicos publicavam-se, por exemplo, artigos de homens da imprensa (jornalistas ou donos de jornais) sobre temas diversos, como a crise do papel, o perfil dos jornalistas, as novas técnicas de diagramação, dados factuais das diferentes instituições etc.

Nos anuários (tanto no de imprensa quanto no de publicidade) publicavam-se os números da tiragem e circulação dos jornais. Esses dados eram muito importantes para os anunciantes, pois comprovavam o alcance e a penetração dos veículos em relação ao público alvo. É preciso ter em conta que não havia, no Brasil dos anos 50, nenhum

órgão controlador de tiragens que fornecesse dados sobre cada jornal em particular. O Instituto de Verificação de Circulação (IVC) só surgiu em 1961 e o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), apesar de ter sido criado em 1942, somente alguns anos depois começaria a realizar de forma sistemática e regular pesquisas de mercado para empresas jornalísticas.

Os dados constantes desses periódicos não podem, no entanto, de forma alguma ser absolutizados. Há inúmeras falhas de metodologia e lacunas informativas que nos impedem de interpretá-los de maneira conclusiva. Os números têm apenas valor indicativo. Em alguns casos, cruzamos esses dados com outras fontes (o IBGE e FGV, por exemplo) para elaboração de alguns gráficos e tabelas.

### **Sobre a organização dos capítulos**

A historiografia da imprensa costuma dividir este século em duas etapas bem definidas: antes e depois dos anos 50. Começamos o primeiro capítulo discutindo essa periodização, tentando pensar as rupturas e as continuidades que marcaram a trajetória do jornalismo nesses anos. Nossa intenção foi levantar a discussão (que será aprofundada no terceiro capítulo) sobre os limites do conceito de Indústria Cultural para se pensar o jornalismo carioca. Tentamos mostrar que os jornais, com as reformas da década de 50, apesar das profundas transformações por que passaram, não deixaram de ser políticos (até porque, no limite, tudo é político), mas passaram a atuar na arena política de uma outra forma. Depois de localizada essa questão, fizemos uma breve contextualização das condições macroestruturais – tanto econômicas, quanto políticas e culturais – que permitiram a superação do jornalismo literário e político e o ingresso definitivo da imprensa na fase industrial.

O significado das reformas, no entanto, só é possível de se entender a partir de uma compreensão do mercado jornalístico. Os veículos disputavam espaço, legitimidade, vendas. E isso implicava em enfrentamentos, não apenas entre jornais no interior de um mesmo universo de concorrência, mas também entre a mídia informativa e outros campos discursivos. Por isso, buscamos delinear os contornos desse universo discursivo-institucional de concorrência. Tentamos definir o capital “real” e simbólico de cada um dos principais jornais, apresentando algumas de suas características internas e algumas das conjunturas mais importantes de suas histórias institucionais. Nos detivemos, com mais cuidado, naqueles que foram pioneiros na reformulação do

jornalismo: o *Diário Carioca*, a *Última Hora*, a *Tribuna da Imprensa* e o *Jornal do Brasil*.

Tentamos, sempre que possível, resgatar a dimensão interna dos jornais, não apenas no que diz respeito à sua lógica empresarial e administrativa, mas também em relação ao funcionamento cotidiano da atividade noticiosa: as práticas, os modos de pensar e agir dos jornalistas, a lógica de seu raciocínio, os mecanismos de funcionamento das diferentes redações etc.

No segundo capítulo, tratamos da dimensão empresarial do jornalismo carioca. A primeira questão fundamental diz respeito às suas fontes de renda: a venda avulsa ou por assinatura, o clientelismo e a chantagem, os empréstimos e privilégios públicos, o apoio de grupos privados e a publicidade. Gostaríamos de pensar o peso que cada um desses elementos tinha na imprensa carioca dos anos 50. Como funcionavam as suas relações com o poder público (o sistema de concessões; o controle oficial das quotas de papel e outros insumos; os financiamentos e subsídios etc.)? Será que o desenvolvimento da publicidade, sobretudo no período JK, possibilitou um autonomização do campo jornalístico em relação à esfera política?

Analisamos ainda, nesse capítulo, a crise do papel de imprensa e concentração empresarial, que começou a se processar em meados dos anos 50 e que se acirrou na década seguinte, vindo a transformar totalmente o mercado jornalístico carioca. Buscamos perceber qual foi o papel das reformas administrativas nesse processo. Ou seja, até que ponto elas foram decisivas para a concentração das empresas jornalísticas.

No terceiro capítulo, abordamos a dimensão propriamente discursiva das reformas. Em primeiro lugar, analisamos as normas e valores que passaram a pautar a construção dos textos noticiosos e que apontavam para um processo de padronização estilística e construção do anonimato dos redatores. Procuramos perceber como o processo se deu diferentemente nos quatro veículos estudados (*UH*, *DC*, *JB* e *Tribuna*), como resultado de diferentes condições de produção. Também foi nosso objetivo analisar a formalização das novas normas redacionais nos “manuais de redação e estilo”. Tentamos pensar esses manuais como uma dimensão importante de uma ética disciplinar que se instaurava naquele momento nas redações.

Jornais, no entanto, não se faziam apenas com palavras. Os textos propriamente ditos formavam com as imagens (fotografias, ilustrações, caricaturas, charges, quadrinhos, gráficos etc.) e com outros recursos visuais (como diagramação, paginação, editoração) um pacote significativo, que deve ser pensado como um sistema integrado.



Por isso, fizemos uma análise, ainda que breve, de todos esses elementos, buscando perceber como foram constituindo suas próprias normas e valores e como foram tornando o jornalismo um campo de produção discursiva especializado e mais autônomo.

No último capítulo, trabalhamos com o processo de profissionalização do campo. O jornalista como membro de uma categoria profissional já havia surgido nos anos 30, mas foi apenas nos anos 50 que ocorreu a profissionalização de forma ampliada nos principais jornais cariocas. Buscamos responder a uma série de questões: como se deu a transição de um jornalismo personalizado (de grandes nomes, grandes vedetes) para um jornalismo anônimo, com estilo padronizado? Quais eram as características exigidas do novo profissional? Qual era o perfil socio-econômico e intelectual dos novos jornalistas? Qual era a posição e situação de classe desse grupo profissional? Qual era o seu *status* social? Como eram as suas formas de organização sindical? Quais as formas e o grau de sua remuneração nesse novo mercado que estava se criando? Qual era a hierarquia que havia entre as diferentes funções (repórter, redator, cronista etc.)?

A criação dos cursos de jornalismo teve um papel importante no processo de profissionalização. Como era o ensino de jornalismo nas primeiras faculdades? De que forma contribuiu na formação do *habitus*, na criação de valores e modelos de conduta profissional? Que disputas perpassaram a sua constituição e consolidação? Quais eram os embates que havia entre os novos profissionais que se formavam nas universidades e os “velhos homens de imprensa”?

Por fim, desenvolvemos uma discussão sobre a construção de um novo ideário, de uma nova deontologia para o jornalismo. Partimos da análise dos lugares de “auto-referenciação”, nos dos quais esse campo discursivo construía uma imagem de si próprio e de sua “missão” e procurava através dela se legitimar como prática social. Como os jornalistas definiam o seu papel no jogo político? Como eles percebiam as novas exigências criadas pelas modernizações administrativas e pelas novas técnicas textuais? Tentamos confrontar a visão da profissão construída pelos próprios jornalistas naquele período com as visões fixadas na memória do grupo ao longo dos anos.

Pretendemos delimitar o conjunto das regularidades que passaram a definir a atividade jornalística a partir desse período, tanto aquelas explícitas, codificadas nos manuais (como as regras de redação e estilo, analisados no capítulo anterior) quanto aquelas inconscientes (os *esquemas práticos*). Ou seja, gostaríamos de analisar o

conjunto das regras, das coações, dos princípios de classificação que configuravam o sistema de valores do campo jornalístico e que fundamentavam a conduta dos profissionais no cotidiano das redações.

Abordamos neste item a questão da objetividade. Mas nosso objetivo não foi fazer uma crítica a esta idéia. Não quisemos mostrar como o texto jornalístico era parcial, como se posicionava frente aos fatos e como existiam condicionantes históricos, ideológicos que determinavam a produção das mensagens. O mito da objetividade já foi amplamente discutido, não só no campo da teoria do jornalismo, mas – diga-se de passagem – em todas as ciências sociais. Hoje, quase ninguém mais acredita na objetividade total, sequer os jornalistas, o que nos dispensa entrar nesse debate.

Não pretendemos, portanto, discutir a questão de que o estilo (técnica do *lead*, da pirâmide invertida etc.) era uma forma de falsa consciência, uma forma de “encobrir” as verdadeiras relações do texto com o real que ele descrevia. É evidente que se tratava de uma ideologia de jornalismo e isso será dado como um pressuposto. A preocupação que orienta a nossa pesquisa diz respeito aos efeitos dessa ideologia sobre o mundo real. Ou seja, como ela construía lugares, instituições, instaurava papéis e distribuía poderes. É interessante pensar como a idéia da objetividade – mesmo tendo sido amplamente criticada e questionada – ainda hoje condiciona as práticas dos jornalistas.

Por fim, não se deve perder de vista que o consenso no interior de um campo (seja ele qual for) é sempre uma construção provisória e que pressupõe contradições e lutas internas, constantemente reatualizadas. O desenvolvimento de uma certa forma de pensamento e a construção de um certo consenso em torno dela no interior do campo jornalístico nos anos 50 pressupuseram, é claro, embates e disputas, que nos interessou observar. Qual era o grau de adesão dos jornalistas brasileiros aos princípios do modelo norte-americano de jornalismo? Havia, na década de 50, muitas oposições – como a de Nelson Rodrigues – ao conceito de objetividade? Como a polêmica da “mediocritização” do trabalho pela técnica se colocava então?

## I. Anos 50: o contexto histórico e jornalístico

### 1. Do político à política

*“Continuo acreditando que, num determinado momento, jornalismo e política se confundem, se completam, se juntam indissolivelmente.” Hélio Fernandes (PN, 20/8/1957).*

O jornalismo que se desenvolvera no Rio de Janeiro a partir de 1821 (com o fim da censura prévia) era profundamente ideológico, militante e panfletário. O objetivo dos jornais, antes mesmo de informar, era tomar posição, tendo em vista a mobilização dos leitores para as diferentes causas. A imprensa, um dos principais instrumentos da luta política, era essencialmente de opinião.

A linguagem, tanto dos jornais de oposição quanto dos governistas, era em geral extremamente agressiva e virulenta, marcada que estava pela paixão dos debates e das polêmicas. Havia um grande número de publicações, mas a maioria possuía estrutura produtiva bastante artesanal.

No final do século XIX, esses jornais de estrutura simples começaram a ser substituídos por empresas jornalísticas com estrutura complexa, dotadas de equipamentos gráficos sofisticados. Novos processos de produção foram introduzidos e as tipografias perderam o seu espírito artesanal para conquistar a posição de indústria gráfica. Os grandes veículos começaram a incorporar as inovações tecnológicas surgidas na imprensa europeia. As empresas mais fortes importavam rotativas Marinoni e as com menos recursos importavam prelos italianos do tipo Derriey, com menor capacidade. Mas todos, de alguma forma, se modernizaram.

No aspecto editorial, o jornalismo carioca também começou a adotar cada vez mais padrões estrangeiros, lançando mão de folhetins, caricaturas e grandes ilustrações. Houve, nesse momento, uma proliferação de revistas ilustradas, críticas e de costume.

Em 1874, a agência de notícia francesa Havas (depois France Press) abriu um escritório no Rio de Janeiro, sendo seus serviços imediatamente contratados pelo *Jornal do Commercio*. A agência norte-americana United Press International começou a atuar no Brasil em 1917 e o *Jornal do Brasil* foi um dos primeiros a receber seus serviços.

No Rio, como em outras grandes cidades, houve uma redução considerável do número de impressos. Muitos veículos pequenos desapareceram e poucos surgiram no

seu lugar. O jornal como empreendimento individual, como aventura isolada, tornou-se inviável, uma vez que montar uma empresa jornalística passou exigir capitais cada vez maiores. Somente indivíduos ou grupos capazes de reunir grandes recursos podiam fazer face aos altos investimentos exigidos pelos novos aperfeiçoamentos técnicos.

Para historiadores da imprensa como Nelson Werneck Sodré e Juarez Bahia, a importação de máquinas, a adoção de técnicas jornalísticas estrangeiras e a compra de serviço de agências são evidências de que os jornais adquiriam sentido de empreendimento mercantil. Nelson Werneck chega a afirmar que a imprensa teria, nesse momento, ingressado **efetiva e definitivamente** na sua fase industrial. Bahia, um pouco mais cauteloso, fala em “aventura industrial”, que ele difere da fase industrial propriamente dita, implantada, segundo o autor, somente por volta de 1930.

Os anos 30 marcaram o deslocamento do núcleo dinâmico da economia brasileira do setor agrário-exportador para o urbano industrial. A substituição das importações provocou um lento reequilíbrio da economia em direção ao mercado interno. Nesse contexto, a imprensa ganhou forte impulso. Desenvolveu-se o primeiro grupo de comunicação brasileiro, os *Diários Associados* de Assis Chateaubriand, que se tornaria, em pouco tempo, o maior conglomerado jornalístico da América Latina.

Concordamos, entretanto, com alguns autores que acreditam ser totalmente ilusório falar em empresa jornalística para se referir à imprensa desse período. A fragilidade dessa “aventura industrial” até a segunda metade deste século parece inquestionável (SILVA, 1991:64). A maioria dos diários ainda era essencialmente instrumentos políticos. Pequenos em termos de tiragem e de recursos econômicos, eram influentes em fazer ou desfazer governos, em promover ou perseguir determinadas personagens políticas. A calúnia, a troca de favores, as matérias pagas e até a chantagem eram muito comuns (HONS, 1982). E, nesse sentido, os *Diários Associados* são emblemáticos.

Com equipamentos modernos e caros e com uma estrutura produtiva bastante complexa, os grandes jornais não conseguiam manter-se apenas com a publicidade, ainda bem fraca naquele momento. Como as tiragens eram pequenas, as vendas avulsas ou por assinatura também não eram suficientes para a manutenção da empresa, que necessitava da verba oficial ou do apoio de algum grupo privado para sobreviver. Os jornais tinham se transformado em empresas capitalistas, mas ainda serviam a poderes tradicionais. Tinham adotado uma estrutura industrial, mas continuavam atrelados aos interesses da sociedade política, que moldavam o conteúdo das suas publicações.

Os posicionamentos político-ideológicos passaram a exigir, no entanto, um pouco mais de sutileza. O antigo jornal de opinião – que se pautava pelo alinhamento explícito a determinado postulado ideológico ou a um grupo político – foi sendo substituído por um jornal mais informativo, que não apresentava uma vinculação claramente assumida. Muitos veículos já apelavam inclusive às idéias de objetividade e de imparcialidade, sobretudo no processo de construção de sua auto-imagem. A afirmação de independência fazia parte da estratégia de legitimação de muitas publicações desde o início do século, como mostra a pesquisa de Marialva Barbosa (1996).

A objetividade, a neutralidade e a imparcialidade (ideais associados à um modelo de jornalismo moderno, empresarial) não foram, portanto, novidades do jornalismo dos anos 50. Essas idéias já vinham ganhando força há muito tempo. A década de 50, entretanto, foi um momento crucial para a sua afirmação, um momento fundamental para sua incorporação definitiva ao ideário/imaginário jornalístico. Não à toa esse período figura – na memória daqueles que o viveram – como um momento chave, revolucionário, fundador.

Foi somente na década de 50 – e de forma alguma antes – que as idéias de neutralidade e imparcialidade se formalizaram (através de manuais de redação) e passaram a reger e a guiar como regra básica a prática profissional dos jornalistas. Foi apenas na década de 50 que a objetividade ganhou forma de técnica e o *lead* passou a ser a fórmula hegemônica de abertura dos textos informativos. Foi nos anos 50, e não antes, que sobre o seu mito se construiu toda uma deontologia, todo um ideário que justificava, legitimava e dava sentido ao jornalismo.

O aparecimento do jornalismo informativo, na primeira metade do século, não levou à aplicação de técnicas como o *lead* ou a pirâmide invertida. E, mesmo nos anos 50, a aplicação dessas técnicas não implicou na importação, na sua totalidade, do ideário jornalístico norte-americano. Mesmo nesse período, os conceitos de objetividade e neutralidade ainda apresentavam limites muito claros. O processo de sua incorporação foi marcadamente contraditório, implicando em avanços e recuos.

As reformas dos anos 50, de qualquer maneira, representam um marco na história da imprensa brasileira, que assinala a passagem do jornalismo político-literário para o jornalismo informativo. A imprensa abandonou definitivamente a tradição opinativa, que desde 1821 a havia tão profundamente marcado. Esse modelo foi

gradualmente substituído por um jornalismo que privilegiava a informação “objetiva”, separada editorial e graficamente do comentário pessoal.

Essas mudanças estão associadas a todo um processo de transformação do campo jornalístico e apontam para a consolidação da sua dimensão empresarial, que passou a predominar sobre a política na determinação das estratégias da imprensa. Acreditamos, no entanto, que os anos 50 representaram não um momento de ruptura radical, mas o período de consolidação das transformações por que vinha lentamente passando a imprensa desde o início do século. A reforma do jornalismo foi um processo cumulativo, que incorporou experiências já desenvolvidas, interna e externamente, ao longo de décadas e que, apesar de todas as rupturas, também conservou muitos aspectos da tradição.

### **O que exatamente mudou no fazer jornalístico?**

O campo jornalístico no Brasil, durante muito tempo, se confundiu como o campo literário. Até a segunda metade do século, o jornalismo era considerado um subproduto das belas artes. Alceu Amoroso Lima o definia como “literatura sob pressão”.

Muitos jornalistas eram também ficcionistas (Machado de Assis, José de Alencar, Lima Barreto, Euclides da Cunha, Graciliano Ramos etc.). Os escritores – devido à ausência de mercado editorial – tinham que trabalhar em outras ocupações para garantir sua sobrevivência. O jornalismo, como a atividade mais próxima – que nesse momento permitia o livre desenvolvimento dos estilos pessoais –, era uma escolha natural para muitos deles.

Os periódicos brasileiros seguiam então o modelo francês de jornalismo, cuja técnica de escrita era bastante próxima da literária. Os gêneros mais valorizados eram aqueles mais livres e opinativos, como a crônica, o artigo polêmico e o de fundo (CHALABY).

Os jornais, além disso, eram uma instância fundamental de divulgação da obra literária e de construção de reconhecimento social dos escritores. Era através sobretudo do folhetim que os leitores tomavam contato com os autores e seus trabalhos.

Na década de 50, inicia-se um processo de autonomização do jornalismo em relação à literatura. A imprensa deixa de ser definida como um espaço do comentário, da opinião e da experimentação estilística e começa a ser pensada como um lugar neutro, independente. O jornalismo não é mais visto como um gênero literário de

apreciação de acontecimentos (como o havia definido Alceu Amoroso Lima). Passa a ser reconhecido como um gênero de estabelecimento de verdades.

No caso do jornalismo carioca, uma certa autonomia (não só em relação à literatura, mas também em relação à política) foi assegurada através da incorporação de uma série de práticas discursivas advindas sobretudo do jornalismo norte-americano.

A linguagem jornalística começou a adquirir uma sistematização interna. As técnicas americanas impuseram ao jornalismo noticioso um conjunto de restrições formais que diziam respeito tanto à **linguagem** e quanto à **estruturação do texto**.

Inspirado no noticiário telegráfico, o estilo jornalístico passou a ser mais seco e forte. A restrição do código lingüístico – com uso de reduzido número de palavras, expressões e regras gramaticais – aumentava a comunicabilidade e facilitava a produção de mensagens.

As regras de redação supostamente retiravam do jornalismo noticioso qualquer caráter emotivo e participante. Para garantir a impessoalidade (e o ocultamento do sujeito da enunciação), impuseram-lhe um estilo direto, sem o uso de metáforas. A comunicação deveria ser, antes de tudo, referencial e o uso da terceira pessoa, obrigatório. O modo verbal passou a ser, de preferência, o indicativo. Os adjetivos e as aferições subjetivas teriam que desaparecer, assim como os pontos de exclamação e as reticências. As palavras com funções meramente enfáticas ou eufemísticas também deveriam ser evitadas. Na escolha dos vocábulos, o pressuposto era que a denotação referia-se à significação e a conotação à emoção (BAHIA, 1990 e LAGE, 1985).

Se, antes, o jornalismo havia sido o lugar do comentário sobre as questões sociais, da polêmica de idéias, das críticas mundanas e da produção literária, agora, ele passava a ser o "espelho" da realidade. Vistos como emergindo naturalmente do mundo real, os acontecimentos, concebidos como notícia, seriam a unidade básica de construção dos jornais.

Na estruturação da notícia, o jornalismo adotou as técnicas americanas do *lead* e da "pirâmide invertida". O *lead* era a abertura do texto, o primeiro parágrafo, que devia resumir o relato do fato principal, respondendo a seis perguntas básicas: quem?, fez o quê?, quando?, onde?, como? e por quê?.

O *lead* – símbolo máximo do jornalismo moderno – veio substituir o "nariz de cera", texto introdutório longo e rebuscado, normalmente opinativo, que antecedia a narrativa dos acontecimentos e que visava ambientar o leitor. A antiga técnica geralmente usava uma linguagem prolixa e pouco objetiva, narrando os acontecimentos

a partir de uma ordem mais ou menos cronológica. Narração, comentário e análise se confundiam.

Pompeu de Souza, editor chefe do *Diário Carioca* e um dos pioneiros na introdução da técnica do *lead* no jornalismo carioca, fala da experiência:

*“Ninguém publicava em jornal nenhuma notícia de como o garoto foi atropelado aqui em frente sem antes fazer considerações filosóficas e especulações metafísicas sobre o automóvel, as autoridades do trânsito, a fragilidade humana, os erros da humanidade, o urbanismo do Rio. Fazia-se primeiro um artigo para depois, no fim, noticiar que o garoto tinha sido atropelado defronte a um hotel. Isso era uma remanescência das origens do jornalismo, pois o jornal inicial foi um panfleto em torno de dois ou três acontecimentos que havia a comentar, mas não noticiar, porque já havia informação de boca, ao vivo, a informação direta.*

*Quando a complexidade dos acontecimentos foi obrigando o jornal a se transformar num veículo de notícias, o jornal conservou essa remanescência do panfleto, inclusive porque era até um capitis diminutio para o redator escrever uma notícia pura e simplesmente. Ele seria um mero noticiarista, não um redator. Era preciso, então, caprichar na forma, castigar o estilo para noticiar qualquer coisa. Com a ocupação e o dinamismo que foram tomando conta da vida, ninguém tinha mais tempo de ler esse tipo de noticiário” (SOUZA, 1988: 24-29, grifo nosso).*

O final do depoimento chama atenção para um aspecto importante em relação às modernas técnicas de redação e estruturação dos textos jornalísticos: o fato de que elas respondiam a uma demanda por rapidez, tanto na instância da produção quanto na do seu consumo. O ritmo cada vez mais acelerado da vida moderna exigia adaptações para tornar os jornais veículos dinâmicos para as notícias e para a propaganda.

Como afirmou Walter Benjamin (1983:63), no seu célebre artigo sobre o narrador: “... acabou o tempo em que o tempo não vinha mais ao caso. O homem de hoje não trabalha mais no que não pode ser abreviado. Na verdade ele conseguiu abreviar até a narrativa.”.

O texto jornalístico do pós-50 é um bom exemplo (talvez o exemplo por excelência) desse tipo de narrativa abreviada de que fala Benjamin. A sua lógica era a da rapidez, da velocidade, da falta de tempo da sociedade industrial.

Essa nova racionalidade temporal também estava presente na “pirâmide invertida”. De acordo com esta técnica narrativa, o texto noticioso deveria ser estruturado segundo a ordem decrescente de interesse e relevância das informações, de



maneira que o leitor tivesse acesso aos dados essenciais sobre o acontecimento nos parágrafos iniciais, caso não pudesse ler a matéria até o final. Os fatos não deveriam ser narrados cronologicamente, mas expostos; não ordenados pela seqüência temporal, mas por sua importância (definida a partir dos interesses de um suposto “leitor-médio”).

A pirâmide invertida tinha uma dupla função. Além de atender à lógica da leitura rápida, facilitava também o processo de edição, permitindo que, na hora da montagem da página, se “cortasse” o texto pelo final (ponta da pirâmide), sem lhe causar danos de sentido.

Todas essas normas foram formalizadas em manuais de redação, que ao serem adotados pelos jornais, passavam a funcionar como um código de “leis” para os redatores e editores. Havia neles algumas regras gerais, válidas para o jornalismo como um todo, mas havia também regras específicas para cada periódico. Buscava-se, com isso, tanto a padronização dos textos jornalísticos (pela eliminação da liberdade estilística do discursos literário), quanto a construção da identidade dos diferentes veículos de informação.

As reformas contribuíram, sem dúvida, para a standardização dos textos dos jornais, mas a linguagem continuava a ser um fator determinante na diferenciação dos veículos e na segmentação do público. Era uma instância essencial no estabelecimento de vínculos entre os jornais e os seus leitores (daquilo que alguns semiólogos chamam de contrato de leitura).

O *Diário Carioca* foi o primeiro jornal brasileiro a adotar, de forma sistemática, as técnicas norte-americanas. Em março de 1950, este matutino lançou um manual de redação e estilo (o primeiro do Brasil). Era um folheto de 16 páginas, escrito por Pompeu de Souza, cujo título era “Regras de Redação do *Diário Carioca*”.

Cinco anos antes, este mesmo jornal já havia publicado uma coluna – chamada “Cartas a um foca” –, onde apresentava ao leitor as novas técnicas jornalísticas. O autor do texto escondia-se sob o pseudônimo de Joaquim Manoel. No primeiro artigo, dizia: “*Numa terra em que todos se julgam jornalistas, eis uma seção para discutir todos os dias problemas do jornalismo*” (DC, 04/08/1945: 4).

O *Diário Carioca* foi também o primeiro jornal a instituir na sua redação o *copy-desk*: um grupo de redatores, cuja função era revisar e, se necessário, reescrever as matérias para dar-lhes uma unidade de estilo. Tinha um papel essencialmente disciplinador: fiscalizava se os textos estavam de acordo com as normas do manual.

Ao lado do moderno conceito de notícia, que ganhou forma com as novas técnicas redacionais, também surgiu, na década de 50, uma nova maneira de se conceber o *design*, que estabeleceu novos padrões editoriais e gráficos para o jornalismo diário e introduziu concepções de estilo formalmente em choque com as práticas vigentes no país.

O jornalismo brasileiro, também na perspectiva visual, seguiu até então a modelo francês: excesso de títulos, ausência de lógica na hierarquia do material etc. As reformas gráficas dos jornais cariocas (principalmente a do *JB* e a da *UH*) impuseram um estilo mais ordenado. As manchetes e títulos passaram a ser padronizadas e a ter uma coerência interna. Recursos editoriais e formais, típicos de revistas, passaram a ser utilizados nos jornais diários. Subtítulos, entretítulos, *boxes*, textos complementares movimentavam e embelezavam as páginas, tornando a sua leitura mais agradável.

Foi nesse momento que nasceu o conceito de primeira página como vitrine, como uma espécie de “cardápio atraente” de tudo o que estava no interior do jornal. Pequenos resumos dos principais assuntos do dia passaram a ser impressos na capa dos periódicos.

Apresentação lógica, ordenação do material na página, disposição racional, essas eram algumas máximas do jornalismo carioca, que passou a adotar, como um valor estético, o princípio da funcionalidade.

*“O arranjo do jornal moderno deve ser funcional. Primeiramente porque existe muita concorrência para atrair a atenção do leitor (...). Além disso, com os custos de produção aumentando mais e mais a cada dia, não é conveniente para os editores empregarem tempo e dinheiro produzindo elementos tipográficos desnecessários”*  
(AnIRTV, 1959: 48).

Nesse período, surgiu também um novo conceito de fotojornalismo, baseado na idéia do instantâneo e do flagrante. As câmaras de formato 135, devido ao seu tamanho, davam ao fotógrafo uma maior agilidade e mobilidade. Os filmes, por sua vez, tornaram-se mais sensíveis, permitindo dispensar o uso do *flash*. Tudo isso possibilitou abordagens mais naturalistas, com o repórter intervindo menos na cena, sendo menos intrusivo e mais discreto. As fotos posadas foram sendo substituídas pelas imagens que privilegiavam o momento, a situação.

A fotografia deixou de ser meramente ilustrativa dos textos e passou a ser também informativa. O retoque, obrigatório até os anos 50, foi sendo abandonado. O

novo padrão estético, fruto da ideologia da objetividade, não permitia introduzir muitas alterações na imagem captada.

Os anos 50 marcaram também o processo de profissionalização da imprensa. O aumento dos salários permitiu que o jornalismo deixasse de ser um bico, uma ocupação provisória. Aos poucos foi desaparecendo a figura do aventureiro, que fazia do jornalismo apenas um lugar de reconhecimento ou que buscava no jornal a possibilidade de ascensão social através de negociatas, suborno e chantagem.

Ao longo desse período, os jornalistas foram adquirindo um sentido de categoria profissional diferenciada da dos literatos e da dos políticos. A criação do ensino superior de jornalismo foi um passo fundamental nesse processo.

Até então havia uma elite de profissionais, formada principalmente nas Faculdades de Direito, mas a grande maioria era mal preparada, não tendo sequer concluído o ensino médio (hoje, segundo grau). É comum, tanto nas entrevistas como nos depoimentos da época, reclamações a respeito do baixo nível intelectual dos repórteres. Muitos não sabiam redigir, apesar de dominarem as técnicas de apuração e investigação.

O curso de jornalismo foi criado pelo presidente Getúlio Vargas, através do decreto 5.480, de 13 de maio de 1943. Mas o primeiro curso (da Fundação Casper Líbero) só entraria em vigor em 1947, depois que um novo decreto (22.245 de 06 de dezembro de 1946) regularizou as condições de seu funcionamento. Foram a Universidade do Brasil (1948), atual UFRJ, e a Pontifícia Universidade Católica (1951) as duas primeiras universidades, no Rio de Janeiro, a fornecerem curso superior de jornalismo.

Se os jornalistas estavam se profissionalizando, as empresas jornalísticas também. Uma série de reformas administrativas foram implementadas, refletindo um maior empenho das empresas na defesa do seu patrimônio econômico. Tentou-se substituir a velha improvisação pelo planejamento e pela programação racional. Alguns jornais mudaram totalmente a sua organização interna, passando a contratar, não mais jornalistas, mas profissionais especializados para cuidar da administração. Foram alterados os critérios de investimento, a veiculação dos classificados, as formas de distribuição, o marketing, as promoções etc.

*“Temos assinado aqui a remodelação por que está passando a imprensa no Brasil. Todos os grandes jornais brasileiros, da última*

*guerra para cá, têm se reaparelhado material e editorialmente, construindo novos prédios, adquirindo novas impressoras, aperfeiçoando sua paginação, dando cuidados especiais à circulação. As tiragens têm aumentado constantemente. E isso se comprova através do aumento de consumo de papel que era, antes da guerra de 40 mil toneladas anuais e passou agora a cerca de 100 mil, num espetacular aumento de 150%.” (PN, 15/9/1950:24).*

A maioria dessas mudanças não foram introduzidas no jornalismo carioca de maneira gradual e espontânea. Apesar de já virem sendo gestadas há muito tempo, só conseguiram se impor através de um processo consciente de reformulação, levado a cabo de forma pioneira por algumas empresas jornalísticas e por alguns profissionais.

A reforma do jornalismo brasileiro está geralmente associada a empresas como o *Diário Carioca*, a *Tribuna da Imprensa*, a *Última Hora* e o *Jornal do Brasil* e a nomes como Pompeu de Souza, Luís Paulistano, Amilcar de Castro, Jânio de Freitas, Alberto Dines, Samuel Wainer e alguns outros. No entanto, ela não pode ser entendida apenas como obra de alguns visionários, alguns gênios revolucionários que, da noite para o dia, resolveram mudar o jornalismo nacional. Gostaríamos de pensar as reformas como algo que passou necessariamente pela ação individual de cada um desses personagens e de cada uma dessas empresas, mas que ao mesmo tempo os transcendeu, na medida em que apontava para características estruturais da sociedade brasileira e do jornalismo como prática social.

### **Nascimento da Indústria Cultural?**

Um dos principais objetivos da nossa investigação – como já afirmamos na Introdução – é entender o significado do conjunto dessas reformas (administrativas, redacionais, editoriais, gráficas e profissionais). O que impulsionou essas mudanças? Será que elas respondiam aqui à mesma lógica de transformação do jornalismo nos países capitalistas avançados?

A “modernização” do jornalismo ocidental – o seu avanço técnico e organizacional – está normalmente associado ao processo de popularização da imprensa. Nos Estados Unidos, deu os seus primeiros passos com a chamada *yellow press*, iniciada por Benjamin Day (*New York Sun*, 1833) e James Gordon Bennett (*New York Herald*, 1835), e impulsionada por Joseph Pulitzer e William Randolph Hearst, no final do XIX.

O advento da *yellow press* coincidiu nos EUA com associação da imprensa com a publicidade. Estabeleceu-se numa relação triangular e circular: o **jornal** (através do baixo preço do exemplar e da adoção de uma linguagem sensacionalista) atraía o interesse do **público**; este consumia junto com as notícias a **publicidade**; que, por sua vez, contribuía, através de verbas e financiamentos, para a manutenção dos jornais (reduzindo os seus custos e possibilitando a diminuição do preço do exemplar).

O alargamento do acesso à imprensa na Europa ocorreu de maneira similar à norte-americana. Na França, a fórmula que associava jornalismo e publicidade foi inaugurada, em 1836, por Émile Girardin no jornal *La Presse*. Mas a popularização da imprensa não teve a ver apenas com a maior facilidade na compra de jornais, devido a diminuição do preço de capa, foi consequência de mudanças estruturais mais profundas, ligada ao desenvolvimento das sociedades urbano-industriais: a melhoria dos meios de transporte de comunicação, melhoria nos padrões de vida, a generalização da instrução letrada, a elevação do nível cultural da população etc.

Apesar de existirem diferenças muito marcantes entre o tipo de imprensa que se desenvolveu na Europa e nos Estados Unidos, houve, a partir desse momento, uma tendência geral dos jornais se tornarem mais informativos, de se centrarem mais na narração dos fatos, sem tentar explicá-los ou comentá-los. Essa tendência foi mais forte na imprensa norte-americana, onde, a partir dos anos 20, começou a se desenvolver o conceito de objetividade.

O telégrafo teve um lugar de destaque nesse processo, pois permitiu uma transformação radical em toda a rede de notícias, com o surgimento das grandes agências internacionais. Como os serviços telegráficos distribuíam suas notícias a jornais de variadas tendências, tinham que satisfazer editores e jornalistas de gostos distintos; daí adotarem um estilo mais neutro e imparcial.

Além disso, o jornal-empresa, ao dar ênfase ao conteúdo informativo, ganhava vantagens sobre os diários de partido, que tendiam a uma audiência limitada. O mercado (e a busca por leitores) contribuiu para a maior neutralidade no registro dos eventos. Como o afirmou Bagdikian (1992), a objetividade tornou-se um imperativo comercial tanto quanto intelectual.

O processo de transformação técnica dos periódicos (a adoção de uma linguagem mais neutra e imparcial) foi, assim, concomitante à organização dos grandes conglomerados jornalísticos e à modernização da imprensa como um todo. Os jornais

tornaram-se informativos e “objetivos” no mesmo processo em que se tornaram grandes empresas, autônomas em relação ao campo político.

O desenvolvimento dos jornais-empresa impôs como necessidade a generalização de procedimentos técnicos em relação às normas de redação, à produção gráfica e à composição tipográfica. Não foi por mero acaso que o surgimento das grandes empresas jornalísticas coincidiu com o aparecimento dos *stylebooks*, ou manuais de redação (como ficaram conhecidos no Brasil).

O surgimento desses manuais foi apenas uma das faces de todo um processo que procurou, através da racionalização e padronização do estilo jornalístico, ordenar os critérios básicos, sem os quais a produção em série de textos (conforme a lógica industrial) seria impossível. Os manuais, além dos parâmetros da escrita, determinavam também o padrão de apresentação dos textos originais à composição gráfica. Impunham – e impõem até hoje – regras, por exemplo, em relação ao uso de aspas, siglas, números e destaque gráfico. Essas regras não se referiam apenas a uma obediência à gramática, à norma culta da língua, mas também à conveniência da produção industrial. A padronização facilitava não só a imediata assimilação das mensagens (pela restrição do código lingüístico), mas também a sua rápida produção.

As vantagens da diagramação também transcendiam o aspecto meramente visual. Permitiam uma redução sensível dos custos industriais dos jornais, pela eliminação do desperdício de mão-de-obra e de material. Ao racionalizar a composição das matérias e títulos, possibilitavam também maior velocidade na impressão. Além disso, disciplinavam repórteres e redatores, obrigando-os a limitar o tamanho de seus textos ao espaço reservado na página (BARROS, 1975: 15-16).

Os ideais e os valores do jornalismo norte-americano (sistematizados e incorporados nas técnicas de redação) não eram, no entanto, apenas consequência de uma política administrativa. Eram também (e é importante não perder isso de vista) elementos de uma cultura, de uma maneira de olhar, que não se reduzia totalmente a interesses empresariais (Cf. SCHUDSON, 1978)<sup>9</sup>.

A modernização da imprensa brasileira nos anos 50 parece, num primeiro momento, seguir o mesmo padrão do desenvolvimento norte-americano: uma racionalização da produção que apontava para a implantação de um jornalismo de massa

---

<sup>9</sup> Voltaremos a esta questão no capítulo IV.

no país. Noutras palavras, para a incorporação da imprensa na esfera da indústria cultural<sup>10</sup>.

A nossa pesquisa, no entanto, aponta para os limites e as contradições desse processo. Nos parece que, pelo menos no período inicial, a modernização do jornalismo nacional obedeceu a impulsos de outra ordem.

Concordamos com Gisela Goldenstein quando afirma que é possível um jornal introduzir procedimentos da indústria cultural sem adotar integralmente a sua lógica. A autora estudou o caso da *Última Hora*, que empregou as técnicas importadas e desenvolvidas no processo de conformação dessa indústria nos Estados Unidos, mas os colocou a serviço da política (no caso, do populismo varguista).

---

<sup>10</sup> O termo indústria cultural (IC) foi empregado pela primeira vez por Theodor Adorno e Max Horkheimer, no livro *Dialética do Esclarecimento*, publicado em 1947. Esses autores criaram a categoria para substituir "cultura de massa", considerada inadequada para dar conta da questão cultural na sociedade capitalista avançada. "Cultura de massa" escamotearia o aspecto mercadológico inerente à informação e à cultura nas sociedades contemporâneas, dando a falsa impressão de uma cultura de caráter popular. O termo IC seria mais adequado porque, ao falar em "indústria", chama atenção para a lógica que passa a intervir no mecanismo interno de produção da cultura. Essa lógica (que é a do mercado) se concretiza na introdução da produção em série – padronizada e estandarizada – e a sua adequação à necessidade (à demanda). Para Adorno e Horkheimer, ao se submeter à lógica mercantil, a cultura se empobreceria e se despolitizaria. A sua coerência puramente estética se esgotaria na imitação, na repetição da fórmula. Proporcionando, através da diversão e da fuga, um alívio às tensões e às pressões do cotidiano, facilitaria a adaptação dos indivíduos ao processo de trabalho. A diversão e o "tempo livre" seriam organizados como um prolongamento do trabalho alienado, com total cancelamento da reflexão e perda do impulso polêmico, da capacidade de estremecimento e rebelião. Levaria ao "consentimento total e acrítico", funcionando como um aparelho ideológico que estende à esfera do lazer seus instrumentos de controle social. Adorno e Horkheimer eram uns dos principais representantes da Escola de Frankfurt, corrente teórica que teve um papel fundamental nos primórdios dos estudos sobre comunicação. Junto com o funcionalismo norte-americano, polarizou, em torno da questão dos efeitos, a reflexão sobre meios. O debate entre a corrente pessimista (Frankfurt) e a otimista (Funcionalismo) se celebrou através dos termos "apocalípticos" e "integrados", criados por Umberto Eco nos anos 70. Nesta década, começou a se desenvolver uma série de estudos que, de diferentes posições teóricas e disciplinas, questionavam a hegemonia do paradigma dos efeitos. Nesse contexto, muitas críticas foram feitas à postura da Escola de Frankfurt. Uma das principais se centrou no forte elitismo presente nas suas abordagens, que só enxergavam na mídia o instrumento de alienação totalitária. O pensamento frankfurtiano é marcado por uma forte dose de aristocracismo cultural. Trata-se de uma teoria da cultura que faz do erudito seu único paradigma, único lugar de acesso à verdade, relegando como simples e alienante diversão qualquer outro tipo de prática cultural. Os frankfurtianos consideravam a "qualidade" estética como algo inerente às obras da alta cultura e ausente da IC. Demonstravam desprezo pelo gosto popular, considerado como ausência de gosto ou como mau gosto. A sua ansiedade contra a contaminação é fruto de uma visão essencialista e estática de cultura. Os frankfurtianos, além disso, consideravam os receptores em termos meramente passivos, enquanto massa de manobra; o que os leva a trabalhar com um visão tutelar, vitimizadora das classes populares. Acreditamos, entretanto, que despidido de seu caráter pessimista e elitista e inserido em outro contexto teórico (que pensa a cultura de um ponto de vista dialógico e os receptores como sujeitos ativos), o conceito de IC pode ainda ser profícuo para se pensar o fenômeno da produção cultural nas sociedades contemporâneas. O uso deste conceito se justifica também pela ausência de outro mais adequado. Autores como Gisela Tascher e Renato Ortiz utilizam a categoria para sublinhar o fato de que, a partir de um certo momento, a produção de determinados bens culturais passa a se subordinar à lógica do mercado. A racionalidade da empresa (a busca do lucro, a tentativa de obtenção do maior público possível) se impõe à produção da cultura, subordinando a mensagem a seus parâmetros. É nesta acepção que utilizamos o termo neste trabalho.

Isto não foi, no entanto, uma exclusividade da *UH*. O mesmo ocorreu com todos os jornais pioneiros na modernização, que estudamos: *Diário Carioca*, *Tribuna da Imprensa* e *Jornal do Brasil*. Todos (em graus variados) adotaram as técnicas modernas como armas de luta política. O que não significa que interesses econômicos (ligados diretamente ao mercado) não tenham igualmente impulsionado as mudanças.

É que não havia, nos anos 50, (segundo acreditamos) nenhuma contradição entre a lógica da empresa jornalística e a lógica da política. As duas se adequavam uma a outra, às vezes de uma maneira perfeita, às vezes precariamente.

Isso não se deve, de forma alguma, a uma suposta mentalidade arcaica dos produtores de notícia. Pelo contrário: se esse arcaísmo existia, não era a regra. As idéias “modernas” já vinham, há tempos, influenciando os profissionais de jornalismo na forma como eles se viam e entendiam a sua profissão. Como dissemos anteriormente, nos lugares de auto-referenciação jornalísticas já se encontrava referência a essa nova mentalidade nas primeiras décadas do século<sup>11</sup>. A partir dos anos 50, o volume desse tipo de material era cada vez maior.

Os limites à indústria cultural diziam respeito não à mentalidade de seus atores, mas às condições concretas do desenvolvimento do capitalismo brasileiro e, nesse contexto, à conformação empresarial e administrativa do campo jornalístico.

Até a década de 40, 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. É certo que depois da Guerra, como mostrou André Hons (1982), o aspecto empresarial começou a prevalecer. Dados econômicos – como taxas cambiais, inflação, desenvolvimento ou recessão, preço das matérias primas etc. –, que antes repercutiam apenas indiretamente, passaram a influir diretamente nos jornais.

Esta tese defende, no entanto, a hipótese de que o aspecto político jamais desapareceu totalmente, exercendo um papel fundamental – estrutural – na dinâmica das empresas jornalísticas. Apesar de terem se afirmado imperativos de gestão e de administração, estes ainda não eram suficientes para garantir a autonomia das empresas. Por isso, os jornais jamais deixaram de cumprir um papel nitidamente político. O apoio a determinados grupos que estavam no poder ou na oposição (dependendo da

---

<sup>11</sup> Essa mentalidade “moderna” tinha, entretanto, seus limites e trazia as marcas das idiossincrasias da nossa formação social, como veremos no capítulo 4.



conjuntura) era essencial para garantir a sobrevivência de algumas empresas, fosse através de créditos, empréstimos, incentivos ou mesmo publicidade.

Como definiu muito bem Hélio Fernandes (proprietário do jornal *Tribuna da Imprensa* desde 1962):

*“Na medida em que um órgão de comunicação cresce e se transforma em empresa, passa a ter necessidades tão grandes quanto uma fábrica de camisas, um siderúrgica, uma fábrica de cimento. Algumas empresas no Brasil nesses últimos 20 anos [depoimento da década de 70] não faliram porque eram jornais; se fossem indústrias estariam falidas. As aproximações e ‘desaproximações’ com o poder são, portanto, em jornalismo, muito normais.”* (CPDOC/FGV).

Os jornais cariocas do pós-guerra – apesar de bem mais sofisticados e complexos do que os do período anterior – eram ainda pequenos em termos de patrimônio líquido e não tinham condições para acumular capitais e auto-financiar o seu desenvolvimento. A expansão do sistema bancário foi, nesse momento, fundamental para a modernização da imprensa. Mas os grandes financiadores do jornalismo carioca eram ainda sobretudo os bancos estatais.

O caso mais conhecido é o da *Última Hora*, que só existiu graças a grandes empréstimos concedidos pelos estabelecimentos oficiais de crédito. Mas, como já dissemos, não era o único. Pelo contrário: o favorecimento governamental à imprensa era uma norma geral. O maior captador dos créditos oficiais, aliás, não era a *UH* de Wainer, mas os *Diários Associados* de Assis Chateaubriand.

As empresas de Roberto Marinho eram igualmente uma das mais beneficiadas. De outubro de 1950 a dezembro de 1952, só o jornal *O Globo* levantou em sucessivos empréstimos no Banco do Brasil mais de 1 milhão dólares (valor da época). Em todos, obteve condições de pagamento extremamente vantajosas e deu a sua velha rotativa Goss como garantia. A mesma impressora foi hipotecada, simultaneamente, 5 vezes (SODRÉ, 1966:460-462).

Apoiando-se, assim, na rede bancária ampliada e sobretudo nas facilidades de crédito dos órgãos governamentais, os jornais do Rio fizeram grandes investimentos nos anos 50. Os parques gráficos foram renovados, novas tecnologias foram introduzidas (com compra de novos equipamentos e rotativas). Alguns jornais chegaram a construir sedes suntuosas, utilizado-as como símbolo da modernização da nova fase.

Isto significa que relações arcaicas (políticas, baseadas em laços pessoais, interesses imediatos, compadrios etc.), em certa medida, financiaram a modernização da imprensa, fato que aponta para uma lógica bastante diferente daquela da IC nos países capitalistas avançados, como os Estados Unidos. Lá, como vimos, a publicidade possibilitou o surgimento de jornais de grande tiragem e baixo preço (*penny press*) e o desaparecimento dos jornais de opinião.

No Brasil, a maior parte dos jornais possuía um equilíbrio econômico precário e, por isso, dependia de favores, subsídios e subvenções para assegurar a sua existência. Aos poucos, ao longo exatamente desses anos, com o desenvolvimento industrial do país, a publicidade vai ganhando força, assim como o sistema financeiro (privado). Mas apenas no final dos anos 60 e no início dos anos 70, eles permitiriam uma maior autonomização do campo jornalístico.

O jornalismo dos anos 50, como já se afirmou, corresponde mais à pré-história da IC do que à sua história propriamente dita. Os diários analisados neste trabalho (*Diário Carioca, Tribuna da Imprensa, Última Hora e Jornal do Brasil*) eram todos produtos híbridos. Em diferentes graus, eram os quatro simultaneamente jornais de causa e de IC, ao mesmo tempo, arcaicos e modernos.

### **A crise da imprensa e o processo de concentração**

A história da modernização da imprensa carioca é também a história do desaparecimento de parte dela. Desde 1950, um processo de concentração empresarial começou a se processar em todos níveis: quantitativo (redução do número de títulos em circulação), qualitativo (diferenciação entre grandes e pequenos) e financeiro (expansão dos grupos de imprensa). Nesse período, entretanto, esse processo apenas iniciava, vindo a efetivar-se nos anos 60. Entre 1959 e 1963, o número de jornais diários no país seria reduzido de 252 para 187. Dos 65 que encerraram suas atividades, 30 eram editados em capitais como Rio e São Paulo. Em 1954, na Guanabara eram editados 26 jornais, onze dos quais com tiragens entre 40 a 110 mil exemplares. Em 1977, o número de diários tinha sido reduzido a metade e apenas 3 deles (*O Dia, O Globo e o JB*) monopolizavam mais de 70% da circulação (HONS, 1982: 161).

Jornais cariocas tradicionais foram tragados nesse processo de concentração, como o *Diário da Noite* (que chegou a ser um dos principais vespertinos do Rio de Janeiro), o *Correio da Manhã* (durante mais de 70 anos um dos principais jornais do

país), *O Jornal* (órgão líder dos *Diários Associados*), o *Diário de Notícias*, *A Notícia*, a *Luta Democrática* e, ironicamente, dois dos pioneiros na reforma e modernização do jornalismo nacional: o *Diário Carioca* e a *Última Hora*.

O declínio de cada um desses jornais remete a circunstâncias e conjunturas próprias a cada uma das instituições. Em alguns casos, deveu-se à má administração, em outros, a perseguições políticas. No entanto, o desaparecimento desses órgãos traduz aspectos estruturais, que apontam para uma nova configuração do mercado jornalístico e para uma outra correlação de força no seu interior.

Acreditamos que esse processo de concentração foi reforçado pela “modernização” da imprensa. Não que tenha havido uma relação mecânica entre os órgãos reformadores e os sobreviventes. Como já mencionamos, *UH* e *DC* – dois pioneiros na reforma e na inovação – não sobreviveram à nova conjuntura que se firmou no pós-64. Mas as empresas que se projetaram nesse período – como *O Globo* e o *JB* – foram aquelas que melhor souberam se ajustar não apenas à ordem política imposta pelo regime militar, mas também às novas exigências técnicas e empresariais do mercado jornalístico.

## 1.2. Uma década de mudanças

Foi somente ao longo dos anos 50 que se reuniram as condições macroestruturais para que a longa fase do jornalismo literário e político fosse superada e a imprensa ingressasse definitivamente na fase industrial e empresarial. Houve, nesse momento, a conjugação de vários fatores favoráveis às reformas. Enumeraremos a seguir, de maneira bastante breve, alguns deles.

### **Condições Políticas: Democracia e Liberdade de Imprensa**

O clima de liberdade que vivia o país no contexto constitucional e democrático – entre a queda do Estado Novo em 1945 e o golpe militar de 64 – estimulou o exercício da independência e da expansão dos meios informativos.

Durante a ditadura Vargas, a imprensa tinha sido completamente controlada pelo Estado, sobretudo devido ao Departamento de Imprensa e Propaganda<sup>12</sup>. A historiografia normalmente considera este órgão em seu aspecto de censura e de propaganda político-ideológica, mas a sua ação foi muita mais ampla (Cf. GOULART, 1990). Através do DIP, o Estado coibiu e centralizou os meios de comunicação, colocando-os indiretamente sob sua tutela.

Em primeiro lugar, o DIP era responsável pela fiscalização dos órgãos de comunicação. Tinha a incumbência de fazer cumprir todas as normas e os dispositivos legais referentes ao funcionamento da imprensa no país. Além disso, lhe cabia a aplicação das sanções, a cobrança de taxas e multas, assim como a concessão de isenções, prêmios e subvenções. Controlava até as relações de trabalho nos diferentes veículos. O cadastramento das empresas e de seus funcionários era condição necessária quer para o funcionamento das primeiras, quer para o exercício da profissão por parte dos segundos<sup>13</sup>.

A ação do DIP se dava também na própria produção de bens culturais. Além da censura, exercida diretamente nas redações pela presença física dos censores ou por telefone, havia os boletins que listavam os assuntos proibidos como, por exemplo, acontecimentos que mostrassem ou sugerissem descontentamento e oposição ao regime,

---

<sup>12</sup> Em julho de 1931, o Governo Provisório criou o Departamento Oficial de Propaganda, que se transformaria, em 1934, no Departamento de Propaganda e Difusão Cultural. O DIP só seria criado no Estado Novo, através do decreto 1.949, de 30 de dezembro de 1939.

<sup>13</sup> O decreto 1.949, de dezembro de 1939, instituía a obrigação, para todas as publicações, de obter registro no DIP, sob a alegação de reorganizar e de legalizar a situação administrativa dos jornais. Na realidade, o Registro Nacional de Imprensa foi um instrumento de coerção.

problemas econômicos (como escassez ou alta de preço de produtos) e corrupção, subornos ou sindicâncias que envolvessem pessoas direta ou indiretamente ligadas ao governo. Se um órgão não cumprisse as determinações, poderia ser multado, suspenso temporariamente ou mesmo fechado<sup>14</sup>.

Os jornais eram constrangidos também a divulgar e a retransmitir as notícias produzidas pela Agência Nacional. Esta dispunha de um corpo de redatores para elaborar textos noticiosos, que eram mimeografados e encaminhados aos jornais.<sup>15</sup> Isso, além da produção da “Hora do Brasil”, que ocupava 70 minutos, entre as 19 e 20 horas, das emissoras de rádio e do “Cine-jornal Brasileiro”, exibido em todos os cinemas do país<sup>16</sup>. Se não bastasse, o governo possuía seus próprios veículos de comunicação, as Empresas Incorporadas ao Patrimônio da União, que incluíam importantes jornais como *A Noite* e *A Manhã*, além da *Rádio Nacional*, a mais popular da época.

A extinção do DIP significou, portanto, não apenas o desaparecimento da censura, mas também fim do controle dos órgãos da imprensa, o que facilitou (pelo menos em um primeiro momento) o surgimento de novos títulos. No pós-guerra, foram lançadas, no Rio de Janeiro, inúmeras folhas como a *Tribuna Popular*, *A Classe Operária*<sup>17</sup>, *O Popular*<sup>18</sup>, *Vanguarda Socialista*, *Resistência* (todas em 1945), *Diário Trabalhista*, *O Mundo*<sup>19</sup> (ambas em 1947) e *Tribuna da Imprensa* (em 1949).

Apesar da repressão do governo Dutra ao Partido Comunista e seus militantes, o período de 1945-50 foi marcado pelo desenvolvimento da imprensa de esquerda. Dos jornais citados, apenas o último – a *Tribuna da Imprensa* de Carlos Lacerda – estava associado a uma posição política mais conservadora. Mas não foram apenas os diários progressistas que lucraram com a redemocratização. Com o crescimento do noticiário político, jornais como *O Globo*, o *Jornal do Commercio* e o *JB* apresentaram significativos aumentos de tiragem.

Com a Constituição de 1946 e o desaparecimento dos órgãos censórios do Estado Novo, voltou a vigor o decreto n. 24.776 de 1934, que garantia a livre

<sup>14</sup> Estima-se em 61 o número de publicações fechadas durante o Estado Novo (HONS, 1985: 69).

<sup>15</sup> Cerca de 60% das matérias publicadas eram fornecidas pela Agência Nacional. Os jornais eram obrigados a reproduzir os discursos oficiais, a dar ampla cobertura às inaugurações, a enfatizar as notícias dos atos do governo, a publicar fotos de Vargas etc. (CAPELATO, 1999:175).

<sup>16</sup> O DIP produziu, nos seus dois primeiros anos de existência, 174 filmes e 868 reportagens (FARO IN MELO, 1981:88).

<sup>17</sup> A *Tribuna Popular* e *A Classe Operária* foram ambos fundados pelo Partido Comunista, no breve período de sua legalidade (1945- 1947)

<sup>18</sup> Vespertino, começou a circular em julho de 1951, dirigido por Domingos Velasco (senador pelo Partido Socialista) e por Francisco Mangabeira (filho de João Mangabeira).

manifestação de pensamento. Em 1952, foi sancionada a lei n. 1.082 (de Segurança Nacional) e, no ano seguinte, a 12 de novembro, foi sancionada a lei de imprensa n. 2.083. Ao longo da vigência dessas leis, entretanto, os órgãos de informação conheceram poucos momentos de repressão.

### Um período de agitações políticas

O período 45-64 foi, contudo, marcado pela instabilidade política. A redemocratização de 1945 levou ao retorno do pluripartidarismo, com a criação do PSD (Partido Social Democrático) e do PTB (Partido Trabalhista Brasileiro), ambos sob a influência de Vargas, e da UDN (União Democrática Nacional), reunindo elementos da oposição a Getúlio, identificadas com as idéias do liberalismo. Ao longo dos anos 50, esse último partido foi caminhando para a direita, na mesma medida em que o populismo getulista (sobretudo aquele ligado ao PTB) foi para a esquerda, recebendo o apoio de setores de diversos matizes, como socialistas e comunistas. A polarização política passou, então, a dar o tom das disputas, ganhando expressão jornalística, no Rio de Janeiro, na briga entre *Última Hora* e *Tribuna da Imprensa*.

Uma das mais agudas crises da história política do país ocorreu no segundo Governo Vargas. Na realidade, tratou-se de uma série de crises, que tiveram na imprensa o seu principal *locus*. Os jornais se situavam no centro mesmo da luta, exercendo um papel determinante na evolução dos acontecimentos. Através das suas campanhas, pode-se acompanhar a lenta desestabilização do governo até o desfecho final, com o suicídio do presidente.

Desde antes do lançamento da candidatura de Vargas, os ataques violentos da oposição já se faziam sentir nos jornais. Nesse sentido, é bastante emblemática a famosa afirmação de Carlos Lacerda, publicada em 1º de junho na *Tribuna da Imprensa*: “O Sr. Getúlio Vargas, senador, não deve ser candidato a presidente. Candidato, não deve ser eleito. Eleito, não deve tomar posse. Empossado, devemos recorrer à revolução para impedi-lo de governar”. Mas Getúlio – apoiado pelo PTB e pelo PSP (o Partido Social Progressista de Ademar de Barros) – candidatou-se e ganhou a eleição com 48,7% dos votos. A UDN tentou impedir a sua posse, alegando a exigência (inexistente na Constituição) da maioria absoluta, mas em vão.

---

<sup>19</sup> *O Mundo* pertencia a Geraldo Rocha.

Depois da posse, a primeira grande crise do governo seria provocada pela Guerra da Coréia. O conflito teve repercussões no Brasil porque acirrou, no interior do exército, as controvérsias entre os nacionalistas radicais e os anticomunistas<sup>20</sup>. A situação acabou levando à demissão do ministro da Guerra, Estillac Leal.

Em janeiro de 52, Vargas baixou um decreto-lei limitando em 10% a remessa de lucros das empresas estrangeiras. A imprensa reagiu imediatamente, acusando o presidente de ameaçar o desenvolvimento econômico do país. Novas polêmicas seriam geradas com o projeto de criação da Petrobrás, encaminhado ao Congresso em dezembro de 1951 e aprovado em outubro de 1953.

A nomeação de João Goulart para ministro do Trabalho, em junho de 1953, alarmou industriais, classe média e militares conservadores, gerando novas tensões. Sua pretensão de aumentar em 100% o salário mínimo – ferozmente atacada pela mídia – acabou resultando na sua queda, em fevereiro de 1954.

Um dos períodos mais tensos do governo Vargas foi o da campanha contra a *Última Hora*, que teve seu ápice com a instauração, em março de 1953, de uma Comissão Parlamentar de Inquérito para investigar as denúncias de favoritismo das instituições oficiais de crédito para com aquele jornal.<sup>21</sup> Mas a CPI; apesar de abalar profundamente a imagem de Getúlio, não conseguiu provocar o seu *impeachment*, cujo projeto foi apresentado, em maio de 1954, por Afonso Arinos, líder da UDN na Câmara.

O golpe final contra Vargas só veio em agosto de 1954, quando Lacerda sofreu um atentado na porta do seu prédio, na Rua Toneleros, sendo morto no episódio o major Rubens Vaz. O inquérito sobre o crime foi realizado pela Aeronáutica, na Base Aérea do Galeão, reduto da oposição, que ganhou da imprensa o apelido de “República do Galeão”. Os proprietários e diretores dos principais jornais do Rio – Elmano Cardim, Roberto Marinho, João Portela Ribeiro Dantas, Carlos Rizzini, Chagas Freitas, Othon Paulino, Paulo Bittencourt, J. E. Macedo Soares, Horácio de Carvalho, Danton Jobim e Pompeu de Souza – reivindicaram a participação de um representante deles no inquérito, alegando ter se tratado de um atentado contra à imprensa.

---

<sup>20</sup> Após a Segunda Guerra, o sistema internacional assumiu uma configuração bipolar (dicotomia EUA-URSS). A ESG (Escola Superior de Guerra) – criada em 1949 sob a influência dos Estados Unidos – acolheu a visão estratégica da Guerra Fria, a de que o dilema de segurança internacional exigia uma doutrina de segurança interna. Os primeiros comandantes da ESG, Oswaldo Cordeiro de Farias e Juarez Távora, promoveriam a idéia da interdependência com os EUA e o conceito de subversão comunista pelo mundo.

<sup>21</sup> Esse assunto será tratado com detalhes mais a frente.

As investigações, em pouco tempo, identificaram Gregório Fortunato, chefe da guarda pessoal de Getúlio e homem de sua confiança, como mandante do crime. Os jornais, então, não deram trégua. A renúncia do presidente era exigida nas manchetes das primeiras páginas não apenas da *Tribuna da Imprensa*, mas também nas do *Correio da Manhã*, do *Diário Carioca*, do *Diário de Notícias* e de outros.

O suicídio do presidente, dia 24 de agosto, provocaria um revés na situação. As reações populares contra aqueles identificados como os inimigos de Vargas ocorrerem em todo o país. Em São Paulo, a polícia impediu que uma massa, estimada em 20 mil pessoas, depredassem a sede dos *Diários Associados*. No Rio, houve também muitos tumultos. Na Cinelândia, onde se localizava a sede do PTB, uma grande multidão se reuniu para ouvir a carta testamento. Dalí muitas pessoas caminharam até a Rua do Lavradio e, entre gritos de “morra Lacerda”, tentaram invadir a *Tribuna*. O mesmo ocorreu com outros jornais, como o *CM* e o *DC*, e com a *Rádio Globo*. Duas caminhonetes do jornal *O Globo* foram incendiadas. Quase todos os jornais – com exceção de *UH* – tiveram dificuldades de circular nesse dia.

Quando assumiu a presidência, Café Filho – que, durante a crise de agosto, havia rompido publicamente com Vargas – montou uma equipe com pessoas ligadas à UDN. O novo presidente, entretanto, apoiou os princípios da legalidade, nos quais se incluía a realização, em outubro, de eleições para o Congresso e para os governos dos estados. Alguns políticos udenistas (entre eles, Lacerda), temendo que o impacto do suicídio pudesse influir desfavoravelmente nas eleições, defendiam o seu adiamento e a instalação de um “regime de exceção”. Mas as eleições ocorreram normalmente, na data prevista.

Em 1955, realizou-se outro pleito, dessa vez para presidente da República. Juscelino Kubitschek lançou-se como candidato, tendo João Goulart como vice. Reatualizava-se, assim, a aliança PTB-PSD. Mas a reação de Lacerda não se fez demorar. O proprietário da *Tribuna da Imprensa* começou a atacar incessantemente o que chamou de o retorno do getulismo. Um dos episódios mais marcantes da sua campanha contra as candidaturas de JK e de Jango foi o da Carta Brandi. Em 17 de setembro de 1955, a *Tribuna* publicou, com muito alarde, uma carta – atribuída ao deputado argentino Antônio Jesus Brandi –, que relatava entendimentos secretos entre Goulart e Perón. O documento, como se provou depois, era falso.

Juscelino foi eleito com 36% dos votos e Jango com 44%. A UDN (através do deputado Pedro Aleixo) entrou, então, com o pedido de impugnação das eleições no



termos de anti-imperialismo e restrição ao capital estrangeiro, foi amenizada pelo “desenvolvimentismo”<sup>24</sup>. A imprensa diária, aliás, cedia um grande espaço a intelectuais do ISEB.<sup>25</sup> As realizações econômicas do governo eram manchetes de primeira página e a construção de Brasília, apesar das críticas, foi acompanhada passo a passo até a sua inauguração, no dia 21 de fevereiro de 1960.

Apesar de todas as crises políticas do período 45-64, em nenhum momento, a liberdade de imprensa foi gravemente atingida. Com exceção do Golpe do Lott, a ordem constitucional não foi violada e se houve censura aos veículos de comunicação durante o estado de sítio<sup>26</sup>, ela foi episódica, desaparecendo logo nos primeiros momentos do governo JK. Em 1956, Juscelino até tentou encaminhar ao Congresso o projeto n. 1.943, pretendendo uma reforma da imprensa em moldes pouco liberais. Mas as reações foram muito violentas. Afonso Arinos chegou a dedicar um capítulo do seu livro *Pela liberdade da imprensa* para criticar o projeto, que acabou não saindo do papel (COSTELLA, 1970: 121).

### **Condições Econômicas e Técnicas: Industrialização e Desenvolvimentismo**

Nos anos 50, as grandes mudanças macro-sociais (como industrialização, crescimento econômico e demográfico e aumento do nível de instrução da população) se combinaram a fatores conjunturais (como política de crédito e legislação fiscal) para impulsionar a transformação da empresa jornalística.

A economia brasileira nos anos 50, sobretudo no período Kubitschek, sofreu profundas transformações. Nessa época, operou-se uma ruptura com a orientação das políticas econômicas anteriores. O Estado começou a adotar novas estratégias de financiamento para a indústria e elegeu o setor de bens de consumo duráveis como

<sup>24</sup> Ao contrário do nacionalismo varguista, que contempla a criação de uma nação independente através da industrialização pesada e do intervencionismo estatal, o novo projeto nacionalista procurava dar ênfase ao termo “desenvolvimentismo”, o que permitia o equilíbrio de interesses diversos (MENDONÇA, 1985).

<sup>25</sup> O ISEB (Instituto Superior de Estudos Brasileiros), criado em 1955, congregava intelectuais importantes das mais diferentes tendências, como Roland Corbusier, Hélio Jaguaribe, Nelson Werneck Sodré e Cândido Mendes. Promovia cursos, palestras e encontros, além de lançar uma série de livros e publica oes, a partir dos quais se difundia os princípios do nacional desenvolvimentismo. Com algumas variantes, suas propostas baseavam-se na industrializa ao aut onoma (segundo eles, única forma capaz levar o país a superar o subdesenvolvimento), apoiada politicamente numa frente composta pela burguesia nacional, pelo proletariado, por intelectuais e grupos técnicos da administra ao. Os conceitos elaborados pelo ISEB difundiram-se por amplos setores da sociedade – engajados no projeto de desenvolvimento nacional – e serviram de paradigma para a apreensão da realidade brasileira nos anos 50 e 60. A euforia nacionalista ocultava, entretanto, a própria internacionaliza ao da economia (o fato de que o país tornava-se cada vez mais dependente dos investimentos maciços de capital e tecnologia externos).

ponta da acumulação capitalista. Já em fevereiro de 1956, Juscelino pôs em prática o seu Plano de Metas, instituindo o Conselho de Desenvolvimento Econômico<sup>27</sup>. Definiu prioridades de investimentos, assim como estratégias para dirigir os recursos privados. Estabeleceu 31 metas, voltadas para quatro setores chaves: energia, transporte, alimentação e indústria de base.

Como consequência da nova política, o valor da produção industrial aumentou 80%, entre 1957 e 1961, com altas porcentagens nos setores de eletricidade e comunicações (380%) e no de transporte (600%). Nesse mesmo período, o PIB cresceu anualmente 7%, correspondendo a uma taxa *per capita* de quase 4%. Se considerarmos toda a década de 50, o crescimento do PIB brasileiro foi aproximadamente três vezes maior do que do resto da América Latina (SKIDMORE, 1982:204).

O crescimento do mercado interno e da indústria brasileira permitiu o desenvolvimento da publicidade e, com o aumento da publicidade, todos os órgãos de comunicação, de forma geral, aumentavam seus faturamentos. Mesmo com o desenvolvimento do rádio e com o aparecimento da televisão, a imprensa continuou a ser (até, pelo menos, o final dos anos 60) o veículo preferido dos anunciantes<sup>28</sup>.

Uma das dimensões mais importantes da política desenvolvimentista foi o enquadramento do Brasil às novas exigências do capitalismo internacional, através da abertura do país ao capital estrangeiro, sob forma de empréstimo e investimento direto.<sup>29</sup> Mas as primeiras multinacionais a se instalarem no país não foram norte-americanas. Atrelados ainda ao padrão tradicional da divisão internacional do trabalho, que reservava aos países periféricos o papel de produtores de bens primários, os EUA resistiram, num primeiro momento, a esse processo, que teria como pioneiros a Europa e o Japão (que, nesse momento, já tinham concluído os planos de reconstrução nacional do pós-guerra).

No final dos anos 50, entretanto, os Estados Unidos já exerciam um importante papel na nossa economia. Segundo registro oficial da Fisban, 70% do total do capital

---

<sup>26</sup> No dia 25 de novembro, Nereu Ramos declarou estado de sitio, que durou até a posse de JK, a 31 de janeiro de 1956.

<sup>27</sup> Subordinados ao Conselho de Desenvolvimento Econômico, foram criados os Grupos de Trabalho e os Grupos Executivos, cujo objetivo era incentivar investimentos em setores estratégicos, agilizando a execução do Plano de Metas à margem do jogo político do Legislativo e transferindo para os gabinetes dos técnicos as decisões da política econômica. Tem-se, assim, a afirmação dos tecnocratas – quase todos ligados ao ISEB – na cena administrativa brasileira.

<sup>28</sup> Dados sobre o crescimento da publicidade, ver parte 2.

estrangeiro investido no país era norte-americano. Esta porcentagem correspondia a mais do que o dobro de todos os demais investimentos estrangeiros juntos. Além disso, mais de 48% das exportações brasileiras eram absorvidas por aquele país (*IPI*, 06/1956: 87).

Um ponto importante a observar é que, apesar de São Paulo ser o centro dinâmico do capitalismo brasileiro, foi no Rio de Janeiro que se realizaram de forma pioneira as reformas jornalísticas. Por ser distrito federal, era aqui que se concentravam as mais importantes instituições literárias e culturais. Era um centro de atração para escritores, artistas e intelectuais de todo o país. Mas o Rio não era apenas a capital administrativa e cultural, era também um dinâmico núcleo econômico. A segunda cidade em produção industrial possuía a maior renda per capita (Cr\$ 29.211,00 em 1955) e o maior índice de concentração demográfica do Brasil. Seu território, que correspondia a apenas 0,01 da superfície total do país, concentrava 4,8% da população e aproximadamente 15% da renda nacional. Em arrecadação tributária, só perdia para o Estado de São Paulo (*PN*, 10/11/1958:10-11). O Rio de Janeiro era também a cidade mais alfabetizada. Segundo o IBGE, a taxa de alfabetização do DF, em janeiro de 1945 (antes da campanha de alfabetização de adultos) era de 82,2% (*Estatística e Educação*, 1949: 176).

Uma outra questão importante diz respeito às possibilidades tecnológicas da modernização jornalística. A expansão do sistema de comunicação (telefone, rádio, telex), aliada aos novos sistemas de composição e impressão, permitiu que os jornais adquirissem maior velocidade na captação das informações e na produção gráfica dos impressos. Não se pode esquecer também as inovações nas técnicas fotográficas (câmara 135, filmes de alta sensibilidade etc.), já mencionadas, que possibilitaram a transformação da linguagem jornalística.

É importante lembrar ainda que a política cambial dos anos 50, que garantia custo privilegiado do dólar para a importação de papel e de outros materiais de impressão, foi extremamente favorável à modernização das empresas jornalísticas. Todas as que podiam reunir recursos trataram de reaparelhar os seus parques gráficos. A queda do poder aquisitivo da moeda e a desvalorização cambial, no início da década de 60, imporiam maiores ônus às empresas jornalísticas, sobretudo na aquisição de

---

<sup>29</sup> A participação do capital estrangeiro começou a ser estimulada ainda no governo Café Filho, com a Instrução 113 da SUMOC, que oferecia aos investidores a possibilidade de importação de bens de produção sem cobertura cambial.

maquinaria, de papel e outros insumos. Mas algumas ainda assim aumentariam as suas receitas, principalmente devido à publicidade, conseguindo não só enfrentar a crise, como sair dela fortalecidas.

### **Condições Culturais: Cinema Novo, Bossa Nova, Novo concretismo**

A década de 50, principalmente a sua segunda metade, foi de efervescência cultural. Movimentos artísticos buscavam, nas diferentes áreas (música, cinema, literatura e artes plásticas) formas de expressão capazes de se integrar à idéia de modernidade e desenvolvimento, tão presente no imaginário da época. Como havia várias propostas e opiniões em confronto, o resultado era um clima de debate intelectual e artístico extremamente estimulante.

A Bossa Nova talvez tenha sido o movimento que melhor encarnou a ideologia da modernização dos anos 50. O seu marco inicial é considerado o LP “Canção do amor demais”, de 1958, na qual João Gilberto, com sua original “batida”, acompanhava Elizeth Cardoso no “Chega de saudade”, composição de uma dupla que se tornaria célebre: Tom Jobim e Vinícius de Moraes. Nesse mesmo ano, João Gilberto lançou “Desafinado”, música que se tornaria o hino do movimento.

Em relação à produção cinematográfica, o Rio vivia, com a Vera Cruz, o período áureo das chanchadas<sup>30</sup>. Mas o público carioca seria, em 1955, surpreendido com “Rio, 40 graus”, de Nelson Pereira dos Santos. Era o Cinema Novo que se iniciava, contrapondo-se às pretensões industrializantes de então. O lema “Uma câmara na mão e uma idéia na cabeça” expressava a proposta de uma produção artesanal, rápida, barata e, de preferência, feita fora de estúdios. A idéia era que o cinema deixasse de ser mero espetáculo e fosse também uma forma de reflexão. Buscava-se, através da temática social, dar forma à cultura nacional.

Os anos 50 foram também uma fase de grande popularização do teatro. Um marco importante, nesse processo, seria o TBC (Teatro Brasileiro de Comédia), criado em 1948 por Franco Zampari. Mas o moderno teatro brasileiro teve início mesmo com Ziembinski, à frente do grupo Os Comediantes. Seu marco inaugural foi a montagem,

---

<sup>30</sup> Em São Paulo cinema começava, nesse momento, a florescer. Várias companhias produtoras foram criadas, através do financiamento de grupos industriais paulistas. A principal delas, a Cia Cinematográfica Vera Cruz – fundada em 1949 por Francisco Matarazzo Sobrinho e Franco Zampari – foi responsável por uma sensível melhoria técnica (em termos de fotografia, som, montagem etc.) do cinema nacional, mas adotava um tom de importação e artificialismo ao tratar da realidade brasileira que incomodava a maior parte da crítica da época (Cf. GALVÃO e SOUZA. In FAUSTO, 1986).

em 1943, de “Vestido de noiva”, de Nelson Rodrigues. Este autor, aliás, desenvolveria ao longo dos anos 50 e 60 uma dramaturgia absolutamente singular e inovadora.

Outro marco importante foi o Teatro da Arena, formado em 1953 por alunos da Escola de Arte Dramática de São Paulo. Em 1958, eles encenariam “Eles não usam black-tie” de Gianfrancesco Guarnieri. O teatro passava a ser concebido como arma de luta política. Nesse sentido, também merece destaque o trabalho de Augusto Boal.

Nesse período, a produção literária atingia o seu auge, com a prosa de Guimarães Rosa (*Grande Sertões Veredas* foi publicado em 1956) e de Clarice Lispector e com a poesia de Cecília Meireles, de Carlos Drummond de Andrade e de João Cabral de Melo Neto.

Na segunda metade da década de 40, pela influência direta de alguns homens da imprensa (como Assis Chateaubriand e Paulo Bittencourt), foram fundados dois dos mais importantes museus do país: o MASP (Museu de Arte de São Paulo) e o MAM (Museu de Arte Moderna) do Rio de Janeiro<sup>31</sup>. O primeiro ligado a uma concepção de arte mais tradicional e conservadora e o segundo inteiramente engajado nos conceitos das vanguardas mundiais.

Em 1951, surgiam no Brasil as primeiras manifestações da arte concreta. Num ambiente artístico dominado pela pintura de Portinari (considerado pela crítica como estando acima de qualquer discussão), artistas como Ivan Serpa e Almir Marvignier decidiram romper com a linguagem figurativa, dando os primeiros passos rumo ao abstracionismo geométrico. Naquele mesmo ano, seria inaugurada a I Bienal de São Paulo, imprimindo um impulso decisivo ao movimento nascente. O prêmio principal de escultura foi concedido a Max Bill e o de jovem pintura nacional a Ivan Serpa.

Serpa fundaria, em seguida, o Grupo Frente, inicialmente integrando ex-alunos seus, mas logo depois incorporando nomes com Aloísio Carvão, Lygia Clark, Lygia Pape, Hélio Oiticica, Franz Weissmann e outros. O Grupo organizaria duas importantes exposições coletivas, a primeira, em 1953, no Instituto Brasil-Estados Unidos, e a segunda, em 1955, no MAM.

Em dezembro de 1956 e fevereiro de 1957, realizou-se I Exposição de Arte Concreta, respectivamente no MAM de São Paulo e no Ministério da Educação e Cultura do Rio de Janeiro. A Exposição – considerada o marco oficial do surgimento do

---

<sup>31</sup> A segunda esposa de Paulo Bittencourt, Niomar Moniz Sodré Bittencourt, foi uma das responsáveis pela criação do Museu de Arte Moderna. O MAM foi inaugurado em 15 de janeiro de 1952, no saguão do

Concretismo no Brasil – já revelava, de modo flagrante, as divergências entre o grupo paulista, preocupado com a dinâmica visual e com os efeitos da construção seriada, e o grupo carioca, menos preso a códigos estéticos rígidos. Em março de 1959, os artistas cariocas marcariam o seu rompimento definitivo com os paulistas ao realizar no MAM a I Exposição Neoconcreta e lançar um manifesto (o famoso “Manifesto Neoconcreto”), definindo suas posições. Eles criticavam a exacerbação racionalista a que havia chegado a experiência concreta no Brasil, sobretudo em São Paulo.

A poesia também foi influenciada pelo Concretismo. Alguns poetas – como os irmãos Augusto e Haroldo de Campos, Décio Pignatari e Ferreira Gullar<sup>32</sup> – começaram a pregar a eliminação do verso como elemento fundamental do poema. Eles passaram a enfatizar aos elementos não-verbais da linguagem verbal, procurando incorporar a parte fonética e semântica da palavra à sua realidade visual. Ou seja, na organização do texto, passaram a seguir critérios que enfatizavam os valores gráficos e fônicos das palavras, o que eles chamaram de apresentação “verbivocovisual”. Além disso, pregavam também a eliminação da sintaxe lógico discursiva em prol de uma conexão mais direta entre as palavras.

A nova forma poética provocou críticas dos setores mais politicamente engajados. Para eles, o concretismo era apenas de um exercício da forma pela forma. O seu comprometimento com as vanguardas internacionais – Joyce, Maiakovski e Ezra Pound – era visto como danoso a construção de uma cultura verdadeiramente nacional. O mesmo tipo de crítica recebeu a Bossa Nova, considerada pelos nacionalistas mais radicais um modismo da zona sul carioca, demasiadamente influenciado pelo jazz e pela música erudita e, portanto, afastado das raízes da cultura popular brasileira.<sup>33</sup>

A imprensa repercutiu todos processos criativos da cultura brasileira. Foi um espaço fundamental de construção de visibilidade e de reconhecimento dos movimentos que – quer no cinema, na música ou nas artes – buscavam afirmar projetos para a cultura nacional. Era igualmente um espaço do confronto, no qual também ganhavam forma muitas reações e lutas.

---

Ministério da Educação. Em 1959, foi transferido para atual sede na Av. Beira Mar, projetada pelo arquiteto Afonso Eduardo Reidy. Na diretoria estavam Niomar e Raymundo Castro Maya.

<sup>32</sup> Ferreira Gullar rompeu com os três outros poetas ao criar o movimento neoconcreto. Afirma ele: “(...) jamais aceitei uma visão meramente racionalista e técnica da poesia. O que detonou a ruptura foi um artigo de Haroldo afirmando que a poesia concreta seria feita, a partir de então, segundo fórmulas matemáticas.” (Mais! FSP, 08/12/1996).

<sup>33</sup> Um dos principais defensores dessa posição foi José Ramos Tinhorão, jornalista das revolucionárias redações do DC, da UH e do JB. Tinhorão escrevia no JB a coluna “Música naquela base”. Publicou alguns livros importantes, entre eles, *História social da música popular brasileira*.

Em muitos momentos, a imprensa não apenas repercutiu, mas chegou a ser parte integrante desses movimentos culturais. O “Manifesto Neoconcreto”, por exemplo, foi publicado nas páginas do *Jornal do Brasil*, em março de 1957. Dos sete artistas que o assinavam, três – Ferreira Gullar, Reynaldo Jardim e Amílcar de Castro<sup>34</sup> – eram funcionários do jornal, engajados na sua reforma que, como veremos, foi diretamente influenciada por suas idéias. O próprio jornal funcionava como um espaço de experimentação estética e *locus* de afirmação do movimento.

É bom lembrar que, paralelo a esses movimentos artístico-culturais, formas novas de se pensar o Brasil se desenvolviam nas ciências humanas, como as obras de autores nacionais e estrangeiros, como Gilberto Freyre, Raimundo Faoro, Sérgio Buarque de Holanda, Lévi-Strauss e Roger Bastide. Todas elas tiveram fortes influências na construção do imaginário político brasileiro.

#### **Influência cultural norte-americana:**

Na década de 50, os Estados Unidos começaram a substituir a França como ideal de mundo cosmopolita e civilizado. A sociedade americana passou a exercer um fascínio crescente, encarnando idéias de modernidade e progresso, associadas a um certo padrão de consumo e estilo de vida.

*“Que entusiasta era eu do generoso povo do norte! Que admiração alimentava pelas coisas que lia sobre a vida, os costumes, a história, tudo que dissesse respeito aos Estados Unidos! Aprendi, entre os meus 20 e 22 anos, noções de economia e de técnica de propaganda, em compêndios americanos. Decorava as estatísticas que registravam o desenvolvimento econômico daquele País. Era, no melhor sentido da expressão, um americanófilo apaixonado, pelo menos tanto quanto meu pai fôra francófilo.”* (RABELO, 1966:229).

<sup>34</sup> Os outros assinantes eram: Franz Weissmann, Lygia Clark, Lygia Pape e Theon Spanúdis.

O imaginário da modernidade brasileira nos anos 50 – sobretudo na segunda metade da década – se ancorou na ideologia do nacional-desenvolvimentismo, que pensava a superação do atraso do país através da aceleração do processo de crescimento econômico. As idéias de “novo”, “progresso”, “ruptura” se redefinem a partir de uma nova racionalidade e se incorporam no cotidiano dos agentes sociais, caracterizando o discurso intelectual e os projetos de intervenção social. Trata-se de um novo ordenamento político-cultural, com profundas conseqüências no imaginário social.

A construção de Brasília – símbolo máximo dos “50 anos em 5”, do progresso acelerado, do sucesso do desenvolvimentismo e do Plano de Metas – produzia efeitos ideológicos fortes sobre a população das grandes cidades, engajadas no sonho da modernização e no novo *way of life*. A Brasília de JK funcionou – tal como o Rio de Janeiro na época de Pereira Passos – como a vitrine do país. Só que, agora, o modelo deixou de ser Paris e passou a ser Washington:

*“Brasília já existe, está em término de construção, imaginem! Dentro de dois meses, o Brasil possuirá até uma capital novinha em folha, uma espécie de Washington, moderna e arrojada, como convém ao espírito progressista de nosso povo, para ser o centro político e administrativo de um país que se expande em ritmo alucinante.”*  
(PN, 21/3/1960, grifos nossos).

A influência norte-americana se fazia sentir em várias áreas da vida social: na maneira de vestir, nas formas de comportamento, nos padrões estéticos etc. O cinema hollywoodiano, o *rock'n roll*, a literatura *beatnick* e a publicidade norte-americanos criavam novos padrões de gosto e de qualidade. A partir dos anos 40, também a sua imprensa passou a exercer um grande fascínio não só no Brasil, mas em toda a América Latina e mesmo na Europa.

A preponderância do modelo norte-americano no jornalismo brasileiro foi, num certo sentido, uma conseqüência da hegemonia que esse país foi lentamente construindo, no pós-guerra, em outras áreas da vida social, especialmente a econômica e a cultural. Mas foi resultado também da sua inegável superioridade editorial e da sua força em termos de mercado. Os Estados Unidos foram, sem dúvida, o país no qual a Indústria Cultural mais floresceu, seja na área do cinema, da televisão ou da imprensa. No início da década de 50, os EUA produziam um jornal para cada um de seus habitantes, consumindo mais de 60% da produção mundial de papel de jornal e



arrecadando em publicidade um total equivalente a 66 milhões de cruzeiros (25 vezes mais do que a Inglaterra e 40 do que a França).

*“A imprensa norte-americana não tem paralelo: é a mais opulenta, a mais informativa, a mais ilustrada, a mais célebre, a melhor equipada, a melhor impressa e a melhor distribuída do universo”*  
(RIZZINI, 1953:40)

Muitos dos profissionais brasileiros que empreenderam as reformas dos anos 50 tinham tido algum tipo de contato com a imprensa americana. A maioria – como Pompeu de Souza, Carlos Lacerda e Samuel Wainer – deixou depoimentos, nos quais mostravam um grande fascínio pelo jornalismo daquele país.

*“Eu ali vivera uma riquíssima experiência profissional. A imprensa americana é a melhor do mundo, e eu passava horas, às vezes dias inteiros, examinando a forma e o conteúdo dos jornais locais”*  
(WAINER, 1987: 80).

Os jornais norte-americanos constituíam o modelo a ser seguido pelo jornalismo brasileiro na elaboração dos textos, na paginação e na distribuição da matéria, assim como na administração, na organização comercial das empresas e na publicidade. Isso não era, a rigor, uma novidade. Os padrões, os estilos e as técnicas dos veículos de comunicação no Brasil sempre foram dependentes de influências estrangeiras (Cf. LOPES, 1979). O que, na realidade, reflete um mimetismo cultural e ideológico mais geral. A cópia febril de idéias, hábitos, estilos de consumo e de vida próprios dos países desenvolvidos marca a sociedade brasileira desde os tempos coloniais. O país acompanhou – ao longo da sua história – modelos de comportamento e de pensamento originários dos centros de poder e de decisão mundiais a que esteve eventualmente alinhado: primeiro a Europa (Portugal, Inglaterra ou França), depois os Estados Unidos.

As idéias, entretanto, não estavam “fora de lugar”. O modelo norte-americano (como de resto todos os modelos estrangeiros copiados) foi completamente ressemantizado e adaptado às especificidades da imprensa nacional, como veremos mais adiante.

Reformar os jornais, afiná-los aos padrões norte-americanos (ainda que só retoricamente), significava inseri-los na modernidade, incorporando-os ao processo de desenvolvimento socio-cultural do país. No contexto dos anos 50, significava conferir

ao campo jornalístico um capital simbólico sem precedentes, significava fazer do seu discurso uma “fala autorizada” e transformar a imprensa em um ator social reconhecido.

A construção da hegemonia norte-americana, entretanto, não foi fácil. Se fez em um ambiente de acirradas disputas e em meio a muitas reações não só no campo jornalístico, como em outras áreas da vida cultural e política. A esquerda latino-americana – é bom não esquecer – se engajou, nos anos 50 e 60, na luta contra o chamado “imperialismo cultural”, apontando os Estados Unidos como seu principal representante.

### 1.3. O mercado jornalístico carioca

Nos anos 50, a maioria dos jornais e revistas do país se concentravam no Distrito Federal e nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas e Rio Grande do Sul, locais de maior expressão econômica. Os jornais se dividiam, na época, entre matutinos e vespertinos. Os primeiros circulavam nas primeiras horas da manhã. E os segundos chegavam às bancas normalmente por volta das 11 horas.

Os jornais matutinos tinham um número maior de páginas. Eram profundos e minuciosos no tratamento das informações e doutrinários em seus comentários editoriais. Eram, em geral, sérios e analíticos. Os vespertinos, ao contrário, faziam um jornalismo mais de sensação, com grandes manchetes. Eram também mais locais: os assuntos da cidade tinham, para eles, importância maior do que as notícias nacionais ou internacionais. Opinavam pouco, informando de uma forma bastante genérica, sem descer ao fundo das coisas. Utilizavam uma linguagem telegráfica: leve, concisa e direta.

Aos domingos, os matutinos tiravam cerca de 50% a mais do que nos dias comuns, por não terem a concorrência dos vespertinos, que não circulavam nesse dia. Na segunda-feira, a situação se invertia: com a ausência dos matutinos, a tiragem dos vespertinos subia. Chegavam a publicar, às vezes, 2 ou 3 edições sucessivas nesse dia.

#### JORNAIS DIÁRIOS

Ano	Brasil			Rio de Janeiro		
	Total	Matutinos	Vespertinos	Total	Matutinos	Vespertinos
1950	253	-	-	-	-	-
1951	243	-	-	-	-	-
1952	-	-	-	30	-	-
1953	254	-	-	29	-	-
1954	261	-	-	26	-	-
1955	235	-	-	20	-	-
1956	246	-	-	22	-	-
1957	290	201	89	18	12	6
1958	268	192	76	19	13	6
1959	256	184	68	18	13	5
1960	241	174	67	18	13	5

Fonte: *Anuário Estatístico do Brasil* (IBGE).

As tiragens dos jornais cariocas, em termos gerais, eram pequenas, já que havia um grande número de títulos. Em 1954, circulavam no Rio 26 diários. Nova Iorque, na mesma época, possuía apenas 7, apesar de ter uma população bem maior.

Uma tiragem de 100 mil exemplares era considerada grande no Rio. No domingo, alguns matutinos e, na segunda-feira, alguns vespertinos chegavam a superar esta faixa. Mas nenhum jornal atingia circulação nacional. Deve-se levar em consideração o nível de alfabetização que, apesar de tudo, ainda era baixo, e as dificuldades de transporte (num país como um território de 8.516.037 km<sup>2</sup> e uma população pouco densa). Somente algumas revistas semanais – como *O Cruzeiro* e *Manchete* – alcançavam todo o país.

As tiragens do jornais franceses, assim como as dos norte-americanos, eram muito maiores do que os jornais brasileiros. Nenhum dos 12 diários parisienses (8 matutinos e 4 vespertinos) apresentava, em 1950, tiragem inferior a 200 mil exemplares. *France Soir* tinha uma tiragem média de 580 mil e *Le Figaro* tinha 425 mil.

No Rio, entre os matutinos, os jornais de maior tiragem eram o *Correio da Manhã*, *O Jornal*, o *Diário de Notícias* e os populares *O Dia* e a *Luta Democrática*. Entre os vespertinos, se destacavam *O Globo* e a *Última Hora*. Frente à concorrência deste último, jornais tradicionais – como o *Diário da Noite* e *A Notícia* – foram, ao longo da década, perdendo leitores.

A tiragem, entretanto, apesar de importante, não pode ser um critério absoluto na avaliação da relevância dos jornais, porque nem sempre o poder e o prestígio de uma empresa jornalística estava diretamente associado ao número dos seus leitores. A *Tribuna da Imprensa* e o *Diário Carioca*, por exemplo, tinham pouca circulação, mas eram reconhecidos como órgãos de peso e influência.

Uma série de outros fatores também devem ser levados em consideração para se avaliar um órgão de informação, como o seu peso político-ideológico, as suas relações com o poder, a sua relevância jornalística (técnica e profissional), a sua estrutura empresarial (força econômica e potencial financeiro) e a composição do seu público leitor.

Tentamos considerar, sempre que possível, todos esses aspectos no mapeamento do mercado jornalístico carioca dos anos 50. Mas mensurar a importância dos órgãos da imprensa tendo em vista cada um desses fatores não é uma tarefa fácil. Além da imponderabilidade de alguns deles, o pesquisador ainda enfrenta dificuldades em definir com precisão outros mais palpáveis, pois não tem acesso a dados relativos a vários aspectos da vida das empresas jornalísticas.

Faremos, por isso, um pequeno resumo sobre os principais jornais cariocas dos anos 50, apresentando algumas de suas características internas e algumas das

conjunturas mais importantes de suas histórias institucionais. O nosso objetivo é poder traçar um perfil de cada um dos órgãos selecionados, tendo em vista avaliação do peso concreto e simbólico de cada um deles no mercado de concorrência.

#### PRINCIPAIS JORNAIS CARIOCAS

MATUTINOS	VESPERTINOS
<i>Jornal do Brasil</i>	<i>Última Hora</i>
<i>O Dia</i>	<i>O Globo</i>
<i>O Jornal</i>	<i>A Notícia</i>
<i>Diário Carioca</i>	<i>Diário da Noite</i>
<i>Correio da Manhã</i>	<i>Tribuna da Imprensa</i>
<i>Diário de Notícias</i>	<i>A Noite</i>
<i>Luta Democrática</i>	
<i>Jornal do Commercio</i>	

É importante observar que no final da década, os vespertinos foram progressivamente adiantando a sua hora de circulação. A *UH*, em 1955, lançou uma edição matutina e, progressivamente, suprimiu a sua edição vespertina. Os outros jornais concorrentes – como *O Globo* e o *Diário da Noite* – foram também antecipando o seu horário de fechamento. A conversão dos vespertinos em matutinos vai acentuar ainda mais a concorrência entre os jornais cariocas, como veremos mais adiante.

### TIRAGEM DOS MATUTINOS CARIOCAS

(em mil exemplares)

Jornais/Ano	51	52	53	54	55	58	60
<i>Diário Carioca</i>	45	35	40	40	40	17	17
<i>Jornal do Brasil</i>	60	70	45	40	40	57	59
<i>Correio da Manhã</i>	56	70	70	72	72	57	53
<i>O Dia</i>	-	60	90	90	115	240	230
<i>Jornal do Commercio</i>	33	60	20	32	32	?	?
<i>O Jornal</i>	70	60	60	60	60	?	27
<i>Diário de Notícias</i>	64	55	63	?	54	47	47
<i>Luta Democrática</i>	-	-	-	20	30	117	130

Fonte: *Anuário Brasileiro de Imprensa* (1950-57) e *Anuário de Imprensa, Rádio e Televisão* (1958-60)<sup>35</sup>

Obs. Não foi possível encontrar dados referentes a 1956, 57 e 59.

### TIRAGEM DOS VESPERTINOS CARIOCAS

(em mil exemplares)

Jornais/Ano	1951	1952	1953	1954	1955	1958	1960
<i>Última Hora</i>	-	70	85	92	92	105	117
<i>Tribuna da Imprensa</i>	30	25	25	40	40	24	18
<i>O Globo</i>	100	120	100	110	110	187	218
<i>A Notícia</i>	120	130	130	95	60	58	56
<i>Diário da Noite</i>	95	129	88	75	90	70	40

Fonte: *Anuário Brasileiro de Imprensa* (1950-57) e *Anuário de Imprensa, Rádio e Televisão* (1958-60).

Obs. Não foi possível encontrar dados referentes a 1956, 57 e 59.

## A Posição Política dos Jornais Cariocas

Às vezes, ao tentar definir a posição política de um órgão da imprensa, podemos cair em perfeitas armadilhas. A começar porque os discursos presentes nos jornais não são monológicos (como, aliás, nenhum discurso o é). Em qualquer situação textual coexiste uma pluralidade de representações que não se funde na consciência do locutor (ou dos locutores), nem se reduz às determinações editoriais das empresas jornalísticas.

<sup>35</sup> O *Anuário Brasileiro de Imprensa* (1950-51:69) esclarece que as estimativas foram feitas através: dos atestados expedidos por organizações credenciadas das tiragens dos jornais (mas não identifica quais); dos livros de registro de consumo de papel com isenção de direitos, que toda publicação usando linha d'água era obrigado a possuir, completada pela contabilidade do jornal e boletins de circulação; balanços das publicações que eram sociedades anônimas e que declaravam a receita proveniente de assinatura e venda avulsa; do confronto entre as informações colhidas diretamente com os dados dos departamentos de "media" das agências de publicidade.

Além disso, nos jornais refletem-se processos ideológicos complexos, que ultrapassam em muito o âmbito do político-partidário.

É bastante interessante, no entanto, observar como, na própria época, essas posições eram identificadas. E como essa identificação era importante para a caracterização de um jornal, procedimento que hoje seria impensável (pelo menos desta forma). A tabela que se segue foi publicada pelo *Anuário Brasileiro de Imprensa*, em 1954.

### POSIÇÃO POLÍTICA DOS JORNAIS - 1954

A favor do governo	Contra o governo	Neutros	Partidários
<i>A Noite</i> <i>Última Hora</i> <i>Correio da Noite</i> <i>O Radical</i>	<i>Correio da Manhã</i> <i>Diário Carioca</i> <i>Diário de Notícias</i> <i>O Dia</i> <i>O Popular</i> <i>O Mundo</i> <i>A Notícia</i> <i>Tribuna da Imprensa</i>	<i>O Jornal</i> <i>Diário da Noite</i> <i>O Globo</i>	<i>Imprensa Popular</i>

Fonte: *Anuário Brasileiro de Imprensa*, 1954:100.

Não se pode esquecer, obviamente, que se tratava de uma conjuntura muito específica (final do conturbado segundo governo Vargas) e que, nesse contexto, a imprensa teve um papel central na condução dos acontecimentos políticos. O fato de identificar as posições dos jornais indica um posicionamento do próprio *Anuário* em relação ao governo. Isso fica bem claro se observamos o texto que segue a apresentação dessas informações:

*“Diante dessa relação impõe-se a observação de que o governo não possui atualmente os grandes jornais a seu favor. Por outro lado, os partidos políticos, tanto situacionistas quanto de oposição, não possuem igualmente imprensa que possam chamar de sua. Está nesse desaparecimento a explicação do jornal Última Hora, feito para propaganda política do Sr. Getúlio Vargas. Observe-se, porém, que não foi um partido político que o fundou, mas um grupo que acompanhava a política do Presidente da República”.*

Os partidos políticos não tinham jornais oficiais. Como órgão de partido, plenamente caracterizado, havia apenas a *Imprensa Popular*, ligado ao Partido

Comunista. *O Dia* e *A Notícia* estavam na mesma situação da *Última Hora*. Apesar de serem os jornais de Adhemar de Barros, não estavam diretamente ligados ao seu partido. Este também era o caso da *Tribuna da Imprensa* de Carlos Lacerda e da *Luta Democrática* de Tenório Cavalcanti. Estes jornais eram mais personalistas (representando seus donos) do que propriamente partidários, apesar de, em muitos momentos, essas duas dimensões se confundirem.

Havia os veículos estatais, como *A Noite*, que faziam parte das chamadas Empresas Incorporadas ao Patrimônio da União. Estes órgãos, obviamente, assumiam uma posição favorável ao governo.

Alguns jornais eram muito instáveis quanto a suas posições políticas. Esse era o caso do vespertino *O Mundo*, que vinha, desde a sua fundação em 1947, se arrastando com tiragens pequenas e mudando de orientação várias vezes em função das negociações de seu proprietário, Geraldo Rocha.

O mesmo ocorria, em menor grau, com os jornais dos *Diários Associados*. Apesar de manter algumas posições ideológicas básicas – como o anti-comunismo, por exemplo – esses órgãos cambiavam de opiniões conforme os jogos e barganhas de Assis Chateaubriand.

*“Chateaubriand jamais recusava algum pedido de seus banqueiros, mesmo quando se tratava de algo contrário a seus interesses. Na questão do petróleo, por exemplo, Chateaubriand era um entreguista radical. Mas não se opôs à publicação de reportagens que defendiam a nacionalização das jazidas brasileiras e sua exclusiva exploração pelo governo brasileiro.”* (WAINER, 1987:100).

A revista *PN* – na edição de 01 de novembro de 1950 – apontava, como um dos motivos da pequena circulação dos jornais cariocas, as constantes mudanças de orientação política, *“a que vem se juntar a confusão entre os conceitos expedidos pela redação e as opiniões das colunas de ‘matéria paga’”*.

Uma outra questão importante diz respeito ao papel determinante do proprietário na condução da linha política do veículo, expressa na máxima de que o jornal era a voz do seu dono.

*“Um jornal (se excetuarmos os países totalitários) continua a ser em todos os países do mundo a obra principalmente de um homem. Todos os editings, os rewritings, os briefings e as reuniões de staff, que vamos aos poucos aprendendo com a imprensa anglo-saxônica,*



*não mudam o fato básico do que acontece aqui ou na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos. Um jornal reflete a opinião do seu proprietário. Bom ou mau, esse é o fato.”* (Antônio Callado, PN, 05/5/1956).

*“(...) O Estadão, por exemplo, reflete os humores, idiossincrasias, valores e preconceitos dos Mesquita. A Folha de S. Paulo é a família Frias, O Globo é o Roberto Marinho, o Jornal do Brasil é a família Nascimento Brito. No começo dos anos 50, essa distorção era ainda mais acentuada. Trata-se, por sinal, de uma distorção que ocorre com mais frequência e nitidez nos países sem tradição de partidos fortes. (...) Por trás da aparente independência que ostentam, já que não são ligados a partidos, os jornais são o que seus donos querem que sejam.”* (WAINER, 1987:136).

Mas, além da voz de seu dono, um jornal colocava em cena muitas outras vozes. Talvez nenhum outro discurso demonstre melhor o princípio bakhtiniano de polifonia do que os jornalísticos, nas suas várias formas e gêneros. O autor de um texto de jornal (seja o seu redator, seja o dono da empresa<sup>36</sup>) não é o único responsável por todas as representações presentes nele. Isso porque um texto está sempre em diálogo com uma infinidade de outros textos.

Por isso, olhamos, com restrições, concepções de certo modo ingênuas, que concebem os discursos como meros reflexos da ideologia de seus produtores. É o caso da historiadora que, em um livro de introdução à História, escreveu:

*“Hoje, é sabido que o órgão de imprensa está sempre defendendo posições, querendo formar opiniões, através da venda de informações. É justamente isso que permite o historiador detectar a posição político-ideológica do jornal, ou seja, o que pensam de política e qual a visão da realidade que têm os proprietários ou diretores do jornal, ou melhor, do grupo social que eles representam. É fácil exemplificar chamando a atenção dos leitores para a diferença entre um jornal da chamada imprensa burguesa e um jornal da chamada imprensa alternativa ou nanica”* (BORGES, 1988:58-60).

Não existe discurso da classe dominante ("burguesa", como a professora chama) que não seja permeado por contradições. Na fala dos dominadores sempre está presente, de alguma forma, a do seu outro, a dos dominados, com quem eles necessariamente

---

<sup>36</sup> A questão da autoria de um texto de jornal já é em si mesma uma questão complicada. Muitas vezes, trata-se de uma produção coletiva, pois passa por inúmeras mãos: do pauteiro que escolhe o tema, do repórter que apura, do redator que escreve, do copy-desk que rearruma, do editor que enquadra etc., etc. etc.

dialogam. Não existe discurso puro, monológico. A discursividade não é apenas suporte de doutrinas ou visões de mundo, expressão estabilizada das concepções de um dado grupo social. O discurso é um lugar de trabalho, de luta, um domínio aberto e relativamente instável. O discurso, menos do que um ponto de vista, é uma zona tensional.

## Os Principais Jornais – Caracterização Geral

### CORREIO DA MANHÃ

O *Correio da Manhã* circulou de junho de 1901 a junho de 1974. Foi, durante quase os seus 73 anos de existência, um dos principais órgãos da imprensa brasileira. Fundado por Edmundo Bittencourt, caracterizou-se, desde o início, como um jornal de oposição extremamente virulento.

Seu primeiro número tinha 6 páginas: três de notícias e três de anúncios. Com uma tiragem de cerca de 30 mil exemplares e grande popularidade entre seus leitores, o *CM* firmou-se rapidamente como o maior matutino carioca. Seu público, no início, era composto por representantes da pequena burguesia urbana, basicamente pelo escalão médio da administração, por militares, comerciantes, professores e donos de pequenas empresas.

Na sua primeira fase, teve como redator-chefe Pedro Leão Veloso (conhecido pelo seu pseudônimo Gil Vidal)<sup>37</sup> e contou com a colaboração de Rui Barbosa, Medeiros de Albuquerque, José Veríssimo, Augusto Frederico Schmidt, Viriato Correa, Assis Chateaubriand, Basto Tigre, Monteiro Lobato, Mário Rodrigues, José Oiticica, Coelho Neto, Arthur Azevedo, Evaristo de Moraes etc.<sup>38</sup>

Em 1922, o *CM* se envolveu em um escândalo nacional ao publicar umas cartas (que depois provou-se serem falsas) atribuídas a Arthur Bernardes, na época candidato à presidência, que atacavam e denegriam as forças armadas. Após a sua vitória nas eleições, Bernardes, como represália, mandou invadir o jornal várias vezes. Em agosto de 1924, foi suspensa sua circulação. A acusação era de que estaria imprimindo um folheto denominado “Cinco de Junho”, de apoio ao movimento tenentista. O matutino só voltaria a circular em maio de 1925.

Em março de 1929, Edmundo Bittencourt<sup>39</sup> passou a direção e a propriedade do *CM* a seu filho Paulo Bittencourt. Começava então a campanha para a sucessão de

<sup>37</sup> Leão Veloso foi também deputado pela Bahia em 5 legislaturas e professor catedrático da Faculdade de Direito do Rio de Janeiro.

<sup>38</sup> No seu *Recordações do Escrivão Isaias Caminha* (1909), Lima Barreto descreve, com muita malícia e mordacidade, os funcionários e a redação de um certo jornal, que, na época, todos reconheceram ser o *CM*. O personagem Ricardo Loberant foi identificado como sendo Edmundo Bittencourt (Cf. BARBOSA). Por causa disso, o nome de Lima Barreto entrou para a “lista negra” e, durante quase meio século, não podia ser citado em nenhuma matéria do jornal.

<sup>39</sup> Edmundo Bittencourt faleceria em outubro de 1943, aos 77 anos.

Washington Luís. O jornal apoiou a Aliança Liberal e, posteriormente, a Revolução. Mas, em 1932, aderiu ao movimento constitucionalista de São Paulo.

Nessa época, o jornal entrou em uma fase diferente. Devido a interesses publicitários – que nesse momento passam a se impor com mais vigor à imprensa – passou a se orientar para um público de maior poder aquisitivo (alta burguesia e classe média alta). O lançamento de matutinos mais populares, como o *Diário Carioca* (1928) e o *Diário de Notícias* (1930), contribuíram também para conferir-lhe um caráter elitista (HONS, 1982:150). Do ponto de vista da linha editorial, foi ficando mais moderado, perdendo a fama de virulento órgão da oposição. Contava então com uma das melhores equipes de redatores e possuía, para os padrões da época, uma excelente qualidade gráfica.

No dia 22 de fevereiro de 1945, o *CM* publicou a famosa entrevista de José Américo de Almeida, na qual ele criticava abertamente o Estado Novo e reivindicava eleições imediatas. O entrevistador era Carlos Lacerda, na época repórter do *Correio*. A entrevista foi um marco do fim da ditadura Vargas (pela primeira vez se rompia as barreiras da censura) e um referencial importante da história do *CM*, porque reafirmava a imagem de um jornal liberal, combativo, corajoso. Imagem a qual o jornal, como instituição, sempre fez questão de se vincular. Não à toa, o episódio é lembrado em todas as suas edições comemorativas e em todas as entrevistas sobre o *CM*, realizadas com profissionais da imprensa.

A orientação editorial e a linha política do *Correio* – de inspiração liberal, se apresentando como não tendo compromissos com quaisquer partidos – era denominada, pelo próprio jornal, de “ortografia da casa”. Uma das figuras mais importantes da história do *CM* e da construção dessa “ortografia” foi o redator-chefe e braço direito dos Bittencourt, Pedro da Costa Rego. Costa Rego começou a trabalhar no jornal, no cargo de revisor, ainda nos tempos de Edmundo Bittencourt, com apenas 17 anos. Assumiu a chefia das mãos de Gil Vidal, em 1923, e só a deixou, por motivos de saúde, em dezembro de 1953.<sup>40</sup>

Os artigos diários de Costa Rego – um dos mais importantes do jornal – eram escritos com muito esmero. Ele (que também foi deputado federal três vezes, senador, secretário de agricultura e governador de Alagoas) era extremamente cuidadoso com o texto. Por isso, recrutou nomes como Graciliano Ramos e Aurélio Buarque de Holanda

---

<sup>40</sup> Costa Rego faleceria no ano seguinte.

(o dicionarista) para trabalhar na revisão. Isso sem falar nos redatores de primeiro time que levou para o jornal, como Álvaro Lins, Otto Maria Carpeaux, Thomaz Ribeiro Colaço e Gondin da Fonseca.

O cargo de Costa Rego era central na estrutura do *CM*, que seguia então – como quase toda a imprensa da época – o estilo francês de jornalismo. Como não havia divisões por editorias, o redator-chefe tinha que ler todas as matérias importantes do jornal e não apenas os editoriais e comentários.

*“O redator-chefe era ainda um comandante: instruía, estimulava, às vezes até pautava. Ele determinava o objeto final. Além do mais, o CM era um jornal de linha, de orientação. O redator-chefe tinha também o comando dos editoriais que influíam no jornal, que era feito sob sua inspiração. Não era o inverso. O Correio era um jornal de opinião nesse sentido. Ou, seja ele fazia tudo em função disso. A titulação que hoje se faz em muitos jornais brasileiros briga com os editoriais. Contesta-os. Nesse particular, o Correio tinha muita uniformidade.”* (BAHIA, Apud ANDRADE, 1991: 102).

Por tudo isso, o cargo de redator-chefe do *CM* equivalia, segundo alguns depoimentos, ao de ministro. *“Talvez mais que ministro. O CM era muito importante”*, afirma Luís Alberto Bahia (Apud ANDRADE, 1991:103). As responsabilidades de Costa Rego eram grandes, sobretudo devido as constantes ausências de Paulo Bittencourt, que passava muito tempo no exterior. *“A opinião do Correio da Manhã, na ausência de Paulo, era a opinião de Costa Rego.”* (CALLADO, Apud ANDRADE, 1991:99).<sup>41</sup>

Em 1945 e, novamente, em 1950, o *CM* apoiou a candidatura à presidência da República do brigadeiro Eduardo Gomes, lançada pela UDN. O jornal fez forte oposição a Vargas: apoiou o Manifesto dos Coronéis, fez violentas críticas ao aumento de 100% do salário mínimo e apoiou o inquérito policial-militar instaurado pela Aeronáutica para apurar o Crime da Rua Toneleros. Após a posse de Café Filho, Paulo Bittencourt sugeriu o nome de Eugênio Gudin para a pasta da Fazenda, sendo prontamente atendido. Fato que demonstra a influência política do diário.

Durante o governo JK, o *Correio* voltou a assumir uma posição oposicionista, concentrando suas críticas na política financeira do presidente e na criação de Brasília.

<sup>41</sup> Costa Rego foi responsável por uma experiência pioneira do ensino de jornalismo, a da Universidade do Distrito Federal (Cf. capítulo IV). Num trabalho recentemente apresentado V Congresso Latino-

Mas matutino defendeu a legalidade, por ocasião da crise provocada pela renúncia de Jânio Quadros. Fato que lhe valeu uma edição apreendida por Carlos Lacerda, antigo jornalista da casa e então governador do estado da Guanabara.

Com o afastamento de Costa Rego, em 1953, Antônio Callado assumiu a chefia do jornal e tentou implementar algumas mudanças.

*“Ele marcou muito o CM. Podou, por exemplo, o jornal de certos provincianismos, que vinham de histórias passadas. E isso não era mais compatível com um jornal moderno. O mais destacado desse provincianismo era a tal da história dos nomes impublicáveis. Isso fazia parte da ‘ortografia da casa’. Callado acabou com isso. Modernizou muito o jornal, arejou-o. Ele tinha tido a experiência inglesa. Deu, assim, ao Correio, uma feição mais aberta, menos partidária, apaixonada.”* (BAHIA, Apud ANDRADE, 1991:103).

Paulo Bittencourt montou então um dos melhores parques gráficos da imprensa carioca. Em 1955, substituiu sua antiga Man (de fabricação alemã) por uma moderna Hoe (de fabricação norte-americana) com oito unidades. O novo equipamento obrigou o jornal a modificar um pouco o seu tamanho, suprimindo uma coluna (passou de 55cm por 9 colunas para 50cm por 8 colunas). O novo formato (iniciado no dia 31 de agosto de 1955, quando foi usado pela primeira vez a Hoe) provocou uma série de mudanças editoriais. Assim as comenta o seu redator-chefe, Antônio Callado:

*“A perda de uma coluna na largura e de alguns centímetros na altura forçou a uma correspondente compressão de matéria. Os colaboradores externos, de matéria assinada, já tinham sofrido uma redução drástica quando alteramos, em 20 de dezembro de 1950, o layout e a colocação da página. Tópicos & Tópicos (o artigo de fundo – lembra-se? – ocupava, hierático, perfilado, a 5ª coluna da 4ª página) ficaram ainda mais dizimados na sua 2ª página. Frequentemente, agora, matéria noticiosa inadiável ou matéria de publicidade impede a publicação de artigos abrindo a 2ª página. (...) Essa compressão afetou também a matéria diretamente de redação. Obrigou-nos a condensar mais, a podar, a meter flores (que porventura tenhamos) em jarras mais estreitas e a disparar nossos obuses (precisamos sempre tê-los infelizmente) com mais rigor e pontaria. Aliás, isto apenas nos aproxima do estilo desta casa. Os dois redatores-chefes que mais deixaram marca entre nós, Gil Vidal (Leão Velloso) e Costa Rego, tinham verdadeiro horror à enxúndia. Escreviam pouco, escorreito, diretamente ao ponto.”* (PN, 05/5/1956).



*Correio da Manhã: A sede antiga e a moderna. Coleção CM/AN.*

O *CM* saía sempre em dois cadernos, com exceção dos domingos, quando havia cadernos especiais, como por exemplo o suplemento esportivo, o suplemento recreativo, o “Correio Agrícola” e o suplemento de histórias em quadrinhos “Prisma”. Nas edições de sexta-feira, publicava um caderno ilustrado, “Singra”, também distribuído em outros jornais fora do Rio.

Em maio de 1963, Jânio de Freitas assumiu o cargo de diretor-superintendente, acumulando a função de redator-chefe. Paulo Bittencourt o contratou para que aprofundasse as reformas iniciadas por Callado. O *CM* vinha perdendo terreno para o *Jornal do Brasil*. Como Jânio tinha sido um dos responsáveis pela modernização do jornal dos Pereira Carneiro, Paulo acreditava que ele poderia recuperar o prestígio do *Correio*:

*“A minha vida foi toda em torno desse nome: CM. Eu cresci como filho do Correio da Manhã. Passei a viver como sendo o Correio da Manhã. Toda a vida fui a jantares, a todos os lugares, sempre ouvindo: o Correio da Manhã disse isso, o Correio da Manhã disse aquilo, o Correio da Manhã publicou tal coisa. Passei todos esses anos fora do país e quando chego aqui, vou aos lugares, aos encontros, e ouço os comentários, mas o nome não é mais Correio da Manhã, é Jornal do Brasil. O Jornal do Brasil disse isso, publicou aquilo”* (ANDRADE, 1991:112).

A reforma do *CM* se deu a partir da edição de 16 de julho de 1963. Conta Jânio de Freitas: “(...) o jornal ficou realmente bonito, vivo, ao mesmo tempo que sóbrio. Eu quis guardar a sobriedade do jornal, mas fazer também uma coisa bastante arejada. E teve muito sucesso. Deu uma subida rapidíssima na vendagem.” (ANDRADE, 1991:114)

Jânio de Freitas montou uma equipe de profissionais já com experiência em reformas: Amílcar de Castro, José Ramos Tinhorão, José Augusto Ribeiro, Sérgio Noronha, Fernando Horácio, Dácio de Almeida etc. Antes, porém, de implementar mudanças gráficas e editoriais, fez uma reforma administrativa.

*“A reforma consistiu no seguinte: em adequar o sistema administrativo e operacional às necessidades de um jornal que quisesse voltar a disputar o mercado que ele tinha perdido para o JB. (...) Embora tivesse pessoas competentes, o sistema administrativo era uma coisa absolutamente antiquada e por isso, em*



*confronto com a necessidade de ser veloz e ser eficiente. Então foi preciso reordenar uma nova organização daquele sistema central de operações administrativas. E isso foi uma das coisas que nós fizemos lá na época.”* (Jânio de Freitas, 05/5/2000).

A reforma não teve, no entanto, continuidade. Em agosto de 1963, faleceu Paulo Bittencourt e o *CM* passou à propriedade de sua segunda mulher, Niomar Moniz Sodré Bittencourt. Sybil Bittencourt, filha do casamento anterior de Paulo com Silvia de Arruda Botelho, contestou a herança na justiça. A questão chegou até o Supremo Tribunal Federal, que ratificou, em 1965, o direito de Niomar administrar o jornal. Mas ela não havia esperado a decisão legal. Antes mesmo da homologação do testamento e, portanto, do reconhecimento da partilha, tomou posse do matutino. Ainda em novembro de 1963, passou a dirigi-lo.

Uma das primeiras atitudes de Niomar na direção do *CM* foi afastar Jânio de Freitas e entregar a Osvaldo Peralva o comando da redação. Todas as mudanças editoriais realizadas por Jânio foram, então, anuladas e o jornal retomou o seu perfil anterior. Niomar teria promovido o que alguns chamaram de uma “contra-reforma” (ANDRADE, 1991:115).

Durante a gestão de Niomar, o jornal fez oposição cerrada ao presidente João Goulart. Os seus dois editoriais mais famosos são desse período: o “Basta!” (de 31 de março de 1964), que fez uma crítica violenta à política de Jango, e o “Fora!” (de 01 de abril), que exigia a renúncia do presidente.

Como a maioria dos jornais, o *CM* apoiou o Golpe de 64. Mas, pouco tempo depois, também como muitos outros periódicos, passou para oposição. Tornou-se, então, o principal porta-voz da resistência, da luta contra o regime. Denunciava as arbitrariedades, reclamava o respeito à Constituição e às liberdades individuais. Fazer oposição à ditadura não era, entretanto, uma tarefa fácil. Em 7 de dezembro de 1968, uma bomba foi jogada na sede do jornal. Em janeiro de 1969, já na vigência do AI-5, seus diretores (Niomar, Osvaldo Peralva e Nelson Batista<sup>42</sup>) foram presos. O prédio foi cercado por agentes do DOPS e jornal foi submetido à censura prévia.

Durante a ditadura, o *CM* sofreu um severo bloqueio comercial e publicitário. Não apenas os organismos oficiais, mas também as grandes companhias privadas suspenderam os seus anúncios, mergulhando o jornal em uma aguda crise financeira. Nesse contexto adverso, ainda tinha que enfrentar o poderoso *JB*. Se o *CM* reduziu a

10 o seu número de páginas, o seu concorrente, ao contrário, passou a oferecer aos seus leitores um jornal mais agradável e divertido, com uma diagramação moderna, com suplemento literário, com caderno cultural (o *Caderno B*), etc. Além disso, devido à censura, o *Correio* foi perdendo a coragem e o destemor que o haviam caracterizado ao longo de sua história.

Em fins de 1969, o *Correio da Manhã* foi arrendado, pelo prazo de 5 anos, a um grupo liderado pelos irmãos Nunes de Alencar (Maurício, Marcelo e Mário) e ligado à Cia Metropolitana, uma das maiores empreiteiras do país. Nesse momento, como afirma Samuel Wainer (1987:263), “*embora já estivesse muito distante da opulência exibida nos tempos de mandarinato de Paulo Bittencourt, o Correio da Manhã ainda era a marca mais valiosa da imprensa brasileira*”.

A partir do arrendamento, o jornal sofreu uma alteração radical na sua linha política, assumindo uma posição governista. Passou a apresentar uma nova feição gráfica, com uma diagramação mais dinâmica, voltando a ser publicado com 20 páginas. Em 1973, no entanto, a crise econômica acentuou-se e, a partir de 10 de janeiro, teve que diminuir novamente o número de páginas.

Ao arrendar o jornal, Maurício Alencar havia se comprometido a pagar seu déficit (que era, na ocasião, de 4.500.000 cruzeiros) e uma mensalidade de 50.000 cruzeiros a Niomar. Mas o acordo não foi respeitado e, no dia 3 de agosto, Niomar recorreu à justiça contra seus arrendatários

A última edição do *CM* circulou no dia 8 de junho de 1974. O jornal tinha então 8 páginas e uma tiragem de apenas 3 mil exemplares. A empresa devia salários a 182 empregados. Seu déficit era de 10,5 milhões de cruzeiros.

---

<sup>42</sup> Nelson Batista era o responsável pela parte financeira.

## DIÁRIOS ASSOCIADOS (O JORNAL E O DIÁRIO DA NOITE)

Os *Diários Associados* eram, nos anos 50, a maior cadeia de comunicação da América Latina. Em 1952, eram constituídos de 28 jornais, uma agência de notícias e 3 revistas<sup>43</sup>, sendo uma delas, *O Cruzeiro*, a de maior tiragem do país<sup>44</sup>. Essa poderosa força editorial estava ligada a uma grande força radiofônica, constituída de 19 emissoras, além de 2 estações de televisão. Segundo a revista *Publicidade e Negócios* (1950), o faturamento anual da organização era de 360 milhões de cruzeiros.

Os *Associados* foram o primeiro conglomerado jornalístico do Brasil unificado técnica e administrativamente. Já nos anos trinta, possuíam as empresas mais bem aparelhadas. No Rio de Janeiro, só nas redações do *Diário da Noite*, de *O Jornal* e da *Agência Meridional*, chegaram a trabalhar, segundo Edmar Morel (1999: 155), quase 3 mil funcionários, entre redatores, repórteres, fotógrafos e auxiliares.

Os *Diários Associados* traziam a marca pessoal do seu fundador e proprietário, Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, personagem singular não só do jornalismo brasileiro, mas também da história política do país. A sua figura excêntrica, com todas as suas ambigüidades e contradições, ganhou contornos muito bem definidos na biografia escrita pelo jornalista Fernando de Moraes.

Como mostrou Moraes, não é possível dissociar, em Chateaubriand, as funções de jornalista e de político. Ele foi senador duas vezes e desempenhou funções públicas relevantes, como a de embaixador do Brasil na Inglaterra. A sua influência na política era notória, mesmo quando não exercia cargo público nenhum. Ele estava no centro

---

<sup>43</sup> Os jornais que faziam parte dos Diários Associados: no Rio, DN e O Jornal; em BH, Estado de Minas e Diário da Tarde; Santos, O Diário; Salvador, Diário de Notícias e Estado da Bahia; Campos, Monitor Campista; Fortaleza, Correio do Ceará e Unitário; Manaus, Jornal do Commercio; Belém, A Província do Pará e A Vanguarda; Goiânia, Folha de Góias; Blumenau, A Nação; SP, Diário da Noite e Diário de SP; Juiz de Fora, Diário Mercantil e Diário da Tarde; Porto Alegre, Diário de Notícias; Maceió, Jornal de Alagoas; Recife, Diário de Pernambuco; Santa Maria, A Razão; São Luiz, O Imparcial e O Globo; Porto Velho, Alto Madeira; Joinville, Jornal de Joinville; Natal, Diário de Natal. As revistas: O Cruzeiro, A Cigarra e O Guri.

<sup>44</sup> A década de 50 foi a época áurea das revistas ilustradas. *O Cruzeiro*, lançada em 1928 por Assis Chateaubriand, era a mais popular de todas. Em 54, na edição da morte de Getúlio Vargas, chegou a atingir uma tiragem de 750 mil exemplares, recorde que só seria quebrado 3 décadas depois pela *Veja*. Seguindo a linha dos mais importantes magazines europeus, *O Cruzeiro* introduziu, no Brasil, o gênero das grandes reportagens acompanhadas de fartas coberturas fotográficas. O prestígio da revista só diminuiria no final da década, com o fortalecimento de outras publicações, como *Manchete* e *Fatos e Fotos*.

mesmo da vida nacional, sendo um dos homens mais poderosos do seu tempo. O subtítulo do livro (“o rei do Brasil”) é, nesse sentido, bastante significativo<sup>45</sup>.

A imprensa internacional costumava a se referir a Chateaubriand como “o Hearst brasileiro”, numa referência ao magnata norte-americano, dono de cadeia de jornais, que inspirou o filme de Orson Wells, Cidadão Kane. Tal como Hearst, Chato era temido e respeitado devido à força jornalística que tinha nas mãos. Nas suas solicitações financeiras a empresários e políticos usava, muitas vezes, métodos escusos, como a chantagem e a ameaça.

Embora tivesse uma origem modesta, Chateaubriand pertencia a uma tradicional família de políticos nordestinos. A advocacia lhe possibilitou aproximar-se de pessoas influentes, como Percival Farquhar e Alexandre Mackenzie (Itabira Iron e Light), que junto com outros empresários – como José Maria Whitaker, Silvio Penteado, Wolf Klabin, Guilherme Guinle, Gilberto Sampaio – auxiliaram-no na constituição da sua rede de comunicação.

A linha editorial dos *Diários Associados* era definida no Rio, diretamente por Chateaubriand. Ele, no entanto, não estabelecia um único viés a ser adotado por todos os seus jornais. Os órgãos fora do DF (como o *Estado de Minas*, por exemplo) assumiam posições mais moderadas do que os jornais cariocas. Segundo Austragésilo de Athayde, apenas no Rio de Janeiro (em *O Jornal* e no *Diário da Noite*) se tinha uma posição de maior combatividade (Depoimento/CPDOC).

De qualquer forma, apesar das diferenças, havia uma espécie de unidade geral de pensamento nos *Diários Associados*, baseada no anti-comunismo, na defesa da iniciativa privada e do capital internacional e na repulsa a qualquer forma de estatismo. Os *Associados* eram porta-vozes da burguesia que via na associação com o capital estrangeiro a sua grande perspectiva (TAVARES, 1982: 159-160).

Do ponto de vista jornalístico (redacional e gráfico) e econômico, Os *Diários* nunca chegaram a alcançar de fato uma unidade. O seu padrão de conformação era muito diferente da *Última Hora* e de *O Globo*, que eram cadeias mais homogêneas e sólidas. Os *Diários Associados* eram descentralizados, funcionando como uma espécie de “federação empresarial”.

---

<sup>45</sup> O poder de Chateaubriand pode ser dimensionado pelo episódio da “Lei Teresocca”, quando conseguiu que Vargas mudasse a legislação do país relativa ao direito de família exclusivamente para garantir a guarda da sua filha Teresa. Os decretos-lei n. 4737, de 24 de setembro de 1942, e n. 5213, de 21 de janeiro de 1943, lhe foram feitos “sob encomenda e sobre medida”, como afirma Moraes (1994: 406).

Em relação ao governo, os *Diários* oscilavam em seu apoio em função dos interesses políticos e econômicos imediatos do seu proprietário. Ora o apoiavam integralmente, ora faziam oposição acirrada. O relacionamento de Chatô com Vargas é, nesse sentido, bastante emblemática. Vargas identificava-se com as frações da burguesia interessadas em um projeto autônomo de desenvolvimento, enquanto Chateaubriand se apoiava (como, de resto, a maioria dos outros empresários da comunicação) nos setores que aspiravam a um projeto associado. Isso, no entanto, não impediu Chatô de se aproximar, em muitos momentos, do ditador e de outros líderes nacionalistas.

Em troca de apoio político a Getúlio, Chatô obteve, por exemplo, uma vaga no Senado. Através de uma articulação comandada diretamente por Amaral Peixoto, o senador Veignaud Wanderley (PSD – Paraíba) e seu suplente renunciaram a seus mandatos e o Tribunal Superior Eleitoral convocou eleições suplementares, para que Chatô pudesse se eleger. Essa mesma manobra se repetiria no Maranhão anos depois, durante o governo JK.

Em relação a Juscelino, aliás, Chatô também tomou atitudes bastante contraditórias. Sua posição era flutuante: em alguns momentos, o apoiava firmemente, outras vezes, fazia ferrenha oposição. Apoiar ou não um político – sobretudo em período eleitoral – não era apenas uma opção ideológica, mas também econômica.

*“Para os Diários Associados, apoiar uma candidato significava ampliar a força política da organização, caso ele fosse eleito, mas era também garantia de uma considerável fonte de renda. O “apoio” se traduzia pela publicação de anúncios pagos pelo candidato (...) mais a garantia da cobertura jornalística da campanha – pela qual o candidato também tinha que pagar. Ou seja, além de uma opção política, o que se fazia era também um bom negócio” (MORAIS, 1994: 573).*

Ao término da campanha eleitoral de 1955, Juscelino, por exemplo, devia aos *Diários Associados* 100 milhões de cruzeiros, entre publicidade, cobertura jornalística e editorial. Apesar de sua força política, todos os jornais da cadeia Associada eram economicamente deficitários. Sobreviviam geralmente à custa de golpes financeiros e de favores oficiais. Como conta Samuel Wainer (1987:105):

*“A corrupção nos Associados transformou-se numa instituição, praticada em todos os níveis. Contínuos extorquiam gorjetas para permitir a entrada de alguém, redatores tomavam dinheiro de açougueiros para não denunciarem o aumento no preço da carne,*

*secretários de redação chantageavam empresas para impedir a publicação de críticas a seus produtos. Os negócios em nível mais alto, naturalmente, ficavam por conta do chefe. Quando vagava um cargo de direção no Banco do Brasil, por exemplo, Chateaubriand movimentava-se para nomear algum preposto. Quando conseguia, instalava no Banco do Brasil uma espécie de máquina de arranjar dinheiro. Cobrava quantias para apresentar alguém ao diretor que nomeara, associava-se a negócios, fixava porcentagens. E se fazia ainda mais temido.”*

Chateaubriand tinha um estilo forte, em muitos pontos similar ao de Carlos Lacerda. Era panfletário, incisivo, intransigente, pretendendo destruir fulminantemente os adversários com sua retórica corrosiva. No entanto, diferenciava-se do líder da UDN por sua maior maleabilidade e flexibilidade de posições. Como afirma José Nilo Tavares (1982:153): “*Antivarguista, jamais romperia definitivamente com Vargas; pessedista, manteria sempre relações cordiais com os udenistas; opositorista, manter-se-ia sempre nos limites do respeito ao governo federal.”*

Era frágil o compromisso de Chatô com a verdade. Para defender seus interesses imediatos, não vacilava em manipular e omitir informações, em adulterar e inventar fatos. Não era raro a publicação de notícias falsas, como, por exemplo, a do linchamento de Andrea Hippolito, secretário do partido fascista italiano e cunhado do conde Matarazzo, em 1945 (MORAES, 1994: 437-438). Algumas vezes, o fazia por pura vaidade, como no episódio narrado por Accioly Netto (1998: 85), diretor de *O Cruzeiro*:

*“Uma tarde, por exemplo, surpreendi-o [a Chateaubriand] no estúdio fotográfico de O Cruzeiro, usando casaca e fingindo dançar com uma jovem modelo que mandara contratar. Ficava ela de costas para as lentes, porque a idéia era iludir o leitor para que ele pensasse tratar-se de uma princesa britânica. Pois essa fotografia falsificada ilustrou uma reportagem supostamente feita no Palácio de Buckingham, em Londres, residência oficial da rainha da Inglaterra, como se Chatô frequentasse seus bailes...”*

Chateaubriand usava pseudônimos, como “Macaco Elétrico” e “A. Raposo Tavares”, quando queria fazer agressões mais violentas a seus inimigos. Nessas ocasiões, escrevia numa linguagem bastante grosseira, chula, em tom corrosivo e desrespeitoso, sem usar meias palavras.

Mas Chateaubriand era, sem dúvida, um empreendedor. Com a ajuda do *marchand* italiano Pietro Maria Bardi, criou o maior museu de arte brasileiro, o MASP

(Museu de Arte de São Paulo). Na Europa devastada pela Guerra, adquiriu obras a baixo custo. Cézanne, Modigliani, Max Ernst, Ticiano, Renoir, Tintoretto, Goya, Velásquez, Rembrandt, Toulouse-Lautrec, Manet, Rodin eram alguns dos nomes que compunham o acervo do museu, inaugurado, pela primeira vez, em 1947 e, novamente, em 1950<sup>46</sup>.

O projeto de criação do museu viabilizou-se através da ajuda de empresários, que Chateaubriand pressionava e chantageava para que fizessem doações. Com o cinismo que lhe era peculiar, ele comenta o fato:

*“(...) adotei como minha uma técnica de indiscutível eficiência para reeducar a burguesia: anunciar para breve o fim do mundo burguês, que sucumbirá aos ataques soviéticos. Apresento, contudo, a única hipótese de salvação, que é o fortalecimento das células burguesas. Uma das formas de fortalecê-las é doar Renoirs, Cézannes e Grecos ao Museu de Arte. O que significa que enfrentar os bolcheviques pode custar a cada um dos senhores modestos 50 mil dólares.” (Apud MORAES, 1994: 483-484)*

O império de Assis Chateaubriand começou, em 1924, com *O Jornal*. Em 1925, Chatô comprou o *Diário da Noite* de São Paulo. No ano seguinte, adquiriu o *Diário da Noite* do Rio, o *Estado de Minas* e o *Diário de São Paulo* e lançou a revista *O Cruzeiro*. Dava início, assim, aos Diários Associados<sup>47</sup>, que a partir de então não parariam de crescer, incorporando o *Diário de Pernambuco*<sup>48</sup>, a agência de notícias *Meridional* (1931), a rádio *Tupi* (1935)<sup>49</sup>, o *Correio do Ceará*, o *Jornal de Alagoas*, o *Estado da Bahia* (1939) e assim por diante.

Os Associados fundam, em 1941, a Gráfica Editora O Cruzeiro, responsável por uma infinidade de títulos populares, como *Detetive*, *O Guri*, *Bolinha*, *Brasinha*, *Gurilândia*, *Heróis da TV*, *Gasparzinho*, *Luluzinha*, *Manda-Chuva*, *Os Flintstones*, *Pimentinha* e muitos outros. Em 1950, inauguram, em São Paulo, a primeira emissora de televisão do país: a PRF-3, TV Tupi-Difusora. Quatro meses depois (em janeiro de

<sup>46</sup> Chatô foi também responsável pela inauguração de outros museus menores, como o Museu Dona Beija, em Araxá (1965), o Museu de Arte Contemporânea de Pernambuco, Museu Feira de Santana, Museu Rubem Berta, em Porto Alegre, e a Galeria Brasileira de Belo Horizonte (1966), o Museu Pedro Américo, de Campina Grande (1967) e outros. Cf. WAINBERG: 246.

<sup>47</sup> Foi no final de 1930 que a rede de jornais e revistas de Chateaubriand recebeu a denominação de Diários Associados. Com a incorporação de emissoras de rádio e televisão, variações no nome seriam tentadas para dar abrigo ao universo de comunicação da cadeia: Diários e Emissoras Associados ou Emissora e Diários Associados (CARNEIRO: 1999).

<sup>48</sup> Fundado em 1825 (dois anos antes do *Jornal do Commercio*), o *Diário de Pernambuco* era o diário mais antigo da América do Sul.

<sup>49</sup> A PRG-3 Rádio Tupi foi inaugurada, em 25 de setembro de 1953, com a presença de Guglielmo Marconi como convidado especial.

1955), iniciaria as primeiras transmissões regulares da TV Tupi-Rio. Além das empresas de comunicação, Chateaubriand era dono também de várias fazendas de plantação e de gado, além do laboratório Schering.

No início do anos 50, os Associados possuíam dois jornais no Rio de Janeiro: um matutino, *O Jornal*, e o outro vespertino, *Diário da Noite*. Em 1958, foi incorporado o tradicional *Jornal do Commercio*.

### O órgão líder

Na primeira página, embaixo do nome *O Jornal*, vinha o título de “órgão líder dos *Diários Associados*”. Sua liderança, no entanto, se restringia ao papel de paradigma que lhe era reservado na cadeia e se exercia através da transcrição dos artigos de Assis Chateaubriand e de outros redatores e colaboradores de projeção.

*O Jornal* fora fundado em 1919, por Renato Toledo Lopes, à frente de um grupo de jornalistas dissidentes do *Jornal do Commercio*, que haviam se desentendido com Félix Pacheco. O título, aliás, era uma clara provocação ao tradicional diário carioca, conhecido, na época, exatamente como “o jornal”.

Na equipe montada por Toledo Lopes estavam homens de letra, como Sérgio Buarque de Holanda e Alceu Amoroso Lima, e o jornalista português Vitorino de Magalhães. Escrito em linguagem pomposa, *O Jornal* nunca chegou a atingir tiragens expressivas. Cinco anos depois de fundado (em 1924), o matutino foi vendido por 6 mil contos de réis a Assis Chateaubriand.

Para realizar a compra, Chatô contou com a ajuda de Júlio Mesquita (proprietário do *Estado de S.Paulo*), que convenceu Alfredo Pujol a conceder-lhe um empréstimo de 1.500 contos (o equivalente, em 1994, a mais de 1 milhão de dólares). Para garantir o restante do valor, organizou uma subscrição entre empresários, como Raoul Dunlop, Guilherme Guinle, Asdrúbal do Nascimento e outros (MORAES, 1994: 138).

Chateaubriand, então com 32 anos, chamou para presidir a empresa o ex-presidente Eptácio Pessoa. A diretoria foi entregue a Alfredo Pujol e a Rodrigo Melo Franco de Andrade e o cargo de redator-chefe a Austragésilo de Athayde. Como secretário da redação foi contratado o até então redator-chefe do *Correio da Manhã*, Azevedo Amaral. E para cuidar da publicidade, Chateaubriand trouxe para o Brasil Fitz Gibbon, chefe do Departamento de Propaganda do *New York American*, jornal da cadeia



de William Randolph Hearst. Entre os colaboradores do jornal estavam Herbert Moses, Carlos Drummond de Andrade, Oswald de Andrade e Monteiro Lobato.

O matutino se envolveu diretamente com o acontecimentos políticos que levaram à Revolução de 30. Em 32, na revolução constitucionalista, tomou partido a favor dos paulistas. Com a derrota, o jornal foi ocupado. A sua sobrevivência foi assegurada por um acordo entre Vargas, Chatô e a família Melo Franco. *O Jornal* passou, a partir de então, a apoiar Vargas e manteve seu apoio até 1945.

Foi nesse período que os *Diários Associados* consolidaram-se, estendendo suas ramificações por todo o país. Chateaubriand criou e comprou outros jornais e revistas e penetrou no campo da rádio difusão com a *Tupi*. O auge de *O Jornal* e dos *Diários Associados*, no entanto, seria nos anos 50, quando Assis Chateaubriand começou a entrar também no campo da telecomunicação.

Segundo Pompeu de Souza, *O Jornal* tentou – antes mesmo da reforma do *Diário Carioca* - introduzir algumas inovações, como contar e padronizar os títulos. A novidade foi trazida pelo diagramador argentino Gastón Bernardo.

*“Até então, o redator batia o título na abertura da matéria, com o número de palavras que considerasse suficiente. A oficina compunha esse título na família que lhe conviesse, de forma que o jornal era uma salada de tipos, com as mais diversas e diferenciadas famílias tipográficas. Era uma completa confusão, um negócio desagradável. O Jornal teve a iniciativa de padronizar pelo menos as famílias de tipos nos títulos.”* (SOUZA, 1988: 24)

Em 1954, foram contratados para *O Jornal* e para o *Diário da Noite* dois diagramadores argentinos, José Antônio Honrado e Mário Parpagnolli, que trabalhavam na *Última Hora*. Algumas modificações foram introduzidas nos jornais para torná-los mais leves.

Em 1960, assumiu a chefia de redação Wilson Figueiredo, que participara da famosa reforma do *JB*, primeiro como auxiliar de Odylo Costa Filho<sup>50</sup> e, depois, como seu substituto. Ganhando em *O Jornal* o dobro do que recebia no antigo emprego, Figueiredo tornara-se um dos profissionais mais bem pagos da imprensa brasileira, com incumbência realizar a reforma gráfica e redacional no órgão líder da cadeia associada.

<sup>50</sup> Para facilitar a leitura, optamos por alterar a grafia do nome de algumas pessoas. Assim, Odylo Costa, filho (cuja grafia correta é com vírgula e f minúsculo) se transformou em Odylo Costa Filho e Prudente de Moraes, neto foi substituído por Prudente de Moraes Neto.

Uma das primeiras medidas de Wilson Figueiredo foi a criação do *copy-desk* para uniformizar a redação do matutino. Não trocou a equipe, pois – segundo ele – enquanto os profissionais do *JB* eram mais jovens, os de *O Jornal* eram mais experientes.

*“Acredito no êxito da reforma que eu vou realizar no O Jornal porque ela é mais uma necessidade da empresa do que um esforço meu e um desejo dos rapazes que aqui trabalham. Também eles, que já não acreditam mais em reformas porque todas as tentativas anteriores fracassaram por completo, estão esperançosos e trabalhando com redobrado entusiasmo.”* (PN, 21/3/1960:38)

A fala de Figueiredo expressa mais os seus desejos e expectativas do que a realidade. Ele aponta como positivos elementos que talvez estivessem na base do fracasso da reforma: o fato dela ser mais um imperativo empresarial do que um desejo de seus profissionais, que, de resto, *“não acreditam mais em reformas”*.

Em 1973, nova tentativa de reformular o matutino, agora, sob o comando de Estácio Ramos. Em um ano, a circulação de *O Jornal* passou de apenas 5 mil para 30 mil exemplares (70 mil aos domingos). *“Quando assumimos”*, conta Ramos, *“o déficit era de 1 milhão de cruzeiros mensais. Em março de 1974, baixara para apenas 58.000 e estávamos caminhando para um superávit”*. Ainda assim, os Associados decidiram fechar o jornal, pois acharam impossível, frente a situação financeira do grupo, manter dois jornais no Rio. Optou-se, então, pelo *Jornal do Commercio*, que era a empresa de maior patrimônio.

### **O vespertino carioca dos Diários**

Chateaubriand adquiriu o *Diário da Noite* em 1926. Impresso em papel verde, era um jornal popular, que apelava para grandes manchetes sensacionalistas<sup>51</sup>. Durante mais de 25 anos, foi dirigido por Carlos Eiras:

*“Naquela época, os vespertinos assemelhavam-se aos próprios matutinos em matéria de monotonia e paginação. Fiz então o Diário da Noite descer até o povo, imbuindo-se, em todas as linhas, da ironia, da inquietação e da irreverência do próprio carioca. E nasceram as manchetes do Diário.”* (PN, 15/8/1951).

<sup>51</sup> Algumas manchetes do *DN*, assim como algumas da *Luta Democrática*, fazem parte do anedotário do jornalismo carioca: “Padre cedeu à tentação da carne”, “o papa amanheceu de perna inchada” etc.

Chateaubriand adotou, no Rio, uma fórmula que faria sucesso também em outras capitais, como São Paulo e Belo Horizonte: manteve um matutino austero (*O Jornal*) e lançou um vespertino mais popular.

No final dos anos 50, frente à concorrência da *Última Hora* e de *O Globo*, o *DN* não conseguiu sobreviver. O famoso jornal impresso em papel verde, cuja tiragem já alcançara 100 mil exemplares, agonizava, com uma tiragem de apenas 8 mil. Como tentativa de reação, uma série de reformas editoriais foram implementadas, por Nahum Sirotsky, por Maia Neto, Erasmo Nascente e Josué Guimarães.

Em março de 1960, Alberto Dines assumiu a direção da empresa e realizou uma reforma mais profunda na aparência, no estilo e no conteúdo do diário. Contratou Raul Giudicellil e Berilo Dantas para, ao lado de outros redatores do *DN*, comporem o *copy desk*. Três dos mais importantes colunistas da *Última Hora* – Nelson Rodrigues, Antônio Maria e Sérgio Porto (o Stanislaw Ponte Preta) – também foram contratados.

Dines reuniu os setores de reportagem sob uma única chefia, que foi entregue a Calasans Fernandes. Contratou alguns dos melhores repórteres do Rio. Entre eles, Joel Silveira e Fernando Pinto, que veio de *UH*, com um ordenado mensal de 25 mil cruzeiros. E finalmente, elevou os salários dos antigos repórteres e redatores do jornal equiparando-os aos dos novos elementos contratados.

A transformação do *Diário da Noite* foi radical tanto na sua estrutura, quanto na sua apresentação gráfica, projetada pelo diagramador Parpagnolli. Para começar, o formato *standard* foi substituído pelo tablóide e o tradicional papel verde da primeira página cedeu espaço ao branco. Os textos passaram a ser menores e mais vivos, utilizando uma linguagem coloquial. O lançamento da nova versão modernizada, no dia 20 fevereiro de 1960, foi amplamente anunciado pelas publicações especializadas. Dines fala sobre a experiência:

*“Quando Brasília foi fundada em 1960, eu estava na Última Hora, aqui no Rio, e fui convidado pelo João Calmon (o Chateaubriand já estava paralisado, paraplégico), eu tinha 26 anos, eu fui convidado para fazer uma reforma no Diário da Noite. O Diário da Noite tinha sido um vespertino daqueles com 5 edições diárias, vendia 200.000 exemplares e estava vendendo 8.000 jornais por dia. (...) Então o Calmon falou: ‘Ou vai ou racha; ou você faz uma mudança total, ou a gente fecha esse jornal.’ E eu, jovem, malucão: ‘Se é para mudar tudo, deixa comigo.’ E eu era fascinado pelos tablóides ingleses. (...) E aí o Calmon, ‘tem que mudar tudo’. E eu fiz um tablóide.” (Alberto Dines, 15/12/1999).*

Tratava-se de um empreendimento ousado. Os tablóides nunca tiveram muita aceitação do público carioca, a não ser como suplemento. Além disso, Dines queria fazer renascer o vespertino, que àquela altura praticamente havia desaparecido. Adotou como estratégia colocar o jornal para circular às 16 horas, quando a maioria circulava, no mais tardar, às 10 da manhã.

A contratação de Alberto Dines para dirigir o novo *DN* demonstra a tentativa de renovação que estava animando a alta direção associada no que diz respeito às suas empresas cariocas. Nessa mesma época, Wilson Figueiredo assumiu a chefia de redação de *O Jornal*, com o objetivo de realizar uma série de modificações no órgão líder da cadeia de Assis Chateaubriand, e Odylo Costa Filho foi contratado para “ressuscitar” *O Cruzeiro*.

As tentativas de reforma dos Associados, no entanto, não foram bem sucedidas. No final de fevereiro de 1962, Chateaubriand teve que, pela primeira vez, mandar fechar um jornal. Premido por dívidas monumentais, saía de circulação o *Diário da Noite*.

### **A decadência do império**

O Associados tiveram, do ponto de vista empresarial, um destino ímpar na história dos meios de comunicação neste país. Em setembro de 1959, Chatô doou 49% das ações e quotas do seu patrimônio a 22 dos seus empregados, transformando a sua cadeia em Condomínio Acionário de Emissoras e Diários Associados. Entre os premiados estavam seus dois filhos (Fernando e Gilberto), seu irmão Oswaldo, Austragésilo de Athayde, Edmundo Monteiro, João Calmon, Leão Gondim e Martinho de Luna Alencar. Fernando renunciou à escolha e foi substituído por Renato Dias Filho. Os outros 14 foram escolhidos por critérios geográficos, de forma a haver, em cada região do país, um representante do Condomínio. As quotas eram gravadas com a inalienabilidade e incomunicabilidade, ou seja, eram vitalícias mas não hereditárias. Quando falecia um condômino, os outros 21 tinham que escolher um substituto entre os funcionários.

Em 1962, Chatô fez seu testamento, legando aos 22 condôminos os seus 51%, de forma que, após a sua morte, o Condomínio fosse proprietário da totalidade dos *Diários Associados*. Foram criadas uma comissão plenária, uma comissão executiva (constituída por 8 condôminos e empossada por cinco anos) e uma conselho consultivo (constituído por não condôminos), com poderes deliberativos e decisórios.

Os *Diários* estavam, na época, em uma situação financeira delicada. A desorganização administrativa havia levado as empresas a um estado de quase insolvência. A sangria nos seus cofres, sobretudo para pagar as compras de quadros para o MASP<sup>52</sup>, era um dos principais responsáveis pelos seus déficits. Com a doença de Chateaubriand (que sofreu um derrame em 1960), o império perdeu as suas bases de negociação política, se enfraquecendo frente à ascensão de outros grupos de comunicação mais articulados com o regime militar, como a *Globo*.

Assis Chateaubriand faleceu em 1968, depois de passar oito anos paralítico, preso numa cadeira de rodas. Com a sua morte, todos os órgãos principais centralizados no Rio de Janeiro desapareceram: o *Diário da Noite* (1962), depois *O Jornal* (1975) e a agência Meridional (1974)<sup>53</sup>. O título da revista *O Cruzeiro* foi vendido em leilão, em 1979, acabando nas mãos de Alexandre von Baumgarten, antigo repórter dos Associados e aliado do Serviço Nacional de Informação (SNI).

João Calmon foi eleito presidente do Condomínio, tendo Edmundo Monteiro como vice e Leão Gondim como secretário. A sede do Condomínio passou a ser em Brasília, no *Correio Brasiliense*. O *Jornal do Commercio* tornou-se o orientador da cadeia no Rio de Janeiro.

Atualmente, os Associados ainda são o sexto maior grupo de comunicações do Brasil. São formados por 12 jornais, 14 emissoras de rádio, seis de televisão (repetidoras da *Rede Manchete* e do *SBT*), uma agência de notícias, cinco empresas de vídeo e informática, um teatro, uma fazenda e uma imobiliária. Em 1997, o grupo recebeu uma indenização do governo federal de 220 milhões de reais.

---

<sup>52</sup> A maioria dos empresários, na realidade, não doava dinheiro para a compra das obras para o MASP, trocava o dinheiro por espaço publicitário. Ou seja, quem pagava a conta, no final, eram mesmo os *Diários Associados*.

<sup>53</sup> A Agência Meridional seria, entretanto, reativada nos anos 90, encontrando-se, hoje, em pleno funcionamento.

## JORNAL DO COMMERCIO

“... o jornal não pode ser encarado sob o aspecto de uma empresa privada: é uma instituição nacional.”

Alcindo Guanabara

Fundado em 1827 pelo francês Pierre Plancher, o *Jornal do Commercio* é o segundo jornal mais antigo do país. Surgido em um momento em que a maioria das publicações tinha um caráter efêmero, se afirmou – com sua linguagem austera – como um órgão tradicional e respeitado. Representava o pensamento conservador, tendo como traço marcante o apoio a todos os governos (do Império à República).

No início, mesmo já sendo uma empresa sólida e de prestígio, tinha uma tiragem pequena, em torno dos 15 mil exemplares. Era lido apenas pela elite econômica e cultural: comerciantes, alta administração, aristocracia cafeeira etc.

Pierre Plancher – um bonapartista fervoroso – exilara-se da França, fugindo da Restauração. Em Paris, tinha sido dono de uma editora, que publicava as obras de Benjamin Constant, Voltaire, Chateaubriand de Talleyrand e outros. No Brasil, abriu uma livraria na Rua do Ouvidor e começou a editar algumas obras. Em 1824, fundou um pequeno jornal, o *Spectador Brasileiro*, que durou até 1827, ano do aparecimento do *Jornal do Commercio*.

O *JC*, a princípio, seria apenas um órgão de informações comerciais e marítimas (noticiando as chegadas e saídas de navios, compras e vendas de escravos etc.). Um ano após o seu aparecimento, entretanto, Plancher resolveu lhe imprimir uma orientação mais ampla, incluindo na sua cobertura os assuntos de política e literatura.

Plancher trouxe de seu país a técnica e a experiência jornalística, fixando padrões de qualidade a serem adotados por toda a imprensa. O jornal foi durante mais de 60 anos dirigido por franceses, que experimentavam aqui, quase que simultaneamente, todos os processos inventados em Paris (BARROS, 1975:10). O folhetim, por exemplo, começou a ser publicado pelo *JC* já no seu segundo ano de circulação. No início, não trazia assinatura, mas a partir da década de 40 (do XIX) podia-se ver os nomes de autores como Martins Pena, Justiniano José da Rocha, José de Alencar, Joaquim Manoel de Macedo, Raul Pompéia e outros. O romance *Os Miseráveis*, de Victor Hugo, foi publicado aqui e em Paris simultaneamente. Além de

Hugo, o jornal publicou outros autores franceses como Alexandre Dumas, Emile Zola e Eugene Sue (CARDIM, 1978).

Em 1835, Plancher vendeu o jornal a um outro francês, Junius Villeneuve, que durante algum tempo teve como sócio Réol Antoine de Mougnot. O novo proprietário manteve a mesma orientação do jornal. Em agosto de 1841, cessada a publicação do *Correio Oficial*, o *Jornal do Commercio* passou, por contrato oficial, a publicar os atos do governo.

Com a morte de Villeneuve, em 1863, seu filho, conde Júlio Constâncio de Villeneuve, herdou o jornal. A administração e orientação da empresa ficou a cargo de Francisco Antônio Picot. Um dos principais redatores-chefe desse período foi o conselheiro João Carlos de Souza Ferreira.

Em 1890, o jornal foi vendido a José Carlos Rodrigues, um dos homens mais poderosos do início da República. Após 25 anos, J.C. Rodrigues passou o jornal a um antigo auxiliar da empresa, o comendador Antônio Ferreira Botelho. Félix Pacheco – que trabalhava como repórter de polícia – foi nomeado, então, redator-chefe.

Uma das marcas do *Jornal do Commercio*, nessa época, era “A Pedidos”, seção de publicações solicitadas, de colaborações livres, que vinha como um apêndice do jornal.

Nas primeiras décadas do século, embora se modernizasse em termos de equipamento gráfico e estrutura empresarial, o jornal não mudou seu conteúdo e não adotou as inovações de outros impressos, como o uso de gravuras ou o noticiário de esportes (HONS, 1982:131).

Em 1923, o comendador Botelho transferiu a propriedade do jornal a dois de seus antigos colaboradores, Oscar da Costa e Félix Pacheco. Nos anos 30, o jornal passou por um período de retração. No momento em que as classes médias e de parte das populares começou a ter acesso à informação, a sua tiragem estagnou.

Félix Pacheco morreu em 1935 e o jornal passou a ser propriedade da viúva, Dora Rodrigues Pacheco. Elmano Cardim, que trabalhava no *JC* desde 1909, tornou-se diretor e, em 1941, proprietário.

No pós-guerra, momento em que a imprensa carioca como um todo começa a se modernizar, o *JC* continuou sem utilizar fotos e nem gravuras. Tinha uma tiragem pequena (cerca de 25 mil exemplares). Era, no entanto, uma empresa relativamente próspera, com uma boa receita publicitária, devido ao perfil de seu público leitor

(homens de negócios e industriais). Tinha mais assinaturas do que vendas avulsas, o que lhe conferia uma certa estabilidade (HONS, 1982:134).

Em 1957, o *JC* foi vendido a Santiago Dantas, que tentou promover uma reforma editorial. Seu plano era fazer um jornal moderno, mas sem abrir mão da linha tradicional. O modelo seria o *Times* de Londres. Comprou-se rotativas novas e chegou-se inclusive a contratar Luís Paulistano (chefe de reportagem do *Diário Carioca* entre 1950 a 1956), Carlos Castelo Branco e Otávio Tirso (que também tinham participado da mesma equipe revolucionária do *DC*).

Os planos de modernização, entretanto, não puderam se concretizar. Em setembro de 1958, o prédio do jornal, na Avenida Rio Branco, incendiou-se. O parque das novas linotipos, que haviam sido compradas para a renovação do jornal, assim como a antiga rotativa foram totalmente destruídos. O seguro não deu para pagar todos os prejuízos e nem as indenizações. A redação foi forçada a mudar para a Rua do Livramento e o jornal passou a ser composto e impresso nas oficinas de *O Globo*.

San Tiago Dantas ficou pouco tempo com o *JC*. Durante esse curto período, o jornal passou a se identificar com as idéias do PTB e com nacionalismo. Mas o jornal não obteve a aceitação que se esperava. Houve nessa fase, inclusive, uma retração nas vendas (*PN*, 14/11/1957). Em março de 1959, o jornal foi vendido a Assis Chateaubriand e incorporado aos *Diários Associados*. Em abril, Carlos Rizzini assumia a sua direção.

Em 1974, quando *O Jornal* foi fechado, o *Jornal do Commercio* absorveu parte de seus funcionários. Sofreu uma pequena reformulação: passou a utilizar títulos mais destacados, mas sempre usando poucas fotos.

#### Proprietários do Jornal do Commercio

1827-1835	1835-1863 / 1863-1890	1890-1915	1915-1923	1923-1935 / 1935-1941	1941-1957	1957-1958	1958-
Pierre Plancher	Junius Villeneuve / Júlio Constâncio Villeneuve	José Carlos Rodrigues	Antônio Ferreira Botelho	Félix Pacheco / Dora Rodrigues Pacheco	Elmano Cardim	San Tiago Dantas	Assis Chateaubriand / Condominio dos Diários Associados



## DIÁRIO DE NOTÍCIAS

O *Diário de Notícias* foi fundado por Orlando Dantas<sup>54</sup>, em 12 de junho de 1930. Nóbrega da Cunha e Figueiredo Pimental, vindos de *O Jornal*, dirigiam o matutino, que saía em duas edições – uma às 4 horas da madrugada e outra às 11 da manhã – com 12 páginas e duas seções.

O *DNot* apoiou a Aliança Liberal e a revolução de 30. Chegou a criar uma coluna, chamada “Movimento Revolucionário”, para acompanhar, dia a dia, os acontecimentos. Em 1932, entretanto, distanciou-se do governo e apoiou o movimento constitucionalista.

Durante o Estado Novo, o jornal adquiriu prestígio como órgão de resistência à ditadura e como veículo de expressão de intelectuais de oposição. Foi um dos poucos veículos a resistir às pressões políticas e econômicas do governo. Apesar de sofrer – tanto quanto todos os outros veículos de comunicação – a forte censura, negava-se a tratar de assuntos sugeridos pela Agência Nacional. Orlando Dantas chegou a ser preso, por ordem do chefe de polícia de Vargas, Felinto Müller, e o jornal – devido aos boicotes do DIP – passou por grave crise financeira.

*“Vivíamos quase à mercê dos fornecedores, dos bancos, e, não raras vezes, dos agiotas. Redatores e funcionários recebiam seus ordenados com demora de duas, três, quatro e mais quinzenas. Faltava-nos, freqüentemente, dinheiro para o papel e para a tinta. Conseguíamos a custo o de que precisávamos para as férias semanais das oficinas. Pagávamos com meses e meses de atraso os aluguéis da casa e as prestações das máquinas.”* (DANTAS, Apud LEITÃO, 1960:21).

Assim relata Edmar Morel (1999:44) a sua passagem pelo *Diário de Notícias*:

*“A minha passagem pelo Diário de Notícias foi rápida, porém o suficiente para conhecer o caráter de Orlando Ribeiro Dantas, cuja linha de independência era respeitada pelo próprio Vargas. A redação tinha o que havia de mais importante no jornalismo. Os editoriais, redigidos pelo Alves de Souza, vindo de O País, encantavam pelo estilo e a seriedade com que encarava os problemas abordados. Lá estavam Cecília Meireles, Osório Borba, Ricardo Pinto, Fernando Segismundo, os irmãos Requião, Luis Luna e, como chefe de polícia, Barros dos Santos.”*

<sup>54</sup> Orlando Ribeiro Dantas nasceu no Rio Grande do Norte a 11 de janeiro de 1896. Antes de fundar o *Diário de Notícias*, exerceu o cargo de diretor de publicidade de *O Jornal*.

Nas eleições presidenciais de 1950, o *DNot* apoiou o brigadeiro Eduardo Gomes, candidato da UDN. Eleito Vargas, o jornal reassumiu imediatamente sua posição de combate e de forte oposição.

Em 1953, morreu Orlando Dantas e seu lugar foi ocupado por sua mulher, Ondina Portela Ribeiro Dantas, e por seu filho, João Portela Ribeiro Dantas. Inicialmente, não houve mudanças nos quadros do jornal, permanecendo Vanderlino Nunes na secretaria de redação e Odylo Costa Filho, Paulo Lima, César Leão, Osório Borba e Osório Nunes como principais redatores. No final de 1955, Prudente de Moraes Neto assumiu o cargo de redator-chefe. Também não houve nenhuma modificação na linha editorial. O *Diário de Notícias* manteve, até o final dos anos 50, uma postura politicamente militante, criticando o governo (primeiro Vargas e depois JK) e apoiando abertamente, nos períodos eleitorais, os candidatos da UDN. Após a renúncia de Jânio Quadros, entretanto, apoiaria João Goulart.

Alguns dos principais colaboradores do jornal estavam associados a postulados políticos, filosóficos e estéticos bastante conservadores. Nomes como Gustavo Corção, Alceu Amoroso Lima (que assinava o pseudônimo de Tristão de Athayde) são bons exemplos disso. Mas havia também no jornal muitos socialistas. Segundo Fernando Segismundo, na década de 50, trabalhavam na redação do *DNot* cerca de 40 jornalistas, dos quais 1/3 era filiados ao partido. Alguns deles – como Raimundo Magalhães, Osório Borba e Joel Silveira – possuíam colunas e escreviam matérias opinativas. Não influenciavam, entretanto, na orientação editorial<sup>55</sup>.

O *DNot* foi, durante muito tempo, o matutino de maior tiragem do Rio. Fato que era, aliás, sempre anunciado na sua primeira página. Seu tamanho era ligeiramente inferior aos demais jornais, como exceção do *Diário Carioca*. Era um típico jornal de classe média, com ligeira penetração na elite, lido sobretudo por funcionários, professores e militares.

---

<sup>55</sup> É bastante interessante o amargo depoimento de Segismundo (1995:283): “Trabalhei durante 37 anos no *Diário de Notícias*. Posso contar pelos dedos as vezes em que tive publicados artigos com meu nome. Fui muitas vezes incomodado pela polícia por defender a paz e me encaixar em campanhas populares. Jamais aplaudi Mangabeira, Eduardo Gomes ou Jânio Quadros como políticos. No anonimato, considerava-me bom redator. De público não me favoreciam. Joel Silveira, socialista, assinava colaborações. Osório Borba, contrário ao Governo de Getúlio, assinava. Magalhães Júnior, socialista róseo, também assinava. Comunista, ou democrata conseqüente, não tinha vez. Nunca me convidaram para a casa dos Dantas. Distinguiam-me internamente, porém não passava disso.(...) Recordo o prestígio desfrutado no *Diário de Notícias* e no lar dos Dantas por alcaguetes e policiais travestidos de jornalistas. (...) Trabalhadores capazes e probos não despertavam a estima dos Dantas. Era ou é o prejuízo do enfoque burguês. Tudo perdoa a burguesia: a corrupção, os desvios de natureza, o cinismo e a ignorância; só não perdoa aos idealistas.”

De 1936 a 1957, o *DNot* funcionou num casarão de 3 andares na rua da Constituição. Em janeiro de 57, mudou para uma nova sede, com sete andares e 6.500 m<sup>2</sup>, na rua Riachuelo. Foi quando João Dantas comprou de Geraldo Rocha “Mundo Gráfica Editora”, responsável pelas publicações *O Mundo Ilustrado* e *O Mundo Agrário*. Constituiu-se, assim, a Organização *Diário de Notícias*, no valor de 180 milhões de cruzeiros.

João Portela Ribeiro Dantas tentou então formar uma equipe de elite para empreender a modernização do jornal. Convidou para a direção redacional Joel Silveira. Para secretário, o indicado foi Nilson Viana. Parpagnolli, o renomado técnico argentino de artes gráficas (o mesmo de *UH* e dos *DA*), ficou com as funções de chefe de departamento de arte. E o fotógrafo e laboratorista Ilen Ker ficou como editor de fotografias (*PN*, 24/10/1957).

Nilson Viana – que havia sido secretário da *Tribuna da Imprensa* e de *O Mundo Ilustrado* – começou a reforma com a instituição do *copy desk* e com mudanças na paginação do matutino. A primeira página, por exemplo, deixou de tratar apenas de assuntos internacionais.

Nos anos 60, o jornal enfrentaria grave crise financeira. Segismundo conta que os funcionários chegaram a ficar 8 meses sem receber seus salários. Essa situação, segundo ele, era resultado da má administração e da incompetência de João Dantas.

“Mas repare: o jornal compra de Geraldo Rocha um parque industrial e não sabe aproveitá-lo! Se o jornal só rodava de noite, por que durante o dia não alugava as máquinas? Por que pegou *O Mundo Ilustrado* com 140 mil exemplares e deixou-o morrer, tendo a dirigi-lo um grande jornalista, Joel Silveira? Por que sucumbiu *O Mundo Rural*? Por que deixaram de montar uma estação de rádio?” (SEGISMUNDO, 1995:282).

Em 1968, quando suas dívidas eram de cerca de Cr\$ 8 milhões, Dantas passou o *Diário* para Delfim Neto, então ministro da Fazenda, que colocou para dirigi-lo Gustavo Silveira e Nilo Dante. Pouco tempo depois, entretanto, o matutino era vendido ao deputado Ricardo Fiuza, que tentou uma reforma salvadora, sob o comando do jornalista Múcio Borges de Fontoura. Mas em vão. Em 1974, o jornal passava para as mãos de Joaquim Pires Ferreira e, deste, para Olímpio de Campos, que o editou até novembro de 1976, quando saiu o seu último número.

## O GLOBO

Irineu Marinho, junto com um grupo de jornalistas oriundos de *A Noite*, fundou *O Globo* em julho de 1925. No início, o jornal sequer tinha sede própria, mas conseguiu uma tiragem de 30 mil exemplares. Na equipe, além de Herbert Moses (braço direito de Irineu), havia Justo de Moraes, Eloy Pontes e Horácio Cartier.

Vinte e um dias após o lançamento de *O Globo*, Irineu Marinho faleceu. A sua viúva, Francisca Marinho, entregou a direção do jornal a Euricles de Matos. Na parte administrativa, permaneceu Herbert Moses (diretor tesoureiro) e Antônio Leal da Costa (diretor gerente). Em maio de 1931, entretanto, Euricles de Matos também faleceu. Roberto, filho mais velho de Irineu Marinho, iniciou então sua gestão, que se estendeu por quase 7 décadas.

Desde a sua fundação, *O Globo* assumiu uma linha discretamente conservadora. Na realidade, até a II Guerra, o jornal tinha pouco peso na política nacional. Durante o Estado Novo, como a maioria dos jornais, cedeu às pressões do governo e adotou uma atitude favorável ao regime. Mas, a medida em que este foi se enfraquecendo, o jornal foi se posicionando a favor da anistia e das eleições livres. Em 1945, acabou apoiando a UDN e a candidatura do brigadeiro Eduardo Gomes à presidência da República, repetindo o apoio em 1950.

Devido a sua cobertura da Guerra, *O Globo* teve, no início dos anos 40, um aumento significativo da tiragem. Publicou numerosas reportagens sobre a frente europeia, dando destaque a atuação da FEB. Chegou a criar um caderno especial sobre o assunto: o “Globo Expedicionário”, publicado semanalmente em formato tablóide. Também merece destaque o setor de esporte do jornal, que desde 1931 estava sob o comando de Mário Rodrigues Filho.

Nos anos 50, os próprios proprietários, os três filhos de Irineu Marinho, dirigiam o jornal, ocupando mesas dentro da própria redação. Roberto Marinho era o diretor-geral e redator-chefe, Ricardo Marinho era diretor-secretário e Rogério Marinho, diretor-substituto. Com uma tiragem de cerca de 100 mil exemplares, *O Globo* era então o vespertino de maior circulação do Rio de Janeiro. As pesquisas feitas pelo IBOPE mostram que os seus leitores estavam sobretudo nas classes média e alta, mas que também tinha expressão entre as camadas populares (*AnBI*, 1955). Segundo o próprio Roberto Marinho:

*“(...) o jornal precisa ser um conjunto tal que todos os membros de uma família numerosa, inclusive os serviçais, encontrem motivo de interesse na sua leitura seja qual for o seu gosto, a sua cultura, as suas predileções, leitor deve encontrar matéria do seu interesse. Está claro que cada um deparará, diariamente, com assuntos aos quais não dará a menor importância. Mas quantos não se dedicarão a esses mesmos assuntos?... Preocupamo-nos, no momento, com esse objetivo: agradar a todos.” (PN, 15/6/1951).*

Nessa época, já integravam o jornal uma emissora de rádio (a *Rádio Globo*, lançada em 1945), uma gráfica e várias revistas e publicações infantis. Em sua propaganda institucional, *O Globo* se gabava de ter uma equipe de 210 profissionais (5 diretores, 8 *copy desks*, 9 comentaristas, 2 redatores auxiliares, 10 noticiaristas, 13 repórteres, 8 repórteres-auxiliares, 16 colaboradores, 17 auxiliares de reportagem, 3 desenhistas, 9 fotógrafos, 10 revisores, 2 arquivistas, 7 correspondentes no exterior e 91 correspondentes no Brasil).

Em 1954, o jornal transferiu-se para a rua Irineu Marinho, ocupando um prédio com 10 mil metros quadrados de área coberta (onde até hoje funciona o jornal). Na nova sede, inaugurou a sua rotativa Hoe, capaz de, em apenas duas horas, rodar toda tiragem do jornal. Todo o seu equipamento gráfico e de rotogravura foi renovado com o que havia de mais moderno e sofisticado na época.

A linha editorial do jornal, segundo o *Anuário Brasileiro de Imprensa* de 1955, sofreu, junto com as inovações materiais, uma mudança radical.

*“De jornal essencialmente informativo que apenas abordava, sem comprometer-se, os assuntos políticos, tornou-se há cerca de um ano um jornal combativo, opinando com veemência sobre política nacional, com posição clara e definida, ainda que apartidária. Jornal de informação completa, mantém O Globo o princípio de ouvir sempre as duas partes em todas as questões controvertidas, sejam elas de caráter político, sejam pequenos acontecimentos ou dramas cotidianos. Sua reportagem conseguiu um grau de objetividade dificilmente alcançado por qualquer jornal e não excedido por nenhum outro.” (grifo nosso).*

É interessante observar que parece não haver nenhuma contradição entre objetividade e opinião. O texto afirma que o jornal passou a opinar com veemência e, ao mesmo tempo, conseguiu um grau de objetividade dificilmente alcançado. Nesse sentido, é bastante ilustrativo o depoimento de João Antônio Mesplé (CPDOC):

*“Havia um articulista de O Globo chamado de Horácio Cartier. Ele era um brilhante jornalista, tinha um estilo bastante peculiar. O Barão de Itararé dizia que ele era o único jornalista que conseguia afirmar, negar e duvidar na mesma frase. Era esse o estilo de O Globo. Se você espremer bem, tirar os “não obstantes”, consegue ver que a posição dele é resultante da defesa dos interesses da grande burguesia e sobretudo da grande burguesia aliada ao capital estrangeiro.”*

*O Globo* sempre assumiu uma postura visceralmente anti-comunista. Na era Vargas, apoiou as perseguições desencadeadas contra os seus militantes. Durante o governo Dutra, solidarizou-se com o lançamento do PCB na ilegalidade, fez campanha para que fossem cassados os seus deputados e apoiou o rompimento das relações diplomáticas com a União Soviética.

Durante o segundo governo Vargas, o jornal desencadeou uma violenta campanha contra a Petrobrás, cuja criação foi aprovada pelo congresso em 1953. Foi contra o decreto presidencial que limitava a 10% a remessa de lucros pelas empresas estrangeiras, contra o aumento de 100% do salário mínimo e contra a Instrução n. 70 da SUMOC. Na campanha movida contra a *Última Hora*, Roberto Marinho, como veremos mais a diante, chegou a ceder a *Rádio Globo* para que Carlos Lacerda fizesse seus ataques a Samuel Wainer e ao governo. Cobriu detalhadamente o inquérito policial-militar instaurado pela Aeronáutica para investigar o atentado da Rua Toneleros e publicou todo o relatório do inquérito num tablóide intitulado “O livro negro de corrupção”. Após o suicídio de Vargas, sua sede foi apedrejada e vários caminhões de entrega do jornal foram queimados por populares.

O jornal apoiou Café Filho, por sua proximidade com a UDN. Durante o período JK, manteve-se uma oposição moderada. Apoiou irrestritamente a campanha Jânio Quadros, mas foi, obviamente, contra a condecoração de Che Guevara e o reatamento das relações com os países socialistas. Foi contra a posse de João Goulart, mas aceitou a opção conciliatória do parlamentarismo. Apoiou prontamente o movimento militar de 64, transformado-se gradualmente no mais governista dos jornais. No ano seguinte ao Golpe, em maio de 1965, foi inaugurada a *TV Globo*, que se tornaria, em pouco tempo, a maior rede de televisão da América Latina e a principal força do grupo.

Nos anos 60, quando toda a imprensa passava por uma aguda crise, *O Globo* conseguiu manter a sua tiragem em torno de 200 mil exemplares. Foi um dos jornais mais beneficiados com o processo de concentração empresarial ocorrido nesse período.

Na década de 70, *O Globo* prosseguiu com a sua modernização tecnológica e administrativa. Em dezembro de 1971, Evandro Carlos de Andrade assumiu a redação, implementando uma série de mudanças editoriais, que levaram o jornal à liderança do mercado no Rio de Janeiro. Em 1978, foram instaladas impressoras *offset* e, em 1985, as máquinas de escrever foram substituídas por computadores. Em 1995, o jornal passou por uma reforma gráfica, conduzida pelo escritório de Milton Gleiser e Walter Bernard, em Nova York.

Hoje, as Organizações Globo – das quais faz parte o jornal – são o maior conglomerado jornalístico da América Latina. Roberto Marinho – que ficou durante cerca de 70 anos na presidência da empresa, sendo um dos homens mais influentes do país – se encontra afastado, sendo substituído pelos seus três filhos: Roberto Irineu, João Roberto e José Roberto.

## A NOTÍCIA E O DIA

*A Notícia* foi fundado em 17 de setembro de 1894 por Manuel de Oliveira Rocha, ou Rochinha como era conhecido. Em 1924, o vespertino foi comprado por Cândido Campos, que assumiu o cargo de secretário de redação. Passou então a exibir um governismo extremado, a ponto de ser considerado como o “órgão oficial” do governo brasileiro. Era chamado de “o jornal cor-de-rosa”, numa alusão à cor do papel em que passou a ser impresso (rosa), mas também às suas posições políticas conservadoras e à sua postura elitista. Era – pelo mesmo motivo – também conhecido como o “jornal de punhos de renda”.

Quando veio a revolução de 30, a redação de *A Notícia* foi depredada e seu acervo incendiado. Cândido Campos se exilou em Paris, só retornando ao Brasil em 1938. Em outubro desse mesmo ano, com a ajuda de Joaquim Sales, reabriu o jornal, mas deu-lhe um caráter completamente diferente. O novo secretário de redação, Silva Ramos, inaugurou um novo estilo, popular e agressivo. *A Notícia* se tornou um jornal de denúncia, com ênfase no noticiário policial. As suas manchetes pesadas (conhecidas como “zincos de *A Notícia*”) ficaram famosas no meio jornalístico, sendo ainda usadas como recurso gráfico, sobretudo por jornais populares.

*A Notícia* teve um êxito extraordinário, tornando-se um dos jornais mais vendidos do Rio de Janeiro. Não dispo de parque gráfico próprio, era impresso no *Diário de Notícias*. A redação ficava na Av. Rio Branco 134, 2º andar.

Em outubro de 1950, após a morte de Silva Ramos, Cândido Campos vendeu o jornal para Ademar de Barros e Chagas Freitas. Este último tornou-se seu diretor, tendo José Leão Padilha como secretário de redação. A nova direção deu *A Notícia* um parque gráfico moderno, instalando-o na Av. Marechal Floriano, 45, onde foram concentrados todos os serviços. O jornal continuou seguindo a mesma linha editorial, mas introduziu no noticiário informações políticas, praticamente ausentes até então. Algumas transformações gráficas foram feitas, para adequar o jornal ao espírito dos novos tempos. Assim a revista *PN* (01/10/1950:22) comenta a troca de proprietário de *A Notícia*:

*“Por muitas vezes assinalamos aqui o crescimento espetacular do vespertino A Notícia, que atingiu, com apenas 8 páginas, 90 mil exemplares de tiragem. A sua frente estava um experimentado jornalista – Cândido Campos. Mas depois de 40 anos de lutas na imprensa, Cândido Campos se retira, passando o jornal a ser*



*dirigido por Antônio Chagas Freitas. Trata-se também de um veterano, ex-redator dos Diários Associados, do Correio da Noite e da Gazeta de Notícias. É político militante, candidato a deputado federal pelo partido de Adhemar de Barros. Isso indica que haverá uma mudança na orientação política do vespertino.”*

Para Ademar de Barros, o jornal serviria para aumentar a penetração no Rio de Janeiro do seu fortemente paulista Partido Social Progressista. Para Chagas Freitas, que acabara de ser derrotado nas eleições para deputado, era um instrumento para ampliar o seu prestígio político na capital federal.

Nesse mesmo espírito, Chagas Freitas resolveu fundar, em 5 de julho de 1951, o matutino *O Dia*. O seu lançamento constituiu um sucesso editorial sem precedentes. Em pouco tempo, era um dos jornais de maior circulação do Distrito Federal, com uma tiragem de quase 100 mil exemplares. *O Dia* não tinha muita importância como veículo de propaganda comercial, já que sua circulação, apesar de grande, era praticamente restrita às camadas mais baixas da população (AnBI, 1955:76). No entanto, possuía grande força como veículo de propaganda política. Foi um instrumento importante do chamado “populismo de direita”.

*O Dia*, sob a direção de Othon Paulino, seguiu basicamente a mesma orientação de *A Notícia*. Circulava em todo o estado do Rio de Janeiro (sobretudo nos subúrbios e na Baixada Fluminense) e no sul de Minas Gerais. Dedicava-se, nas suas 8 páginas, principalmente aos problemas do Grande Rio, apresentando-se como defensor das camadas mais pobres da população. Segundo o *Anuário Brasileiro de Imprensa* (1953:4), a receita do seu êxito era simples: 70% de notícias de crime e polícia, 20% de política e reivindicações operárias e 10% de esportes e divertimentos. Mas há, certamente, um pouco de exagero elitista no comentário. As matérias sensacionalistas (de crime) não ocupavam, na realidade, mais do que 25% do noticiário do jornal.

O sucesso de *O Dia*, com o seu jornalismo popular de estilo sensacionalista, marcou, o declínio dos pequenos jornais populares de cunho político, sobretudo da imprensa diária socialista, dirigida a um público operário. Foi o caso de jornais como *A Vanguarda*, *Imprensa Popular*, *O Popular*, *O Radical*, *O Diário Trabalhista*, que desapareceram como consequência dessa evolução (HONS, 1982:174).

O nascimento de uma imprensa popular, associada não apenas a Chagas Freitas e Ademar de Barros, mas também a nomes como Tenório Cavalcanti (*Luta Democrática*), e Getúlio Vargas (via Samuel Wainer e *Última Hora*) demonstra a percepção por parte

desses políticos da importância que poderia ter uma máquina jornalística voltada para um vasto segmento do público urbano não alcançado pela grande imprensa. Não se pode esquecer que, nesse momento, as camadas populares não só apresentavam menores índices de analfabetismo, mas também uma melhoria significativa no seu poder aquisitivo.

Em 1956, em condições bastante obscuras e controvertidas, *A Notícia* passou para o controle exclusivo de Chagas Freitas. Em março, o ex-governador Ademar de Barros foi condenado, pelo Tribunal de Justiça de São Paulo, a dois anos de prisão por malversação de fundos públicos. Fugiu para o Paraguai, indo depois para a Bolívia. Durante a sua ausência, Chagas Freitas convocou uma assembléia de acionistas de *A Notícia* para aumento de capital. As ações que caberiam a Ademar não puderam ser subscritas por ninguém. Levadas a leilão, foram arrematadas a baixo preço pelo próprio Chagas Freitas, que adquiriu assim o controle acionário do jornal. Em maio, o Supremo Tribunal Federal concedeu *habeas corpus* a Ademar, permitindo sua volta ao país. O político paulista logo moveu um processo contra Chagas Freitas, visando a reintegração da posse do jornal. A batalha judicial chegou muitos anos depois ao Supremo Tribunal Federal, que deu ganho de causa a Chagas Freitas.

Chagas exercia grande influência no meio jornalístico carioca. Em 1956, foi eleito presidente do Sindicato das Empresas Proprietárias de Jornais e Revistas do Rio de Janeiro, permanecendo 14 anos a frente da entidade. Apesar do rompimento com Ademar de Barros, conseguiu consolidar a sua base eleitoral, sobretudo nos subúrbios cariocas, onde seus jornais tinham maior circulação. Em outubro de 1958, se reelegeu deputado federal com 94.999 votos, atrás apenas de Carlos Lacerda, que obteve 143.012 votos.

No início dos anos 60, *O Dia* – como toda a imprensa – sofreu com a crise do papel e com a diminuição das receitas publicitárias que se deslocavam para a televisão, mas o declínio de outros jornais que lhe faziam concorrência, como a *Luta Democrática* e mesmo a *Última Hora*, teve um efeito compensatório.

Chagas Freitas foi um dos articuladores no Congresso Nacional da emenda parlamentarista que viabilizou a posse de João Goulart, em setembro de 1961. No ano seguinte, deixou o PSP e ingressou no PSD. Conseguiu eleger-se deputado pela terceira vez, perdendo no entanto parte significativa do seu eleitorado anterior (recebeu apenas 56.657 votos). Em 64, ele apoiou a deposição de Jango, promovendo através de seus

jornais um cobertura simpática ao golpe e ao novo governo. Em agosto do ano seguinte, as instalações dos jornais foram transferidas para a Av. Marechal Floriano.

Durante a ditadura, tanto *O Dia* quanto *A Notícia* tiveram um papel decisivo na ascensão do chamado “chaguismo”, grupo de políticos do MDB (como Átila Nunes, Nelson José Salim, Miro Texeira, Marcelo Medeiros) aglutinado em torno da figura de Chagas Freitas. O jornalismo foi fundamental para firmar o controle político do grupo dentro do MDB do Estado da Guanabara (e, depois de 1975, do estado do Rio de Janeiro).

Chagas Freitas, frente ao governo do estado (de 1970 a 1974 e novamente de 1978 a 1982), elevou a altos níveis de eficiência a prática do clientelismo, desenvolvendo um sistema de trocas de votos por favores particulares. Possuía uma coluna diária em *O Dia* e em *A Notícia*, no qual tratava, em estilo simples e direto, de temas como reajuste das pensões de aposentados, dificuldades do funcionalismo público, 13º salário, sistema previdenciário, custo de vida etc.

*A Notícia* circulou pela última vez no dia 4 de junho de 1979. A sua decadência, no entanto, vinha de muito tempo. Em 1958, a tiragem (que atingira 140 mil exemplares) caiu para 40 mil. Essa queda coincidiu com a saída do seu redator-chefe, Santa Cruz Lima, especialista em jornalismo policial, que se transferiu para a *Luta Democrática*. O vespertino deixou, então, de produzir um noticiário autônomo, passando a utilizar em demasia material de *O Dia*, veiculando notícias já ultrapassadas e perdendo a sua autenticidade (*PN*, 13/10/1958). Comentava-se, na época, que Chagas Freitas teria propositadamente desvalorizado o título, se precavendo contra uma eventual vitória na justiça dos herdeiros de Ademar de Barros. O jornal que mais se beneficiou com o desaparecimento de *A Notícia* foi justamente *O Dia*. A sua circulação aumentou para 300 mil exemplares e ele tornou-se um dos jornais de maior tiragem do país.

Em 1983, o grupo Arca<sup>56</sup> – no comando do jornal *Última Hora* desde 1973 – comprou *O Dia* e, quatro anos depois, promoveu uma reforma editorial radical no jornal. Tentou-se construir uma nova imagem, distante daquele do “espreme sai sangue”, ou seja, do sensacionalismo. O noticiário de polícia deixou de merecer destaque. Os fatos gerais do Rio, como a seção Cidade, ganhou espaço e atenção maiores. Investiu-se pesado em tecnologia e informática para garantir um alto padrão

---

<sup>56</sup> Arca é composto pelas iniciais dos nomes do seu proprietário: Ary de Carvalho.

industrial ao jornal. Foram gastos cerca de US\$ 32 milhões na construção do parque gráfico de Benfica, então um dos mais modernos da América Latina. Com a reforma, a penetração de *O Dia* nas classes A/B aumentou 25% (*Jornal da ABI*, maio/jun. 1996). O jornal é hoje um dos maiores do país.

Em maio de 1991, para concorrer com *O Povo* – jornal sensacionalista do bicheiro Raul Capitão –, Ary de Carvalho resolveu relançar *A Notícia*. Na direção, colocou Sérgio Jaguaribe, o Jaguar. Mas a experiência duraria pouco. Em outubro de 1998, o jornal encerraria definitivamente suas atividades.

## LUTA DEMOCRÁTICA

A história da *Luta Democrática* se confunde com a trajetória do seu proprietário, Natalício Tenório Cavalcanti de Albuquerque. Natural de Alagoas, Tenório Cavalcanti migrou para o Rio de Janeiro aos 20 anos de idade, em 1926. Aos poucos foi construindo fama em função dos conflitos de terras na região de Duque de Caxias, na Baixada Fluminense. Nos anos 50, seu nome ganhou projeção nacional devido ao seu envolvimento em eventos de grande violência, amplamente noticiados pela imprensa. Sua figura era pitoresca e excêntrica: usava sempre uma capa preta, que disfarçava seu colete de aço e suas armas, entre as quais a famosa metralhadora Lurdinha. Sua mística de pistoleiro nutria-se na lenda do “corpo fechado” e no fato de ser considerado excelente atirador.

Em 1945, Tenório filiou-se à UDN e, em 1947, elegeu-se para a Assembléia Constituinte do Estado do Rio, com 2.800 votos. Em outubro de 50, conquistou uma cadeira na a Câmara Federal. Obteve 9 mil votos, a quarta votação entre os candidatos udenistas fluminenses.

A fama de violento lhe valia nítidos dividendos eleitorais: “à semelhança de Ademar de Barros que ‘rouba mas faz’, Tenório ‘mata mas faz’, ou até ‘faz porque mata’(os maus)” (BELOCH, 1986:77). Segundo Israel Beloch, a violência funcionava para Tenório como um fator de popularidade porque haveria, no espírito do seu eleitorado, uma forte associação entre a sua figura e a dos cangaceiros, que eram temidos pela crueldade mas reverenciados pela coragem. No imaginário popular, Tenório seria uma espécie de herói justiceiro. Oferecia segurança e defesa às populações sob sua influência política, agindo nas brechas deixadas pelo poder público.

Não se pode esquecer que o reduto eleitoral de Tenório era a Baixada Fluminense. Essa região vinha, no pós-guerra, sofrendo um acentuado crescimento demográfico e se afirmava como um dos principais colégios eleitorais do estado. Grandes levas de imigrantes, principalmente de nordestinos, – atraídas pelo desenvolvimento industrial do Rio de Janeiro – vieram instalar-se em Nova Iguaçu, Duque de Caxias, Nilópolis e São João de Meriti, onde o preço da terra era mais acessível. Paralelamente a esse processo, houve nesse período uma expulsão de trabalhadores das áreas mais valorizadas da cidade do Rio de Janeiro. Graças aos loteamentos proletários, a Baixada foi se constituindo como cidade-dormitório para

trabalhadores das então duas capitais, Rio de Janeiro (do país) e Niterói (do estado do Rio de Janeiro) (BELOCH, 1986:32-33).

Em 1953, Tenório foi acusado de envolvimento no assassinato do delegado de Caxias, Albino Imparato. Sua residência foi cercada e ameaçada de invasão pelo coronel Agenor Barcelos Feio. A Câmara Federal teve que intervir, através do seu presidente Nereu Ramos e dos deputados Flores da Cunha, Afonso Arinos e Danton Coelho. O ministro da fazenda, Osvaldo Aranha, também interveio para contornar a situação e obter a suspensão do cerco. O incidente acabou se revertendo favoravelmente para Tenório, que mostrou publicamente o seu prestígio junto às lideranças udenistas. No ano seguinte, reelegeu-se deputado federal com o maior número de votos: 42 mil (GRYNSZPAN, 1990:84 e BELOCH, 1986:78-81).

A atuação de Tenório como advogado em algumas causas de grande repercussão popular, como o “Crime do Sacopã” (cujo réu era o tenente Bandeira) e o “Crime da Machadinha” (em que Araci Abelha era acusada de matar o marido) também contribui a projeção do seu nome.

Assim, em meio a acontecimentos polêmicos, Tenório foi construindo a sua imagem pública como o “homem da capa preta” e consolidando sua liderança política na Guanabara e no estado do Rio. Nesse processo, como era de se esperar, o jornalismo teve um papel fundamental.

Foi em fevereiro de 1954 que Tenório, junto com Hugo Baldessarini, fundou a *Luta Democrática*. O jornal explorou, desde o início, a fórmula do sensacionalismo criminoso, já desenvolvida por *O Dia*. Lançava mão da chamada estética do grotesco, dando ênfase aos casos policiais, em manchetes escandalosas, e publicando com frequência fotos de mulheres nuas e semi-nuas. O diário tinha 8 páginas: 3 de noticiário policial (incluindo uma sobre crimes passionais); 2 de esportes; 2 de informações diversas e uma dedicada a promoção de Tenório Cavalcanti.

O sucesso da *Luta Democrática* foi rápido: em 1955 vendia 30 mil exemplares, 3 anos depois já vendia 117 mil e em 1962 atingiu uma tiragem de 150 mil exemplares. Era o terceiro jornal do Rio em circulação, só perdendo para *O Globo* e *O Dia*. Seu público era basicamente proletário. Circulava sobretudo nos subúrbios e na zona periférica do grande Rio (na Baixada Fluminense, reduto de Tenório).

O jornal firmava-se como um instrumento de mediação entre a população e o poder público, encaminhando reivindicações populares, promovendo campanhas,

pressionando as autoridades. Apresentava-se como um “acicate”, um “chicote do povo contra os poderosos”.

*“Mais do que um meio de pressão e mediação, porém, mais do que uma linha auxiliar e reforçadora da ação direta, a Luta se constituiu num porta-voz dos pleitos, interesses e opiniões de Tenório e seu grupo, além de um eficiente veículo de propaganda. Narrando de forma grandiloqüente suas façanhas, garantindo sua repercussão, contando sua vida através de histórias em quadrinhos, a Luta desempenhou um papel fundamental na produção e consolidação de uma imagem pública de Tenório como um herói destemido, um vingador de capa preta.”* (GRYNSZPAN, 1990:85).

A *Luta Democrática* era, na década de 50, um órgão conservador, próximo da ultra-direita. A sua linha editorial estava diretamente relacionada à política de seu proprietário. Em 1954, como estava ligado ao setor mais radical da UDN, Tenório e seu recém-criado jornal integraram-se à campanha antigetulista, comandada por Carlos Lacerda. Assumia uma posição moralista, denunciando a corrupção e a malversação do dinheiro público. Atacava ferozmente – como era comum ao conservadorismo de então – o comunismo. A *LD* era, assim, como o afirmou Israel Beloch (1986:100), uma espécie de “Tribuna da Imprensa dos pobres”.

Após o suicídio de Vargas, a *Luta*, como era de se esperar, apoiou o governo Café Filho e se posicionou contra a pose de Juscelino Kubitschek, combatendo a política desenvolvimentista e a construção de Brasília.

Em 1958, Tenório repetiu a façanha eleitoral de 54. Reelegeu-se novamente com a maior votação do estado: 46 mil votos. Nesse mesmo ano, começou a sua aproximação com Juscelino. O presidente lhe repassou um soma considerável de recursos da LBA (Legião Brasileira de Assistência) a fim de socorrer aos flagelados da enchente então ocorrida em Caxias. Com os recursos, Tenório construiu um bairro, a Vila São José, ali instalando os desabrigados.

Tenório manteve-se por 15 anos vinculado à UDN. Ele havia, no entanto, edificado uma verdadeira máquina eleitoral personalista, a princípio no âmbito do município e, mais tarde, no do estado, com força sobretudo nas áreas de classe operária. O seu partido – de feição extremamente elitista – tinha pouca penetração nessas áreas, concentrando-se no voto da classe média. Por isso, como afirmou Mário Grynszpan (1990b:25), apesar de Tenório ser uma figura discrepante no partido, era necessário. O seu prestígio entre as camadas populares fazia com que ele fosse surportado pela UDN.

*“Você pode imaginar o que era a legenda Tenório Cavalcanti no interior: os sujeitos o ouviam falar uma hora e meia, duas horas, um discurso interminável onde ele ia engatando uma coisa na outra. De vez em quando dizia coisas muito engraçadas e sobretudo nas cidades mais humildes encantava aquela gente. Afinal era a primeira vez que ouviam um sujeito da UDN falando feito matuto e com ‘ar de povo’.” (LACERDA, 1987:234).*

A radicalização política, entretanto, que vai se operando na sociedade brasileira na segunda metade dos anos 50, acaba tornando insuportável a permanência de Tenório (político tão próximo das massas proletárias) na UDN (partido que, apesar das tentativas de popularização, era cada vez mais conservador).

O rompimento com a UDN ocorreu em 1960. Nesse ano, houve as primeiras eleições para o recém-criado estado da Guanabara e Tenório lançou sua candidatura pelo PTR (Partido Rural Trabalhista), como o apoio do PSP. O candidato da UDN era ninguém menos do que Carlos Lacerda. Tenório obteve o terceiro lugar, com pouco mais de 220 mil votos (23%). Na sucessão presidencial não apoiou Jânio Quadros, candidato de seu partido, mas Ademar de Barros.

Depois das eleições, Tenório filiou-se ao Partido Social Trabalhista. Empreendeu uma mudança radical no seu discurso, nas suas propostas e nas suas alianças. Ele, que durante tanto tempo havia defendido o conservadorismo e o anticomunismo da UDN, passou a fazer eco as palavras de ordem das esquerdas. Defendeu, 1961, a posse de João Goulart, tendo inclusive apoiado o seu governo durante toda a crise de 64. Defendeu a reforma agrária, estimulou a invasão de terras. Aliou-se a Leonel Brizola e ao partido comunista. Procurou identificar-se junto ao eleitorado com a herança de Vargas, acusando incisivamente o seu antigo aliado Carlos Lacerda.

Depois do golpe militar, sobretudo devido a sua atuação recente, teve seu mandato de deputado federal cassado. A *Luta Democrática* ressentiu-se da marginalização de seu proprietário. Passou por uma brusca queda de circulação entre 1962 e 1968. Segundo Hons (1982:187), isto pode ser explicado por uma confluência de fatores. Além da hostilidade do regime, houve também nesse período aumento do preço de papel, uma considerável perda do poder aquisitivo das classes populares e, claro, o desenvolvimento da televisão.



A *Luta Democrática*, tal como o seu líder, foi se orientando, assim, cada vez mais para o público de Duque de Caxias, Nilópolis e São João de Meriti. Sua tiragem, no entanto, permaneceu limitada, em torno de 15 a 20 mil exemplares. Em 1973, foi arrendado por um grupo de jornalistas, sob o comando de Raul Azedo. No final de 1977, esteve a ponto de deixar de circular, sendo editado apenas esporadicamente. Em 1980, voltou às bancas sob nova propriedade, mas não conseguiu recuperar seu antigo prestígio.

## EMPRESAS INCORPORADOS AO PATRIMÔNIO DA UNIÃO

Das empresas incorporadas ao patrimônio da União faziam parte a *Rádio Nacional* do Rio e a de São Paulo, os jornais *A Noite* de São Paulo, *A Noite* do Rio e *A Manhã*, *O Estado* e as revistas *A Noite Ilustrada*, *Carioca* e *Figurino*. Essas empresas estavam sob a jurisdição do Ministério da Fazenda e eram administradas por superintendentes nomeados pelo presidente da República. Cada uma delas funcionava como uma unidade autônoma e em regime semelhante ao de uma empresa privada.

Durante o Estado Novo, como já mencionamos, essas publicações tiveram um papel importante na política de comunicação do governo. Mas com a queda de Vargas, em 1945, muitas delas – sobretudo os jornais - entraram em decadência. Com tiragens pequenas e volumosas dívidas, essas publicações apresentavam um conteúdo redacional fraco e aspecto visual obsoleto.

Com a subida ao poder de Café Filho e seus aliados udenistas, as Empresas Incorporadas sofreram profundas mudanças. Em outubro de 1954, Maciel Dias Pequeno assumiu a sua direção geral e decidiu tirar de circulação uma série de publicações. A primeira foi o semanário *Carioca*, cujo prejuízo mensal era de cerca de 250 mil cruzeiros. Dirigido por Heitor Muniz, era especializado em rádio e cinema.

Também deixou de circular *A Noite Ilustrada*, que havia sido uma revista de grande tiragem e circulação, mas que estava vendendo apenas cerca de 6 mil exemplares no Rio, dando um prejuízo mensal de 350 mil cruzeiros. Outras revistas que desapareceram foram *Lobinho* e *Policia em Revista*. As duas, por mês, davam um prejuízo de 100 mil cruzeiros (PN, 20/11/1954: 34).

Em 1955, Odylo Costa Filho – assessor de imprensa de Café<sup>57</sup> – assumiu a direção de *A Noite* e da *Rádio Nacional*. Ele afirmou ter encontrado, no jornal, um espírito burocrático. Só na redação eram gastos mais de 5 milhões de cruzeiros, quantia que ele reduziu para 1 milhão. Odylo reclamava ter ficado com a triste obrigação de demitir funcionários, mas afirmou que a medida era necessária para que o vespertino reconquistasse o seu antigo prestígio (PN, 20/5/1955).

Odylo Costa realizou em *A Noite* mudanças editoriais profundas. A primeira página – que era uma espécie de sumário de todo o jornal – sofreu muitas alterações. A paginação, que era cerrada, tornou-se aberta, leve, cheia de claros. Os títulos perderam a

---

<sup>57</sup> Havia, naquele momento, muitos jornalistas identificados com a UDN. Além de Odylo, que era militante, podemos citar Prudente de Moraes Neto, Villas-Boas Corrêa, Pompeu de Souza, Carlos Castelo Branco, Heráclito Sales, Otto Lara Resende e Luis Lobo.

sisudez e austeridade, tornando-se mais sintéticos. Assim, o jornal ficava mais atraente e fácil de ser lido.

Seguindo a linha de *UH* e *O Globo*, o jornal passou a promover concursos<sup>58</sup>. Lançou a campanha, como a do “Aluno n.1” e da “Rainha dos Comerciários”. As tiragens logo aumentaram. Em agosto de 1955, chegou a 60 mil exemplares diários, o que provocou reflexo imediato no volume de publicidade, que passou de menos de Cr\$ 800 mil em abril para Cr\$ 1.400 mil em agosto (*PN*, 20/9/1955).

A revista *PN* comentou com muito entusiasmo a recuperação do jornal, que considerava um “verdadeiro milagre”:

*“O jornal A Noite – que vinha morrendo com a tremenda sangria que lhe era imposta por numerosos sinecuristas, lotados em sua redação como jornalistas, quando, na realidade, não passavam de funcionários públicos apadrinhados – está marcado para ocupar o segundo lugar na imprensa vespertina desta cidade.”* (*PN*, 20/3/1955).

Segundo a revista, a reestruturação de *A Noite* foi um dos fatos mais marcantes da história do jornalismo brasileiro no ano de 1955 (*PN*, 20/7/1955). A reforma, no entanto, não deixou frutos duradouros para o jornal. Com a queda de Café Filho, Odylo foi afastado e, com ele, toda a sua equipe, que contava com nomes como o de Carlos Castelo Branco, responsável pelo noticiário político. Haroldo Áscoli foi, então, nomeado superintendente das EIPU e Hélio Fernandes assumiu a direção de *A Noite*.

No início de 1956, atritos entre Áscoli e Hélio Fernandes levaria o primeiro a pedir demissão. Mário Pires ocupou seu lugar. A partir daí, Hélio tentou implementar algumas mudanças na estrutura do jornal, na tentativa de modernizá-lo, mas em vão. Em janeiro de 1958, *A Noite* foi fechada. No mês seguinte, seria a vez de *O Estado*, diário fundado por Mário Alves, em 1919, e incorporado à União, em 1942. *O Estado* funcionava em Niterói e possuía – na época do seu fechamento – apenas 70 funcionários. Era dirigido por Emílio de Carmo e gerenciado por Valdir Guimarães.

---

<sup>58</sup> Ver capítulo 2.

#### 1.4. Os principais “reformadores”

*“Vivíamos no tempo em que a imprensa carioca era uma das mais dinâmicas e originais, não só no Brasil, mas em toda a América Latina.”*

Stefan Baciou

Como já afirmamos antes, a modernização do jornalismo carioca não foi resultado de um processo espontâneo, mas fruto da ação consciente de alguns atores. As publicações pioneiras na reforma do texto jornalístico foram o *Diário Carioca* e a *Tribuna da Imprensa*, principalmente o primeiro. Esse dois pequenos jornais eram “celeiro” de bons jornalistas, já impregnados pela idéias modernas, mas eles não conseguiam fazer repercutir suas inovações no meio jornalístico. “Como [o Diário Carioca] era um jornal pobre, pequeno, que vivia nas maiores dificuldades financeiras, os grandes jornais deram de ombro e acharam graça e até ridículo aquele negócio”, conta Pompeu de Souza (1988:25).

Foi só com o surgimento da *Última Hora* e com a reforma do *Jornal do Brasil* que as inovações espalharam-se, a ponto de constituírem um novo paradigma para o fazer jornalístico. A partir daí, o modelo norte-americano – com *lead*, *copydesk*, *style book* etc. – moldou uma nova era da imprensa brasileira.

Vários jornais, como vimos, tentaram se reformar e implementar mudanças radicais, se reaparelhando graficamente e contratando profissionais considerados modernos. Mas as tentativas de modernização nem sempre eram bem sucedidas. De qualquer forma, havia um clima geral de reformulação, que nos permite falar dos anos 50 como a era de reforma dos jornais cariocas, da “imprensa em transição”, como afirmaram os pesquisadores do CPDOC/FGV.

## DIÁRIO CARIOCA

O *Diário Carioca* foi fundado, em 18 de julho de 1928, por José Eduardo de Macedo Soares, com um objetivo claramente político: apoiar à Aliança Liberal. Macedo Soares – ex-oficial da marinha, de tradicional família fluminense – já tinha experiência com imprensa. Em 1912, para fazer a campanha civilista, criara o *Imparcial*, jornal no qual colaborava o próprio Rui Barbosa. Do *Imparcial* o *DC* herdou, além da natureza essencialmente política, a linguagem irônica e irreverente, que seria um de seus traços mais característicos.

A sua primeira sede foi na Cinelândia, no Edifício Fontes, 2º andar, onde funcionavam a redação e a oficina. O jornal não possuía então rotativa, que seria adquirida na época da sua mudança para a Praça Tiradentes, 77.

O *DC* apoiou incondicionalmente a Revolução de 30. Dias antes da eclosão do movimento, a própria redação do jornal serviu como local de encontro de alguns de seus líderes, como Getúlio Vargas, Juarez Távora, Antônio Carlos de Andrada e Café Filho. Pouco tempo depois, entretanto, Macedo Soares já estaria na oposição, combatendo o governo nas páginas de seu jornal. Em 1932, por conta da revolta constitucionalista, o *DC* foi empastelado, deixando de circular por alguns meses (de 25 de fevereiro a 5 de abril).

Depois desse episódio, o matutino passou para mãos de Horácio Gomes Leite de Carvalho Júnior (ou simplesmente Horácio de Carvalho), filho de barões de café do Estado do Rio. A direção foi entregue a Danton Jobim, mas J. E. de Macedo Soares continuou no jornal. Ele se tornou uma espécie de eminência parda do matutino, pois continuava, tal como antes, a ditar a sua orientação política. O episódio da transferência da propriedade para Horácio de Carvalho é, aliás, nebulosa. Alguns entrevistados afirmam que teria sido feita, não por venda, mas por doação (Jânio de Freitas/CPDOC).

O *DC* era um jornal visceralmente político. Assim como o *Diário de Notícias*, tinha no anti-getulismo sua marca registrada. Possuía excelentes repórteres e cronistas parlamentares. Mas eram os artigos do seu fundador, J. E. de Macedo Soares, a grande atração do jornal. Como veterano jornalista e membro de importante família, Macedo Soares tinha acesso a fontes difíceis de atingir por repórteres comuns, conseguindo dar inúmeras notícias em primeira mão (*AnBI*, 1953, p.4).

O *DC* sempre foi um jornal pequeno, mas bastante influente. As suas tiragens eram reduzidas, mas o seu peso político grande. Compensava com criatividade e irreverência problemas e falhas do esquema de apuração. O humor era uma de suas características mais marcantes. Receptivo a novas idéias, foi o pioneiro na modernização do jornalismo carioca e um dos grandes renovadores da linguagem da imprensa brasileira.

No comando do processo reformador estava um cearense chamado Roberto Pompeu de Souza Brasil, conhecido simplesmente como Pompeu de Souza. Ao seu lado, um carioca da gema chamado Danton Jobim e um paulista chamado Luís d'Orleans Paulistano Santana, ou simplesmente Luís Paulistano.

Pompeu, junto com Carlos Lacerda, tinha sido um dos fundadores da União Democrática Nacional (UDN). A própria sede do *DC*, que em 30 servira a Getúlio, foi um dos lugares onde se articulou, em 1945, a criação do partido oposicionista. Lacerda e Pompeu representavam, no entanto, a facções diferentes no interior da UDN. Lacerda liderava a ala mais radical (a facção Banda de Música) enquanto Pompeu estava a frente da Esquerda Democrática, que em 1947 se transformaria no Partido Socialista Brasileiro (PSB).

Alguns anos antes, em 1941, Pompeu de Souza tinha sido convidado por Lourival Fontes, diretor do DIP, para trabalhar na *Voz da América*, programa radiofônico de propaganda dos aliados, produzido em Nova Iorque e de lá transmitido para toda a América Latina. Foi quando travou, pela primeira vez, contato direto com a moderna imprensa americana. Assim descreveu sua experiência:

*“Infelizmente não pude freqüentar redações de jornais, porque eu estava fazendo rádio intensamente. Mas lia muito os jornais americanos, e foi então que eu comecei a verificar que eles tinham uma diferença fundamental em relação aos brasileiros: eram escritos com objetividade, a notícia era só notícia, era só informação, pois as opiniões eram veiculadas em editoriais”* (Apud SILVA, 1991:78)

Encantado com a objetividade do jornalismo norte-americano, Pompeu – ao regressar ao Brasil em 1943 – teria proposto a Horácio de Carvalho a reforma editorial do jornal. E foi assim que Pompeu, ao lado de Danton Jobim, diretor de redação, e Luís Paulistano, chefe de reportagem, realizou o que tem sido apontado como uma das mais importantes transformações do jornalismo contemporâneo.

Luís Paulistano, como chefe de reportagem, tinha um papel dos mais fundamentais: selecionar e acompanhar o desenvolvimento dos estagiários, ou seja, “amestrar os focas”. Como o *DC* era um jornal pobre, contratava muito jovens sem experiência profissional. Conta Pompeu de Souza:

*“Todo jornalista que estava em atividade representava um vício. O vício era exatamente o nariz-de-cera. Eu precisava de gente zero quilômetro. Para isso contei com uma pessoa que tinha experiência mas era capaz de uma revisão, de uma subversão. O Luís Paulistano. Grande chefe de reportagem, meu maior chefe de reportagem no Diário Carioca. Com a ajuda dele montei meu time de focas e com esse time de focas fiz a reforma.”* (SOUZA, Apud LYSIAS, 1988:22).

Com exceção de alguns poucos jornalistas com experiência anterior (como Carlos Castelo Branco, Otto Lara Resende e Ferreira Gullar), a equipe do *DC* era formada na sua maioria por jovens inexperientes. Experiência, nesse momento, significava (como o afirmou Pompeu) apego às velhas técnicas que se queria superar. Os então focas tornariam-se, no futuro, célebres jornalistas. Armando Nogueira, Jânio de Freitas, Zuenir Ventura, Hélio Fernandes, Evandro Carlos de Andrade, José Ramos Tinhorão, Maurício Azedo, Nilson Lage, Paulo Francis, Fernando Sabino, Paulo Mendes Campos, Sábato Magaldi, Sérgio Cabral e Sergio Porto foram alguns deles.

Ainda em 1943, quando chefiava a seção internacional, Pompeu começou a transformar o texto do *DC*, introduzindo gradativamente uma série de inovações. Em fevereiro de 1945, substituiu Carlos Lacerda na chefia da redação. Imediatamente, ele inaugurou o uso expressivo de dois pontos, parênteses e ponto e vírgula. Introduziu abreviaturas e acabou com a obrigatoriedade do artigo nos títulos.

Os títulos que se costumava fazer na imprensa não eram contados. Além disso, não eram informativos, mas apenas indicativos. *“Um rótulo, nada mais do que isso.”* (POMPEU, 1988:23). A manchete “Hoje: sai Dutra e entra Goes”, de 02 de agosto de 1945, foi considerada como um marco histórico da renovação do *Diário Carioca*. A matéria falava da substituição no Ministério da Guerra do general Eurico Gaspar Dutra – que se descompatibilizava para concorrer à presidência da República – pelo general Pedro Aurélio de Goes Monteiro. Naquele tempo, não se chamava pelo primeiro nome um político, muito menos um general. Além disso, o título de matéria era considerado uma coisa solene, séria. Chamar aquelas personalidades militares de Goes e de Dutra na

manchete era muita irreverência. Aquilo que, tempos depois, viria a ser um hábito da imprensa provocou, na época, um escândalo nacional.

No dia 04 de agosto de 1945, Pompeu lançou a coluna “Cartas a um foca”, apresentando ao leitor algumas técnicas de redação, entre elas o *lead*. Quanto ao estilo, recomendava economia e síntese: o texto deveria ser conciso, objetivo, direto.<sup>59</sup> Mas o marco fundamental da reforma foi mesmo 1950, ano de lançamento do primeiro manual de redação da imprensa brasileira<sup>60</sup>: “Regras de Redação do *Diário Carioca*”. Era um folheto de 16 páginas (segue em anexo o texto integral), redigidos por Pompeu de Souza.

*“Estudando a questão através de livros de texto, dos manuais de ensino e tudo o mais dos Estados Unidos, alguns dos quais tinham reprodução de style books, sentei na máquina e resolvi fazer uma adaptação do que me pareceu mais conveniente ao jornalismo brasileiro naquela variedade de style book.”* (POMPEU, 1988: 25)

A reforma redacional do *DC* não foi uma transplante mecânico do modelo norte-americano. A figura central do manual era o famoso *lead*, que veio substituir o nariz-de-cera, mas inexistia na técnica norte-americana, por exemplo, o *sub-lead*, o segundo parágrafo acrescentado à abertura do texto. O *sub-lead* – uma invenção de Luís Paulistano – foi um quê brasileiro que o *DC* acrescentou a técnica estrangeira.

O *DC*, além de ter sido o primeiro jornal a sistematizar as novas normas de redação através de um manual, foi também o primeiro jornal a instituir o *copy-desk*, um grupo constituído pelos melhores redatores, que reescreviam as matérias para dar unidade ao estilo do jornal.

O manual de redação foi lançado em março de 1950, mas já na edição de 1º de janeiro, o *Diário Carioca* anunciava novos tempos para o seu jornalismo. Um caderno especial, com muitas fotos, foi publicado, falando sobre a mudança de sede (que seria transferida para a Av. Getúlio Vargas, na Praça Onze), sobre a compra de novos equipamentos e sobre a adoção de inovações técnicas e redacionais. Em editorial de primeira página, Danton Jobim afirmava:

<sup>59</sup> Voltaremos a essa questão no capítulo 3.

<sup>60</sup> O repórter Esso, programa jornalístico da Rádio Nacional, já tinha lançado um manual com recomendações sobre redação e estilo ainda nos anos 40, mas o *DC* foi o primeiro jornal a fazê-lo.



*“Este ano de 1950 vai marcar, na acidentada existência do Diário Carioca, a abertura de um novo ciclo. (...)*

*Agora, finalmente, vai o Diário Carioca ocupar instalações modernas, modestas, mas rigorosamente adequadas à indústria do jornal. Isso não alterará substancialmente a fórmula do nosso jornal, mas nos tornará possível servir melhor aos nossos leitores.*

*As mudanças técnicas por que passamos este ano em nada influirão na orientação dessa folha, que não renegará seu passado de lutas e sacrifícios bem como o espírito público sempre revelado por J. E. de Macedo Soares, seu fundador, e Horácio de Carvalho, seu editor proprietário.*

*Dissemos, por isso mesmo, que o ano de 1950, marca a nova etapa na vida do Diário Carioca.”. (Grifo nosso).*

É interessante observar a preocupação de Danton Jobin em assinalar que, apesar das transformações profundas, o jornal não alteraria substancialmente a sua fórmula, assim como não negaria seu passado. O dilema entre mudar (para se associar à idéia de modernidade) e permanecer (para manter os vínculos construídos com os seus leitores, através do contrato de leitura, cristalizados no tempo) perpassa muitos jornais reformadores, como discutiremos mais a frente (no capítulo III).

É interessante sublinhar também que Horácio de Carvalho havia construído uma sede planejada e orientada exclusivamente para um jornal. Tratava-se de um prédio pequeno, com quatro andares, mas com um custo operacional alto. Ficava na Avenida Getúlio Vargas, onde se instalaria mais tarde a *Última Hora*. É irônico que Danton Jobin se refira às novas instalações como “modestas”, uma vez que a maioria dos depoimentos (orais e escritos) mencionam o seu luxo estremado.

*“A sede do Diário Carioca tinha requintes surpreendentes. A cozinha, por exemplo, era a mais luxuosa jamais encontrada em qualquer jornal do mundo, em alumínio brilhante. Havia salões com colunas de madeira exóticas, um jardim de inverno no quarto andar. A sala de José Eduardo abrigava um busto do próprio dono e, entre outras extravagâncias, um mesa em S, de ônix, feita especialmente para o “Senador”. Em contrapartida, o equipamento era extremamente precário, pois os homens do Diário Carioca nunca se haviam preocupado em investir nessa área. Não havia no prédio nenhum vestígio de laboratório fotográfico. As impressoras estavam desgastadas e eram insuficientes para imprimir sem sobressaltos um jornal moderno” (WAINER, 1987:128).*

O novo equipamento foi montado por um técnico argentino, especialmente contratado para a realização do projeto. Foram contratados também jornalistas



renomados, como Hélio Fernandes (esporte), Mário Wilches (secretário), Prudente de Moraes Neto (colaborador literário), Santa Rosa (ilustração), Carlos Castelo Branco e Francisco de Assis Barbosa (redatores políticos).

Nessa nova fase, o jornal passou a ser editado em dois cadernos de 16 páginas e com seções a cores. Mas não por muito tempo. Por razões de economia, o jornal voltou a sair em um caderno de 12 páginas (IPANEMA, 1967:341).

Os recursos para a construção do prédio e para a aquisição de novos equipamentos, *DC* havia conseguido junto ao Banco do Brasil. Segundo Hélio Fernandes (CPDOC), Horácio de Carvalho era amigo de Dutra, a quem o *DC* apoiou intransigentemente. O jornal, em troca, teve ajuda do presidente para se reformar. Não havia a menor possibilidade, segundo Jânio de Freitas, do jornal ter recursos para um investimento dessa proporção (com aquisição de equipamento e prédio novos).

*“Também não havia a menor possibilidade de que Horácio de Carvalho fizesse, ele próprio, esse investimento, porque ele jamais pôs um tostão no jornal. Pelo contrário, o que ele fazia, tradicionalmente, era, quando o caixa conseguia acumular algum dinheiro para pagar os funcionários, levar 90% e deixar os 10% restantes para serem distribuídos como vale para a equipe. Razão pela qual todos os bons profissionais acabaram abandonando o jornal.”* (FREITAS/CPDOC).

Com a vitória de Vargas na eleições de outubro de 1950, o *DC* perdeu os favores do governo. Como o J. E. de Macedo Soares era totalmente anti-getulista, não foi possível se acomodar às novas circunstâncias, através de uma aliança com Getúlio. Um ano e meio depois de inaugurado, o prédio e todo o equipamento gráfico (a *Érica*) foi vendido a Samuel Wainer para a criação da *Última Hora*. A empresa de Horácio de Carvalho devia, na época, bastante dinheiro ao Banco do Brasil e as suas máquinas estavam hipotecadas à Caixa Econômica Federal. No acordo com a *UH*, esta se comprometeu a imprimir o *Diário Carioca*, gratuitamente, durante dois anos.

Sem máquinas e sem sede, o jornal continuou, por alguns meses, a funcionar no mesmo edifício, agora de *UH*. Zélio Valverde foi então convidado para assumir a gerência do *Diário* e criou a Elan Propaganda, uma empresa que se responsabilizaria pela sua publicidade (Ver mais detalhes no capítulo 2).

*“Os anos de 51 e 52, passamo-los procurando locais para a sede e para as oficinas. Tivemos, porém a felicidade de adquirir um andar*

na Av. Rio Branco e de encontrar, quase ao lado, à rua São Bento, um prédio que adaptamos para as máquinas.” (VALVERDE, *PN*, 05/4/1953: 37)

Em 1953, o *DC* mudou-se para a Av. Rio Branco, número 25 e inaugurou sua nova oficina, composta por uma rotativa Marinoni (com capacidade para 35 mil exemplares por hora, podendo rodar em 4 cores), 12 perfuradoras e 6 linotipos Cometa (*PN*, 05/4/1954). O jornal passou a imprimir dois suplementos: um feminino, dirigido por Maneco Müller (Jacinto de Thormes), e um esportivo. O *DC* era então o único jornal matutino que publicava regularmente matérias de cidade na primeira página. Os outros normalmente só publicavam, ali, as notícias internacionais.

As inovações do *Diário Carioca* provocaram euforia no meio jornalístico, mas também reações adversas por parte dos profissionais mais conservadores. Um dos mais ilustres inimigos das novas técnicas talvez tenha sido Nelson Rodrigues, jornalista à moda antiga, que costumava chamar os novos profissionais de “os idiotas da objetividade” e a Pompeu de Souza de “o pai dos idiotas da objetividade”. O *lead* – que durante muito tempo foi um dogma para os jornalistas e como tal ensinado nas faculdades de comunicação – foi uma inovação combatida por alguns setores da “velha-guarda”. A questão das lutas e resistência ao modelo será tratada no capítulo 5.

O *DC* não apostou muito na reforma gráfica. Sua ousadia foi mais marcante no texto. No entanto, o caricaturista e diagramador Andrés Guevara – responsável pela modernização gráfica de vários jornais brasileiros – junto com o chefe de revisão Antenor Guimarães, deu às páginas do *DC* um tratamento mais cuidadoso, afinando colunas e buscando maior equilíbrio visual. Essas mudanças, entretanto, eram ainda bastante tímidas se comparadas com as que viriam a ser implementadas pelo próprio Guevara na *UH* e por Amílcar de Castro no *JB*.

Os principais leitores do *DC* eram os funcionários públicos. Por isso, Luís Paulistano criou uma coluna chamada “O Dia do Barnabé”, que foi de grande êxito no Rio. A coluna trazia o dia a dia do funcionário público, que, na gíria da época, era chamado de Barnabé. O noticiário do matutino, aliás, era muito cuidadoso com tudo que interessasse ao funcionalismo. A maioria dos outros jornais só tratavam desse assunto de maneira muito superficial, distante, muito elitista.

Em 1955, o *DC* apoiou a candidatura de Juscelino Kubitschek. Após a eleição de JK, Horácio de Carvalho se associou a Fernando Mello Viana e conseguiu do governo federal uma concessão para construir a Ferrovia do Minério. Pouco tempo depois,

negociou com a multinacional Hanna a troca da concessão por uma mina de ouro e se tornou milionário. O redator-chefe do jornal, Danton Jobim, foi nomeado presidente do Instituto Brasileiro de Estatística (IBGE).

Segundo Jânio de Freitas, o *DC* teria se desligado de Café Filho devido a falta de compensações concretas para seu apoio:

*“Várias pessoas no DC pretenderam compensações pelo papel que o jornal havia desempenhado na campanha anti-getulista. E o Café, que foi benevolente com outros jornais, não foi com o DC. A única pessoa convidada para ocupar um cargo foi o Prudente de Moraes Neto, que representava apenas uma das faces do DC, que era a face do brilho. O DC era um jornal extremamente brilhante, muito engraçado, muito bem feito, feito com muito talento. Embora ele [Prudente] expressasse muito bem este lado, nada tinha a ver com o outro, o da administração do jornal, com o lado dos interesses e negócios do grupo que detinha a propriedade do DC.”* (FREITAS/CPDOC).

O jornal, com a mudança da posição editorial, apresentou uma queda vertiginosa nas vendas. Se na primeira metade dos anos 50, sua tiragem média era de 40 mil exemplares, na segunda metade, caiu para aproximadamente 17. Em 1957, o *DC* estava em crise. Nos depoimentos, os jornalistas reclamam que ficavam meses sem receber. O que não era, aliás, uma novidade. O jornal sempre atrasava o ordenado dos seus funcionários.

Carlos Castelo Branco (CPDOC) afirma que, apesar de não receber seus salários, continuava no *DC* porque lá tinha uma grande liberdade. Ferreira Gullar, que foi redator do jornal, fala de sua experiência:

*“A distinção era grande, mas o salário era pouco ou nenhum. Muitos só conseguiam receber vales e assim mesmo desde que viessem disputá-los a cada manhã, quando entrava o dinheiro da venda diária. Outros eram pagos pelo governo, em empregos conseguidos pela direção do jornal.”* (GULLAR, 1994).

O depoimento de Gullar chama atenção para dois aspectos importantes em relação ao jornal. Primeiro, a sua decadência financeira. O *DC* sequer conseguia pagar o salário de seus funcionários. Estes, no entanto, tinham prestígio entre seus pares, porque participavam de uma experiência profissional moderna e revolucionária, ímpar no jornalismo brasileiro. Quase todos os bons profissionais da época começaram no ou

passaram pelo *DC*, que era considerado uma espécie de escola de jornalismo. O matutino, entretanto, não tinha condições financeiras para manter esses profissionais, que acabavam indo trabalhar em outras empresas. “*Era como um time de futebol do subúrbio que revela um craque e vende, porque não pode mantê-lo no time*” (H. FERNANDES/CPDOC).

O segundo aspecto para o qual o depoimento de Gullar chama atenção é a relação promíscua entre imprensa e poder público. Os jornalistas, na década de 50, ainda compensavam seus baixos salários com empregos públicos (geralmente “fantasmas”), conseguidos em troca de apoio político. Isso transparece também no depoimento de muitos dos jornalistas que atuaram na época:

*“Durante o governo de Café Filho, o Odylo Costa Filho era procurador geral do IAPC. Era meu amigo e, para me ajudar, me colocou como redator do IAPC, a mim e a Ferreira Gullar. A profissão de jornalista ainda não dava estabilidade, embora os salários estivessem melhorando. O Diário Carioca e a Última Hora melhoraram muito o padrão de salário do jornalista. Então eu pedi ao Autran Dourado, que era secretário de imprensa de Juscelino, que me arranjasse um lugar de procurador. E o Autran, muito meu amigo, ia muito lá em casa, acabou arranjando. E fui nomeado em 60 pelo Juscelino”* (Castelo Branco/CPDOC).

A narrativa de Carlos Castelo Branco demonstra como, nos anos 50, a imprensa ainda servia como trampolim para outras atividades e deixa claro o papel das relações pessoais nesse processo. A questão será tratada com mais detalhes no próximo capítulo.

Em 1961, início do governo de Jânio Quadros, o jornal foi vendido a Arnon de Mello, político udenista de Alagoas (pai do futuro presidente Fernando Collor de Melo). Logo após a renúncia, Pompeu saiu do jornal porque fez um editorial que não agradou a nova direção. Um ano depois, o jornal retornou às suas antigas mãos, ao ser vendido a Danton Jobim. A partir daí, apoiou o governo de João Goulart. A adesão à política trabalhista (expressa no apoio a JK e a Jango) marcaram o início da decadência do jornal. As tiragens diminuía conforme o jornal ia perdendo sua influência política, tradicionalmente identificada a uma postura oposicionista. Em 1965, Horácio de Carvalho readquiriu o jornal, para fechá-lo com a propriedade do título. O último número saiu dia 31 de dezembro.

A explicação para a decadência do *DC* talvez esteja, entretanto, na sua própria estrutura interna. No jornal, havia duas orientações contraditórias. De um lado, a da

equipe de profissionais, dirigida por Luís Paulistano, orientada por princípios jornalísticos modernos (baseados no modelo norte-americano). De outro lado, inteiramente dissociado do primeiro, havia o grupo que detinha o controle acionário da empresa. Movido por interesses estritamente políticos, estes últimos representavam um projeto arcaico de jornalismo, ligado à tradição panfletária da imprensa nacional. *“As contradições que se verificavam no interior do jornal entre as preocupações eminentemente jornalísticas da equipe e os interesses mais imediatos da direção acabaram por se resolver com a dissolução gradual da primeira”* (DIC. FGV, 1984:1085).

Também no interior da direção do jornal havia embates. No DC havia uma estrela principal, J. E. de Macedo Soares, que era o principal articulista político, totalmente anti-getulista. Até 1954, Macedo Soares conseguiu ditar a linha editorial mas, depois disso, Horácio de Carvalho parece ter conduzido o jornal para uma aproximação com o governo. O DC, então, passou a acomodar-se às circunstâncias, muito em função dos benefícios pessoais que a direção recebia.

Segundo alguns entrevistados, Horácio era mais dado a negociação do que Macedo Soares, por isso, construiu uma fortuna pessoal colossal. *“J. E. de Macedo Soares era um tipo espartano, Horácio era ateniense”*, afirma Hélio Fernandes (CPDOC).

*“O Diário Carioca era uma empresa destinada a produzir recursos para seus proprietários: Horácio de Carvalho Jr, J. E. de Macedo Soares e até alguns não proprietários, diretores do jornal. Era conveniente para essas pessoas manter um relacionamento dúbio e, às vezes, mudar de posição em 24 horas em função de uma possibilidade de negócios, de participação no governo, de indicação de alguém para SUMOC, para IBGE etc.*

*Quando Juscelino foi eleito, houve uma corrida da direção do DC, acompanhada por alguns redatores, repórteres políticos, ao Catete; era uma disputa de cargos, de nomeações, absolutamente carnavalesca.*

*Isso sempre foi muito característico do Diário Carioca. Não que fosse só ele, mas isso no DC era talvez o fundamental de sua atividade, a despeito de haver nele, contraditoriamente, uma equipe de jornalistas que se formou de uma maneira tão profissional que acabou vindo a ter uma importância decisiva no desenvolvimento da imprensa brasileira dita moderna”* (JÂNIO/CPDOC).

Faltava ao DC espírito empresarial. A desorganização administrativa era sua marca principal. Nesse sentido, o depoimento de Evandro Guilhon é bastante elucidativo:

*“Eu estava na secretaria do Diário Carioca quando veio parar na minha mesa, levada por um repórter de Economia, uma matéria contra a Sul-América que estava querendo vender o Hospital da Lagoa para o Instituto dos Bancários. A matéria era contra e dizia misérias da Sul-América, apontando os que estavam levando vantagens na transação.*

*Como era boa a matéria, não tive dúvidas: abri em manchete na quinta página, que era de economia. Manchete de ponta a ponta.*

*No dia seguinte a confusão: o velho José Eduardo de Macedo Soares, praticamente dono do jornal, era diretor da Sul-América e estava interessado na transação. Pensam que aconteceu alguma coisa? Não aconteceu nada, só os comentários. O Diário Carioca era um jornal boêmio onde valia tudo. (...)*

*Não houve nada porque no Diário Carioca nunca havia nada. Tudo acontecia. E ficava por isso mesmo. Pompeu de Souza dava gargalhadas, Prudente de Moraes Neto sorria e Danton Jobim ficava sério, como sempre foi.” (GUILHON, 1987:27)*



## ÚLTIMA HORA

“Honestamente, eu tenho certeza que a Última Hora deu uma contribuição decisiva na melhoria das condições técnicas e na elevação da dignidade da profissão. A dignidade profissional, nós elevamos ao máximo e a técnica, a valorização daquele pedacinho de papel, isto ninguém vai nos tirar mais. E a medida que o tempo passa fica a lenda, o mito.”

Samuel Wainer<sup>61</sup>

A *Última Hora* começou a circular dia 12 de junho de 1951. Seu fundador foi Samuel Wainer, nessa época, um jornalista já bastante conhecido. Em março de 1938, ele havia lançado, junto com Antônio de Azevedo Amaral, *Diretrizes*, uma revista moderna e dinâmica, cujo objetivo era registrar o comportamento político do país. Com uma orientação antifascista, *Diretrizes* inovou a reportagem política, abordando temas então proibidos e funcionando como um foco de resistência à ditadura do Estado Novo.<sup>62</sup> Lançada sob a forma de revista mensal, foi transformada depois em jornal semanal. Com uma circulação variando entre 5 e 10 mil exemplares, conseguiu sobreviver até 1944, quando foi fechada pelo governo.

Depois do fechamento de *Diretrizes*, Wainer saiu do país e começou a trabalhar como correspondente de *O Globo*, tendo sido o único repórter latino-americano a cobrir o julgamento dos nazistas em Nuremberg. Em 1947, foi trabalhar nos *Diários Associados*, inicialmente na chefia de redação, depois na reportagem. Foi como repórter dos *Diários* que Wainer manteve os primeiros contatos com Getúlio Vargas, que acabaram redundando na criação da *UH*. No dia 3 de março de 1949, foi publicada sua entrevista com o ex-presidente, na qual este afirmava que voltaria como líder das massas. A edição foi um sucesso, tendo a venda de *O Jornal* se elevado de uma média diária de 60 mil para 180 mil nesse dia.

Segundo Wainer relatou em suas memórias, ele teria ido ao sul fazer uma reportagem sobre a cultura do trigo e, por conta própria, decidiu entrevistar Getúlio em sua fazenda. Mas segundo Chateaubriand, Wainer teria apenas cumprido suas ordens, nada tendo feito que não fosse de iniciativa da organização onde trabalhava. De qualquer forma, os *Diários Associados* começaram a explorar um filão que, por motivos

<sup>61</sup> Entrevista a Teodoro Barros, s/data.

<sup>62</sup> No conselho editorial de *Diretrizes* estavam Astrogildo Pereira (comunista histórico) e Graciliano Ramos. Como colaboradores, havia Rubem Braga, Jorge Amado, José Lins do Rego, Raquel de Queiroz,

políticos, estava sendo desprezado pelos outros órgãos de comunicação. Chatô decidiu fazer a cobertura jornalística da campanha de Vargas, designando Wainer para essa tarefa. Seus jornais saíram lucrando com a exclusividade desse assunto, de grande interesse do público leitor.

A campanha eleitoral e a vitória de Getúlio foram acompanhadas com extrema frieza pelo resto da imprensa. Os jornais estavam dispostos a não noticiar os atos do candidato e, posteriormente, do presidente. Mas eles não poderiam continuar a ignorar o governo se levassem constantemente “furos” de outro jornal. Getúlio resolveu, então, incentivar Wainer a criar a *Última Hora*, cujo objetivo central seria romper com essa “conspiração do silêncio” que ser armara contra ele.

Para viabilizar o projeto, Wainer abriu duas empresas separadas: uma gráfica e uma editorial. Em entrevista a Gisela Goldenstein (1987:41), ele justifica:

*“Em geral, naquela época, os jornais eram sujeitos a pressões políticas, a imprevistos, e eventuais ataques. Então procurava-se separar o parte industrial da parte editorial, de maneira que, se o jornal parasse, a indústria continuava e se podia fazer outro”.*

A empresa gráfica – a famosa Érica –, Wainer adquiriu do *Diário Carioca*. Comprou as suas ações por 30 milhões de cruzeiros. Em acordo firmado com Horácio de Carvalho, Wainer assumiria as dívidas da empresa, no valor de 22 milhões, para com o Banco do Brasil e com a Caixa Econômica Federal. Além disso, ele pagaria 12 milhões, durante certo período, e se comprometia a imprimir durante dois anos o *Diário Carioca*. A transação totalizou 64 milhões, 22 dos quais tinham um prazo de 15 anos para pagamento ao Banco do Brasil e à Caixa Econômica.

Foram três as fontes de financiamento de Wainer para a compra da Érica: Walter Moreira Salles (banqueiro), Ricardo Jafet (presidente do Banco do Brasil e membro da elite industrial paulista) e Euvaldo Lodi (empresário e presidente da Confederação Nacional de Indústria). Wainer obteve também um empréstimo de 26 milhões com o Banco do Brasil e conseguiu que este absorvesse a dívida da empresa para com a Caixa Econômica Federal. Com esses recursos modernizou o equipamento da Érica, na época, já bastante obsoleto.

Para se dedicar especialmente da edição do jornal, Wainer criou a Editora Última Hora S.A., empresa sem qualquer vinculação jurídica com a Érica. Conseguiu

recursos por intermédio de Juscelino Kubitschek, então governador de Minas. Obteve do Banco Hipotecário de Crédito Real o desconto de 3 milhões em promissórias da Última Hora S.A., a serem pagos em publicidade. Conseguiu também contatos de publicidade em entidades como o SESI (Serviço Social de Indústria), SESC (Serviço Social do Comércio) e a Cia Antártica de São Paulo.

Wainer conservou para si 65% das ações e distribuiu as restantes para um grupo que chamara para trabalhar com ele, como Luiz Fernando Bocaiuva Cunha, Armando de Oliveira e outros. Nessa primeira etapa do jornal, os seus braços direitos foram João Etcheverry (redator-chefe), Otávio Malta (diretor geral da redação), Paulo Silveira (secretário), Hélio Sarmiento (subsecretário), Paulo Medeiros (subsecretário) e Milton Pedrosa (assistente). Como redatores principais, contava com Francisco de Assis Barbosa, Humberto de Alencar, Otto Lara Resende e Edson Carneiro. Como colunistas, Marques Rebelo, Luis Mendes Costa, Carlos R. M. de Laet, Nelson Rodrigues e outros.

A primeira sede da *UH* ficava na Av. Getúlio Vargas, altura da Praça 11. Nelson Rodrigues (1993: 65-66) descreve o prédio, com todo o seu luxo e pompa herdados do *Diário Carioca*.

*“No meio de pardieiros espectrais, tendo como fundo uma favela, o edifício da Última Hora era um pavão enfático. (...) Por fora era um soco visual no traseunte. Quem passava pela Praça Onze, a pé, de ônibus, lotação ou bonde, tomava um susto. Aquele colosso agredia e humilhava o resto da paisagem. E, por dentro, a mesma coisa. Quando o Diário Carioca, ex-dono, saiu de lá, e passamos para o andar de cima, fiquei mais perdido. Sou um pobre nato e, repito, um pobre vocacional. Ainda hoje, o luxo, a ostentação, a jóia me confundem e me ofendem.*

*E, de mais a mais, eu vinha de redações pobres e, direi mesmo, famélicas. De repente, despertava na Última Hora. Aquilo mais parecia um féérico, suntuário pesadelo. Imaginem vocês um salão irreal, infinito. Dir-se-ia uma redação de estúdio, com um Cecil B. de Mille a manobrar as massas. E eu não entrava no gabinete de Samuel sem uma certa dispnéia emocional. Lá dentro, havia um décor meio lúgubre. Sim, a única coisa que faltava no gabinete do diretor era uma cascata artificial, com filhote de jacaré.”*

Desde o seu surgimento, a *Última Hora* foi um polo de irradiação do pensamento nacionalista, funcionando como um elo de ligação entre Getúlio e a

população. Segundo o próprio Wainer, o jornal era “o intérprete, muitas vezes, de decisões do governo que o povo não entendia” (CPDOC).

O presidente intervinha diretamente no conteúdo de *UH*, como admite Wainer em depoimento ao CPDOC. “Getúlio interferia como se fosse o seu jornal”, afirmou ele. Em 1953, em meio a crise da CPI, a revista *O Cruzeiro* divulgaria alguns bilhetes de Getúlio – interceptados por Lourival Fontes<sup>63</sup> - em que ele recomendava certas orientações ao jornal.

A *UH* teve um papel muito importante na história política nacional, tendo sido o pivô da crise que, em 1954, culminou com o suicídio de Getúlio Vargas. Mas não é apenas por isto que o vespertino figura entre os principais jornais cariocas dos anos 50. Segundo critérios estritamente jornalísticos, o jornal de Wainer talvez tenha sido o que mais contribuiu para a renovação da imprensa brasileira. Suas inovações técnicas – incorporadas a curto ou médio prazo pela maioria dos jornais do Rio de Janeiro e do país – iam desde o aspecto gráfico e o conteúdo redacional até as estratégias empresariais.

Wainer inovou (na diagramação, no uso da cor e da fotografia, no conteúdo redacional e nas estratégias administrativas) e ressuscitou fórmulas antigas (como o folhetim, a caricatura e o colunismo), que haviam em outras épocas garantido o êxito de muitas publicações<sup>64</sup>. A *UH* deu início a um tipo de imprensa popular de qualidade que não existia no Brasil.

*“A revolução inflamada por Última Hora envolveu, de modo geral, toda a imprensa adulta do país. A fim de poder fazer face ao concorrente novo que entrava tão impetuosamente no mercado jornalístico, vários órgãos de imprensa se aparelharam e melhoraram a apresentação e distribuição. Há quem diga que esse passo de progresso, mais dia menos dia, seria dado. O fato é que o aparecimento de Última Hora foi decisivo para que ele se realizasse imediatamente.” (PN, 20/6/1956).*

O projeto gráfico de *UH* era de uma equipe de especialistas, liderada pelo paraguaio, radicado na Argentina, Andrés Guevara, que já tinha grande experiência na imprensa brasileira. Em 1925 e 1928, foi responsável respectivamente pela renovação

---

<sup>63</sup> Durante o Estado Novo, Lorival Fontes foi diretor do DIP e, no segundo governo Vargas, chefe do Gabinete Civil. Entretanto, o seu relacionamento com Wainer não era bom e ele acabou favorecendo Lacerda no processo contra a *UH*.

<sup>64</sup> Sobre as contribuições técnicas da *UH* para a renovação da imprensa brasileira, cf. o trabalho de Teodoro Barros (1978).

gráfica dos jornais *A Manhã* e *Crítica*, ambos fundados por Mário Rodrigues (pai de Nelson Rodrigues). Trabalhou também no humorístico *A Manhã*, de Aparício Torelli (Barão de Itararé), em 1929, em *O Meio Dia*, de J. Inoja, em 1941, e na *Folha Carioca*, em 1944. Com o próprio Wainer, trabalhara, em 1938, em *Diretrizes*. Guevara passou também, como já vimos, pelo *Diário Carioca*.

Essas renovações gráficas anteriores foram, no entanto, tímidas, não chegando a modificar o sistema tradicional de produção industrial dos jornais. A decisão final quanto ao tamanho das matérias e clichês e a escolha da tipologia a ser empregada ainda cabia ao secretário gráfico. Foram somente as reformas de 50 – tanto a da *UH* quanto posteriormente a do *JB* – que mudaram radicalmente as relações entre oficina e redações. Só a partir de então é que a unidade tipográfica conseguiu impor-se. Os jornais, anteriormente, seguiam um certo padrão de visualidade, mas não existia a diagramação propriamente dita <sup>65</sup>.

*“O que existia até então poderia, no máximo, ser chamado de paginação. Não havia nem mesmo o diagramador; nem as folhas de espelho, centimetradas; a boneca era riscada, de forma grosseira, em laudas comuns pelo secretário da redação e não era mais do que simples sugestão para a colocação de matérias, clichês e títulos na oficina. No final, quem acabava decidindo qual seria a apresentação gráfica do jornal era o secretário da oficina.”* (NÁSSARA, Apud BARROS, 1978:14)

Um aspecto importante da renovação visual de *UH* foi a valorização da fotografia. Não só o jornal lhe dava um destaque especial (utilizando muitas fotos e em grandes proporções) como também modificou as suas características. Até então, as fotos usadas pela imprensa eram estáticas, posadas, lembrando álbuns. A *UH* começa a fazer uso de fotos mais dinâmicas e de seqüências fotográficas. O vespertino foi pioneiro também no uso de fotos coloridas, do alto contraste, da granulação e dos meios tons. *UH* transplantou para os jornais diários técnicas que eram, até então, utilizadas exclusivamente pelas revistas ilustradas internacionais e que, no Brasil, vinham sendo postas em prática por *O Cruzeiro*. Tal como a revista dos *Diários Associados*, a *UH* começou a trazer matérias assinadas por repórter e fotógrafo, com grande espaço reservado à fotografia.

---

<sup>65</sup> Sobre diagramação, vide capítulo III.

A valorização da fotografia levou à valorização do repórter fotográfico, profissional até então praticamente desconhecido do público. O laboratório fotográfico de *UH* era extremamente bem equipado para os padrões da época.

A caricatura foi outro aspecto visual de destaque. Como um elemento fortemente expressivo, permitia artifícios para ridicularizar os adversários políticos, principalmente Carlos Lacerda, seu alvo preferido. Para responder as charges do jornal de Wainer (que tinha entre seus principais caricaturistas Lan, Augusto Rodrigues e Nássara), Lacerda contratou a caricaturista Hilde Weber, que produziu algumas caricaturas antológicas, como a de Getúlio se transformando em um abacaxi ou a dele de costas sentado sobre o inquérito do Banco do Brasil. A briga entre *UH* e *Tribuna* foi, nesse sentido, extremamente proveitosa para o jornalismo brasileiro.

*UH* utilizou-se também de histórias em quadrinhos como elemento de popularização do jornal. Na época, *O Globo* tinha um contrato com o sindicato de desenhistas norte-americanos que lhe dava a exclusividade de quase todos os melhores autores de quadrinhos estrangeiros. A *UH* teve, então, que apelar para a criatividade dos quadrinhos nacionais, que rapidamente se tornaram populares.

A reforma gráfica de *UH* – através do uso de diagramação, de fotos, da caricatura e das historietas em quadrinhos – estabeleceu um novo padrão visual para a imprensa brasileira, inspirando a famosa reforma do *JB*. Amílcar de Castro se basearia, entretanto, em princípios estéticos radicalmente diferentes daqueles que foram adotados por Guevara. Este apostou no uso de setas, *grisês* e na farta distribuição de vinhetas e fios (de várias espessuras) pela página, enquanto o *JB* buscou organizar a leitura pela eliminação dos fios e pelo abuso do espaço em branco. Essa questão será detalhada no terceiro capítulo.

Editorialmente, a *UH* também foi extremamente inovadora. Ressuscitou a antiga fórmula do folhetim, que tinha desde os anos 20 perdido importância no jornalismo diário, e deu novo impulso ao colunismo, que também vinha sendo substituído pela reportagem e pela entrevista. No início dos anos 50, as colunas assinadas tinham praticamente desaparecido da maioria dos jornais cariocas. Quadro que a *UH* reverteu, contratando um elevado número de profissionais.

Pagando altos salários<sup>66</sup>, Wainer conseguia atrair para a sua redação o que havia de melhor no jornalismo nacional. Além dos colunistas, caricaturistas e fotógrafos,

---

<sup>66</sup> Segundo Edmar Morel (1999:187), o salário médio de um jornalista na época era 1.200 cruzeiros e *UH* pagava 10.000.

havia também excelentes repórteres e redatores. Para dirigir a editoria de esportes, foi contratada a Família Rodrigues: Nelson, Augusto, Paulo e Irene. A editoria de política ficou a cargo de Medeiros Lima. As reportagens populares ficavam com Edmar Morel, Francisco de Assis Barbosa, Daniel Caetano, Josimar Moreira Filho e Eurílio Duarte.

Obedecendo a um planejamento rigoroso – em propaganda e promoção de circulação –, *UH* se tornou, em pouco tempo, um dos mais espetaculares fenômenos de sucesso na imprensa carioca. Não tardou em disputar com *O Globo* – vespertino de maior circulação – o primeiro lugar em tiragem da capital da República. Em seis meses de existência, tinha atingido uma tiragem de 50 mil exemplares e, em um ano, já vendia mais de 100 mil às segundas-feiras. Dirigia-se especialmente às classes populares, mas não exclusivamente a elas. Tinha a capacidade de atender a diversos tipos de interesse, agradando a um público de composição policlassista. Segundo o IBOPE, o jornal tinha penetração em todas as classes sociais.

Com menos de um ano de existência, *UH* começou a se expandir. Em março de 1952, Wainer lançou, com a ajuda financeira do conde Francisco Mattarazzo, a *Última Hora* paulista. Em abril do ano seguinte, lançava um semanário, o *Flan*<sup>67</sup>. Nessa época, a cadeia jornalística já contava com um complemento radiofônico: a *Rádio Clube do Brasil*. Wainer a havia adquirido de Hugo Borghi, assumindo as suas dívidas com o Banco do Brasil.

O sucesso de *UH* foi um dos responsáveis pela decadência de dois vespertinos cariocas bastante tradicionais: *A Noite* e o *Diário da Noite*. Seu crescimento, por outro lado, impulsionou o seu mais forte concorrente, *O Globo*, a se modernizar, com a compra de novos equipamentos e a construção de nova sede.

---

<sup>67</sup> A equipe de *Flan*, tal como a de *UH*, era formada por estrelas do jornalismo e por famosos colaboradores: Joel Silveira (seu diretor), Otto Lara Resende, Justino Martins, Lan, Doryval Caymmi, João de Orleans e Bragança etc. O diretor artístico era Nássara.

## A Comissão Parlamentar de Inquérito

*“Eu era um estranho naquele mundo aristocrático, e eles faziam rigorosamente tudo para expelir-me.”*

Samuel Wainer

O conteúdo de *UH*, de defesa do nacionalismo e do trabalhismo, feria os interesses dos inimigos políticos de Vargas. Além disso, enquanto empresa, o jornal rompia com a característica fortemente patrimonial da imprensa brasileira. O jornalismo sempre fora uma atividade dividida entre alguns grupos familiares. O mercado era dominado por uns seis ou sete “barões”, como Wainer os chamava: os Mesquita de *O Estado de S.Paulo*, os Marinho de *O Globo*, os Bittencourt do *Correio da Manhã* e Assis Chateaubriand dos *Diários Associados*.

*“Todos eles tinham métodos tradicionais. E como eram jornais monopolistas, não tinham que competir, não se preocupavam com a qualidade e muito menos com a circulação. Viviam da força política da família e da força política do monopólio. Naquele tempo, o mercado publicitário é fraquíssimo. O Brasil não tinha quase indústrias, portanto, eram jornais que viviam da sua força política junto aos governos, para obter favores marginais, o que fazia com que a maior parte dos donos dos jornais fossem ricos e os jornais pobres.”* (WAINER, s/data).

*“Eu sabia que fundar um jornal fora dos grupos oligárquicos que controlavam a imprensa significava um poder desumano, aético, monopolizador, absolutista.”* (WAINER, 1987:133).

Wainer não era um empresário que herdara ou que fundara um jornal, como de hábito no Brasil de então. Também não tinha laços de parentesco e nem de compadrio com de nenhuma família tradicional. Era apenas um jornalista, filho de imigrantes judeus pobres, que tinha sido repórter, editor e secretário de jornais alheios. Se não bastasse, *UH* surgiu movimentando o mercado jornalístico, impondo novos padrões de produção e de remuneração da mão-de-obra. Ora, tudo isso desagradou e assustou seus concorrentes, como demonstra o comentário do *Anuário Brasileiro de Imprensa* (1953: 4):

*“A grandiosidade do lançamento dos jornais da Empresa Editora Última Hora S.A. tem motivado o comentário de que ‘agora ninguém*



*poderá lançar um jornal senão com iguais métodos e dinheiro para cobrir seu custo'.*

A reação dos “barões da imprensa” não tardou. A conspiração do silêncio foi quebrada, mas contra a *UH* uniram-se todos os interesses que se sentiram ameaçados. Moveu-se contra Wainer e o seu jornal a maior campanha de que se tem notícia na história da imprensa brasileira. O que desfechou esse movimento contra o jornal foi exatamente o fato dele ter tido êxito e apresentar uma perspectiva de expansão muito grande. A medida que *UH* crescia industrialmente e se fortalecia politicamente, a luta aumentava.

A campanha – que ocupou os jornais, as revistas, o rádio, a televisão e o parlamento – foi articulada em torno de acusações como *dumping*, concorrência desleal e favoritismo oficial.

*“Um jornal que, pelo mesmo preço que a gente vendia os outros jornais, fornecia um suplemento colorido diário, pagava os melhores salários da praça e arrebanhou tudo o que pudesse haver de melhor em matéria de colaboração e de técnicos. Mandou buscar em Buenos Aires o velho Guevara (...), o Guevara; que era realmente um grande inovador de jornais, fez uma paginação completamente nova e riquíssima. Eu comecei a alertar para o chamado dumping da imprensa. Quer dizer, a Última Hora destruía os outros jornais fornecendo ao leitor, pelo mesmo preço, muito mais do que os outros jornais podiam dar” (LACERDA, 1987:147).*

O deputado Olavo Bilac Pinto, falando ao Congresso em agosto de 1952, denunciou que o Banco do Brasil havia emprestado 160 milhões de cruzeiros à Érica e à *UH*. Wainer classificou a afirmação do udenista de mentirosa. “*Trata-se de uma colúnia*”, afirmou ele num veemente artigo em 28/8/1952. O próprio Wainer sugeriu, então, a implantação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito para averiguar as relações do seu jornal com as instituições oficiais de crédito.

Cerca de oito meses depois, a *Tribuna da Imprensa* publicou uma entrevista com o ex-deputado Herófilo Azambuja, feita por Natalício Noberto, na qual ele se apresentava como interventor, nomeado pelo Banco do Brasil, na empresa Érica e afirmava que o Banco financiava quase todas as operações do jornal, inclusive a compra de papel. Castelo Branco, editor geral da *Tribuna*, criou o título “*Esbanjam dinheiro do Banco do Brasil*” e ilustrou a matéria com uma foto de Samuel Wainer sorridente,

vestindo smoking. No dia seguinte, na *UH*, Natalício desmentiu a matéria, afirmando que fora pressionado por Lacerda a forjar a matéria, que fizera a entrevista por telefone (não tendo, portanto, certeza de que o entrevistado fosse mesmo o deputado) e que a edição acrescentava informações que não lembrava de ter escrito.

Criou-se, então, por proposta oficial do deputado udenista Armando Falcão, uma Comissão Parlamentar de Inquérito para apurar o caso *Última Hora*. A CPI foi instalada em 27 de março de 1953, através da resolução 313, da Câmara dos Deputados (Cf. Anexo). As investigações iriam abranger as quatro empresas pertencentes ao grupo Wainer: a Cia Paulista Editora de Jornais S.A., a Rádio Clube do Brasil, a Érica Editora de Revistas e Publicações S.A. e a Empresa Editora Última Hora S.A..

Os políticos da situação conseguiram, em defesa de Wainer, ampliar a CPI para averiguar o caixa de toda a imprensa, pois a *UH* não era a única empresa a pegar empréstimos com os órgãos do governo a juros subsidiados e com condições especiais de garantia. Foi aprovada, então, a resolução 314 (Cf. Anexo), proposta pelo deputado Oliveira Brito, e começou a correr na Câmara duas investigações paralelas. Frota Aguiar foi designado para relator de *UH* e Guilherme Machado dos demais órgãos de imprensa.

A CPI da *UH* realizou 44 reuniões públicas em 90 dias. Vinte e sete testemunhas foram ouvidas, a começar por Armando Falcão, autor do requerimento do inquérito. Em seguida foi a vez de Lacerda e Wainer. Ambos apresentaram longas exposições escritas, posteriormente publicadas com os títulos “O preto no branco” (08/6/1953) e “Livro branco contra a imprensa amarela” (06/1953) respectivamente.

Lacerda levantou contra *UH* as seguintes acusações: 1) tentativa de eliminação da liberdade da imprensa pela criação de condições de concorrência desleais; 2) empréstimos no Banco do Brasil sem garantia de reembolso; 3) desmantelamento das equipes de redação e da economia interna da imprensa pela atração de jornalistas com altos salários, só possíveis devido aos financiamentos maciços do Banco do Brasil; 4) *dumping* no mercado publicitário pela oferta de preços de anúncios mais baixos e 5) tentativa de controle de papel de imprensa, através de fiança do BB, dada em condições excepcionais.

Wainer foi submetido a um interrogatório de mais de 180 perguntas, orientado por Aliomar Baleeiro. Quem estava na presidência da comissão era o deputado Castilho Cabral.



*“Meu Deus, pode-se pendurar um sujeito numa forca, ou crivá-lo de balas, ou beber-lhe o sangue como uma groselha. Mas ninguém tem o direito de fazer o que a Comissão Parlamentar de Inquérito fez com Samuel Wainer. (...) Nunca vi ninguém tão humilhado e tão ofendido. Nem crueldade mais covarde. (...) Nada descreve a pusilanimidade dos anunciantes. E foi uma fuga, também, de leitores. Todo o Brasil contra Samuel Wainer. Eu estava vendo a hora em que iam caçá-lo, no meio da rua, a pauladas, como uma ratazana prena.”* (NELSON RODRIGUES, 1993:67).

Wainer afirmou que, para início dos seus empreendimentos jornalísticos, havia recebido dinheiro de quatro amigos na forma de empréstimo pessoal. A CPI quis saber o nome deles<sup>68</sup>. Como ele se negou a revelar, foi preso por desacato ao Congresso<sup>69</sup>.

A ofensiva de Lacerda – política e jornalística – infernizou a vida de Wainer. Ele não se limitou aos editoriais do seu jornal. Utilizou-se também de outras mídias. Logo após a instalação da CPI, os *Diários Associados* e o grupo Roberto Marinho colocaram, respectivamente, a *TV Tupi* (a mais importante emissora da época) e a *Rádio Globo* à serviço da oratória lacerdista. Chateaubriand lhe cedeu a princípio apenas 10 minutos da sua programação noturna, mas logo ampliou o tempo para meia hora. No auge da crise, Lacerda chegou a ocupar mais de uma hora da programação<sup>70</sup>.

Lacerda soube adequar sua retórica à imagem televisiva. Ele mesmo comenta:

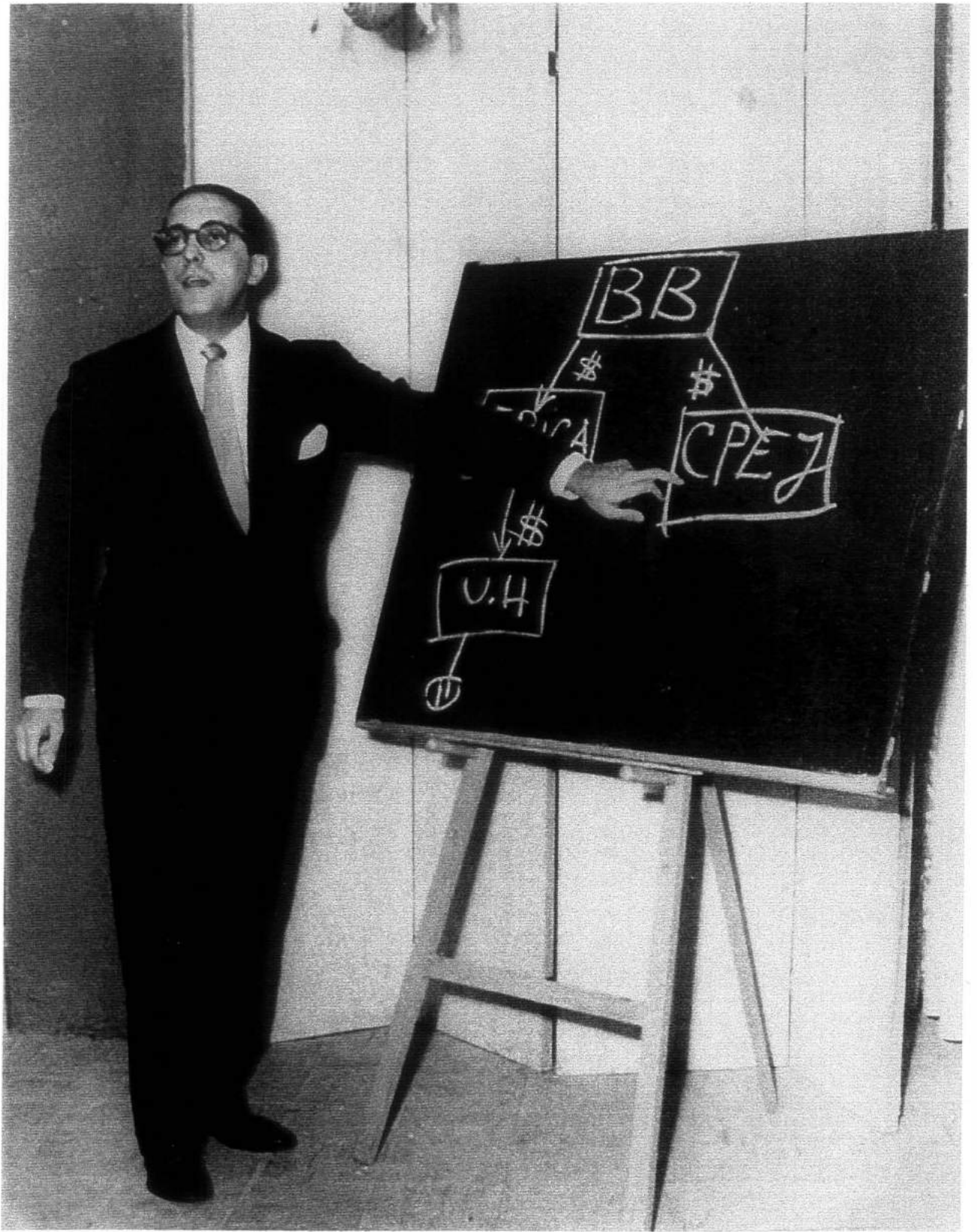
*“(...) como se tratava de explicar uma coisa extremamente complexa, em muito pouco tempo comecei a usar recursos novos: em vez de coisa discursiva com ar de conferência, de monólogo na televisão, pus um quadro-negro e a ele recorri. No quadro negro, desenhava uns esquemas que me ajudaram a explicar o assunto.”* (LACERDA, 1986:149).

Em frente a um quadro-negro, um Lacerda raivoso e ágil de raciocínio explicava, através de esquemas e diagramas, as relações da UH com o Banco do Brasil e com Getúlio Vargas. Chegou a desenhar a árvore genealógica dos Wainer, para mostrar que

<sup>68</sup> Três dos financiadores de UH foram Walter Moreira Salles, Ricardo Jafet e Evaldo Lodi. O quarto, que ajudou na instalação da UH paulista, foi Francisco Matarazzo Júnior.

<sup>69</sup> A pena de Wainer era de 15 dias de prisão, mas ele cumpriu apenas 10 devido ao *habeas corpus*.

<sup>70</sup> Na edição da *Tribuna* do dia 01 de julho de 1953, foi publicada na primeira página uma nota agradecendo à equipe da *TV Tupi* de São Paulo pela sua dedicação. Segunda a nota, o programa de Lacerda – dirigido por Cassiano Gabus Mendes, com a ajuda de Homero Silva e Evaldo Dantas Ferreira – teria, no dia anterior, batido um recorde ao ser exibido até às duas horas da manhã.



Campanha contra *UH*: Lacerda na TV Tupi . ATI.

Samuel não era brasileiro, mas bessarabiano<sup>71</sup>. Os telespectadores ligavam e faziam perguntas que Lacerda respondia imediatamente<sup>72</sup>.

*“Tudo isso era, na época, inteiramente novo na televisão. Não só o telefone, mas sobretudo o quadro-negro. Sublinho o caso do quadro-negro pelo seguinte: um dia, um sujeito me telefonou e perguntou: ‘Mas onde é que o senhor quer chegar com essa campanha, que o senhor fica aí falando esse tempo todo em Última Hora e tudo isso... o que é que nós temos com isso? Isso é uma luta entre jornais, é uma disputa entre jornais, no fundo é uma luta comercial entre jornais, onde é que o senhor quer chegar com tudo isso’*  
*Eu aí fui para o quadro-negro, tracei assim um sol e uma porção de satélites, lá em baixo eu fiz um satélite pequenininho e escrevi Última Hora, e disse: ‘Eu estou aqui, daqui eu vou passar para aqui’ O outro satélite era o Banco do Brasil. ‘Daqui vou passar para aqui e vou chegar aqui’, e apontei para o sol, e escrevi ‘Getúlio Vargas’. Quer dizer – graficamente – os ouvintes tiveram a impressão de que aquilo tinha um alcance muito maior do que pensavam no começo.”*  
 (LACERDA, 1986:149)

Os ataques de Lacerda tinham, assim, um objetivo muito claro: atingir a figura de Vargas e desestabilizar o seu governo. Para isso, ele expressava um ódio agudo e visceral e usava métodos de terrorismo psicológico.

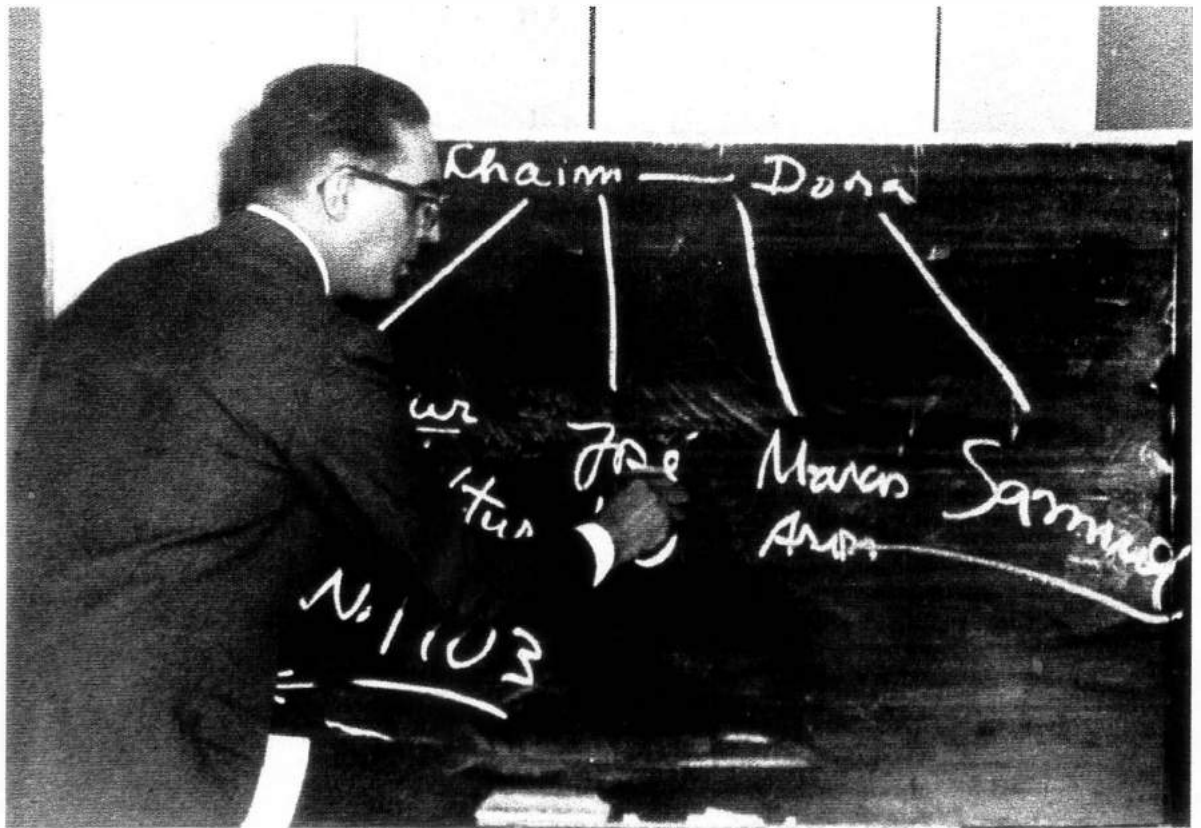
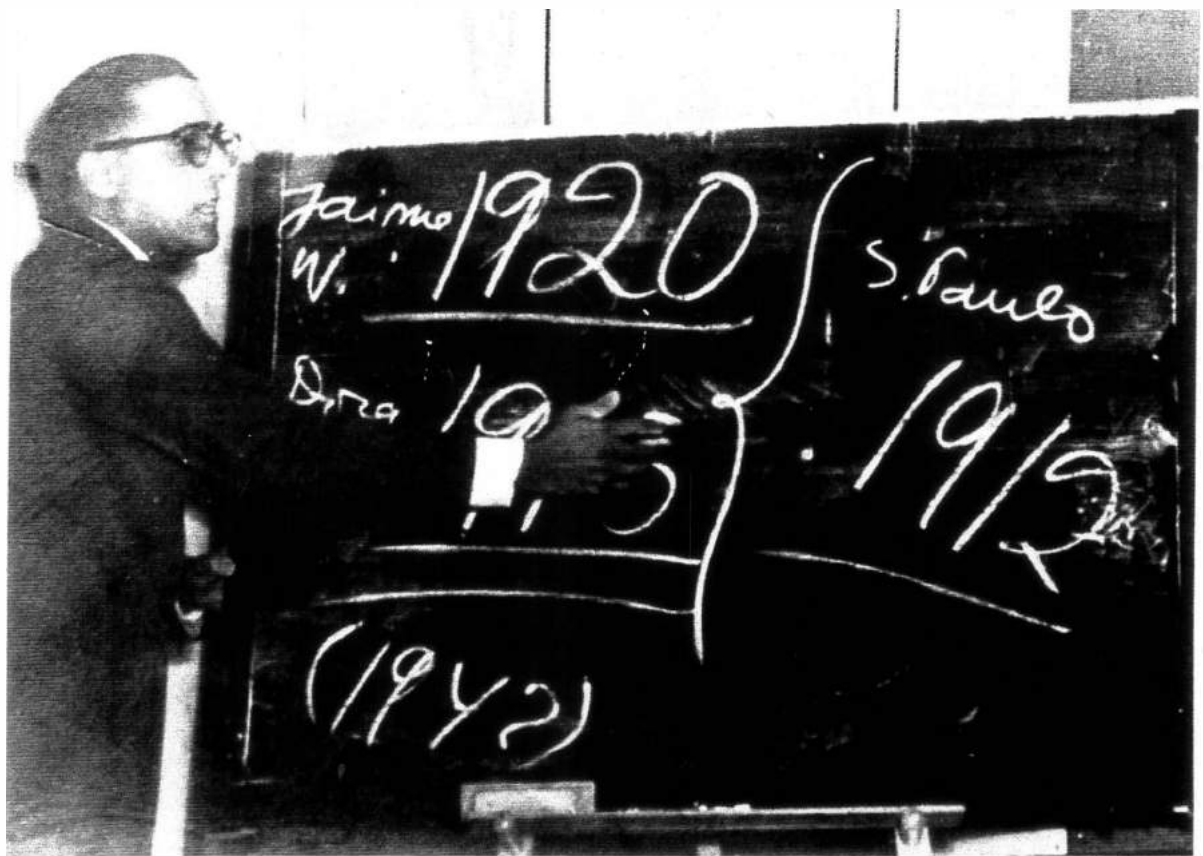
*“Atento às técnicas macurtistas em curso nos Estados Unidos, ele passou a amendontrar as pessoas que se aproximavam de mim mesmo em contatos casuais em uma rua qualquer. A Tribuna da Imprensa divulgava informações do tipo ‘Fulano foi visto conversando com Samuel Wainer na avenida Rio Branco. Trajava um terno azul e gravata listada. O que será que estavam conversando?’.*  
*Era um clima de completo terror, e mesmos velhos amigos meus começaram a mostrar-se assustados.”* (WAINER, 1987:180).

Esse clima de terror de que fala Wainer pode ser confirmado pelas memórias de Nelson Rodrigues:

*“No caso da Última Hora, aprendi que toda a unanimidade é hedionda. (...) O Brasil inteiro, sem exceção, estava contra Samuel Wainer, contra a Última Hora. Carlos Lacerda conquistara a unanimidade e a manipulava. Se ele trepasse numa mesa e berrasse: – “Lincha!” – estejam certos de que a unanimidade iria caçar Samuel no meio da rua. E sua carótida seria chupada como*

<sup>71</sup> Segundo Lacerda, Wainer teria nascido numa província russa chamada Bessarábia.

<sup>72</sup> É necessário relativizar a idéia – comum na historiografia – de que Lacerda era um político de tipo tradicional. Na realidade, ele talvez tenha sido um dos primeiros políticos capaz de utilizar performaticamente os recursos da comunicação (jornal, rádio e TV).



Campanha contra UH: Lacerda na TV Tupi. ATI.

*tangerina. E suas postas ficariam suspensas dos ganchos no açougue.” (RODRIGUES, 1993: 68).*

Sobre a Comissão Parlamentar de Inquérito, afirmou ele:

*“Eu estava lá, vi e ouvi tudo. Com uma fidelidade obtusa, fiquei atrás da cadeira de Samuel, pedindo pelo amor de Deus que me fotografassem. E, de fato, no dia seguinte, saía na Tribuna da Imprensa o clichê em três colunas com o título: – A vida como ela é... E o jornal ainda lhe acrescentou as reticências.”<sup>73</sup>*

O próprio Nelson Rodrigues foi também perseguido, servindo como mais um elemento de ataque a Samuel. Frases de “A vida como ela é...” foram lidas por Lacerda na Câmara dos Deputados para provar que o jornal exercia uma influência nociva “a moral e aos bons costumes”.

*“Carlos Lacerda teve a paciência de selecionar trechos de um mês de minha coluna. Com uma pinça, catava uma frase ou um episódio e o isolava de seu ambiente e de sua justificação psicológica e dramática. O destaque feito valorizava o extrato ao infinito. E, além do mais, ele criava suspense, inflexionava, representava. No fim, até um bom dia ficava obsceno.” (RODRIGUES, 1993:69)*

Paralelo à acusações contra a *UH*, passou-se a contestar também a nacionalidade de Wainer. No dia 12 de julho de 1953, o *Diário de São Paulo*, da cadeia Associada de Assis Chateaubriand, publicou a manchete: “*Wainer não nasceu no Brasil*”.

Moveu-se contra Wainer, então, um processo por falsidade ideológica. O seu irmão José foi acusado de falsificar o livro de registro de estrangeiros na alfândega, alterando a data de chegada da família de 1920 para 1905, como forma de ocultar que Wainer tinha chegado aqui aos dois anos.

A acusação de não ter nascido no Brasil afetava Wainer duplamente. Primeiro, por motivos legais: a Constituição proibia que estrangeiros fossem proprietários ou acionistas de jornais.<sup>74</sup> E segundo, porque abalava a credibilidade das suas posições nacionalistas.

<sup>73</sup> Nelson Rodrigues se refere a edição da *Tribuna* do dia 03 de julho de 1953, que publicou uma foto de Wainer, sentado, depondo na CPI, com Nelson em pé, atrás da cadeira, cuja legenda era “A vida como ela é...”.

<sup>74</sup> Essa proibição foi criada pela constituição de 1934 e mantida nas posteriores. Na carta de 1946, no artigo 160, afirma-se: “É vedada a propriedade de empresas jornalísticas, sejam políticas ou simplesmente noticiosas, assim como a de radiodifusão, as sociedades anônimas por ação ao portador e



Enquanto corria o processo sobre a sua nacionalidade, Wainer teve que retirar seu nome da direção de *UH*, passando a figurar apenas como seu fundador. Danton Coelho, deputado petebista e ex-ministro do trabalho, assumiu oficialmente a direção do vespertino.

Ainda durante a CPI, o ministro José Américo cassou a concessão do canal do Rádio Clube do Brasil S.A.. A empresa havia feito a transferência de ações sem a autorização prévia do Ministério da Viação e Obras Públicas, segundo mandava a lei. Além disso, a dívida da *Érica* com o Banco do Brasil foi executada em 24 horas. Wainer conseguiu negociar o prazo para oito dias (a data limite passou a ser 8 de novembro de 1953) e pagar. A manchete da *UH* do dia 9 foi: *“Quase todos os jornais devem ao Banco do Brasil, mas somente a UH pagou integralmente seus débitos em 8 dias”*.

Embora a CPI não tenha conseguido incriminar Wainer, provocou um grande desgaste na imagem do governo. Mas os ataques à *UH* não cessaram, nem mesmo depois da morte do presidente. Em fins de setembro, *O Globo* publicou um caderno especial, chamado “O livro negro da corrupção”, no qual reconstruía os fatos que envolveram o escândalo da *UH* e a crise de agosto. A publicação era uma tentativa de – às vésperas das eleições legislativas – conter o impacto que o suicídio tinha tido sobre o público. Durante todo o mês de setembro, o jornal dos Marinho publicou pequenos *boxs* nos cantos de suas páginas internas sobre as eleições. Eis um exemplo:

*“Getúlio Vargas pôs termo a sua vida individual. Mas as idéias que agitou, os problemas que suscitou, continuam em marcha. O essencial não é ver quem se adjudica, na confusão, o anel de Alexandre, mas quem pode ser um novo Alexandre.” (O Globo, 04/9/1954)*

Em outubro de 1955, Wainer foi condenado por falsidade ideológica a um ano de prisão. A 23 de novembro, o Supremo Tribunal Federal lhe deu sentença favorável e ele foi solto. Seu irmão José, que havia sido condenado a 4 anos, teve que se refugiar do país.

---

*a estrangeiros. Nem esses, nem pessoas jurídicas, excetuando-se os partidos políticos nacionais, poderão ser acionistas de sociedades anônimas proprietárias dessas empresas. A brasileiros caberá, exclusivamente, a responsabilidade principal delas e a sua orientação intelectual e administrativa”. A Constituição de 1988, no artigo 222, também afirma que só podem ser proprietários de empresas jornalísticas “brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos”.*



Horácio de Carvalho depõe na CPI da UH. Coleção UH/AESP.

A campanha contra a *UH* não se limitou, entretanto, à verborragia de Lacerda ou a perseguições de ordem jurídico-políticas. Envolveu também um verdadeiro boicote econômico. Samuel conta que Assis Chateaubriand chantageava empresários para que não anunciassem no seu jornal (WAINER: 1987:168). Conforme a crise política crescia, situação da empresa se tornava insustentável.

*“Os salários estavam atrasados e os anunciantes fugiam dia a dia, com a programação suspensa pelas agência de publicidade. A situação chegou a tal ponto que dois comerciantes da Rua Larga pagaram seus anúncios em panelas, liquidificadores e outros utensílios domésticos, que eram entregues aos jornalistas por conta dos salários atrasados. Faltavam papel, tinta e chumbo, acarretando atrasos na saída do jornal.”* (MOREL, 1999:226)

O depoimento de Edmar Morel, reproduzido acima, coincide com o de Nelson Rodrigues e com o do próprio Wainer:

*“A certa altura, os salários passaram a ser pagos com atraso, ou através de expedientes um tanto extravagantes. No dia do pagamento, alguns de meus jornalistas recebiam, em vez de dinheiro, geladeiras, panelas de pressão, coisas desse tipo”* (WAINER, 1987:186).

*“enquanto durou a campanha [contra o UH] recebi, a título de salário, liquidificadores, panelas, colchões, cinzeiros, bandejas etc. etc.”* (...) *“O sujeito que recebe, como remuneração profissional, uma panela, uma fruteira, é quase um São Francisco de Assis.”* (RODRIGUES, 1993:68 e 70).

O jornal foi, então, obrigado a dispensar a maior parte dos seus repórteres, tendo perdido também suas máquinas. O equipamento foi tomado pelo Banco do Brasil como garantia da dívida. A *UH* teve que montar rapidamente uma nova oficina, mais simples, comprando máquinas velhas pelo interior de São Paulo e da Bahia. A redação se mudou para uma sede bem mais modesta, um o antigo depósito da CCPL, na rua Sotero dos Reis, perto da Praça da Bandeira.

Algum tempo depois, a *UH* conseguiu recuperar o seu antigo equipamento, mas as suas condições eram péssimas:

*“O equipamento, durante todos esses anos entregue a um depositário judicial, tinha sido espoliado. Tinham vendido uma parte, negociado com as máquinas. O que restou era praticamente inaproveitado.”*

*Havia uma rotativa enorme, importada, que ficou debaixo de um barracão. A chuva caía em cima.” (PAULO SILVEIRA/CPDOC).*

O jornal manteve, ainda assim, um elevado padrão jornalístico, conseguindo conservar a sua posição privilegiada no mercado carioca mesmo depois da morte de Vargas.

### Depois da tempestade...

Com a eleição de Juscelino Kubitschek, *Última Hora* superou a etapa das “vacas magras”.

*“JK e seus amigos me ajudariam a liquidar os débitos da Érica, a empresa que eu constituíra na gênese da Última Hora. No campo dos negócios, aliás, JK foi bem mais generoso comigo que o próprio Vargas.” (WAINER, 1987:217).*

A “generosidade” de Juscelino e também a de outros políticos do PTB permitiram que Wainer ampliasse sua cadeia jornalística. No final dos anos 50, a *Última Hora* já articulava uma rede nacional. Em cada um dos estados em que o jornal se estabelecia, ele criava fortes vínculos com alguns políticos locais. Wainer (1987:231) afirma que permitia os diretores regionais da empresa se movimentarem com desembaraço para costurar suas alianças.

*“Para ajudar o governo de Getúlio, concordei em lançar a UH paulista. Depois, a própria influência política dos meus jornais acabou tornando inevitável o aumento da família, sempre estimulado por candidatos interessados na existência de um meio de comunicação que os auxiliasse nas disputas regionais. (...) A Última Hora do Recife nasceu para sustentar a candidatura ao Senado, pelo PTB pernambucano, do empresário José Ermírio de Moraes, dono do grupo Votorantim. O velho Ermírio deu-me o dinheiro necessário para o lançamento e depois, como faltassem anúncios (...), garantiu-me a sobrevivência do jornal com novos empréstimos.” (WAINER, 1987:231).*

Em outubro de 1956, segundo o IBOPE, coube a *UH* 20,9% das vendas avulsas dos vespertinos do Rio. A sua frente estava apenas *O Globo*, com 28,4%. Instalado, com máquinas próprias em sede própria, o jornal apresentava, em pouco tempo, total recuperação e se consolidava como um dos órgãos de maior circulação do país.

*UH* do Rio lançou, em dezembro de 1958, uma edição matutina, que circulava todos os dias da semana, à exceção do domingo. Assim como a edição vespertina, a

matutina estava sob a direção de Paulo Silveira. A sua tiragem inicial foi de 70 mil exemplares (*PN*, 15/12/1958).

Em março de 1959, Wainer anuncia uma “nova etapa” do jornal. Escreve um artigo definindo a sua significação: mais informação e entretenimento para o leitor no menor espaço possível de jornal. Esse era um momento de grave crise de escassez de papel (vide capítulo 2).

Apesar de se mostrar preocupado com a economia de papel, Wainer lançou dois tablóides diários, um matutino e outro vespertino, de 12 páginas cada um. O vespertino era mais leve, tratando de assuntos de cidade, divertimento, reivindicações etc. O matutino, mais sério, tratava de política nacional e internacional, economia, problemas sociais e científicos etc. (*PN*, 02/3/1959).

A direção dos tablóides foi entregue, em 1959, a Alberto Dines, que lhes deu um estilo moderno. Ele constituiu uma equipe-empresa (junto com Wilson Figueiredo, Isaac Piltcher, Orlando Caramuru, Marius e Danusa Leão), que assinou contrato com a *UH* exclusivamente para fazer os tablóides. O jornal pagava uma verba mensal à empresa de Dines, economizando, assim, com encargos trabalhistas. Era uma das primeiras vezes que, no jornalismo carioca, se terceirizava serviços. Mas Dines abandonou, pouco tempo depois, os tablóides para assumir a direção geral das edições de *UH*. Para substituí-lo foi designado Isaac Piltcher.

Além dos tablóides diários, *UH* possuía (em 1959) outros quatro cadernos semanais: o “Tablóide Turfe”, “Tablóide Show”, “Tablóide Esportivo” e “Tablóide Imobiliário”. Em 1960, foram lançadas as edições regionais, primeiro no Estado do Rio e em Minas. Em 1962, já eram onze edições em 7 estados, o que levou a empresa a organizar o serviço de *Copyright* da Rede Nacional, uma espécie de agência de notícias. O esquema adotado - inspirado na Agência Meridional dos *Diários Associados* - incluía nos seus serviços outras empresas jornalísticas que não pertenciam à *UH*.

Organizou-se, assim, uma rede de jornais, com o mesmo título e com unidade editorial: a *Rede Nacional de Última Hora*. Em toda a história da imprensa brasileira, foi o único grupo que publicou edições de um mesmo jornal em vários estados, constituindo uma cadeia homogênea, tanto em termos de mensagem como de organização.

Cerca de 20% do jornal - matérias e colunas de interesse exclusivamente carioca, assim como os anúncios locais - era substituído por matérias de interesse de cada estado. A primeira página sofria modificações, conservando apenas as chamadas

## TRIBUNA DA IMPRENSA

*“O jornalismo é muito poderoso, muito sedutor, muito fascinante, mas muito corrupto e corruptor.”*

Hélio Fernandes

A história da *Tribuna da Imprensa*, nos anos 50, se confunde com a trajetória de seu fundador. De 1949 até 1962, a *Tribuna* foi conhecida como “o jornal de Carlos Lacerda”, da mesma forma como a *Luta* era “o jornal do Tenório”. O personalismo era uma característica forte da política, que também se refletia na imprensa. Esta não era, aliás, uma característica apenas desses dois jornais udenistas. Outros, como já vimos, também traziam a marca de seus donos, como *O Dia* e *A Notícia* (jornais de Chagas Freitas).

A carreira profissional de Lacerda começou em 1929, quando – aos 15 anos – foi trabalhar como articulista no *Diário de Notícias*. Seu pai, Maurício de Lacerda, também fora jornalista, além de político (duas vezes deputado federal e membro da ANL, envolvido no levante comunista de 1935). Seu avô, Sebastião Eurico de Lacerda, foi ministro da Indústria, Viação e Obras Públicas do governo Prudente de Moraes e ministro do Supremo Federal de 1912 a 1925.

Em 1932, Lacerda ingressou na Faculdade de Direito da Universidade do Rio de Janeiro. Aquele que seria um dos maiores inimigos do comunismo, era nessa época, um dos seus militantes mais ativos. Em inícios de 1934, ligou-se a Federação da Juventude Comunista, órgão do PCB. Era redator do jornal semanal *A Marcha*, fundado por Francisco Mangabeira e, em 1937, chegou a ser preso por agitação comunista. Outra ironia é que, a partir de 1938, tendo se dedicado a atividade jornalística, colaborou com a revista *Diretrizes*, do seu futuro arqui-inimigo Samuel Wainer.

Lacerda trabalhou alguns anos (até 1944) nos *Diários Associados* de Assis Chateaubriand, como diretor da Agência Meridional e como secretário de redação de *O Jornal*. Em 1945, começou a trabalhar como *free-lancer* no *Correio da Manhã*, iniciando ali sua longa trajetória antigetulista. Foi no *Correio* que ele fez a famosa entrevista com José Américo de Almeida, no início de 1945, considerada um marco do fim do Estado Novo.

A filiação à UDN se deu no mesmo ano, quando apoiou a candidatura do Brigadeiro Eduardo Gomes às eleições presidenciais. Nessa época, era também redator

do *Diário Carioca*. Em 1946, criou, no *Correio da Manhã*, uma seção intitulada “Tribuna da Imprensa”, onde fazia uma crônica da Constituinte. No ano seguinte, foi eleito vereador no DF. Foi demitido do *CM*, em 1949, por ter atacado em seus artigos a família Soares Sampaio, amiga Paulo Bittencourt. E, finalmente, em 27 de dezembro do mesmo ano, fundou o seu jornal, batizando-o com o título de sua antiga coluna.

Lacerda abriu uma conta com depósito inicial de 100 cruzeiros. Pela *Rádio Guanabara*, onde mantinha um programa diário, anunciou o lançamento da Sociedade Anônima que iria editar o novo jornal e informava que receberia no seu escritório (na Av. 13 de maio) as contribuições. Tristão de Athayde publicou, então, no *Correio da Manhã* um artigo intitulado “Um jornal para Carlos”, anunciando a campanha para arrecadação de fundos. Assim, com ajuda de alguns amigos e a subscrição popular, Lacerda conseguiu reunir um capital inicial de 9 milhões de cruzeiros<sup>75</sup> e criar a “Sociedade Anônima Editora Tribuna da Imprensa”, com 34 mil acionistas.

Entre os que primeiro compraram as suas ações estavam: Aduino Lúcio Cardoso, José Eduardo Prado Kelly, Horácio Fontoura Sobral Pinto, Aliomar Baleeiro, João Cleofas, Prudente de Moraes Neto, Carlos de Lima Cavalcanti, Nestor Duarte, Luiz Camilo de Oliveira Neto, Maurício de Lacerda Filho, José de Andrade Werneck e Wilson de Oliveira (que foi o primeiro secretário do jornal).

Lacerda fez um empréstimo no Banco de Crédito Real dando como garantia o capital a realizar (uma garantia política, portanto). Comprou, então, por 700 mil cruzeiros o prédio da Rua do Lavradio, 98, onde até hoje funciona o jornal. A máquina em que foram rodados os primeiros números era uma velha rotativa, adquirida da empresa Listas Telefônicas.

Logo na primeira reunião de acionista, Lacerda foi nomeado presidente da empresa, com um salário mensal de 5 mil cruzeiros, mais 20 mil adicionais pela direção do jornal. Foi criado um conselho consultivo com nomes representativos da UDN: Aduino Cardoso, Tristão de Ataíde, Gustavo Corção, Sobral Pinto e Dario de Almeida Magalhães. Mas o conselho seria desfeito, em fins de 1952, pois Lacerda “não tolerava interferências” em seu trabalho (DULLES, 1992:146).

A *Tribuna da Imprensa* era um jornal pequeno. Tal como o *Diário Carioca*, não possuía uma tiragem suficiente para colocá-lo ao lado da grande imprensa. Durante os anos 50, sua tiragem média oscilou entre 25 a 45 mil exemplares. Em 1954, por

---

<sup>75</sup> Isto segundo a própria *Tribuna da Imprensa* (dez. 1972); segundo LACERDA (1987:85), o capital inicial teria sido 12 mil cruzeiros.

exemplo, podia ser estimada em 40 mil, enquanto que a *O Jornal* era de 60 mil, a do *Diário da Noite* era 75, a de *A Notícia* 95, a da *UH* 92 e a de *O Globo* 110 mil exemplares.

*“O jornal do Lacerda foi sempre um desastre. Sua circulação só subia um pouco nos momentos de crise, ou quando o dono era preso. A Tribuna é conhecida, na imprensa brasileira, como um jornal que jamais chegou a existir efetivamente.”* (WAINER).

Apesar de sua pequena tiragem, a *Tribuna da Imprensa* era um jornal influente. Ao longo dos anos 50, teve um papel decisivo nas clivagens e nos enfrentamentos de grupos políticos, funcionando como catalisador e amplificador de contradições e tensões sociais (AZEVEDO, 1988). Segundo Lacerda, a *Tribuna* era o *Correio da Manhã* da tarde. *“Os jornais que mais influenciam a opinião pública”* – afirmou ele – *“não são nem nunca foram, aqui ou em qualquer parte do mundo, os que mais vendem.”* (PN, 15/8/1951:39).

Não é possível pensar a *Tribuna*<sup>76</sup> fora da dimensão panfletária de Carlos Lacerda e de sua oratória grandiloquente. O jornal, desde o início, se caracterizou por um estilo agressivo de reportagem, tornando-se, ao longo do segundo governo Vargas, porta-voz da oposição. Aliás, foi por sua capacidade de se colocar como o opositor por excelência, o anti-Vargas, o anti-populista, o adversário mais temido do governo, que a carreira política de Lacerda se fortaleceu. Foi a sua projeção como jornalista (primeiro nas publicações alheias, depois na *Tribuna*) que lhe permitiu a uma certa hegemonia dentro da UDN e a montagem de uma máquina eleitoral, que o faria, alguns anos depois, governador do estado da Guanabara.

A *Tribuna da Imprensa* teve também importância no processo de “modernização” técnica do jornalismo carioca; fato normalmente subestimado pela historiografia da imprensa. Segundo alguns autores, como André de Hons, a *Tribuna*, apesar de ter sido fundada no limiar da década de 50, aproximava-se da antiga tradição do jornalismo do Império e da República Velha, dos diários polêmicos e combativos, marcados por um tom panfletário, instrumentos a serviço de seus donos. *“Este jornal nunca entrou realmente na fase do jornalismo empresarial, e nunca adotou os padrões*

<sup>76</sup> O lema do jornal era *“um jornal que diz o que pensa porque pensa o que diz”* e o seu símbolo era uma lanterna acesa, significando a luta contra a corrupção e a subversão, respectivamente identificadas no getulismo e no comunismo (os dois grandes inimigos políticos de Lacerda). A inspiração vinha da Grécia Antiga: Diógenes andava com uma lanterna nas mãos à procura de um homem honesto.



*informativos modernos*” (HONS, 1982:171). O próprio nome do jornal, *Tribuna da Imprensa*, confirmaria esta idéia.

Acreditamos, entretanto, que se a *Tribuna* não pode ser considerada como um jornal de tipo moderno (empresarial), também não pode ser confundida com os jornais meramente panfletários. Na realidade, a *Tribuna* serve como um exemplo paradigmático das contradições por que passava a imprensa nos anos 50. Ao mesmo tempo em que servia de instrumento para as realizações políticas de seu dono, Carlos Lacerda, também comportava em suas redações uma equipe de repórteres de excelente nível técnico-profissional, formados em moldes modernos. A mesma contradição está presente na *UH*, órgão getulista, mais ao mesmo tempo um marco na história do jornalismo nacional. Idem o *Diário Carioca*, que ao lado de negociações políticas de seu proprietário e diretores, revolucionou o texto da imprensa carioca e brasileira. Na *Tribuna da Imprensa*, talvez mais do que em qualquer outro jornal, podia-se perceber o dilema (que era, na realidade, o de toda a imprensa de então) entre informação e opinião, entre modernização e arcaísmo.

“A *Tribuna da Imprensa* teve uma grande importância porque foi o Carlos Lacerda, embora não se cite muito, um grande jornalista, não apenas um editorialista; ele era um homem que gostava de jornal, conhecia jornal. (...) e o jornal que ele fez no início foi muito bem feito. Teve uma equipe maravilhosa, alguns do *Diário Carioca*, outros não, e ele criou um grupo de jornalistas como Luiz Lobo, o Zuenir Ventura etc.” (Alberto Dines, 15/12/1999)

“Carlos Lacerda estava sempre a par do desenvolvimento da imprensa mundial e não cabe dúvida de que a moderna imprensa do Brasil muito deve, em estilo, agressividade, noticiário e apresentação gráfica, ao dinamismo e à visão do fundador da ‘velha tribuna’ (...). Um dos empenhos de Lacerda era trazer para o jornal pessoas que, em sua opinião, tivessem o dom e o dinamismo necessários para renovar a folha. Gente como Carlos Castelo Branco, Hélio Fernandes, Odylo Costa Filho. Membros da nova equipe do *Jornal do Brasil*, entre eles Mário Faustino e Alberto Dines, passaram pela ‘velha *Tribuna*’ e lá ficaram mais ou menos tempo.” (BACIOU, 1982:58).

Lacerda convidou para o cargo de chefe de reportagem da *Tribuna* Hilcar Leite e para secretário Wilson de Oliveira, ambos do *Diário Carioca*. Entre os primeiros repórteres, estavam Fidélis Amaral Neto e Hermano Alves e, entre os principais

colunistas, Gustavo Corção e Newton Carlos. Pouco tempo depois do *Diário Carioca*, o jornal lançou o seu manual de redação.

Além de uma equipe de profissionais “modernos”, que começavam a escrever segundo os padrões do jornalismo norte-americano (formalizados no seu manual de redação), a *Tribuna* possuía também uma equipe de fotógrafos que lançava mão de uma linguagem mais dinâmica e informativa. Alguns dos principais foram Ernesto Santos, Fernando Bueno, Armando Vieira Júnior, Ronaldo Teobaldo (BACIU, 1982:169).

A caricatura nacional também ganhou grande impulso com a *Tribuna*, sobretudo devido ao espaço privilegiado que era reservado no jornal a charge política de Hilde Weber, extremamente moderna, em estilo e linguagem.

Mas, apesar de todas as suas inovações, a *Tribuna* tinha uma estrutura administrativa e empresarial precária. Como a sua tiragem era pequena, a publicidade também era reduzida e o jornal vivia passando por apertos financeiros.

*“(...) o jornal passava por uma das freqüentes épocas de ‘vacas magras’, cheio de apertos, notas promissórias e empréstimos. Mais tarde compreendi serem quase normais crises deste tipo num diário como a ‘velha Tribuna’.”* (BACIU, 1982:59).

Segundo Aluísio Alves, redator-chefe no início dos anos 50, uma das dificuldades em conduzir o jornal ocorria pelo “*método de Lacerda, que participava de tudo, escrevia do seu artigo à pequenas notas, acompanhava todas as seções do jornal, orientava, reclamava, modificava, num velocidade de trabalho difícil de acompanhar*”. (PN, 01/11/1951)

Em 1954, quando saiu da revista *Manchete*, onde era diretor, Hélio Fernandes assumiu o cargo de editor geral na *Tribuna* e implementou algumas mudanças no jornal. Para começar, a oficina foi renovada, com uma rotativa Man, tituleiras e gravuras novas. Assim a revista *Publicidade e Negócios* comenta o fato:

*“A Tribuna da Imprensa sempre sofreu uma falha que o próprio Sr. Carlos Lacerda reconheceu, em entrevistas a nós concedida em 1952: 90% de sua atração é o artigo do jornalista famoso e agressivo. Contra semelhante fenômeno, o Sr. Carlos Lacerda era o primeiro a lutar. Por diversas vezes fomos testemunhas do seu esforço no sentido de encontrar um profissional capaz de ajudá-lo a fazer um jornal que não dependesse quase que exclusivamente do seu artigo diário. (...) Com a ida de Hélio Fernandes para a direção geral, vimos que o Sr. Carlos Lacerda continuava com o propósito de*

*fazer do seu jornal não a sua tribuna, mas um jornal igual ou superior aos existentes, sob o ponto de vista da informação.”* (PN, 05/1/1954).

A *Tribuna*, entretanto, jamais se dissociou dos interesses e das lutas políticas de seu proprietário. Os mais violentos ataques ao governo continuaram a se encabeçados pelo jornal. A tensão era desencadeada sobretudo pelos editoriais de Lacerda, nos quais ele acusava Vargas de “*patriarca do roubo*” e “*gerente geral da corrupção no Brasil*”.

A agressividade de Lacerda na campanha contra Vargas e a *UH* foi benéfica para a circulação da *Tribuna*, que de 14.900 exemplares, em junho de 1952, passou para 24.700, em junho de 1953. Mas o auge de vendas se deu com o atentado da Rua Toneleros.

Por ocasião do suicídio, em 24 de agosto, uma população enfurecida tentou empastelar a redação da *Tribuna*, impedindo o jornal de circular. No seu livro de memórias, Stefan Baciú tenta amenizar o episódio, dizendo que se tratava apenas de umas 10 pessoas. Mas as imagens de populares protestando em frente ao prédio da *Tribuna*, publicadas na imprensa da época (*UH*, *O Cruzeiro*, *Revista Ilustrada* etc.) negam a sua afirmação.

Poucos dias depois da morte de Vargas, Lacerda desencadeou, na *Tribuna*, uma campanha para adiar as eleições de 03 de outubro. Ele temia que o clima de comoção garantisse a vitória do PTB. O suicídio, no entanto, não afetou diretamente a popularidade nem da UDN e nem de Lacerda. Menos de dois meses após a morte do presidente, ele foi eleito deputado, com a maior votação.

Durante 1955, a ala udenista radical, organizada em torno do Clube da Lanterna e liderada por Lacerda, passou a preconizar, cada vez mais abertamente, o golpe militar e a instauração de um regime de exceção. Seu objetivo principal era impedir a restauração da aliança PSD-PTB e a vitória de JK e Jango nas eleições presidenciais de outubro. Durante todo o ano eleitoral, a *Tribuna da Imprensa* combateu violentamente os dois candidatos, tendo inclusive publicado a falsa carta Brandi, como já mencionamos.

A articulações golpistas da UDN foram neutralizadas pelo chamado “Golpe Preventivo” do General Lott. Mas Carlos Luz, com o incentivo de Lacerda, resolveu resistir, embarcando no cruzador Tamandaré, com 26 outras pessoas, tendo como

objetivo estabelecer o governo federal em São Paulo<sup>77</sup>. Fracassada a tentativa, Lacerda pediu asilo à embaixada cubana, indo depois para os Estados Unidos e Portugal. Em novembro de 1956, voltou para o Rio, reassumindo o seu mandato de deputado federal. Durante a sua ausência, a *Tribuna* ficou sob a direção de Aluísio Alves e Nilson Viana. José Duarte Filho (que escrevia a coluna “Tribuna Parlamentar”) assumiu o cargo de chefe de redação. A paginação estava então sob a responsabilidade de Nelson Gomes Leite.

No dia 24 de agosto de 1956, aniversário da morte de Vargas, Juscelino mandou apreender a edição da *Tribuna da Imprensa*, que continha o “Manifesto ao Povo Brasileiro”. Nele, Lacerda – com sua virulência contumaz – chamava JK de “exibicionista delirante” e o acusava de estar afinado com os comunistas.

Em março de 1957, ocorreu o episódio da tentativa de quebra da imunidade parlamentar de Lacerda. O governo queria processá-lo como traidor da pátria, porque ele havia lido na Câmara dos Deputados um telegrama secreto do Ministério das Relações Exteriores, tornando possível a decifração do código usado pelo Itamarati. A imprensa logo transformou a questão em um acalorado debate nacional. Durante 45 dias, o mandato de Lacerda foi o principal assunto dos meios de comunicação e das ruas. Em comícios, deputados governistas e líderes trabalhistas o condenavam. *UH*, *DC*, *A Noite* e os jornais de Assis Chateaubriand exigiam uma punição severa para o “traidor”. Na semana santa, militantes do PTB enforcaram centenas de efígies de Judas com óculos de tartaruga, feitos à imagem de Lacerda. Enquanto isso, este tentava se defender, discursando em comícios e reuniões no Rio de Janeiro e em outras cidades. Na ABI, ele falou para mais de mil partidários, lembrando que o que estava em risco era a própria democracia.

Em 1959, a *Tribuna* teria um novo diretor, Odylo Costa Filho. Odylo – que três anos antes havia iniciado a bem sucedida reforma do *JB* – implementou, com a ajuda de Quintino Carvalho, algumas mudanças gráficas no jornal de Lacerda, que passou a adotar um visual mais *clean*, mais leve, mais arejado.

Em outubro de 1960, Lacerda se elegeu governador do recém criado estado da Guanabara, passando a direção *Tribuna* a seu filho Sérgio. Boa parte da equipe do jornal foi deslocada para o Palácio Guanabara: a secretária Ruth Alverga, Valter Cunto (que de

---

<sup>77</sup> No grupo estavam, além de Luz e Lacerda, o coronel Mamede, Marcondes Ferraz, o ministro da Justiça Prado Kelly, o ministro da Agricultura Munhoz da Rocha, o chefe da Casa Militar José Canavarro

chefe de reportagem tornou-se assessor de imprensa), o fotógrafo Fernando Bueno e os repórteres Cláudio Soares, Paulo Vidal, Cláudio Lacerda e Airton Bafa.

*“O jornal sofreu um esvaziamento tanto de cúpula – ficando praticamente acéfalo – como de corpo redacional. A solução seria um transplante de coração e de cérebro, se tais operações fossem possíveis em um jornal. Mas a Tribuna continuava a sair valentemente, diante da ansiedade dos leitores, curiosos em saber como se comportaria a empresa, que até então expressara apenas a ‘voz do dono.’” (BACIU, 1982:127).*

Quando Jânio Quadros renunciou, a *Tribuna* foi um dos primeiros órgãos a apoiar a tentativa de intervenção militar para impedir a posse de João Goulart. Lacerda, como governador do estado, conseguiu censurar vários jornais contrários ao golpe, impedindo-os de circular.

Dois meses após a renúncia, as dificuldades financeiras fizeram com que Lacerda vendesse a *Tribuna* a Manuel Francisco de Nascimento Brito, dono do *Jornal do Brasil*. Sérgio Lacerda permaneceu no jornal, mas, segundo Baciú (1982:77), uma das primeiras medidas adotadas pelo novo proprietário foi a “deslacerdização” do jornal.

A direção foi entregue a Mário Faustino e a Paulo Francis, que tentaram imprimir ao jornal uma postura mais moderna, segundo os padrões jornalísticos da época. Contratou-se profissionais conceituados, como Millôr Fernandes, Carlos Castelo Branco e Armando Nogueira. Nascimento Brito tentou montar, segundo alguns depoimentos, um “jornal de estrelas”, mas a tentativa não foi bem sucedida e Mário Faustino, pediu demissão do cargo, tendo Alberto Dines assumido o seu lugar. Assim comenta ele o episódio:

*“O Brito tinha comprado o jornal e me pediu para fazer a transição, porque o jornal estava num processo de decadência muito grande. O Lacerda já era governador e o filho dele, Sérgio Lacerda, não tinha muito jeito para isso. Foi aí que eu encontrei dois jovens jornalistas – realmente a gente fez uma trinca muito boa – que foi o Zuenir [Ventura] e o Itamar de Freitas. (...) A gente fez uma espécie de triunvirato. Eu ficava lá uma hora de tarde, depois de noite ia lá de novo, porque tinha que ficar no Jornal do Brasil e de manhã eu trabalhava na Manchete – eu lancei a Fatos e Fotos. Era uma*

---

Pereira, o chefe da Casa Civil José Monteiro de Castro, Pena Botto e os deputados da UDN Afonso Arinos, Adauto Lúcio Cardoso, Juraci Magalhães e Rafael Correia de Oliveira.

*loucura. Eu fiz mais ou menos essa transição e depois o Nascimento Brito resolveu fazer um jornal diferente, um jornal de qualidade e quebrou a cara. Isso precisa ser reescrito porque está contado errado. Aí um grupo de jornalistas – Hermano Alves, o falecido Paulo Faustino e o Paulo Francis – resolveram fazer o jornal ideal, seria um jornal perfeito. Só que esse jornal saiu com um dia de atraso. Ele tinha que sair num dia x no novo formato, na nova estrutura, e não saiu. E saía atrasado sempre, saía uma porcaria, era uma confusão, porque era muito intelectual dando palpite. E aí o Brito me chamou de novo para ir para lá, para dar mais um jeitinho, para ficar segurando a barra, e aí surgiu a hipótese de ele vender o jornal, repassar para o Hélio Fernandes.” (Alberto Dines, 15/12/1999)*

Com as dívidas aumentando, Nascimento Brito resolveu vender a *Tribuna* para Hélio Fernandes, em março de 1962. Hélio, irmão mais novo de Millôr Fernandes, assumiu o ativo e o passivo da empresa e conseguiu mantê-la em funcionamento. Sob a sua direção, o jornal retomou a mesma linha editorial dos tempos de Lacerda, mantendo uma oposição sistemática ao governo João Goulart e apoiando o movimento militar de 64.

O jornal, entretanto, passaria rapidamente à oposição. No dia 11 de abril, publicou o editorial “A grande decepção”, no qual Hélio Fernandes afirmava: “*Não acreditamos nas revoluções que se omitem. Não acreditamos nas revoluções que pretendem se sobrepôr a elas mesmas. Não acreditamos nas revoluções que se excedem.*” Nessa época, Zuenir Ventura era o chefe de redação e os principais repórteres eram Carlos Leonam e José Itamar de Freitas.

Em 1966, Hélio Fernandes teve sua candidatura a deputado federal impugnada. Proibido de escrever, assinava sua coluna como João da Silva. Em junho de 67, foi mandado para o desterro na ilha de Fernando de Noronha.

Em 30 de dezembro de 1968 – 17 dias após o decreto do AI-5 – Carlos Lacerda teve seus direitos políticos suspensos por 10 anos. Morreu em 1977, tendo dedicado seus últimos anos de vida à editora Nova Fronteira, de sua propriedade.

## JORNAL DO BRASIL

Fundado em abril de 1891, por Rodolfo Dantas e Joaquim Nabuco, o *Jornal do Brasil* era representante do pensamento monárquico. Dantas, que havia sido ministro da educação do império, e Nabuco, um dos seus mais célebres políticos, utilizavam o jornal como instrumento de crítica à república recém instalada.

Apesar de seu caráter doutrinário, o jornal, em pouco tempo, adquiriu a lógica da empresa, se tornando um modelo exemplar da nova imprensa que surgia na virada do XIX para o XX. Nesse período, segundo Nelson Werneck Sodré, o *JB* era uma “potência”, exemplo de empresa jornalística bem sucedida. Jornal carioca de melhor equipamento gráfico, já havia realizado várias inovações no jornalismo nacional, ocupando em alguns momentos posição de vanguarda<sup>78</sup>.

A história do jornal pode ser dividida em 5 fases: a monarquista (1891-1893), a republicana de oposição (sob a direção de Rui Barbosa, 1893), a sensacionalista (1894-1918), a do boletim de anúncios (a era do Conde Pereira Carneiro, de 1918 a 1953) e a moderna (a era da Condessa e do Nascimento Brito, a partir de 1954).

### A fase Monarquista

Nesse período, o jornal era um órgão de opinião e contestação ao regime republicano. É a fase de Nabuco e Dantas, que contavam com a colaboração de José Maria da Silva Paranhos (Barão do Rio Branco), Gusmão Lobo, Souza Ferreira, Aristides Espínola, Henrique de Villeneuve e outros.

Em junho de 1891, quando Dantas assumiu concretamente a chefia de redação, começaram os atritos mais sérios com o governo republicano. Foi quando ele publicou seus dois famosos artigos “Ilusões Republicanas” e “Outras Ilusões Republicanas”. Mas a gota d’água foi a homenagem que o jornal fez a D. Pedro II, por ocasião da sua morte em Paris, a 5 de dezembro. Na noite do dia 16, a sede do jornal foi invadida e a sua oficina destruída, sob os gritos de “Mata! Mata Nabuco!”.

Dantas e Nabuco tiveram que transferir a propriedade do jornal. Iniciava-se um período de transição, sob a direção de Villeneuve, em que se efetuaram as transações

<sup>78</sup> Só para citar alguns exemplos, na época de seu lançamento, o *JB* começou a ser distribuído em carroças, então uma novidade. Foi pioneiro na instalação de oficinas de fotografia e galvanoplastia. Publicou, em 1902, o primeiro romance policial em quadrinhos, ilustrados por Julião Machado. Em 1903, instalou luz elétrica na sua redação. Foi também o pioneiro na edição de uma seção feminina, ainda em 1893. Em 1912, dedicou uma página inteira ao esporte e, em 1913, começou a publicar anúncios a cores.

referentes à venda do jornal. Em abril de 1892, o *JB* passou de sociedade comanditária para sociedade anônima. Entre os novos proprietários estavam o Conde de Figueiredo, Manuel Buarque de Macedo, o Conde Afonso Celso e o conselheiro Manuel Pinto de Souza Dantas, todos figuras de relevo do Império. Ainda em 1892, Nabuco voltou a escrever para o jornal, sob o pseudônimo de Axel.

### **Republicanismismo de oposição**

Em abril de 1893, um grupo ligado a Rui Barbosa adquiriu o jornal e o transformou novamente em sociedade comanditária, agora sob a responsabilidade de Joaquim de Albuquerque Melo. O jornal passou a defender o regime republicano, mas continuou a atacar o governo. A ditadura de Floriano era o alvo predileto dos violentos editoriais de Rui Barbosa. Mas a reação não tardou. Em setembro, o jornal foi invadido pelos militares e Rui teve que sair do país. O jornal ficaria fechado um ano e quarenta e cinco dias.

### **O Popularíssimo**

Em 1894, o *Jornal do Brasil* foi vendido à firma Mendes & Cia. Voltou a circular dia 15 de novembro, tendo como redator chefe Fernando Mendes de Almeida e como secretário de redação Cândido Mendes de Almeida. Nesse período, o *JB* deixou de ser doutrinário e passou a ser um órgão mais informativo, centrado no sensacionalismo e casos policiais, nas campanhas populares e na crítica aos costumes. Abandonou o debate político e se voltou para os assuntos cotidianos da cidade. Ganhou o apelido de “O Popularíssimo”.

Em 1905, o *JB* iniciou a construção de uma luxuosa sede na Avenida Central e adquiriu novos maquinários. Dificuldades financeiras fizeram, no entanto, com que o jornal fosse hipotecado. Em 1918, sem condições de pagar a hipoteca, os irmãos Mendes de Almeida perderam o matutino para Ernesto Pereira Carneiro (futuro conde<sup>79</sup>).

### **A era do Conde**

Pereira Carneiro tentou recuperar o *JB*, contratando José Pires do Rio (ex-ministro da Viação) para o cargo de diretor-tesoureiro. A solução encontrada para

---

<sup>79</sup> Em 1919, Ernesto Pereira Carneiro recebeu do Papa Benedito XIV a distinção de conde papal. Cf. AnBI, 1954: 112.



resolver a situação financeira do jornal foi voltá-lo para a publicação de anúncios classificados. Assim, em 1921, o *JB* passou a dedicar cerca de 80% do seu espaço ao pequeno anunciante, se tornando um jornal parecido com o que é hoje o *Balcão*. A primeira página (seguindo o modelo do *Times* londrino da época) era composta inteira de classificados. Havia apenas uma pequena janela, na qual apareciam umas 10 a 15 manchetes.

Com os classificados, o *JB* conseguiu estabilidade financeira (era o único jornal do Rio a atender esse mercado), mas foi gradativamente perdendo importância como órgão noticioso. Recebeu, nessa época, o apelido pejorativo de “jornal das cozinheiras”, pois era muito lido por pessoas que buscavam empregos, entre elas as cozinheiras. É importante sublinhar que o Conde era então um grande empresário, dono também da Cruzeiro do Sul de Aviação e de um estaleiro naval. Em 1935, os seus negócios na área de comunicação se ampliam com a fundação da *Rádio Jornal do Brasil*.

#### A era da Condessa

Com as mortes de Pires do Rio (em 1950) e do Conde Pereira Carneiro (em 1954)<sup>80</sup>, sua esposa, Maurina Dunshee Abranches Pereira Carneiro, e o seu genro, Manuel Francisco do Nascimento Brito, assumiram a direção do jornal, iniciando o processo de modernização da empresa e a sua famosa reforma gráfica.

O primeiro passo foi a compra de equipamentos e a reestruturação do parque gráfico. Entre 1956 a 1966, o *JB* ganhou nova sede e implementou um total reaparelhamento técnico-industrial. Mudaram os tipos, as medidas, os formatos, o material de impressão, a organização administrativa, os critérios de apuração, as técnicas da notícia, o *marketing* das empresas, as metas de propaganda, os objetivos de circulação, a veiculação dos classificados e dos anúncios de varejo, as promoções (BAHIA, 1990:382). Houve melhoria na qualidade da tinta, do papel, da impressão e da fotografia.

O jornal ampliou o seu noticiário e aumentou o número de páginas. Na redação das matérias, passou a adotar as técnicas norte-americanas do *lead*, da pirâmide invertida e da redução do código lingüístico. O texto jornalístico deveria ser objetivo e enxuto, como o do *Diário Carioca* e o da *Tribuna*.

---

<sup>80</sup> Pernambucano, Pereira Carneiro nasceu em 14 de abril de 1877 e faleceu em 21 de janeiro de 1954, um pouco antes de completar 77 anos (35 dos quais a frente do *JB*).



Inauguração da rotativa do *Jornal do Brasil*. 14/5/58. AJB.

Antes da reforma, a reportagem praticamente inexistia no jornal, que era todo feito dentro da redação, sem busca de informações na rua ou através das fontes. Hermano Nobre Alves, chefe de reportagem, comenta:

*“Antes não havia no JB mesmo a intenção de fazer um bom jornal do ponto de vista jornalístico. Isso não era um problema. O tradicional matutino se contentava em ser um jornal simplesmente dos classificados. Todo mundo comprava mais pelo “Precisa-se” e pelo “Vende-se” do que pelo texto, pela matéria redacional”. (PN, 20/5/1957).*

A reforma do *JB* não se limitou, entretanto, a mudanças apenas nos seus padrões jornalísticos e no seu parque gráfico. Houve uma total reestruturação de sua organização empresarial, com adoção de modernas técnicas de administração na gestão empresarial (BARROS, 1975:59).

*“A reforma não foi só uma reforma de máquina, foi um reforma de mentalidade, de estrutura de jornal, de intensa modernização. Aquilo que Wainer começou na Última Hora, o JB realizou com muito mais meios, com maior amplitude.” (Antônio Calado, CPDOC)*

A reforma do *JB*, apesar de não ter sido pioneira (antes dela, o *Diário Carioca*, a *UH* e até mesmo a *Tribuna da Imprensa* já haviam implementado inovações) possuiu um caráter exemplar, não só pelo radicalismo das suas mudanças e pela qualidade do jornalismo desenvolvido, mas também por sua eficácia mercadológica. Segundo a revista *PN* (20/3/1957), houve um aumento de cerca de 40% nas tiragens do *JB*, em 1956, depois de iniciada a reforma. Em pouco tempo, o jornal suplantara em número de vendas o *Correio da Manhã*, até então o maior matutino do Rio.

A reforma gráfica do *JB*, além disso, constituiu-se um marco na história do *design* no Brasil, funcionado, até hoje, como um paradigma para os profissionais dessa área. Serviu também de modelo para a reforma de muitos jornais brasileiros e mesmo estrangeiros.

A seguir, detalharemos alguns aspectos da reforma, utilizando para isto a cronologia de Washington Lessa, que divide a reforma do *JB* em três fases. A primeira – de junho de 1956 até maio de 1958 – começou com a contratação de Odylo Costa Filho e com a criação de uma página feminina, que daria origem posteriormente ao *Suplemento Dominical do Jornal do Brasil (SDJB)*. Nesse momento, as mudanças foram lentas, mas fundamentais para criar condições para as posteriores transformações

mais radicais. A segunda vai de maio de 1959, quando Jânio de Freitas assumiu a chefia de redação, até a sua saída (juntamente com Amílcar de Castro) em abril de 1961. Este foi o período de maior experimentação. E a terceira fase, de consolidação, se iniciou com a contratação de Alberto Dines para a chefia da redação, em janeiro de 1962.

A autoria da reforma é uma questão bastante controversa. É um campo de grandes disputas, que mobilizam até hoje a memória (e as vaidades) dos jornalistas. Nos depoimentos que colhemos e naqueles que consultamos nos arquivos de história oral (sobretudo nos do CPDOC/FGV), há muitos relatos contraditórios. Alguns dos entrevistados apontam Odylo Costa Filho como o principal autor da reforma. Mas, segundo outros, como Eduardo Chermont de Brito, somente depois da sua demissão e da entrada de Jânio de Freitas é que teriam ocorrido as mudanças de caráter mais qualitativo. Nascimento Brito, por outro lado, afirma que nem Odylo nem Jânio contribuíram muito para as mudanças do jornal. A reforma, segundo ele, só teria ganhado forma sob a direção de Alberto Dines.

Já mencionamos anteriormente que não pretendemos fazer uma história autoral. Não faz parte de nossas preocupações determinar o verdadeiro autor da reforma do *JB*. Até porque, além de irrelevante para o entendimento do significado das mudanças, a questão é totalmente imprópria. As inovações do *Jornal do Brasil* foram graduais e fruto do trabalho coletivo de sucessivas equipes. Não podem, de forma alguma, serem atribuídas a uma única pessoa.

### **Primeira Fase da Reforma**

No final de 1956, Odylo Costa Filho foi convidado para a chefia da redação com a incumbência de promover a reforma. O primeiro passo foi a mudança da equipe, feita através de afastamentos, “aposentadorias forçadas”, demissões e contratações.

Carlos Heitor Cony no seu livro *Quase Memória* fornece um depoimento comovente sobre essas mudanças. Cony presenciou a substituição dos “velhos homens de imprensa” e dos “monstros sagrados da redação” pela equipe de jovens ávidos e determinados, que mudariam a feição gráfica e editorial do jornal. O trecho é um pouco extenso, mas vale a pena citá-lo.

*“Mário Flores havia comemorado 40 anos de crítica teatral. Recebera homenagens de todas as companhias, de todos os teatros, de todos os gêneros, em cena aberta todos lhe agradeciam um apoio, um conselho, um carinho.*

*Sua mesa, no fundo da redação, era um santuário: tinha dois enormes arquivos de aço, onde guardava a memória de 40 anos de teatro. O tampo de vidro da mesa – a maior da*

redação – protegia fotos de artistas internacionais que aqui se apresentaram, fotos autografadas de Louis Jouvet, Jean Louis Barrault, Nijinski, Pavlova, Gigli, Maria Callas, Tebaldi, Procópio Ferreira, Jaime Costa, Italia Fausta, Dulcina, sua mesa era um sacrário, vinha gente de fora ver os autógrafos, consultar suas fichas.

Uma tarde, Mário chegou à redação e estranhou o vazio lá no fundo. Como era míope, custou a entender. Quando entendeu, nem ficou revoltado. Tinham movido seus dois arquivos de aço para o porão do prédio (...)

Duas ou três semanas depois, veio à redação para escrever a crônica de estreia no Serrador. Era Pirandello – autor que divulgara no Brasil, formando até uma companhia especial para montar a peça. O espetáculo (e a escolha do texto) era justamente para homenagear os seus quarenta anos de crítica teatral.(...)

Com a prática de seus quarenta anos, cinco minutos antes do prazo (que começaram a chamar de deadline), ele acabou. Não havia mais ninguém na redação, só o plantão, agarrado ao telefone, fazendo a ronda das delegacias, dos hospitais.

Ele se habituara a levar o original diretamente à oficina, a retranca já estava feita, era só entregar. Não percebeu a cara de espanto do chefe da oficina, o Gomes, que apanhou as tiras e ficou sem saber o que fazer com elas. Cansado, Mário deu boa-noite e foi para casa.

Na manhã seguinte, apanhou o exemplar do jornal que o porteiro deixava embaixo da porta. Rotina de 40 anos, abriu a página 10, encima pela rubrica: “Teatro”.(...)

Foi ver o segundo caderno, sim, lá estava, bem destacado, em duas colunas de alto a baixo, a crítica de Pirandello. Mas não viu seu nome: em seu lugar, estava Ana Maria Gonçalves. Na última linha, entre parênteses, o comunicado simples: “A partir de hoje, Ana Maria Gonçalves assume a crítica teatral deste jornal”.

Ninguém lhe falara nada, nem mesmo o chefe da oficina, que ao receber o original na véspera já devia ter composto o texto da nova cronista.

Mário ficou sem entender e sem ver – apesar do óculos. Quando caiu, não se maciucou: estava perto da cama, apenas entornou o urinol que usara durante a noite.

Não chegou a ser um enfarte. Apenas uma isquemia (...)

Levou três meses para voltar ao trabalho.(...) Tanto a família como os médicos achavam que, para a total recuperação, nada melhor do que a volta a rotina, ao batente.

Ali pelas quatro horas, depois do almoço e de ter repousado um pouco, Mário Flores fez o mesmo caminho dos últimos quarenta anos. Foi de taxi até a esquina da rua 7 de Setembro com a Avenida, seria bom caminhar um pouco, para ativar a circulação das pernas.

Quando chegou ao saguão, começou a ser festejado. Todos largavam o que estavam fazendo para abraçá-lo, saber dele, garantir que ficara mais jovem. Naquele tempo, no saguão funcionava o balcão circular com vários guichês, como os de banco. Era ali que milhares de pessoas vinham diariamente trazer os anúncios que na gíria do jornal se transformavam em ‘classificados’: precisa-se disso, vende-se aquilo, oferece-se fulano, empregadas domésticas, aulas de canto, massagistas, trocas de móveis, eletrodomésticos usados, o jornal detinha o monopólio do anúncio classificado, era a base, a sustentação da empresa.

Os corretores saíram dos guichês, vieram apertar a mão de Mário, patrimônio da casa, móveis e utensílios do jornal, o grande Mário Flores, quarenta anos de jornal nas costas meio curvadas e inteiramente gloriosas.(...)

À entrada da redação,(...) teve um susto. Àquela hora, esperava ver a redação vazia, o rush era mais tarde, aí pelas seis, sete horas.

A redação estava cheia, jovens que ele não conhecia, muitas moças, moças demais aos telefones, nas máquinas de escrever. Os móveis tinham mudado de lugar, só havia mesas simples, pequeninas, impecáveis.

Não fazia muito aquela era uma redação solene. Os redatores tinham mesas enormes, em estilo colonial, escuras, cada uma ficava em cima de um tapete que dava ao redator a aparência de uma autoridade. Tudo aquilo havia desaparecido.

Para ficar próximo dos arquivos, a mesa dele ocupava os fundos, perto da parede. E a dele era a maior de todas, sem tampa corrediça, sua seção era a que mais recebia correspondência, peças promocionais.

*Ele já sabia que seus arquivos tinham sido rebaixados ao porão. Mas esperava ver sua mesa ali, entupida de cartas que deviam ter chegado nesses três meses de ausência.(...)*

*Em sua ausência, a mesa fora rebaixada à bancada comum de reportagem, das coleções dos jornais que todos consultam a toda hora, de três ou quatro vidro de cola. (...)*

*Não houvera nenhuma comunicação do que a empresa pretendia dele. Durante os meses em que estivera imobilizado, recebeu o salário normalmente – e julgava que tudo estava bem, que haveria novidades para seu lado, além da substituição abrupta na crítica teatral por uma profissional que nem lhe fora apresentada, a ida de seus arquivos para o depósito, no porão mais fundo e escuros do prédio.*

*Não ter mesa e nem cadeira na redação que fora sua casa, durante quarenta anos, era mais do que um insulto: um atestado de sua insignificância, de sua inutilidade. Olhou em volta, para ver se aparecia alguém, um chefe, um diretor, alguém para explicar o que não mais precisava de explicação.*

*Até que teve um momento de esperança. Um rapaz, que podia ser seu neto, largou a máquina de escrever e se dirigiu a ele. Parecia exercer cargo de chefia no tumulto que ele não entendia mais. Foi se aproximando, olhou-o bem nos olhos:*

*- O senhor é o leitor que ligou ontem?*

*De tão confuso, Mário não respondeu. O rapaz acrescentou:*

*- Vou ali no banheiro e já volto, o senhor me presta as declarações, é uma sujeira o que estão fazendo no asilo dos velhinhos, já recebemos outras denúncias (...)*

*Devagar, firmando-se na bengala, ele procurou a saída. Do lado de fora, o acompanhante esperava por ele, pressentia que a visita seria breve, mas não tão breve. Segurou Mário pelo braço, levando-o ao elevador. (...) Mário não conseguia tocar com a ponta da bengala o botão do elevador. Bem que tentou, até que a bengala caiu. Depois dela, caiu Mário, para sempre.”*

Antes da reforma, o *Jornal do Brasil* possuía uma equipe formada por pessoas com muitos anos na casa, que acostumados à antiga rotina, foram incapazes de resistir ao novo projeto. A maior parte, como Mário Flores, foi afastada. As demissões ou afastamentos – por mais irônico que pareça – talvez tenham sido um dos fatores fundamentais que expliquem o sucesso da reforma, que em outros jornais como o *Jornal do Commercio*, o *Correio da Manhã* e o *Diário de Notícias* não foi bem sucedida. Esses jornais possuíam nas suas redações profissionais atuantes, que resistiram à mudança.

Na biografia que escreveu sobre seu tio Odylo, Cecília Costa ameniza o papel das demissões, afirmando inúmeras vezes que havia muito respeito pela geração mais velha. De fato, muito dos afastamentos – como o do próprio Mário Flores – não se deu por demissão. Na maior parte dos casos, o antigo profissional, apesar de deslocado de sua atividade, continuava a receber o seu salário.

De início, o *JB* contratou 13 novos repórteres, quase todos sem experiência jornalística anterior, como Luiz Gutenberg (19 anos), Derli Barreto (22 anos), Cesário Marques (23 anos), Adirson de Barros (23 anos) e Edilberto Coutinho (23 anos). Mas os jovens jornalistas que, logo em seguida, encheram a redação do *JB* vinham, na sua maioria, das redações da *Tribuna da Imprensa* e do *Diário Carioca*. Eram profissionais já com experiência em um jornalismo mais moderno. A maior parte tinha de 20 a 30

anos<sup>81</sup>. Alguns nomes da nova equipe: Ferreira Gullar, Jânio de Freitas, Carlos Lemos, Hermano Alves, Quintinho de Carvalho, José Ramos Tinhorão, Carlinhos de Oliveira, Nilson Lage e Carlos Castelo Branco.

Esses novos profissionais, como afirmou o chefe de reportagem, Wilson Figueiredo, eram donos de uma nova mentalidade, livres dos velhos vícios da imprensa. “Acabou o amadorismo no jornal. Hoje, ou o jornalista trabalha como profissional ou ele não será jornalista e muito cedo seguirá outros caminhos.”, afirmou ele. Nesse sentido, parece bastante interessante o depoimento de Carlos Lemos:

*“Havia uma efervescência entre nós, jovens que tínhamos sido convocados para realizar esse trabalho. Primeiro, uma grande alegria porque ganharíamos muito mais. O JB pagava mais ou menos o dobro do salário dos outros jornais (...) Havia também grande entusiasmo e a auto-afirmação de estar participando do processo de transformar aquele que não passava de uma banca de anúncios em um grande jornal.” (CPDOC)*

O texto do *JB* foi pouco a pouco se modificando. Aliar o estilo redacional da *Tribuna* com o do *Diário Carioca* foi a fórmula adotada. A *Tribuna* era agressiva, violenta, contundente e o *Diário* mais alegre, ameno, com um estilo redacional leve.

A redação foi organizada por setores (futuramente chamados de editorias). Criou-se a chefia de reportagem e o *copy-desk*. Comprou-se também máquinas de escrever, um luxo naquele tempo em que os jornalistas normalmente escreviam suas matérias a mão. Introduziu-se a lauda marcada para contagem do texto: folha padrão com 30 linhas e 72 batidas, o que veio facilitar a diagramação e evitar o estouro de matéria de uma página para outra.

Para cuidar do aspecto gráfico do jornal, Odylo convidou o artista plástico mineiro Amílcar de Castro, que chegara no Rio de Janeiro em 1950. Amílcar – que trabalhara na revista *Manchete* - foi quem definiu as características mais importantes do novo *layout*, formalizando um conjunto de idéias e princípios que, a partir de então, dominariam o jornalismo gráfico brasileiro.

---

<sup>81</sup> É interessante notar que a partir dessa época o jornalismo tem se caracterizado por ser, em geral, uma profissão de jovens. Há uma tendência das empresas de desvalorizar os profissionais antigos. “Se você olhar ao redor da redação agora não vai encontrar um jornalista com mais de 50 anos. A maioria está na faixa de 30 anos. Para onde vão os jornalistas com mais de 30 anos? Não sei. Na redação não estão. Isto é coisa séria, porque jornalista velho é bosta, ninguém dá importância a ele. O repórter velho foi aquele cara que não deu certo. (...) Quando você chega a uma idade, os caras já não te respeitam mais. Então a maioria dos jornalistas abandona a profissão.” (LISBOA, 1994).

Amílcar partia do princípio de que, para facilitar a leitura e simplificar as operações de produção, era necessário implementar uma “limpeza da página”. Títulos em negativo e *grisê*, vinhetas e fios deveriam ser eliminados. A retirada dos fios, carro-chefe da reforma, foi sintetizada através de um axioma: “*Fio não se lê.*”. Como o jornal era para ser lido, devia-se tirar os fios. A primeira experiência foi feita na página 5 do primeiro caderno (em 29 de março de 1957) e, logo em seguida, se expandiu para o *Suplemento Dominical*, editado por Reynaldo Jardim. Desaparecem, assim, a moldura das páginas, os fios que separavam as matérias ou sublinhavam títulos, os títulos em negativo. Em fins de 1958, Jânio de Freitas e Carlos Lemos, então editores do caderno de esportes, também aderiram ao princípio da retirada dos fios. Mas, na primeira página, os fios só desapareceriam em 2 de junho de 1959.

A “limpeza” tinha inspiração concretista, movimento no qual Amílcar – como artista plástico – participava ativamente. É importante observar que essa concepção gráfica era a antítese da concepção da *UH*, que (como vimos) investia muito nos fios. No terceiro capítulo, examinaremos esta questão com mais cuidado.

“*Da esquerda para a direita e de cima para baixo.*”, este era o segundo axioma de Amílcar, que procurava sintetizar os princípios da chamada ‘paginação vertical’, própria dos jornais de página grande e formato vertical, em oposição à ‘paginação horizontal’ das páginas duplas das revistas.

### **O SDJB e o Caderno de Esportes**

Em junho de 1956, começou a ser publicada, no *JB*, uma página feminina, que tratava de assuntos de cultura. Com o tempo, essa página acabou transformando-se em um caderno cultural, editado por Reynaldo Jardim, o *Suplemento Dominical*. O SDJB é normalmente apontado como o embrião da reforma. O seu êxito, segundo alguns, teria estimulado a condessa Pereira Carneiro a renovar o jornal.

O *Suplemento Dominical* teve participação intelectual direta no Concretismo. Funcionava como espaço de difusão do movimento e como uma espécie de porta-voz da vanguarda intelectual do país. Nos seus cinco anos de existência, o *SDJB* revelou novos críticos, romancistas, contistas etc. Publicou trabalhos de Ferreira Gullar, Bárbara Heliadora, Augusto e Haroldo de Campos, Carlos Drummond de Andrade, José Guilherme Melquior e outros.

O *SDJB* e o setor de esportes – editado por Jânio de Freitas e por Carlos Lemos – eram os espaços de maior liberdade e experimentação do jornal. Durante a ausência de



Amílcar (que de abril de 1958 a março de 1959 se afastou devido a desentendimentos com Odylo), funcionaram como frentes de avanço das reformas. Uma série de princípios foram então praticados: interdependência das massas de texto e foto na composição de uma página de equilíbrio assimétrico, fotos em colocação pouco usuais funcionando como elementos de balanço (LESSA, 1995:27)

### Segunda Fase da Reforma

Odylo Costa Filho, ativo militante da UDN, foi afastado do jornal em dezembro de 1958, devido a pressões de Juscelino Kubitschek. No dia 07 de agosto, o *JB* havia publicado uma fotografia do presidente com Foster Dulles, secretário de Estado norte-americano, acompanhada de uma legenda jocosa. A foto – considerada ofensiva à dignidade do presidente – foi tirada por Antônio Andrade, chefe do departamento fotográfico. Nela, JK aparecia de mãos estendidas, dando a impressão que pedia algo a Dulles, que estava sentado à sua frente. A legenda do *JB* dizia: “Tenha paciência, Mister”. Mas a versão que se propagou foi “Me dá um dinheiro aí”, verso de uma marchinha, cantada por Moacyr Franco no carnaval daquele ano.

O episódio teve muita repercussão. As agências internacionais compraram cópias da foto, que foi publicada no dia seguinte em vários jornais estrangeiros, inclusive no *The New York Times*. Carlos Lacerda se aproveitaria do episódio para sua campanha de desmoralização de JK, publicando a foto duas vezes na *Tribuna da Imprensa* (no 07 e no 08-09/8/1958).

Como Nascimento Brito estava, na época, negociando com o governo um empréstimo do Banco do Brasil para a compra de novas máquinas, Odylo foi prontamente afastado. Comenta-se que, devido ao episódio, Juscelino teria cancelado a concessão de um canal de televisão ao *JB*.

Com a saída de Odylo, Wilson Figueiredo assumiu a chefia de redação, mas por pouco tempo. Alguns meses depois, em maio de 1959, o Jânio de Freitas ocupou o seu lugar e imprimiu à reforma um ritmo mais acelerado. Araújo Neto ficou responsável pela reportagem e Ferreira Gullar (que havia sido afastado por Odylo alguns meses antes – em 1958) foi readmitido como chefe do *copy-desk*. O mesmo acontecendo com Amílcar de Castro, que retornou à redação em março de 1959.

Nesse momento, a primeira página sofreu uma transformação radical, adotando uma *layout* assimétrico, marcante e forte. Foi quando surgiu o famoso “L” dos classificados, marca da nova cara do *Jornal do Brasil*. Como Nascimento Brito não

# JORNAL DO BRASIL

Rio de Janeiro — Quarta-feira, 6 de agosto de 1958

ANO LXVIII — Nº 181

## Rejeita Krushev a conferência de cúpula da ONU

### Resposta carioca do Sr. Dulles à proposta Russa

TENHA PACIÊNCIA, MISTER...



O Governo brasileiro não, entretanto, do Sr. Foster Dulles, que o Governo dos Estados Unidos não interfere nos negócios das companhias de petróleo com países estrangeiros — e esta declaração quer dizer que o envolvimento da petrodólar brasileira de financiamento à Petrobrás ou a qualquer outro projeto semelhante não é de interesse do Estado. Colaboração, está o Sr. Dulles, que está tendo alguns documentos de seu caderno da capa pré-

liminar, mas não tem nenhuma intenção de fazer qualquer declaração. O Sr. Dulles, que o Governo dos Estados Unidos não interfere nos negócios das companhias de petróleo com países estrangeiros — e esta declaração quer dizer que o envolvimento da petrodólar brasileira de financiamento à Petrobrás ou a qualquer outro projeto semelhante não é de interesse do Estado. Colaboração, está o Sr. Dulles, que está tendo alguns documentos de seu caderno da capa pré-

#### O TEMPO:

#### Temperatura em elevação

Temperatura máxima registrada ontem foi 27,2 no Pão de Açúcar. O termômetro da Observatório da Universidade Federal de Minas Gerais, em Belo Horizonte, registrou ontem a temperatura máxima de 27,2 graus Celsius. A temperatura mínima registrada ontem foi 17,2 graus Celsius. A temperatura média registrada ontem foi 22,2 graus Celsius. A temperatura máxima registrada ontem foi 27,2 no Pão de Açúcar. O termômetro da Observatório da Universidade Federal de Minas Gerais, em Belo Horizonte, registrou ontem a temperatura máxima de 27,2 graus Celsius. A temperatura mínima registrada ontem foi 17,2 graus Celsius. A temperatura média registrada ontem foi 22,2 graus Celsius.

#### Boleto da lã de água

O Sr. Dulles, que o Governo dos Estados Unidos não interfere nos negócios das companhias de petróleo com países estrangeiros — e esta declaração quer dizer que o envolvimento da petrodólar brasileira de financiamento à Petrobrás ou a qualquer outro projeto semelhante não é de interesse do Estado. Colaboração, está o Sr. Dulles, que está tendo alguns documentos de seu caderno da capa pré-

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**ACERTANTE DE CONTADOR** — Procura-se para o Rio de Janeiro, com experiência em contabilidade, para o cargo de Acertante de Contador. Interessados apresentarem currículo e referências para o endereço: Rua da Assembleia, 100, 1º andar, Rio de Janeiro, RJ.

**1.º A. JORNAL DO BRASIL**  
Rio de Janeiro, 111112  
Telefone — Geral — 32-1811  
Tel. Distribuição — 32-1811  
VENDA AVULSA  
Cada cópia — Cr\$ 1,20  
Domingos — Cr\$ 1,20

**ASSINATURAS**  
Cada mês — Cr\$ 30,00  
Cada trimestre — Cr\$ 80,00  
Cada semestre — Cr\$ 150,00  
Cada ano — Cr\$ 300,00

**BALCÃO DE ANÚNCIOS**  
Rua da Assembleia, 100, 1º andar  
Tel. 32-1811

**DEP. DE PUBLICIDADE**  
Rua da Assembleia, 100, 1º andar  
Tel. 32-1811

**AGÊNCIA COPACABANA**  
Av. N. S. de Copacabana, 551 - loja 5  
Tel. 32-1811

**AGÊNCIA ATLANTICA**  
R. Solivar, S.A. - 150 - Av. Atlântica  
Tel. 47-0161

**AGÊNCIA PETROPOLIS**  
Rua Alencar Lima, 26  
(Tribuna de Petrópolis)

**Edição de hoje:**  
36 páginas  
2 cadernos

#### AVISOS

**REPUBLICANA DO BRASIL**  
Rua da Assembleia, 100, 1º andar  
Tel. 32-1811

**REPUBLICANA DO BRASIL**  
Rua da Assembleia, 100, 1º andar  
Tel. 32-1811

**REPUBLICANA DO BRASIL**  
Rua da Assembleia, 100, 1º andar  
Tel. 32-1811

**ANÚNCIOS**  
VENDA AVULSA  
ASSINATURAS  
RECLAMAÇÕES  
JORNAL DO BRASIL  
AV. RIO BRANCO, 110/112

**AGÊNCIA COPACABANA**  
AV. N. S. DE COPACABANA, 551 - loja 5

**AGÊNCIA ATLANTICA**  
R. SOLIVAR, S.A. - 150 - AV. ATLÂNTICA  
Tel. 47-0161

**AGÊNCIA PETROPOLIS**  
RUA ALENCAR LIMA, 26  
(Tribuna de Petrópolis)

SEÇÃO	COLÓCAÇÃO
Atas e paradas	1º cad. (pág. 1)
Atas religiosas	2º cad. (pág. 2)
Atas, cartas e comunicações	3º cad. (pág. 3)
Atas legislativas	4º cad. (pág. 4)
Atas e cartas comerciais	5º cad. (pág. 5)
Atas e comunicações	6º cad. (pág. 6)
Atas, comunicações e cartas	7º cad. (pág. 7)
Atas, comunicações e cartas	8º cad. (pág. 8)
Atas, comunicações e cartas	9º cad. (pág. 9)
Atas, comunicações e cartas	10º cad. (pág. 10)
Atas, comunicações e cartas	11º cad. (pág. 11)
Atas, comunicações e cartas	12º cad. (pág. 12)
Atas, comunicações e cartas	13º cad. (pág. 13)
Atas, comunicações e cartas	14º cad. (pág. 14)
Atas, comunicações e cartas	15º cad. (pág. 15)
Atas, comunicações e cartas	16º cad. (pág. 16)
Atas, comunicações e cartas	17º cad. (pág. 17)
Atas, comunicações e cartas	18º cad. (pág. 18)
Atas, comunicações e cartas	19º cad. (pág. 19)
Atas, comunicações e cartas	20º cad. (pág. 20)
Atas, comunicações e cartas	21º cad. (pág. 21)
Atas, comunicações e cartas	22º cad. (pág. 22)
Atas, comunicações e cartas	23º cad. (pág. 23)
Atas, comunicações e cartas	24º cad. (pág. 24)
Atas, comunicações e cartas	25º cad. (pág. 25)
Atas, comunicações e cartas	26º cad. (pág. 26)
Atas, comunicações e cartas	27º cad. (pág. 27)
Atas, comunicações e cartas	28º cad. (pág. 28)
Atas, comunicações e cartas	29º cad. (pág. 29)
Atas, comunicações e cartas	30º cad. (pág. 30)

**TRIBUNA DA IMPRENSA**  
 ANO 2 - N. 2 171 - 170. JORNAL QUE DIA 9 QUE FOMOS FUNDADO PELO Sr. JOSÉ DE SOUZA CASTRO, N. 18 de Junho de 1958

**Reforma cambial para evitar ruína do café**  
 Paises principais do exterior que o deputado Hebert Levy apresentou hoje — Sargento

**Análise de uma fotografia**  
 O deputado Hebert Levy apresentou hoje ao Congresso uma fotografia que mostra a situação das fazendas de café em Minas Gerais. A análise da fotografia revela a situação precária das fazendas e a necessidade de uma reforma cambial para evitar a ruína do café.

**Rapto de cinema assusta Polícia**  
 Cinema no Povo do Flamengo

**LOTI E CONTRA MODIFICAÇÕES NA POLÍTICA DO PETRÓLEO**  
 Banco de Crédito Tropical S. A.

**DECLARAÇÃO POMPOSA ENCERRA VISITA DE FOSTER DYKLES**  
 NÃO HAVERIA NOVA RECONSTITUIÇÃO DA MORTE DE AIDA

**POR QUE SE UM NÃO PODE FALAR NO RUÍDO!**  
 MUITOS CASAS E POUCAS FAMILIAS DÃO AVENTURE TRANSPARDA DE NOITE

**PREZADO LEITOR:**  
 Este é o primeiro número do jornal "A Voz do Silêncio". O jornal é dedicado a discutir os problemas da sociedade brasileira e a promover a conscientização dos cidadãos.

**OS SERVIÇOS DO BRASIL**  
 O Brasil possui uma vasta rede de serviços públicos, que incluem educação, saúde, transporte e comunicação. Estes serviços são essenciais para o desenvolvimento do país e a melhoria da qualidade de vida da população.

**Desenho de Hilde**

**TRIBUNA DA IMPRENSA**  
 ANO 2 - N. 2 171 - 170. JORNAL QUE DIA 9 QUE FOMOS FUNDADO PELO Sr. JOSÉ DE SOUZA CASTRO, N. 18 de Junho de 1958

**Política cambial não dá igualdade a todos cidadãos**  
 O sistema cambial atual não garante a igualdade para todos os cidadãos, pois beneficia apenas aqueles que possuem recursos financeiros para operar no mercado cambial.

**A operação magnólia**  
 A operação magnólia, realizada pelo Banco de Crédito Tropical, visa facilitar o acesso ao crédito para pequenas e médias empresas.

**Legislatura quer evitar mudanças no "Hora do Brasil"**  
 A Comissão de Constituição e Justiça do Congresso quer evitar mudanças no programa "Hora do Brasil", pois considera que o programa é essencial para a formação da opinião pública.

**Corrupção eleitoral será apurada até depois das eleições**  
 O Ministério Público vai apurar casos de corrupção eleitoral até depois das eleições, para garantir a integridade do processo eleitoral.

**ONU estuda problema do Oriente-Médio**  
 A Organização das Nações Unidas estuda o problema do Oriente-Médio, visando encontrar soluções para os conflitos existentes na região.

**Medureira de Pinho explica sua renúncia**  
 Medureira de Pinho explica sua renúncia ao cargo de governador de Pernambuco, alegando motivos pessoais e políticos.

**Pracinhas para Suez querem partir logo**  
 Os pracinhas para Suez querem partir logo para combater a presença dos israelenses no Canal de Suez.

**Adulto esclarece notícia sobre vítimas de toneladas**  
 Um adulto esclarece a notícia sobre as vítimas de toneladas, afirmando que se trata de uma notícia sensacionalista e sem fundamento.

**Encerreadas diligências sobre a morte de Aida**  
 As diligências sobre a morte de Aida foram encerradas, pois não foram encontrados novos elementos para o caso.

**A voz do silêncio acusa um governo covarde**  
 O jornal "A Voz do Silêncio" acusa o governo de ser covarde por não tomar medidas eficazes para resolver os problemas da sociedade brasileira.

**PREZADO LEITOR:**  
 Este é o primeiro número do jornal "A Voz do Silêncio". O jornal é dedicado a discutir os problemas da sociedade brasileira e a promover a conscientização dos cidadãos.

**CINCO GÊNEOS NA BOLÍVIA**  
 Cinco gêneos foram encontrados na Bolívia, durante uma expedição científica.

**Desenho de Hilde**

Carlos Lacerda publica duas vezes a foto do JB. 07/08/1958 e 08-09/08/1958. ATI.

concordou em eliminar todos os classificados da primeira página, Amílcar teve que mante-los na coluna esquerda e no rodapé. A disposição dos classificados formava um L perfeito.

*“O jornal era todo anúncio; deixei assim uma coluna à esquerda e fui baixando, lentamente, o restante. Com o rodapé na mesma medida da coluna, resolvi deixar assim, uai. Não incomodou ninguém”* conta Amílcar (*Folha de S.Paulo*, 24/6/1984).

A primeira página também se consagrou pelo uso de fotos, normalmente uma grande na parte superior da página (antes da dobra) e outra menor embaixo. O assuntos passaram a ser ordenados hierarquicamente conforme sua relevância jornalística. Buscou-se a funcionalidade da leitura, através da economia de elementos gráficos e ordenação da informação. A busca da essencialidade, segundo Lessa (1995:28) aproximava Amílcar e Jânio: a mesma economia de elementos que aquele buscava na diagramação, este buscava no texto.

Várias foram as modificações de Jânio de Freitas na organização da produção da notícia: introdução de teletipo e de telex, introdução da máquina fotográfica 135, incorporação das técnicas norte-americanas nos textos (pirâmide invertida, *lead*). Mas ele se orgulha de outros aspectos da reforma, pouco valorizados pela historiografia, que normalmente enfatiza as mudanças puramente gráficas.

*“Gosto de ter feito um plano de cargos, salários e funções. Foi o primeiro da imprensa brasileira, com o qual os jornalistas passaram a ganhar um salário com o qual podiam viver ser ter emprego público.”* (FREITAS Apud TRAVANCAS:108)

Em 1960, os classificados abandonaram definitivamente a primeira página do *JB* e passaram a compor um caderno separado, o Caderno C. Surge também, nesse momento, o Caderno B, dedicado às artes, sobretudo cinema e teatro.

### **A terceira fase da Reforma**

Alberto Dines assumiu o cargo de editor-chefe no dia 6 de janeiro de 1962. Nesse período, a reformulação do jornal foi consolidada. Dines sistematizou as modificações implementadas nos períodos anteriores. Nesse processo, criou, por exemplo, o *Caderno de Jornalismo*, uma publicação editada pelo *JB* que discutia o jornalismo sobretudo no seu aspecto técnico (redacional, editorial e gráfico). Em 1964,

criou o Departamento de Pesquisa, demonstrando preocupação com uma melhor contextualização dos fatos.

*“Quando fizemos instalar nas editorias do Jornal do Brasil aparelhos de TV, para que suas equipes assistissem aos principais programas noticiosos, não estávamos tomando uma iniciativa visando ao conforto dos jornalistas, mas a entronização da TV como o fator a partir do qual vai ser pensada e escrita a matéria jornalística para o dia seguinte.”* (DINES, 1987:90)

Em 1973, Alberto Dines foi demitido. Segundo ele declarou, em entrevista a *O Pasquim*, sua demissão ocorreu porque não aceitava a censura imposta pelo jornal e por discordar das atitudes do responsável pela segurança da empresa.

Em relação a sua linha editorial, o *JB* continuou – apesar da reforma – a apresentar, uma feição conservadora, de acentuada influência católica. O jornal apoiou o golpe de militar. Nascimento Brito afirmaria, em 1979, em entrevista ao CPDOC: *“O golpe de 64, o JB apoiou e apoia até hoje. Antes, durante e depois. 64 não foi um golpe; foi uma correção fundamental no Brasil”*.

#### JB

1891-1893	1893-1894	1894-1918	1918-1954	1954-1975		
Rodolfo Dantas / Henrique Villeneuve / Sociedade Anônima	Rui Barbosa / Joaquim Lúcio de Albuquerque Mello	Mendes & Cia	Era Conde	Era Condessa / Nascimento Brito		
Monarquista	Republicano de oposição	Popularíssimo	Moderado / Boletim de anúncios	Reforma		
				56-58	59-61	62-75
				Odylo Costa Filho	Jânio de Freitas	Alberto Dines

## II. A Empresa Jornalística

*“Na América Latina ninguém funda um jornal para negócio, para fazer dinheiro. O dinheiro pode vir como um inesperado dividendo, mas o jornal é fundado geralmente para fins políticos, sendo raro o que se torna financeiramente instável e forte com o correr do tempo.”* Danton Jobim

### 1. Os jornais e suas fontes de renda

Um periódico poderia contar com quatro fontes de recurso no Rio de Janeiro dos anos 50: 1) a venda avulsa ou por assinatura, 2) a publicidade comercial ou pública, 3) empréstimos e privilégios públicos e 4) apoio de grupos privados. Mas qual seria o peso de cada um desses elementos na sustentação das empresas jornalísticas?

Poucos órgãos de imprensa carioca tinham na venda avulsa e por assinatura a sua maior fonte de renda. O aumento dos custos de produção, no final da década, – principalmente devido, como veremos, aos aumentos no preço do papel e de outros insumos – contribuiu para reforçar essa tendência.

A publicidade comercial, que sempre fora fraca nos jornais, ganhou um forte impulso, com o desenvolvimento industrial. Mas a maioria das empresas jornalísticas ainda eram deficitárias e utilizavam de técnicas de administração e gestão extremamente tradicionais. Em muitos casos, o apoio do governo e os velhos métodos de clientelismo e chantagem ainda garantiam a sobrevivência da empresa.

### O Apoio Oficial, Chantagem e Clientelismo

*“A venalidade, disse o Diabo, era o exercício de um direito superior a todos os direitos. Se tu podes vender a tua casa, o teu boi, o teu sapato, o teu chapéu, coisas que são tuas por uma razão jurídica e legal, mas que, em todo caso, estão fora de ti, como é que não podes vender a tua opinião, o teu voto, a tua palavra, coisas que são mais do que tuas, porque são a tua própria consciência, isto é, tu mesmo?”* Machado de Assis

A relação da imprensa com o poder público é uma tradição histórica do jornalismo brasileiro, que o acompanha desde o seu surgimento no início do século XIX. Um dos casos mais conhecidos de subvenção à imprensa foi narrado por Joaquim Nabuco em *Um estadista no império*. Nabuco conta que, em 1855, estourou na Câmara um grande escândalo envolvendo Justiniano José da Rocha, então deputado e conhecido homem de imprensa. Justiniano era considerado por muitos (como o Barão do Rio

Branco, Silvio Romero e Alcindo Guanabara) o maior jornalista de seu tempo. Mas, entrou para história da imprensa brasileira, como corrupto e como “pena de aluguel”.

J. J. da Rocha (1811-1862) foi professor do Colégio Pedro II (de Geografia e História do Brasil) e da Escola Militar do Rio de Janeiro (de Francês, Latim e Direito). Traduziu os romances de Alexandre Dumas, Victor Hugo e Eugenio Sue para o *Jornal do Commercio*, que os publicou na forma de folhetim. A serviço do governo, fundou e redigiu vários jornais. Compôs o famoso panfleto “Ação, Reação, Transação”, considerado a obra-prima justificadora da conciliação proposta por Honório Hermeto Carneiro Leão, Marquês de Paraná.

Eleito deputado, Justiniano resolveu criticar a política do mesmo Marquês, seu antigo protetor. Paraná revidou suas acusações, afirmando – em plenário – que elas partiam de um jornalista vendido. Justiniano teve que ir à tribuna defender-se. Mas não negou o fato, antes confirmou-o, pronunciando, aos prantos, “*um dos mais singulares e comoventes discursos que se encontram nos Anais*”. Revelou o que tinha sido a sua carreira de jornalista, como auxiliara o governo e como este lhe havia retribuído. Contou que recebera pequenos auxílios pecuniários pelo aluguel da sua pena.

*“Às vezes Senhores, que tinha família numerosa (orador começa soluçando), pois que além de ter Deus abençoado o meu consórcio com numerosa prole, também a desgraça veio parar sobre a minha família, levando meu pai (a voz do orador fica suspensa pela comoção e vários senhores deputados lhe dirigem palavras consoladoras). Então o Sr. Paulino em remuneração de um trabalho insano da sustentação de um periódico, dava-me de vez em quando um papel dobrado e nele notas de Cr\$ 200,00 (o orador continua em prantos) e, senhores (chorando) eu vivia com a família numerosa, e digo esta verdade, que não pode ficar mal (apoiado), nunca me supus rebaixado quando o Sr. Paulino, em troca de um trabalho faturado em 14 horas, me dizia: - Rocha, aqui tens.” (Apud SALES).*

Apesar de escrever com veemência contra o tráfico de escravos, Justiniano aceitara de presente um “africano”, dos muitos que eram então distribuídos como barganha política.

*“Distribuíam-se ‘africanos’ e eu estava conversando com o ministro que os distribuía e S. Excia me disse: ‘Então, Sr. Rocha, não quer um africano?’. ‘Um africano me fazia conta’ respondi-lhe. ‘Então por que não o pede?’ ‘Se V Excia quer dê-me um para mim e um pra cada um dos meus colegas.’ (Risadas) O ministro chamou imediatamente o oficial de gabinete e disse-lhe ‘Lance na lista um*

sucessivamente posições antagônicas. João Lage, proprietário de *O País*, era representante da nova fase, que exigia um tipo de corrupção mais complexa. Lage não recebia dinheiro diretamente, mas benefícios em negócios que, por sua vez, proporcionavam à empresa jornalística dinheiro.

Há, aliás, no anedotário jornalístico, uma frase de Lage bastante famosa e que reflete com muita clareza como eram, nesse momento, as relações entre imprensa e poder público no Brasil. Dizia ele: “*Só preciso de 22 leitores: os 21 governadores e o presidente da República*”.

*“Houve um tempo, mas que felizmente já foi levado pela esteira dos anos, que para ser proprietário de jornal não era necessário saber ler e escrever. (...)*

*Os políticos, os homens de administração, os que exerciam cargos importantes, quando recorriam a essas folhas, não poucas vezes sacrificavam o erário comum a fim de manterem-se no poder ou mesmo para se habilitarem a cargos eletivos. Era uma pândega, mas... nada se podia fazer.*

*Esses jornalecos usavam, por isso de táticas não muito apropriadas para o jornalismo: estavam sempre do lado dos que ofereciam mais; assim, não poucas vezes, aos que hoje defendiam, amanhã atacavam. Se analisarmos o critério que muitos periódicos de nosso tempo, iremos verificar fatos correlatos. Assim, a comédia continua... de forma mais discreta...”* (AMMIRATO, 1963:33).

Mas a corrupção jornalística não se dava só em relação ao Estado. O suborno e a chantagem a empresas ou grupos privados eram práticas comuns da imprensa na primeira metade do século e um elemento essencial na sobrevivência de muitos jornais. Mário Hora (1959:26-27) conta – em seu livro de memórias – que, em 1910, um diretor da Light lhe mostrou um *dossier* contendo informações sobre as relações da empresa com a imprensa.

*“Nas páginas em branco recortes de ‘campanhas’ contra a Companhia, com uma anotação final: ‘Começada no dia tal e terminada em tal dia do ano tal. Pagos, tantos contos.’ Ali estavam recortes de vários jornais, jornalecos, revistas e revistecas com as respectivas quantias com que foram silenciados. Era uma clara e vergonhosa chantagem que esteve em moda por muito tempo e serviu de recurso para solucionar as aperturas financeiras de alguns periódicos da época.”*

No meio jornalístico carioca dos anos 50, ainda circulavam alguns personagens notoriamente corruptos. Esse era o caso, por exemplo, de Geraldo Rocha, proprietário



do vespertino *O Mundo*. O jornal, desde a sua fundação em 1947, se arrastava com pequenas tiragens, mudando de orientação política várias vezes, conforme os interesses do seu proprietário.

Carlos Lacerda (1990) comenta, no seu *A Missão da Imprensa*, que a corrupção acontecia “todos os dias nas melhores famílias jornalísticas”:

*“Afirmo (...) que poucos são hoje os jornais do Rio que não estão recebendo subvenção da prefeitura. E dizendo subvenção digo mal, pois já Rui [Barbosa] acentuava, a propósito da corrupção, que subvenção exprime a idéia de uma contribuição legal para fins legítimos. Subvenção, no caso, é um eufemismo.”*

A corrupção, entretanto, não era o único meio de relação entre imprensa e poder público. Podemos identificar cinco formas “legais”, juridicamente reconhecidas, de dependência dos meios de comunicação jornalísticos em relação ao Estado: 1) Sistema de concessões públicas; 2) Controle oficial das quotas de papel e outros insumos básicos à comunicação; 3) Financiamentos, isenções fiscais e subsídios; 4) Fiscalização governamental das atividades de comunicação e 5) Publicidade governamental.

Durante o Estado Novo, como vimos no capítulo precedente, o domínio do Estado sobre os órgãos da imprensa era total. Além do controle legal que lhe era facultado pelo decreto 1.949, o DIP possuía outros mecanismos de pressão, como a concessão de isenções fiscais, prêmios, favores e subvenções aos jornais.

O exemplo mais conhecido desse tipo de manipulação relaciona-se ao fornecimento de papel. A indústria de papel de imprensa no Brasil era, nessa época, embrionária. A maior parte do produto era importado pelo governo e vendido aos jornais com preço subvencionado. O corte da subvenção funcionou inúmeras vezes como forma de pressão, criando sérias dificuldades aos jornais que não se adequavam à orientação governamental. O caso mais conhecido é o do *Diário de Notícias*. O jornal fundado por Orlando Dantas era uma das principais vítimas das perseguições do DIP e é sempre citado como modelo de resistência a suas pressões.<sup>82</sup>

---

<sup>82</sup> A propaganda institucional do *Diário de Notícias* é bastante ilustrativa de como o jornal se aproveitou disso para construir sua auto-imagem e se legitimar. “Quando quiseram cassar a nossa palavra, durante o Estado Novo... Quando o DIP nos oferecia ‘ajuda econômica’ e facilidades de importação de material gráfico, para exaltar a figura do ditador... Quando as entidades rotuladas de Sesc, Sesi nos ofereceram volumosas verbas de publicidade em troca de elogios... tivemos o desassombro moral de recusar. Mas isso representou para nós menor volume de publicidade, maiores dificuldades, um sacrifício financeiro muito grande. Em compensação, não desvirtuamos a linha de conduta que nos legou Orlando Dantas, quando fez do *Diário de Notícias* uma baluarte da democracia. E sobretudo não desapontamos os nossos

O noticiário produzido pela Agência Nacional (na realidade, propaganda do regime) era distribuído aos jornais, que o publicavam, às vezes gratuitamente, às vezes recebendo para isso. Houve, nesse momento, uma verdadeira “*empreitada de corrupção e suborno da imprensa em moldes até então desconhecidos no país*”, com a fixação de uma contribuição financeira mensal, que variava de acordo com a influência do jornal e sua tiragem (FARO In. MELO, 1981:90).

O DIP também lançava mão de outras formas de aliciamento. Pagava aos seus redatores, contratados no mundo dos jornalistas, salários três a cinco vezes superiores àqueles oferecidos pelos jornais, conseguindo dessa forma atrair alguns profissionais competentes e respeitados.

Essas práticas, embora fossem mais gritantes durante o Estado Novo, não cessaram no período democrático. Contar com os recursos do governo era uma tradição da imprensa carioca ainda presente nos anos 50. Samuel Wainer conta como eram suas relações com o Banco do Brasil:

*“Entrava na sala do presidente do Banco do Brasil sem ter pedido audiência e sem bater na porta. Ele sempre achava que, se fizesse cara feia, seria atacado no dia seguinte pela Última Hora e perderia o cargo. E quem entrava sem se fazer anunciar no gabinete Banco do Brasil, naturalmente, não tinha ido lá para conversar amenidades; sempre saía com os bolsos cheios de dinheiro.”* (WAINER, 1987:170).

As empresas de Roberto Marinho, como já afirmamos anteriormente, eram uma das mais beneficiadas pelo crédito dos estabelecimentos oficiais. Em outubro de 1950, segundo Nelson Werneck Sodré, *O Globo* teria levantado um empréstimo, no Banco do Brasil, no valor de 31.770 dólares, destinados à importação de uma máquina impressora *off-set* (Roland-Ultra RZU V, modelo alemão). O jornal deu como garantia a própria máquina a importar e a sua velha impressora Goss. A dívida seria paga em 3 anos, em suaves prestações mensais. Em novembro do mesmo ano, *O Globo* fazia um novo empréstimo de valor quase idêntico ao primeiro, com as mesmas condições de pagamento. O objetivo, dessa vez, era a compra de uma dobradeira, uma impressora tipográfica e uma grameadeira (todas de fabricação alemã). Pouco tempo depois, faria

---

*leitores, dezenas de milhares de pessoas de todas as categorias sociais que aprenderam a confiar no jornal e a ver nele um símbolo de resistência a qualquer forma de pressão moral, política ou econômica. Eis porque os leitores de DN são leitores permanentes... que acreditam no jornal e confiam no seu critério de seleção de anunciantes (...) Resistimos a todas as formas de ditadura.”* (Propaganda veiculada em PN, 05/11/1956, grifo nosso)

A *Última Hora* se tornou, aliás, o exemplo mais emblemático do que estamos afirmando, sobretudo devido às confissões deixadas pelo seu fundador<sup>83</sup>. O livro – *Minha Razão de Viver* – é uma verdadeira aula sobre as relações da imprensa com o poder (não só o público). Wainer é de uma sinceridade assustadora. Admite que fez a *UH* a pedido de Getúlio Vargas, que lhe arranhou empréstimos no Banco do Brasil e o suporte de industriais que apoiavam o governo. Conta também, com absoluta tranqüilidade, episódios de corrupção jornalística. Afirma, por exemplo, que quando trabalhava nos *Diários Associados* comprou um apartamento com a comissão recebida de Assis Chateaubriand por uma matéria paga por Ademar de Barros. Explica, detalhadamente, como se davam vários negócios escusos e ilegais durante o governo João Goulart.

*“Walter Moreira Salles, já naquela época um banqueiro poderoso (...) me revelou que ambicionava ser nomeado embaixador em Washington. (...) Dispus-me a trabalhar por sua indicação, e Walter quis saber o que eu desejava em troca. Conversa muito franca, como se vê. Pedi-lhe que me conseguisse recursos para comprar uma rotativa, ele concordou: prontamente.”* (WAINER, 1987:175)

Sobre o superintendente da Light, John McCrimmon, por exemplo, Wainer (1987:115) afirma:

*“McCrimmon comandava uma empresa que distribuía propinas a todos os jornais da época. Mesmo o jornal do Partido Comunista, A Manhã, recebia uma verba da Light. Os editorialistas mais influentes recebiam diretamente da empresa pagamentos destinados a torná-los dóceis diante das imoralidades que a beneficiavam. As exceções eram raríssimas.”*

As relações da imprensa com os detentores do poder eram fundamentais não apenas para garantir a subvenção de certas empresas, mas também para possibilitar aos jornalistas inserção em postos de comando junto à burocracia oficial. Era comum a troca de apoio por nomeações no serviço público. Alguns casos são bastante conhecidos. Prudente de Moraes Neto assumiu, em maio de 1955, a superintendência da SUMOC, como recompensa do seu apoio a Café Filho. Outro exemplo: em 1956, após o *DC* ter

<sup>83</sup> Wainer deixou 53 fitas (1.300 laudas de texto impresso) de depoimento. Foi o resultado do trabalho dos jornalistas Sérgio de Souza e Marta Góes, que, em diferentes momentos de 1980, conversaram com ele. Depois da sua morte, em setembro daquele mesmo ano, a sua filha Débora Leão Wainer (Pinky), contratou o jornalista Augusto Nunes para editar o material. Em 1987, saía *Minha Razão de Viver*, que vendeu, em pouco mais de um mês, 40 mil exemplares (em cinco edições).

apoiado a campanha de JK, Danton Jobim foi nomeado presidente do Instituto Brasileiro de Estatística (IBGE).

As relações da imprensa com o poder público se davam não apenas no nível da direção, mas também no dos jornalistas e, em alguns casos, até no dos repórteres sem importância no interior da hierarquia das redações. Sobre os empregos públicos, afirmou Hélio d' Alessandro Sarmiento (subsecretário da UH):

*“Já se verifica a incompatibilidade da função do homem de imprensa com o serviço público. O emprego público pode ser um ato de opressão (...), senão for forma de suborno, tão grave quanto o jornal subornado ou que recebe auxílio do governo.” (PN, 15/11/1951).*

Alguns casos de enriquecimento ilícito são famosos entre os jornalistas. David Nasser parece ser um deles. Em entrevista a revista *Manchete* (15/10/1965:96-99), ele fala sobre a fazenda que comprou com dinheiro adquirido no jornalismo.

*“E a minha fazenda não é herdada, nem doada. Foi comprada com o dinheiro que ganhei como jornalista. Eu resolvi me emancipar porque cheguei à seguinte conclusão: no Brasil, nunca houve, na realidade, liberdade de imprensa. O que existe e sempre existiu é a opinião do dono do jornal. Ora, a minha opinião nem sempre coincidia com a de meu patrão e eu era despedido. Então eu resolvi ser rico, para poder ter opinião como jornalista. No jornalismo, como vocês sabem, só se faz fortuna sendo picareta ou então alugando a opinião. Essa eu nunca aluguei. (...) Sempre fui bem remunerado e resolvi me emancipar economicamente para não depender do diretor do jornal. (...) No dia que não publicarem o que eu realmente penso, vou-me embora para a minha fazenda, tranqüilamente, para escrever meus livros e viver minha vidinha.”*

Nasser não admite nenhuma ato de corrupção, mas seu discurso é contraditório. Apesar de afirmar que, em jornalismo, só se fazia fortuna sendo picareta ou corrupto, ele diz que resolveu ser rico e emancipar-se economicamente. Mas como logrou isso? Sendo picareta ou corrupto? Ele alega que sempre foi bem remunerado. Mas será que o salário de um repórter, nos anos 50 e 60, (mesmo o de um repórter de prestígio como David Nasser) era suficiente para se fazer uma fortuna pessoal? Edmar Morel explicaria de outra forma:

*“Excelente repórter, com extraordinária capacidade de trabalho, talento para dar e vender, David era, todavia, despido de qualquer caráter. Suas*

reportagens eram constantemente montadas num esquema de mentiras, porém rendoso do ponto de vista comercial.” (MOREL, 1999: 155).

Segundo Samuel Wainer, Nasser era a prova acabada de que era possível enriquecer utilizando em proveito próprio os instrumentos oferecidos pela profissão. “*Ele jamais se colocava gratuitamente de algum lado*”, afirma Wainer (1987:184-185).

*“Ao ampliar sua influência nos Diários Associados, David passou a usar as armas da pressão, da corrupção, eventualmente da chantagem, para fazer fortuna. A partir de 64, tornou-se o principal intermediário entre os empreiteiros e o governo.”*

Os empreiteiros, aliás, parecem ter sido figuras chave da corrupção dos meios de comunicação e do governo. Wainer chega a afirmar não ser possível escrever a história da imprensa brasileira sem lhes dedicar um vasto capítulo. Dentre as muitas vantagens políticas e econômicas que o governo João Goulart trouxe para a *Última Hora*, uma foi exatamente a proximidade com esse grupo, que assegurou a prosperidade à empresa. No seu livro, Wainer desvenda todo esse esquema de corrupção. Quando se anunciava uma obra pública, as licitações eram só fachada. Na escolha da empresa responsável pela obra, o que valia não era a concorrência, mas os acordos prévios.

*“Não aceitávamos cheques, o pagamento vinha em dinheiro vivo. Uma vez por mês, ou a cada dois meses, eu visitava os empreiteiros e recolhia suas doações, juntando montes de cédulas que encaminhava às mãos de João Goulart.”* (WAINER, 1987:238).

Teodoro Barros (entrevista, 15/12/1999) conta que era enorme o prestígio de Samuel junto aos governantes (“*era tão importante quanto um ministro de estado*”) e que, como consequência, formava-se em torno dele uma teia de relações de poder baseada em complicados laços de compadrio e vassalagem:

*“Talvez o único que tivesse tido esse poder fosse o Chateaubriand, o Rei do Brasil. Eu me lembro que, como diretor da UH, eu recebia telefonema do Roberto Silveira pedindo para eu interceder junto ao Samuel, para o Samuel falar com o Jango para recebe-lo. Negócio de louco. Quer dizer o governador do Estado do Rio tinha que falar com o diretorzinho da UH, para falar com o diretorzão, para falar com o presidente da República.”*

Todo esse prestígio se convertia, naturalmente, em lucro, que Wainer utilizava para aperfeiçoar o seu negócio. Mas nem todos investiam os recursos obtidos com o

jornalismo no jornalismo. A maioria fazia grandes riquezas pessoais, enquanto os jornais ficavam a míngua. Como afirma Samuel Wainer (CPDOC), no Brasil, os donos de jornais eram ricos e os jornais eram pobres.

Uma outra forma de pressão econômica sobre as empresas jornalísticas é a publicidade governamental. Na edição do dia 08/2/1952 da *Tribuna da Imprensa*, Carlos Lacerda denunciou a substituição do cel. Caio Miranda por Genolino Amado na direção da Agência Nacional como fazendo parte de uma manobra de Lourival Fontes para controlar a economia dos órgãos de informação. O Instituto Caxias e as demais autarquias tinham verbas de publicidade que somavam mais de Cr\$ 10 milhões por ano (valor da época). Essas verbas eram concentradas na Agência Nacional, que as distribuía à imprensa do Rio.

A distribuição da publicidade oficial era, obviamente, feita a partir de um critério político. Segundo Lacerda, Lourival Fontes teria entregue a Caio Miranda uma lista tríplice esclarecendo a lógica de funcionamento. A primeira lista continha o nome dos jornais que obrigatoriamente deviam receber a publicidade dos institutos: *A Manhã*, *A Noite*, *Última Hora*, *O Radical*, *Voz Trabalhista*, *Diário Popular* e *Diário Trabalhista*. A segunda lista continha os nomes dos periódicos a quem as verbas deveriam ser distribuídos conforme a sua atitude para com o governo: *Jornal do Commercio*, *Correio da Manhã*, *O Jornal*, *Diário da Noite*, *O Globo* e outros. E, finalmente, na terceira, os jornais que não deveriam receber publicidade de forma alguma: *Tribuna da Imprensa*, *Diário de Notícias*, *Diário Carioca* e *Imprensa Popular*.

*“Quando o antigo diretor do DIP condiciona a distribuição da publicidade oficial ao maior ou menor apoio que os jornais derem ao governo (...), está confessando que usa essas verbas para fazer ‘chantagem’ contra a imprensa. Está reconhecendo que esse dinheiro é uma arma de pressão política para eliminar, na prática, a liberdade de imprensa (...).” (PN, 01/3/1952).*

Pedro Lafayette, diretor da *Folha Carioca*, também abordou a questão da publicidade governamental em entrevista à revista *PN* (20/2/1953: 32):

*“A publicidade governamental poderia ser uma boa fonte de renda para os jornais verdadeiros, permitindo-lhes uma vida mais tranqüila. Entretanto, o que se vê? Não distingue jornais. A publicidade governamental tanto vai para um jornal de 80 mil exemplares como para um de mil exemplares, que roda a semana inteira com apenas uma bobina.*

*O Estado exerce funções industriais cada vez maiores e, por isso mesmo, deveria exercer funções publicitárias dentro do espírito comercial.”*

Todos esses exemplos servem para ilustrar – apesar de nenhum deles ser passível de verificação ou quantificação – a promiscuidade da relação entre imprensa e poder público, que, por sua vez, reflete uma questão mais ampla: que é a da estrutura patrimonialista do Estado brasileiro. Predominava entre as elites nacionais – e, entre elas, os homens de imprensa – uma visão que reduzia o Estado a uma realidade externa, a um mero instrumento para a conquista de privilégios e benesses (imposto baixo, subsídios, empregos públicos, empréstimos generosos etc.).

É bom não esquecer, no entanto, que (como já afirmamos) o setor privado também poderia ser fonte de corrupção jornalística. A biografia de Assis Chateaubriand, escrita por Fernando Moraes, está repleta de exemplos de negociações entre empresários e a imprensa. Podemos também utilizar, mais uma vez, Wainer (1987:214) como exemplo. O fundador da UH conta que Euvaldo Lodi costumava solicitar-lhe artigos ou reportagens favoráveis aos industriais paulistas e que, nessas ocasiões, lhe retribuía com algum presente ou alguma quantia em dinheiro.

Jocelyn Santos, no 8º congresso Nacional de Jornalistas, em Fortaleza, comentava o fato:

*“No Brasil, os partidos políticos não têm jornais oficiais e poder-se-ia supor que os nossos jornais, por este fato, deveriam refletir o opinião da massa dos leitores. Há, porém, uma particularidade na sua formação, que vem destruir essa premissa. É que os jornais pertencem a pessoa ou famílias, as quais, com suas tendências políticas, em vez de refletirem a opinião dos leitores impõe a eles a sua opinião.*

*E há também a grave questão do estipêndio, às claras ou ocultos, às empresas e mesmo a alguns profissionais de imprensa, fracos ou infelizmente cingidos às necessidades econômicas, que ‘vendem’ ou ‘alugam’ a sua opinião, ou que aceitam a opinião de outrem, encampando-a para, no primeiro caso, equilibrar seus orçamentos industriais e, no segundo, ressarcir com esse ‘abono’ os desníveis orçamentários pessoais.”*

A conclusão é:

*“Os jornais servem, de um modo geral, aos que os mantêm economicamente (a grande indústria, o alto comércio, os ricos, aqueles enfim que necessitam de sua cobertura propagandística).”*  
(IPI, jun.1960).

## Publicidade

A publicidade comercial só foi institucionalizada no Brasil, como uma verdadeira atividade profissional, a partir da década de 30. Antes, havia no país apenas quatro agências, sendo as mais importantes a Ecletica (fundada em 1914) e a Inter-Americana (criada em 1929). Em 1930, a J. Walter Thompson instalou-se em São Paulo e, em 1935, chegava ao Rio a McCann Erickson. Em 1940, o número de agências tinha subido para 56.

Após a II Guerra, a publicidade ganhou um forte impulso em decorrência do crescimento industrial. No final dos anos 50, já havia quase 300 agências, a maioria localizada no Rio e em São Paulo. De 1947 a 1953, o volume investido em jornais e revistas aumentou cerca de 400% (*AnBI*, 1954:100). Os grandes anúncios eram veiculados sobretudo nas revistas ilustradas. *O Cruzeiro*, pertencente a cadeia dos *Diários Associados*, era o veículo de maior volume de publicidade em todo o país. Os programas de grande audiência no rádio, como as novelas e os programas de auditório, também recebiam grandes verbas.

Apesar de incrível desenvolvimento do rádio e do surgimento da televisão, a imprensa ainda se manteve como o veículo de publicidade mais importante. Em 1952, absorvia 48,8% das verbas de publicidade do país. O rádio, o concorrente mais próximo, ficava com 24%. Em 1960, a situação havia mudado pouco: do volume total investido em publicidade, 48,1% ainda era destinados à imprensa. O rádio recebia 13,5% e a TV, 9,2%.

As tabelas abaixo mostram que houve, ao longo da década de 50, um incrível aumento no orçamento publicitário. O crescimento em valor correspondeu, além disso, a um aumento físico, isto é, a um aumento de centimetragem de anúncios nos jornais. Deve-se considerar, no entanto, que o Brasil experimentou, sobretudo no período JK, um espetacular aumento do custo de vida. A inflação mudou a escala de valores com a qual se costumava a operar. Os negócios, em geral, apresentavam balanços com cifras agigantadas, mas o volume das operações não correspondiam ao que os números acusam. Mas mesmo levando em conta a inflação (desconsiderada nos números apresentados), os aumentos verificados foram bastante expressivos.



### Volume de Publicidade no Brasil

ANO	TOTAL	JORNAIS	%	REVISTAS	%	RÁDIO*	%	TELEVISÃO	%
194									
1948	1.123.000.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-
1949	1.457.000.000,00	575.622.652,20	39,5	145.187.476,10	9,7	378.619.989,70	26,0	-	-
1950	1.837.542.816,60	695.825.417,30	38,0	199.613.661,80	10,8	451.681.166,20	24,0	-	-
1951	2.270.146.798,40	899.315.389,40	39,6	261.569.816,70	11,5	509.069.891,00	22,5	-	-
1952	3.152.700.000,00	1.137.200.000,00	35,9	436.700.000,00	13,8	670.000.000,00	21,2	-	-
1953	3.505.900.000,00	1.197.000.000,00	34,1	479.200.000,00	13,7	869.000.000,00	24,8	-	-
1954	4.273.324.000,00	1.496.892.000,00	35,0	572.132.000,00	13,3	1.104.900.000,00	25,0	-	-
1955	5.822.408.530,80	2.107.939.854,60	36,2	693.222.733,20	11,9	1.458.645.943,00	25,0	-	-
1956	9.349.663.849,90	3.349.769.576,90	35,8	1.072.977.047,50	11,5	1.811.571.367,80	19,4	543.245.857,70	5,8
1957	11.609.353.000,00	4.106.100.000,00	35,4	1.164.553.000,00	10,0	1.909.200.000,00	16,4	736.000.000,00	6,3
1958	14.527.500.000,00	5.082.000.000,00	35,0	1.645.000.000,00	11,3	2.378.000.000,00	16,4	1.005.000.000,00	8,4
1959	20.516.000.000,00	7.805.000.000,00	38,0	2.405.000.000,00	11,7	3.186.000.000,00	15,5	1.220.000.000,00	5,9
1960	26.169.000.000,00	8.520.000.000,00	32,5	3.029.000.000,00	11,6	3.669.000.000,00	13,5	2.447.000.000,00	9,2

Fonte: *Anuário de Publicidade* 1950-1960. \* Nos anos de 1954 e 1955, está incluída nesse item a verba destinada à televisão.

### Volume de Publicidade no Rio de Janeiro

ANO	TOTAL	JORNAIS	%	REVISTAS	%	RÁDIO	%	TELEVISÃO	%
1947	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1948	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1949	407.691.923,30	187.233.619,60	45,9	106.753.201,10	26,1	113.705.102,70	27,8	-	-
1950	713.146.517,80	236.662.400,70	33,2	140.278.709,70	19,7	142.223.407,40	19,9	-	-
1951	863.633.550,50	291.094.750,30	23,0	183.754.108,20	31,0	157.583.530,00	11,8	-	-
1952	1.210.000.000,00	370.000.000,00	30,6	300.000.000,00	24,8	280.000.000,00	23,1	-	-
1953	1.345.000.000,00	380.000.000,00	28,2	330.000.000,00	24,5	305.000.000,00	22,7	-	-
1954	1.625.324.000,00	484.892.000,00	29,8	388.432.000,00	23,9	397.000.000,00	24,4	-	-
1955	2.040.069.073,60	714.342.820,40	35,0	403.722.733,20	19,8	422.003.520,00	20,7	-	-
1956	3.290.746.230,60	1.093.421.648,60	33,2	618.353.423,30	18,8	455.248.723,30	13,8	203.722.435,40	6,3
1957	4.238.253.000,00	1.381.000.000,00	32,6	843.253.000,00	19,9	535.000.000,00	12,6	276.000.000,00	6,5
1958	5.173.000.000,00	1.670.000.000,00	32,3	1.000.000.000,00	19,3	655.000.000,00	12,7	440.000.000,00	8,5
1959	6.990.000.000,00	2.550.000.000,00	36,5	1.430.000.000,00	20,5	800.000.000,00	11,4	490.000.000,00	7,0
1960	8.427.000.000,00	2.436.000.000,00	28,9	1.825.000.000,00	21,7	936.000.000,00	11,1	890.000.000,00	10,6

Fonte: *Anuário de Publicidade* 1950-1960. \* Nos anos de 1954 e 1955, está incluída nesse item a verba destinada à televisão.

Uma forma mais eficiente para atestar o crescimento dos investimentos publicitários é a comparação com a renda nacional, já que ela sofre os efeitos da desvalorização tanto quanto o valor da publicidade.

Ano	Renda Nacional (bilhões de Cr\$)	Publicidade (milhões de Cr\$)	% da Renda Nacional
1950	212,6	1.838	0,86
1951	252,9	2.270	0,90
1952	292,6	3.153	1,08
1953	356,7	3.506	0,98
1954	451,3	4.273	0,95
1955	573,3	5.800	1,01
1956	726,7	9.350	1,29
1957	865,3	11.609	1,34
1958	1.046,2	14.527	1,39
1959	1.403,9	20.516	1,46
1960	1.879,2	26.169	1,39

Fonte: *Anuário de Publicidade*, 1951-1961 (valores de publicidade), e Fundação Getúlio Vargas – *Revista Brasileira de Economia* (renda nacional).

É interessante observar que, até 1959, havia uma predominância do Rio sobre São Paulo em termos de verba publicitária. Alguns fatores explicam isso. O rádio carioca tinha maior projeção nacional e, por isso, atraía mais verbas dos que desejavam se projetar no país inteiro. Além disso, todas as revistas nacionais estavam sediadas no Rio, obrigando os anunciantes a inverter aqui suas verbas.

Os dados quantitativos que apresentamos, nesta tese, como já mencionamos na Introdução, têm apenas valor indicativo. Existem inúmeras lacunas e as informações, às vezes, são pouco precisas, devido ao caráter a-sistemático das fontes. Em relação aos maiores anunciantes e seu investimentos, por exemplo, encontramos dados referentes apenas a 1953, a 1959 e a 1960. Mas se agruparmos 1959 e 1960 e compararmos com 1953, podemos fazer algumas constatações importantes. A primeira delas é que todas as grandes empresas que anunciavam na imprensa eram estrangeiras, como estrangeiras eram todas agências de publicidade (pelo menos em 1953). Outra observação: na primeira metade da década, os maiores anúncios eram de artigos de consumo diário, como produtos de higiene, medicamentos, cigarros e bebidas. Panorama que mudou completamente na segunda metade da década, com o crescimento da indústria automobilística.

### Os Maiores Anunciantes do Brasil - 1953

Nome da firma	Agência	Verba
Cia Antártica Paulista	Direto	70.000.000
Esso Standard do Brasil	MacCann	28.000.000
Cia Industrial Gessy	Thompson / MacCann	27.000.000
The Sydney Ross Company	Direto	25.000.000
S.A. Ind. Irmãos Lever	Lintas	20.000.000
Shell Brasil Limited	Standard	18.000.000
The Coca-cola Export	MacCann	15.000.000
Cia Cerveja Brahma	Ullmann	14.000.000
Johnson & Johnson	Thompson	13.500.000
Athantic Refining Company	Thompson	13.000.000
Gillette Safety Co. of Brazil	Inter-Americana	13.000.000
Colgate-Palmolive Peet Co.	Direto	12.000.000
Eno-Scott Bowne & Cia	Direto	12.000.000
Cia de Cigarros Souza Cruz	Grant	12.000.000

Fonte: *Anuário de Publicidade*, 1953-1954.

### Os Maiores Anunciantes do Brasil

Nome da firma	1959	1960
Lever (sabonete, pasta dental)	160.000.000	240.000.000
Nestlé (produtos alimentícios)	160.000.000	500.000.000
Gessy (sabonete, pasta dental)	150.000.000	220.000.000
Sydney Ross (produtos farmacêuticos)	100.000.000	200.000.000
General Electric (eletrodomésticos)	90.000.000	150.000.000
General Motors (automóveis e geladeiras)	90.000.000	130.000.000
Real Aerovias (aviões)	90.000.000	-
Ford Motores (caminhões e autopeças)	80.000.000	120.000.000
Willys-Overland (automóveis e utilitários)	80.000.000	250.000.000
Esso	80.000.000	-
Gillette Safety	80.000.000	110.000.000
Firestone (pneus)	80.000.000	120.000.000

Apesar de muitas organizações industriais e comerciais possuírem departamentos de publicidade próprios, houve, depois da Guerra, um aumento grande no número de agências no país. As principais delas vinham crescendo em importância, apresentando, a cada ano, um maior volume de negócios. A Thompson, por exemplo, aumentou o seu faturamento de 66 milhões de cruzeiros, em 1949, para mais de 100 milhões, em 1951.

A agência de publicidade se definia como uma organização autônoma, com personalidade jurídica própria, que prestava serviços a um grupo de anunciantes, distribuindo sua propaganda em troca de uma taxa (que, no início dos anos 50, era de 17,65% sobre o volume líquido total das verbas). Era mais do que um intermediário

entre os anunciantes e os veículos de comunicação, como o antigo corretor. Era um organismo técnico, especializado, cujas atividades incluíam: 1) planejamento das campanhas, sua redação, desenho, ilustração; 2) estudos de mercado, levantamento de circulação dos veículos; 3) preparação do material para veiculação (clichês, estéreos, discos etc.) e seu envio para os veículos e 4) pagamento, por sua conta e responsabilidade, da publicidade feita em nome dos seus anunciantes.

Em 1950, metade do volume total de publicidade despendido no Brasil foi distribuídos através das agências. Essa porcentagem foi ainda maior nos grandes centros urbanos, como Rio de Janeiro. Em 1952, 75% da publicidade de *O Jornal* e do *Diário da Noite* eram provenientes dessas organizações (PN, 15/3/1952). Ainda em 1949, *O Globo*, segundo dados fornecidos pela direção de empresa, teria faturado, por esse meio, mais de 10 milhões de cruzeiros. O faturamento do *Diário de Notícias*, no mesmo ano, foi de 8 milhões e meio (PN, 01/3/1950).

As agências de publicidade desempenharam um papel importante no processo de transformação da imprensa carioca nos anos 50-60. Na sua função de vender serviços e produtos, elas eram obrigadas a fazer uma seleção rigorosa dos veículos a anunciar. Primeiro, era necessário definir a porcentagem que caberia aos jornais, às rádios, às revistas, à televisão, ao cinema etc. Depois, escolhia-se quais seriam os jornais a ser incluídos no plano. O que determinava a sua escolha era, em geral, a força de venda de um veículo.

A publicidade alterou, assim, a estrutura do mercado jornalístico carioca, favorecendo o movimento de concentração da imprensa. As receitas publicitárias eram captadas sobretudo pelos veículos maiores, que aumentavam consideravelmente o seu capital. Em 1951, todos os grandes jornais cariocas – o *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *O Jornal* e *O Globo* – bateram seus recordes anteriores de faturamento em publicidade.

Os jornais populares beneficiaram-se menos com surto publicitário, devido ao fraco poder aquisitivo dos seus leitores e à sua limitada capacidade de consumo. Mas apesar da publicidade dirigir-se sobretudo às camadas privilegiadas, a classe trabalhadora não era negligenciada. A promoção de uma série de produtos mais populares – tecidos, roupas de trabalho, ferramentas, objetos em segunda mão, rádios, pequenos aparelhos elétricos, diversões etc. – se fazia através de jornais como *Última Hora*, *Diário da Noite*, *A Notícia*, *O Dia* e *Luta Democrática*.

Segundo o balanço do *Correio da Manhã* (publicado na sua edição de 26/4/1959), o jornal faturou, em 1958, 7,4 milhões em assinatura e 24,8 milhões em venda avulsa. Só na compra de papel, a sua despesa foi 53,7 milhões. A receita proveniente das assinaturas e vendas avulsas foi inferior ao custo do papel, dando na relação uma diferença negativa de 21,4 milhões. Isso sem contar as despesas comerciais (51,1 milhões), com oficinas (45,3 milhões), com a redação (41,6 milhões) e com a administração (33,5 milhões). Entretanto, graças à publicidade, que lhe rendeu 236 milhões de cruzeiros, a empresa pôde apresentar um lucro de 16 milhões.

Os jornais estavam faturando, cada vez mais, com a publicidade. Na edição de 12/4/56, *O Globo* declarou, na primeira página, que os anúncios em um ano contribuíram para os seus cofres com 92 milhões de cruzeiros (ou seja 920% a mais do que em 1949). “Com essa quantia, em 1808, um só indivíduo compraria os títulos, o material gráfico e as rotativas de quase todos os jornais que, à época, circulavam nesta capital.” (HORA, 1956: 12). Em 1957, o jornal faturou 211 milhões, 491 mil e 898 cruzeiros e 40 centavos líquidos em publicidade, superando muito o volume de 1956, que foi de 141 milhões, 33 mil, 899 cruzeiros e 60 centavos (PN, 06/2/1958).

#### Faturamento em Publicidade dos Jornais Cariocas - 1950

Jornais	Faturamento
O Globo	35.903.657,50
Correio da Manhã	27.599.212,40
Diário de Notícia	20.550.653,20
Jornal do Brasil	20.000.000,00
O Jornal	19.871.975,00
Diário da Noite	18.684.521,30
Jornal do Commercio	17.800.000,00
A Noite	11.202.434,50
Diário Carioca	7.488.727,40
Jornal dos Sports	6.187.921,00
O Mundo	5.600.000,00
Gazeta de Notícias	4.636.296,30
A Notícia	4.346.097,50
O Radical	4.333.295,80
Diário Trabalhista	3.120.853,00
A Voz de Portugal	2.096.755,80
Folha do Rio	1.800.000,00
Jornal Israelita	1.200.000,00

Fonte: *Anuário de Publicidade*, 1950.

As reformas jornalísticas foram, em alguns casos, um fator importante para atrair publicidade para os jornais. O *Jornal do Brasil*, por exemplo, à medida em que ganhava feições modernas e aumentava as suas tiragens, passava, cada vez mais, a ser procurado pelas agências de publicidade.

É interessante observar, entretanto, que as reformas nem sempre condiziam com o cálculo mais imediato das empresas jornalísticas. Algumas das mudanças propostas por Amílcar de Castro, por exemplo, provocaram resistência por parte dos donos do *JB*, que consideravam o uso excessivo de branco um desperdício. Afinal, segundo a lógica empresarial, o espaço da página valia dinheiro, sobretudo numa época de carência de papel, como foi o final dos anos 50. Esse argumento já havia sido usado também contra a revista *Manchete*, como conta Ferreira Gullar:

*“Lá um dia, pediram-me para escrever um texto a propósito de um busto de Manuel Bandeira que tinha sido rejeitado pela prefeitura do Recife. Eu mesmo diagramei a matéria em duas páginas abertas onde a soma dos espaços em branco era várias vezes maior do que a ocupada pelo texto e pelas fotos. Foi um escândalo. Adolpho Bloch proibiu a continuação daquele desperdício de papel. Mas o diretor da revista, Otto Lara Resende, o chefe da reportagem, Armando Nogueira, e os demais companheiros, Borjalo, Darwin Brandão, nos apoiavam. No quadro de aviso, iniciamos nossa luta de guerrilha: “Guerra contra o branco!”, “Abaixo o preconceito de cor!” (GULLAR, 1994:12).*

Nos três primeiros anos da década de 60, houve uma queda no ritmo de crescimento da publicidade no Brasil, reflexo inevitável da crise política e econômica por que passava o país. Além disso, parcela da antiga receita publicitária – sobretudo aquela destinada a promoção dos produtos de grande consumo – começou a se transferir para a televisão. Entre 1960 e 1973, a participação da televisão na distribuição dos recursos globais de publicidade passou de 8,9% para 46,6% (BARROS, 1975: 42-43).

A redução dos valores da publicidade no período de 60 a 64 e o seu progressivo deslocamento em direção à televisão teria reflexos imediatos na imprensa, levando ao fechamento de alguns jornais e ao agravamento da situação econômica de outros. Os veículos populares e de classe média foram, obviamente, os mais atingidos. Os dirigidos a um público com forte poder aquisitivo conseguiam atrair para si a maioria dos investimentos publicitários destinados à imprensa.

Com o aumento do custo de produção, jornais que até então viviam sobretudo de venda avulsa e de assinatura passaram a depender das receitas publicitárias. Os que não foram capazes de atrair anunciantes não sobreviveram no competitivo mercado que se firmava então.

### Distribuição dos Anunciantes entre os Jornais

<p><b>Produtos e serviços para a classe alta</b> automóveis de luxo, automóveis esporte, iates e decoração, moda, cabeleireiros, massagistas, tratamentos especiais, quadros, objetos de arte, bebidas finas, jóias, perfumes, residências de luxo etc.</p>	<p><b>Matutinos</b> Correio da Manhã Diário de Notícias O Jornal</p>
	<p><b>Vespertinos</b> O Globo Tribuna da Imprensa</p>
<p><b>Produtos e serviços Para a classe média superior</b> automóveis, televisão, geladeiras, fonógrafos, máquinas de lavar, móveis, produtos alimentícios, bebidas, livros, produtos farmacêuticos, perfumes e cosméticos, diversões, excursões, imóveis, bancos etc.</p>	<p><b>Matutinos</b> Diário de Notícias Jornal do Brasil Correio da Manhã Diário Carioca O Jornal Jornal dos Sports</p>
	<p><b>Vespertinos</b> O Globo A Noite Última Hora Diário da Noite Tribuna da Imprensa</p>
<p><b>Produtos e serviços Para a classe média inferior</b> de modo geral, os mesmos produtos da classe média superior, mas de qualidade e preços mais baixos. E ainda: créditos de consumo, rádios, ferro-elétrico e outros pequenos aparelhos, máquinas de costura, produtos farmacêuticos, cosméticos, tecidos, bijuterias, produtos para a limpeza doméstica etc.</p>	<p><b>Matutinos</b> Diário de Notícias O Jornal Jornal do Brasil Diário Carioca Jornal dos Sports</p>
	<p><b>Vespertinos</b> O Globo A Noite Última Hora Diário da Noite</p>
<p><b>Produtos e serviços para a classe operária</b> produtos farmacêuticos, tecidos populares, roupas de trabalho, ferramentas, produtos para a execução de trabalhos, penhores, objetos em segunda mão, rádios, pequenos aparelhos elétricos a prestação, diversões populares, etc.</p>	<p><b>Matutinos</b> Diários de Notícias O Radical Jornal do Brasil O Jornal O Dia Jornal dos Sports</p>
	<p><b>Vespertinos</b> Última Hora O Globo Diário da Noite A Notícia A Noite</p>

## Independência ou discriminação?

*“Nenhum órgão de imprensa, hoje, pode viver somente da receita da venda avulsa. Se não tem anúncio, tem que se tornar dependente de alguém, de algum partido político, de algum grupo econômico, de algum interesse estrangeiro. É o anúncio – precisamente o anúncio – que, dando a imprensa moderna autonomia financeira, se constituiu no único meio de se preservar a liberdade de imprensa.” (PN, 20/6/1955, griffo nosso).*

*“Certas pessoas fáceis de amolecer e temerosas (ou sequiosas) de cair em qualquer tentação pensam que o anúncio tira a independência de um jornal. Um anúncio pode ser. Mas os anúncios, assim no plural, não. A economia de uma publicação, feita à base da veiculação da propaganda comercial é na verdade o que torna independente jornal que não publica anúncio ostensivo ou dependente de um financiador (que pode ser um grupo econômico, um partido político, um magnata, mas que é sempre um interesse privado e não o interesse geral), ou das concessões às baixas camadas e aos piores instintos do público, para poder viver somente da venda avulsa. A autonomia econômica dada pelo anúncio é que torna possível a imprensa independente. Independente mesmo! E não falsamente independente, como jornais que têm cordões invisíveis puxados por grupos poderosos.” (PN, 23/1/1958, grifo nosso).*

*“O encarecimento dos custos – especialmente do papel, que aumentou em mais de 400% - tornou quase impossível sobreviver a imprensa sem publicidade. E o que garante a autonomia é a variedade de anunciantes, de tal forma que nenhum deles isoladamente, ou mesmo em grupo, possa ditar as opiniões e as tomadas de posição da imprensa diante dos problemas sobre os quais tem dever de se manifestar.” (Manoel de Vasconcelos, PN, 22/6/1959, grifo nosso).*

O crescimento da publicidade provocou acirrados debates no meio jornalístico a respeito da liberdade de imprensa. Alguns, como Manoel de Vasconcelos (cuja opinião reproduzimos acima), acreditavam que a publicidade colocava fim na secular dependência da imprensa em relação ao Estado e aos grupos políticos, garantindo-lhe independência e liberdade de informar. Para outros, a publicidade era apenas mais um mecanismo de pressão sobre os jornais.

*“A toda virtude corresponde um vício – e à imprensa a publicidade veio representar o primeiro vírus de sua deformação. Quando o editor apercebeu-se que o lucro da vendagem das unidades de sua mercadoria (o jornal) tendia ainda para o prejuízo, recebeu ao*



*mesmo tempo o influxo inspiratório dos altos contratos de publicidade. E de então para diante os compromissos mais altos para com o povo e a moral cederam às ambições dos grandes lucros. Hoje um órgão de imprensa mantém seus dogmas de dignidade pública aos limites das ofertas dos anunciantes. (...) Assim, o anúncio tem suas preferências na composição do jornal. As colocações (páginas ímpares, lado direito ao alto) são impostas e aceitas na medida da melhor oferta. Funciona a publicidade sob o estrito controle do próprio editor, reformando-se, via de regra, qualquer obstáculo ou ponto de vista, a fim de que a entrada do lucro não sofra restrições.” (IPI, jun. 1956).*

*“Criou-se uma situação curiosa. Se de um lado a publicidade permite aos jornais atitude de maior independência em relação à pressão governamental, tão nefasta pelas implicações acarretadas à livre crítica, do outro abre margem à ação dos anunciantes para influir na orientação dos jornais. (...) Entre nós surgem sinais de que alguns grupos econômicos cuidam de utilizar a força da publicidade para influenciar a orientação dos jornais. É fato notório haver o mais poderoso grupo petrolífero do mundo cortado os anúncios de um matutino carioca que assumiu a defesa da tese do monopólio estatal.” (IPI, jun. 1956).*

Na década de 60, a questão virou assunto de amplo debate público. Genival Rabelo iniciou – primeiro na sua revista *PN*, depois no jornal *Tribuna da Imprensa* – uma campanha contra ao que chamou de “presença estrangeira” na imprensa nacional<sup>84</sup>. Entre outras coisas, ele criticava o fato de haver no Brasil uma concentração excessiva de verbas de publicidade nas mãos de umas poucas agências, geralmente norte-americanas. Segundo ele, essas organizações discriminavam as publicações com cujas orientações não estivessem de acordo. Muitos órgãos da imprensa (inclusive as suas revistas<sup>85</sup>) teriam fechado por não resistirem a esse tipo boicote econômico. Sua conclusão era que não havia liberdade de imprensa no Brasil, já que os veículos de comunicação dependiam da publicidade de corporações internacionais.

A campanha de Rabelo recebeu o apoio de várias figuras de projeção nacional e acabou redundando, em 1963, na criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito. Proposta por João Dória, a CPI não iria, entretanto, muito longe. Foi tragada pelo movimento militar de 64, que cassou o deputado.

<sup>84</sup> Em 1966, Rabelo lançou *O capital estrangeiro na imprensa brasileira*, uma coletânea dos artigos publicado nessa época.

<sup>85</sup> Genival Rabelo editava as seguintes publicações: *PN*, *AnBI*, *AnRTV*, *AnP*, *Vendas & Varejo* e *Indústria & Comércio*. Todas foram tragadas pelo processo de concentração nos primeiros anos da década de 60.

Em 1966, Nelson Werneck Sodré publicou sua *História da Imprensa no Brasil*, retomando o debate. Ele citou o exemplo da revista *Life*, que por ter uma edição internacional voltada para a América Latina, havia desencadeado um boicote publicitário à *Cruzeiro Internacional*. Citou também Gabriel Passos, que afirmara, em 1962, que “as nossas agências de publicidade eram quase sempre filiais de organismos norte-americanos e de certo modo controlam a caixa de muitos órgãos de publicidade”.

Essas críticas eram, obviamente, reflexo do forte anti-americanismo presente no discurso das esquerdas brasileiras nos anos 50 e 60. Muitas delas incorporavam argumentos da “teoria conspiratória” e chegavam a afirmar que haveria um complô dos Estados Unidos para dominar as consciências latino-americanas. Tiveram, entretanto o mérito de – através de alguns exemplos concretos – denunciarem como falacioso o argumento de que a publicidade trazia liberdade e independência à imprensa, rompendo assim como uma certa euforia otimista, presente nos meios jornalísticos de então.

## 2.2. As modernas técnicas de administração

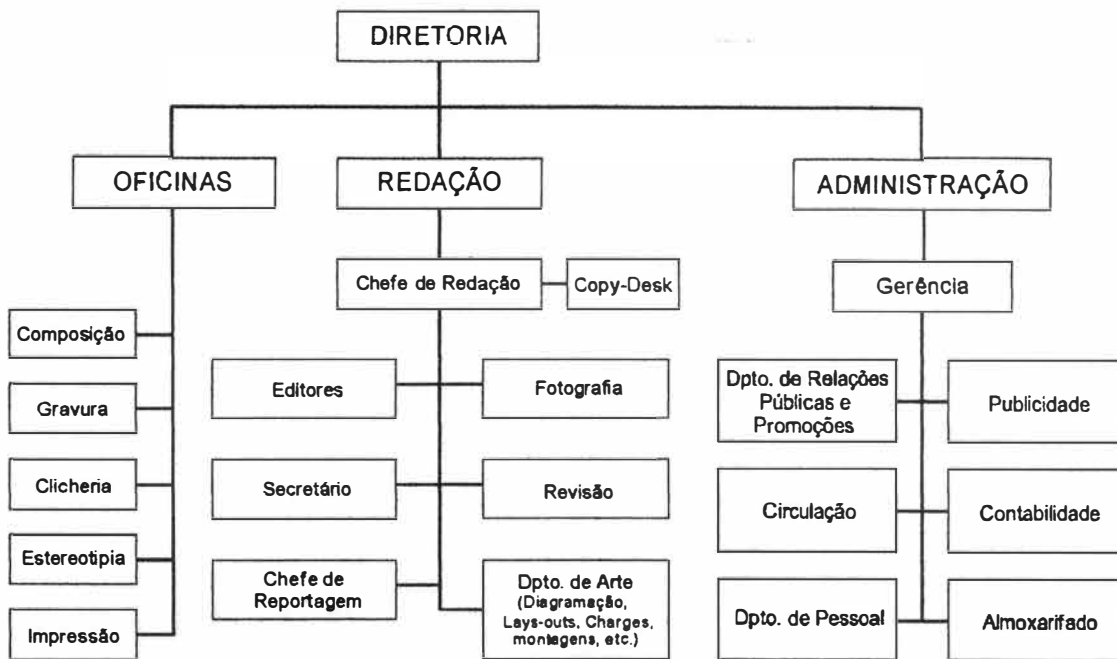
*“Enganam-se os que vêem superficialmente num jornal apenas o que está estampado nas suas páginas. Há muita coisa por detrás da beleza gráfica, das crônicas brilhantes e das fotografias sugestivas. Tudo o que é impresso representa, em esforços congregados, o trabalho técnico de jornalistas, gráficos, corretores de publicidade e principalmente de bons administradores.” Samuel Wainer (PN, 20/3/1953).*

As empresas jornalísticas que, nos anos 50, buscavam modernizar a sua estrutura de organização interna, passaram a distribuir de maneira mais racional os cargos de gerência e direção, seguindo o modelo de gestão norte-americano, baseado na descentralização de responsabilidades. Essas empresas passaram a ser compostas, em geral, por quatro divisões principais: 1) **executiva**, reunindo administração e seus membros (os proprietários, presidentes e diretores); 2) **financeira**, composto pelos departamentos encarregados da contabilidade e demais transações comerciais (departamentos de Publicidade, de Promoção e Vendas, de Relações Públicas, de Distribuição e Pessoal); 3) **editorial**, a redação, que cuidava da parte escrita e fotográfica do jornal e 4) **gráfica e mecânica**, que cuidava da impressão (oficinas de composição, estereotipia, gravura, calandragem etc.).

A revista *PN*, na sua edição de 10/11/1958, ao ensinar como se organizava um jornal moderno, chamou atenção para a importância do organograma das empresas.

*“Acreditamos que a base de uma empresa moderna está mais nos princípios que norteiam seus trabalhos do que propriamente na eficiência pessoal de seus elementos-chaves. (...) a tendência deve consistir em obter do homem médio o máximo de rendimento. Daí a importância do organograma, que deve ser funcional e não apenas um esquema simbólico, a que não se dê atenção. Consiste o segredo do bom organograma na definição de cargos, determinando a racional distribuição de tarefas e delimitação das várias áreas de responsabilidade.”*

Reproduzimos a seguir um organograma típico dos que algumas empresas jornalísticas passaram a adotar nos anos 50. O modelo foi apresentado por Natalício Noberto no seu manual *O jornalismo moderno*, publicado no final dos anos 50:



Apesar do ideal de impessoalização e de especialização das funções estar começando a se generalizar, as empresas jornalísticas, mesmo as grandes, ainda utilizavam métodos administrativos extremamente tradicionais. Segundo Teodoro Barros (1975:81), a imprensa foi um dos setores que mais resistiu às técnicas da Administração. Prevalcia entre os proprietários de empresas jornalísticas a idéia de que bons jornais se faziam exclusivamente com bons jornalistas e boas máquinas, não com “burocratas”. Só quando a televisão começou a representar perda de recurso da publicidade, foi que a situação mudou. A partir de então, as empresas tiveram que reformular as suas estruturas administrativas, substituindo a improvisação pelo planejamento estratégico e pela programação, a especulação pela pesquisa mercadológica e a centralização excessiva pela responsabilidade setorial.

Alberto Dines, depois de fazer um estágio na revista *Paris Match*, em 1958, afirmou que o que mais lhe impressionou na imprensa francesa foi o fato dos donos de jornais serem todos jornalistas. “*Dou muita importância a isto porque acho requisito indispensável para ser diretor de um jornal ter tanto metier, quanto para ser um profissional. A maioria dos males da nossa imprensa, na minha opinião advém inevitavelmente deste lado, isto é, os donos de jornais daqui em sua maioria não são também jornalistas.*” (PN, 20/5/1958).

No Rio de Janeiro dos anos 50 poucos diretor-proprietários eram, de fato, jornalistas. Talvez Samuel Wainer, Carlos Lacerda e Assis Chateaubriand tenham sido os únicos. Alguns proprietários – como Roberto Marinho, João Dantas e Paulo

Bittencourt – tinham herdado o jornal de seus pais. E, por mais que entendessem da profissão, jamais tinham trabalhado (como repórter ou em qualquer outra função) em outras empresas que não fossem as de suas famílias. Outros – como Ademar de Barros, Tenório Cavalcanti, SanTiago Dantas – não tinham nenhuma experiência na área, tendo adquirido suas empresas por motivos claramente políticos.

Isto é importante porque, até os anos 50, o diretor-proprietário era a mola central da cadeia de comando de um jornal. Muitas vezes, a sua liderança coibia iniciativas mais independentes dos executivos e dos chefes-de-redação e atrapalhava a estruturação funcional da empresa em moldes modernos.

Administração em imprensa, é bom lembrar, não está relacionada apenas ao controle econômico do lucro e da perda, mas implica também na coordenação dos elementos da produção, o que engloba a gerência dos profissionais, no caso, dos jornalistas. Por isto que Alberto Dines aponta como um elemento importante na reforma do *JB* o reforço do cargo de editor-chefe:

*“O editor-chefe é o jornalista que leva à diretoria – especialmente àquelas constituídas de não jornalistas – o aporte profissional. No entanto, faz também o percurso contrário, levando à redação, em termos devidamente traduzidos, sua orientação, concepção e normas.”* (DINES, 1986:111).

O editor-chefe era uma instância intermediária, que estabelecia vínculos de transição entre a autoridade dos proprietários e os trabalhadores, amenizando as tensões entre a parte comercial e intelectual da empresa jornalística. A tramitação da ordem patronal era, assim, processada de forma suave, sem que o profissional intelectual se sentisse diretamente subordinado à lógica da empresa.

Dos quatro jornais pioneiros na modernização técnica que analisamos nesta tese, a *Tribuna da Imprensa* e o *Diário Carioca* eram os mais arcaicos enquanto empresas. Esses jornais apresentavam uma organização industrial e empresarial extremamente tosca, mesmo para os moldes da época. Eram empresas profundamente marcadas pela improvisação, incapazes de capitalizar os êxitos de suas renovações editoriais e redacionais. Segundo Jânio de Freitas (entrevista, 05/5/2000):

*“O Horácio de Carvalho Júnior nunca viu o DC como uma empresa de jornal. Era uma empresa intermediária de negócios. Ele não investia no jornal. Não se interessava pela qualidade do jornal. A*

*qualidade ocorria à revelia dele. Era porque era. Podia ser ou não ser, isso para ele não tinha maior interesse. Não freqüentava a redação. Não nos conhecia. Passava pela redação a caminho da sala da presidência. Quando ele ia ao jornal, duas vezes por semana, três vezes por semana, passava assim ao lado da redação. Havia um corredor com um bebedouro. Se você estivesse bebendo água e ele passasse e dessem de cara um com o outro, ele abaixava a cabeça como um cumprimento silencioso. Senão nem isso, cumprimentava só o Paulistano, também muito silenciosamente. Da redação conversava só com o Pompeu e com o Danton sempre.”*

O *Diário Carioca*, entretanto, tentou modernizar um pouco o seu aspecto empresarial. Ainda em 1949, contratou a Elan Propaganda, uma concessionária da publicidade, que funcionava como um instrumento para a obtenção de anúncios, para relações públicas e para realização de trabalhos de pesquisa. Logo após a sua contratação, os rendimentos do *DC* subiram de Cr\$ cinco milhões e 700 mil para sete milhões e 600 mil. No ano seguinte, a cifra passaria para oito milhões e 800 e, em 1952, para 12 milhões e 300. Na edição de 1º de janeiro, quando o *DC* anuncia a mudança de sede e a compra de novos equipamentos, Danton Jobim, em editorial de primeira página, afirmava:

*“O drama do jornal é que, embora seja uma sementeira de idéias, tem de ser também uma indústria, sem o que não poderá cumprir sua missão na sociedade. Se quiser conservar-se independente deve alcançar estabilidade econômica, organizando-se em bases comerciais, o que é mais do que difícil de se obter numa empresa jornalística do que em qualquer outra.”*

A *Tribuna da Imprensa*, como já mencionamos no capítulo precedente, vivia em constante situação de crise econômica. Os seus prejuízos, em 1950, foram de 1.700 mil cruzeiros e, em 1952, 900 mil. Mas o jornal conseguia se recuperar um pouco quando seu proprietário movia alguma das suas campanhas agressivas ou quando a situação política estava conturbada, como em 54. Em 1956, quando Lacerda esteve afastado, vivendo nos EUA e em Portugal, o jornal apresentou déficits “alarmantes”. Só em um mês, teve um prejuízo de meio milhão de cruzeiros (DULLES, 1992:247).

A precariedade administrativa da *Tribuna* pode ser sentida pelo entra-e-sai de pessoal na área executiva do jornal. Inicialmente, Inácio Piquet Carneiro foi o responsável pela administração, mas ele seria logo substituído pelo jornalista e publicitário Walter Ramos Poyares. Mas Poyares não se adaptou à “desorganização” e à

“rebeldia” de Lacerda e resolveu deixar o jornal, indicando para substituí-lo o irmão de Carlos Lacerda, Maurício Lacerda Filho. Este, por sua vez, saiu algum tempo depois, assumindo o seu lugar Elpídio Reis e, depois, um outro membro da família, Odilon Lacerda Paiva, primo e cunhado de Carlos.

O *Jornal do Brasil* e a *Última Hora* tinham uma organização empresarial e administrativa um pouco mais complexa do que as da *Tribuna* e do *DC*. Em *UH*, os interesses políticos se aliavam à mentalidade empresarial de produção, de cálculo, de custos. A própria iniciativa de separar empresarialmente a editora (*UH*) da gráfica (Érica), como já vimos, era uma tentativa de manter o empreendimento, de alguma forma, independente das vicissitudes políticas.

Samuel Wainer montou uma estrutura empresarial bastante avançada para a época. Como não tinha experiência administrativa, contratou os serviços de uma firma especializada em planificação, o Escritório Técnico Cezar Catanhede, para organizar e administrar a *UH* no Rio de Janeiro. A empresa traçou um plano inicial do jornal e a equipe lhe deu continuidade (*PN*, 20/3/1953).

Foram adotadas estratégias empresariais inéditas na imprensa brasileira. Para começar, *UH* criou um departamento de promoções, que procurou estimular a circulação do jornal através de uma série de estratégias, hoje comuns na imprensa, mas que na época eram novidade. Sorteio de brindes, campanhas publicitárias em *out-doors* foram usadas pioneiramente. Centenas de milhares de cruzeiros foram empregados em divulgação. O esforço publicitário começou antes do lançamento do jornal, quando Etcheverry mandou colocar no topo de um dos mais altos prédios da praia do Flamengo um enorme faixa apenas com o nome do jornal. Essa técnica publicitária, conhecida como *teaser*, era então uma novidade.

O Departamento de Promoções foi um dos principais responsáveis pela crescente penetração do jornal, através de concursos e festivais populares, como “Prêmios para toda família”, “Ronda dos Bairros”, “Patrono dos Estudantes Cariocas”, “Rainha do Verão”, “Tendinha das Reclamações”, “Prova Ciclística RJ-SP”, “Natal das Crianças”, “Serenata a Chico Alves”, “Serenata a São Sebastião” e outros.

O Departamento instituiu também um concurso, chamado “Capitães da Imprensa”, que distribuía diplomas e prêmios em dinheiro para os jornaleiros que mais se destacassem na venda do jornal. Em janeiro de 1952, a cada dia era publicada a foto de um desses profissionais, na primeira página. Vinha, normalmente em um *box* (circundado por um fio preto) ao lado de um perfil do homenageado.

Uma das melhores promoções de *UH* foi a do seu 7º aniversário, quando o jornal promoveu um concurso entre os leitores, em que lhes pedia que apontassem o que havia de certo e de errado em suas páginas. A direção do jornal endereçou também o pedido a jornalistas, publicitários, empresários, psicólogos, escritores e intelectuais. O prêmio para as três melhores cartas era de cinco, três e dois mil cruzeiros. Cerca de duas mil e 800 cartas foram recebidas (*PN*, 06/10/1958). Além de funcionar como uma pesquisa, que permitia identificar os maiores focos de atração e repulsa, a promoção também criava uma imagem simpática do jornal, mostrando que ele se preocupava com a avaliação dos seus leitores e que a levava em consideração.

Seguindo o exemplo da *Última Hora*, outros vespertinos logo começaram também a adotar uma série de técnicas promocionais. *O Globo*, por exemplo, criou um departamento de promoções e relações públicas e entregou a sua direção a Walter Ramos Poyares (o mesmo que havia administrado a *Tribuna*). Poyares realizou, então, uma série de promoções, como concurso de vitrines de Natal, concurso de cartazes para o Dia das Mães, Campeonato Brasileiro de Ski Aquático e Volta Ciclística pela Cidade.

*“A promoção é, hoje em dia, tão importante para o jornal ou a revista quanto seu conteúdo editorial ou a sua aparência gráfica. Porque o jornal e a revista modernos são considerados como indústria, ainda que sui generis, tendo saído daquela fase de amorismo e pioneirismo que os caracterizaram até os princípios deste século.*

*Basta visitar um grande jornal ou uma grande revista para se perceber que a inversão em dinheiro é da ordem de centenas de milhões de cruzeiros. Perguntem quanto custa um conjunto Hoe... Entrem em uma redação moderna, vejam o numeroso grupo de profissionais que nela trabalham diariamente. Visitem a contabilidade de um jornal ou um revista de grande circulação... Em cada departamento o visitante descobrirá, surpreso, que o conceito romântico do que é imprensa não tem nenhuma afinidade com a realidade.”* (*PN*, 10/4/1958).

Em meados da década, vivia-se, na imprensa carioca, a era das promoções. Entre os diversos órgãos travava-se uma verdadeira batalha promocional pela conquista do público. Até os matutinos – pela sua sobriedade, geralmente refratários a essas estratégias – passaram a adotar essa técnica publicitária para aumentar as suas vendas. Em 1956, o *Correio da Manhã*, por exemplo, investiu cerca de 5,5 milhões de cruzeiros em promoções (*PN*, 05/1/1957).



*UH* revolucionou também, com seu Departamento de Circulação, um dos setores mais estagnados da indústria jornalística: o da distribuição. Para começar, criou uma frota própria de veículos (oito caminhonetes), que passou a levar os exemplares do jornal diretamente aos pontos de venda, ao invés de esperar que os jornalheiros viessem buscá-los na oficina. Acreditava-se que o sucesso de venda estava associado ao horário de chegada do produto jornalístico às bancas e, por isso, a *UH* empreendia uma verdadeira corrida para chegar primeiro, estudando inclusive no mapa da cidade os melhores roteiros em função do tráfego (BARROS, 1978).

O jornal resolveu também recuar o horário de fechamento. Em 1955, lançou uma edição matutina e, progressivamente, suprimiu a sua edição vespertina. Por força da concorrência, *O Globo* adiantou pouco a pouco a sua hora de circulação, até se tornar definitivamente matutino em 1974.

A rotativa de *UH* – comprada do *Diário Carioca* – era obsoleta e possuía uma capacidade de produção de apenas 15 mil exemplares por hora. *O Globo* havia adquirido uma rotativa capaz de imprimir 80 mil exemplares no mesmo tempo. Para produzir a mesma quantidade do concorrente, a *UH* tinha que começar a imprimir 5 horas antes. Algumas notícias chegavam ao público defasadas. *UH* passou, então, a atualizar o jornal através de clichês sucessivos, para que a notícia não envelhecesse. Mudava 5 ou 6 vezes a primeira página. O jornal era feito em páginas estanques, sendo fácil levantar um bloco qualquer da primeira página e substituí-lo por uma notícia mais atualizada.

Com todas essas modernizações, a *UH* transformou-se, em tempo recorde, num dos maiores veículos de publicidade do país. O Departamento de Publicidade, dirigido por Sany Sirotsky, possuía serviços especializados de relações públicas, de estudos de mercado, de desenhistas e redatores e conseguiu angariar, em 1953, a cifra de Cr\$ 76.377.213,40 (PN, 20/3/1953). Em 1954, mesmo com toda a crise política, o faturamento foi de cerca de 70 milhões de cruzeiros (PN, 05/4/1955). Em 1957, seria de 132 milhões (PN, 10/7/1958)

*UH*, portanto, apesar de toda a sua ligação com o governo (primeiro Getúlio, depois JK e Jango) não era um jornal sustentado pelo Estado. Possuía uma estrutura empresarial moderna e a publicidade era também um fator com grande peso nas suas receitas. O jornal, aliás, sobreviveu a crise de 1953 e a morte de Getúlio, tendo inclusive resistido ao período Café Filho, quando seus inimigos políticos estavam no poder. O próprio Wainer sublinha isto na sua entrevista no CPDOC:

*“Nós estávamos vinculados até ao útero do Getúlio. E pagamos o preço por isso. Nós devíamos ter nos suicidado também. Aí você me pergunta por que nós não nos suicidamos. Porque o nosso instrumento passou a ser melhor do que a mensagem. A verdade é essa. E aí é o meu lado profissional. O meu instrumento, que eu criei, era melhor do que a mensagem que levou um tiro no coração. E o jornal continuou. Tanto era melhor que sobreviveu ao Café Filho, que só tinha um objetivo, que era fechar o jornal através de Lacerda. Tanto era melhor que, com Juscelino, conseguiu se recuperar e se transformar numa cadeia de jornais.”*

Em vários momentos das suas memórias, Wainer demonstra uma preocupação em fortalecer o lado empresarial de UH e garantir um certo grau de autonomia em relação ao governo.

*“Tratei de ir à luta pela sobrevivência, e busquei fórmulas que ampliassem o espaço de publicidade. A Última Hora tinha, por exemplo, bons anunciantes no comércio. Mas eles não dispunham de condições econômicas para anunciar diariamente. Ofereci-lhes, então, descontos extremamente atraentes – meus competidores não eram capazes de igualá-los. Eu precisava desesperadamente daquele dinheiro e fazia todas as concessões possíveis para obtê-lo. Deu certo: em pouco tempo, a Última Hora garantiu um vasto espaço publicitário, que representava um importante fator de sobrevivência e lhe permitia reduzir drasticamente seu grau de dependência do governo.” (WAINER, 1987:171).*

Seu depoimento deixa bastante clara as contradições da lógica que guiava a empresa jornalística nos anos 50. Ele afirma que faria “todas as concessões possíveis” para atrair os anunciantes. Na continuação do texto, Wainer deixa antever que tipos de concessões seriam essas:

*“Fiz horrores para conseguir anúncios, vendi minha alma ao diabo, corrompi-me até a medula. Em certas ocasiões, cheguei a namorar filhas de comerciantes para fechar um negócio.”*

Apesar de todas as suas inovações empresariais, apesar da adoção de várias técnicas modernas, apesar da preocupação com o planejamento racional da produção, promoção e circulação, UH apresentava no seu processo de modernização empresarial limites claros. O jornal de Wainer era, como quase todas as empresas jornalísticas, mal administrado. Segundo Teodoro Barros (15/12/1999):

*“O jornal não pagava impostos, taxas, INSS (INPS na época) essas coisas todas e ia deixando porque ‘ah, fala com fulano e agüenta’. Conta de telefone, ‘não, vamos negociar com a Ligth umas matérias’.”*

Havia também desvio de dinheiro por parte de alguns administradores:

*“Tinha um, que eu não me lembro o nome, que um dia o Samuel descobriu que o cara já tinha iate, apartamentos, não sei o que mais. No exílio dele da França, tinha ficado um sujeito que morava em Olaria e, quando o Samuel chegou, ele já estava morando na Av. Atlântica. Enfim, a UH enriqueceu muita gente.”* (Teodoro Barros, 15/12/1999).

O *Jornal do Brasil*, mesmo antes da sua reforma, apresentava estabilidade do ponto de vista empresarial. Os anúncios classificados davam ao jornal uma certa autonomia financeira. Mas a sua estrutura interna, administrativa era precária.

*“Aquilo era uma bagunça. Não tinha departamento comercial, não tinha departamento de publicidade. Tinha os classificados e o resto eram bicadas. (...) O Jornal do Brasil foi o primeiro jornal brasileiro que se estruturou empresarialmente. Chamou uma empresa de consultoria internacional e eles estruturam tudo: do papel de memorando até toda a gerência, dividida. Fizeram um projeto plurianual de expansão estratégica.”* (Alberto Dines, 15/12/1999).

Foram implementadas medidas que visavam racionalizar os sistemas de trabalho em todos os setores do jornal. O departamento de publicidade foi ampliado e a sua estrutura interna melhorada, passando a abranger também as relações públicas. Até a recepção de classificados foi racionalizada. O sistema manual foi substituído por um mecanizado, na tentativa agilizar o processo e de diminuir as filas de anunciantes.

O Departamento de Circulação também implementou algumas novidades. No DF, a distribuição dos matutinos dependia dos jornaleiros. Estes iam buscar o jornal na expedição, enquanto os vespertinos levavam, eles próprios, os exemplares às bancas. O *JB*, apesar de matutino, preferiu a segunda alternativa e, para isso, montou uma frota de carros que levava o jornal aos pontos de venda.

Em 1957, havia, no *JB*, um evidente desequilíbrio entre a receita da publicidade comercial e a do setor dos classificados, que correspondiam ainda a 80 % dos anúncios. O departamento de publicidade passou, então, prestigiar ao máximo as agências, fossem grandes, médias ou pequenas. *“Encerrou-se no JB a era do corretor. Entramos na era*

do contato. O nosso trabalho agora é com as agências”, afirmou Nelson Gomes, diretor do setor.

As mudanças editoriais e gráficas do *JB* pareciam ter uma clara inspiração mercadológica, como se percebe da declaração de Nascimento Brito, superintendente daquele matutino: “*Vamos dinamizar o Jornal do Brasil. Transformá-lo num veículo de publicidade forte e num órgão de divulgação mais atuante e vibrante.*” (*PN*, 20/3/1957).

No ano seguinte, Brito declarou à *PN* que a reforma do *JB* estava dando excelentes resultados. Confirmou com os números sua afirmação, apresentando os seguintes dados:

Jornal do Brasil	1956	1957
Anúncios de balcão	70.448.552	98.933.622
Anúncios a crédito	11.270.500	26.265.502

A participação das agências no faturamento de publicidade das empresas jornalísticas subiu 20% em 1956 para 35,38% em 1957. No *JB* este aumento foi ainda mais espetacular, passando de 11,56% para 49,78% (*PN*, 06/7/1958).

### Novos equipamentos e instalações

Equipamentos nunca foram o forte dos jornais cariocas. Mas, nos anos 50, todos, de forma geral, investiram na compra de maquinário e anunciaram as novas aquisições com bastante alarde. Estimuladas pelas vantagens cambiais, que garantiram custo privilegiado do dólar para a importação de materiais de impressa, todas as empresas que podiam reunir recursos trataram de se reaparelhar.

O projeto n. 1.080, aprovado em 31 de janeiro de 1951, excluía do regime de licença prévia a importação de materiais de consumo da imprensa (papel, tinta, flans, lençóis para rotativas, metal para linotipia e estereotipia, chapas e materiais para fotogravura, linotipos e tipos, máquinas, peças e acessórios), desde que destinados a jornais e revistas. Assegurava também prioridade às empresas jornalísticas na concessão do câmbio necessário à importação desses materiais. A Carteira de Câmbio do Banco do Brasil daria a cada empresa cobertura cambial com base da importação do ano anterior, com um acréscimo até o limite de 15% (*PN*, 15/2/1951). O Banco do Brasil, além disso, concedia empréstimos direto aos jornais. O crédito sofria, nesse momento, poucas restrições.

Ainda em 1949, *O Jornal e Diário da Noite*, principais órgãos dos *Diários Associados* no Rio, mudaram-se para um novo edifício, especialmente construído para os jornais na Rua Sacadura Cabral (*AnBI*, 1949). No ano seguinte, adquiriram uma máquina impressora no valor de 14 milhões de cruzeiros (*PN*, 1950:22) e, em 1957, foram compradas novas rotativas Hoe.

O *Diário de Notícias* anunciou, no início dos anos 50, a compra de novos equipamentos. Tratava-se de uma rotativa Walter Scott (a terceira unidade do jornal), com capacidade para rodar, em uma hora, 30 mil exemplares com 16 páginas. Instalou também nova oficina de gravura e uma tituleira Ludlow. Em 1957, comprou o parque gráfico do “Mundo Gráfica Editora”.

O *Correio da Manhã*, na tentativa de modernizar-se, depois da morte de Costa Rego e da entrada de Antônio Calado, montou um dos maiores parques gráficos do Rio. Em agosto de 1954, anunciou a compra de uma rotativa Hoe de oito unidades. Em 1958, segundo declarações do gerente Alínio de Salles, a empresa teria investido um milhão e 700 mil dólares na importação de equipamentos (uma rotativa Hoe com 12 unidades, uma gravura e algumas máquinas da expedição) e 100 milhões de cruzeiros na instalação de novas lojas e na compra de outros materiais (*PN*, 05/6/1958 e 12/01/1959).

Até os jornais menores e mais pobres investiram em equipamentos. Em janeiro de 1954, a *Tribuna da Imprensa* inaugurou uma rotativa Man, novas tituleiras e uma gravura. Em 1956, um grupo de mulheres lacerdistas, lideradas por Hermínia Fernandes Lima, empreendeu uma campanha para levantar fundos para a compra de uma outra rotativa (DULLES, 1992:248).

No início de 1950, o *Diário Carioca* anunciava – com bastante alarde – a mudança de sua sede, a compra de novos equipamentos e a adoção de inovações técnicas. Em um caderno especial, destinado exclusivamente a apresentar as inovações do jornal, no dia 1º de janeiro, Marcial Dias Pequeno comentou:

**“A direção compreendeu que era preciso fazer do Diário uma verdadeira empresa jornalística. Muitos não acreditavam mesmo nesta Folha. Seria um choque de mentalidades entre a tradição dispersiva e sonhadora e a nova orientação realista? D. Quixote querendo beber vinho de luz no cristal das estrelas e Sancho Pança pedindo apenas um pato assado. Nada disso aconteceria. Apenas a harmonização das duas tendências, segundo um planejamento equilibrado. O Diário Carioca se prepara para acompanhar a evolução do país nesta fase de industrialização e racionalização dos métodos de trabalho e produção”.** (grifos nossos).

*O Globo* talvez tenha sido o jornal que, nesse período, mais investiu em equipamento. Para instalação das suas oficinas gráficas foram importados, ao câmbio oficial, cerca de 25 milhões em maquinaria. A peça central desse sistema era uma rotativa Hoe, que constava de 6 unidades, medindo cerca de 20 m de comprimento por 7 de altura (*PN*, 25/11/1953). A sua compra, montagem e inauguração foram anunciadas com alarde. O processo foi acompanhado, passo a passo, durante quase dois anos, pelas publicações especializadas (*Anuário de Imprensa, Publicidade e Negócios* e *Anuário de Publicidade*), sendo muito exaltadas as qualidades técnicas da nova rotativa.

Em outubro de 1952, o equipamento chegou ao Brasil. Enquanto isso, o novo prédio, na rua Irineu Marinho, estava sendo construído. Fazia-se, no local reservado, uma base especial, necessária para suportar 300 toneladas, que era o peso da rotativa. Em janeiro de 1953, começou a montagem, terminada em abril. A nova Hoe podia imprimir em quatro cores cadernos de 12 páginas, com um rendimento de 240 mil exemplares horários. Cadernos de 32 páginas podiam ser impressos à razão de 90 mil exemplares por hora (*PN*, 20/8/1953). Para composição, *O Globo* contava com oito máquinas Cometa (que funcionavam automaticamente, sem necessidade de linotipista) e três Ludlow. Em 1958, o jornal adquiriu outras quatro unidades Hoe, aumentando ainda mais a capacidade de sua rotativa, que passava agora a ter 12 unidades.

Com a Lei de Tarifas (n. 3.244, de 14 de agosto de 1957), o governo aumentou o câmbio para importação de material para a imprensa (inclusive para o papel, como veremos). Mas nem o corte de subsídios diminuiu o ímpeto renovador de algumas empresas. Na realidade, aquelas que puderam manter seus investimentos tecnológicos saíam em vantagem. Foi o caso, por exemplo, de *O Globo* e do *Jornal do Brasil*.

O *JB* começou a sua reforma, em 1956, nas oficinas. Várias máquinas de linotipo foram instaladas na sala de composição. A Condessa Pereira Carneiro e o Nascimento Brito estiveram nos Estados Unidos, visitando inúmeros jornais para observar os seus equipamentos gráficos (*PN*, 20/4/1956). Em junho 1958, o jornal inaugurou a sua rotativa Hoe, com 3 unidades, em substituição a sua Walter Scott. Apenas em 1957, foram gastos 39 milhões de cruzeiros em máquinas e obras. Segundo declarou Nascimento Brito à *PN*, o jornal não pegou um único tostão de empréstimo para realizar tais investimentos.

*“A importação de maquinaria não foi suficiente para transformar-nos, de pronto, em editores de publicações de alto padrão gráfico. Foi preciso completá-la com a importação de mão-de-obra*

*especializada. Diagramadores argentinos, impressores alemães e franceses, engenheiros americanos, italianos, alemães, têm se transferido para o Brasil ou vindo temporariamente para aqui a fim de ensinar o manejo das novas máquinas. Na realidade, já se imprime jornal hoje no Brasil com perfeição igual a dos jornais de qualquer outro país.” (PN, 17/7/1958).*

Santiago Dantas, quando comprou o *Jornal do Commercio*, fez grandes investimentos na compra de novas máquinas, mas todo o novo equipamento foi destruído pelo incêndio, em setembro de 1958. No ano seguinte, já sob o controle de Assis Chateaubriand, o jornal adquiriu, nos EUA, uma Hoe de 4 unidades, 19 linotipos, uma tituleira Ludlow e uma máquina Elrod (PN, 02/2/1959).

A reforma das instalações gráficas, com a importação das mais modernas e caras máquinas, em muitos casos se fez acompanhar da mudança de sede ou da construção de edifício próprio em zonas valorizadas da cidade. Tudo anunciado em propagandas institucionais e discutido nos órgãos especializados em imprensa (como os anuários, a *PN* e o *IPI*). O investimento tecnológico era essencial na construção da imagem de modernidade a qual os jornais queriam se veicular. E, por isso, era um elemento importante na auto-referenciação da imprensa carioca.

Algumas das novas sedes eram bastante luxuosas. A riqueza do mobiliário e a suntuosidade da decoração se sentia principalmente nas peças reservadas aos diretores. Um exemplo paradigmático disto era a sede do *DC*, construída em 1950 exclusivamente para o jornal. O seu restaurante não era aberto aos empregados, mas apenas aos convidados e à diretoria. Os jornalistas e os outros funcionários, não tendo nenhum outro restaurante, “*tinham que comer nas ‘muvucas’ da praça XI*”, afirma Teodoro Barros. Detalhe: o restaurante só tinha copa, porque a comida era fornecida pela boate *Vogue*, a mais luxuosa e cara do Rio de então.

### 2.3. A Crise da Imprensa e a Concentração Empresarial

*“O jornal diário magnificou-se. E, nesse processo, os que não tinham condições de acompanhar o salto foram se perdendo e desgarrando.”*

Alberto Dines

*“Tem que haver na imprensa do Rio a seleção das espécies de que falava Darwin: os mais fracos desapareçam e predominem dos mais fortes.”*

Pedro Lafayette<sup>86</sup>

Como afirmamos no primeiro capítulo, começou nos anos 50 um processo de concentração das empresas jornalísticas, que se acirraria impressionantemente nas duas décadas seguintes. Nesse período, desapareceriam os seguintes jornais no Rio de Janeiro: *A Noite*, *Correio da Manhã*, *O Jornal*, *Diário da Noite*, *Diário Carioca*, *Última Hora*, *Diário de Notícias*, *O Radical*, *A Manhã*, *Folha Carioca* e *A Nação*. Fechariam também as revistas *O Cruzeiro*, *Revista da Semana*, *Noite Ilustrada*, *Carioca* e *Vamos Ler*.

Enquanto muitas empresas declinavam ou fechavam, as poucas que sobreviviam beneficiavam-se da disponibilidade de capitais. Dois fatores parecem ter sido decisivos nesse processo: um de ordem política e outro econômica.

O avanço das forças conservadoras, que passaram a controlar o país a partir de 64, parece ter sido determinante na falência de algumas empresas. O regime militar – tal como Vargas durante o Estado Novo – interveio diretamente na atividade jornalística, através da censura aos jornais e através da regulamentação da atividade jornalística (via leis de imprensa e de profissionalização) e de impostos, subsídios e preços de insumos e matérias primas. Além disso, o Estado manipulava as verbas publicitárias dos órgãos do governo e pressionava os anunciantes a recusarem determinados veículos, não simpáticos ao regime.

Do ponto de vista econômico, o processo de concentração empresarial foi resultado de uma aguda crise por que passou a imprensa devido a um conjunto de fatores, como a queda do volume de publicidade (no período de 60 a 63), o desenvolvimento da televisão (que ao se popularizar, a partir dos anos 60, passou a atrair fatias cada vez maiores do bolo publicitário) e os problemas com o papel

<sup>86</sup> PN, 20/2/1953, p. 32. Pedro Lafayette era diretor da *Folha Carioca*, um dos jornais que desapareceriam no processo de concentração.



(sobretudo no período 1957-1975). Além disso, o início dos anos 60 foi marcado por uma crise econômica geral, com altas taxas de inflação.

A adoção de modernas técnicas e estruturas administrativas organizadas talvez tenha sido o mais decisivo elemento do êxito de algumas empresas jornalísticas, no novo contexto dos anos 50-60. Apesar de todos terem sido afetados de alguma forma pela crise, os maiores e mais eficientes jornais tiveram, naturalmente, mais condições de atravessá-la.

À medida que alguns jornais se modernizavam, técnica e administrativamente, tornavam-se mais aptos a ganhar a corrida concorrencial, que cada vez se acirrava mais frente a conjuntura de crise da imprensa. Enquanto isso, os outros órgãos ficavam no meio do caminho, incapazes de concorrer, fosse em função de suas limitações administrativas e empresariais, fosse por não resistirem à política deliberada de extinção que contra a alguns deles moveu o Estado autoritário.

Nesse novo contexto, jornais como *O Globo* e *Jornal do Brasil* se impuseram progressivamente e outros, como *Diário Carioca*, *Diário de Notícias*, *Diário da Noite*, *A Noite* declinaram lentamente, incapazes de sustentar a concorrência com os primeiros. Outros, ainda, como a *Última Hora*, a *Luta Democrática* e o *Correio da Manhã*, foram esmagados sobretudo pelas perseguições políticas – acompanhadas de severos boicotes econômicos – do regime militar.

Mas fatores econômicos e políticos, muitas vezes, se confundiam. Os jornais “vencedores”, que saíram fortalecidos da crise e se beneficiaram com o processo de concentração, não o fizeram sem ajuda do poder público. Da mesma forma que a *UH* não faliu apenas por fatores econômicos ou administrativos. A questão da concentração não foi definida exclusivamente pelas regras concorrenciais do livre mercado.

As *Organizações Globo* construíram o seu império devido, em parte, ao apoio do regime militar. A partir de subsídios ou mesmo de condescendência frente a irregularidades jurídicas (como a do acordo Time-Life), a empresa foi construindo uma estrutura de inegável eficiência técnica e administrativa. E à medida que se estruturava a TV, se fortalecia o jornal.

No entanto, outros órgãos, como a *UH* – que, por suas características técnicas e empresariais, provavelmente teriam condições de se firmar frente as novas regras concorrenciais –, faliram devido a perseguições políticas. Outros ainda, como a *Tribuna da Imprensa*, absolutamente arcaicos do ponto de vista administrativo e com uma

reduzida tiragem, resistiram à crise (mesmo tendo feito acirrada oposição ao regime) e sobrevivem no competitivo mercado carioca até hoje.

É importante lembrar que o termo concentração não se refere apenas à falência de muitas empresas e fortalecimento de algumas poucas, mas a todo um processo de reconfiguração do mercado, com conseqüências profundas no campo jornalístico como um todo. Como lembra André Hons (1982:18) começou a haver uma diferenciação entre os diários quanto a tiragem. Os jornais que circulavam no Distrito Federal, nos anos 50, situavam-se numa faixa bastante próxima. Na década de 80, os três maiores jornais do Rio (*O Dia*, *O Globo* e o *JB*) monopolizavam cerca de 90% dos leitores. Isso tinha conseqüências, obviamente, no aspecto financeiro e patrimonial dos jornais.

Uma outra questão: nos anos 50, ainda havia jornais com posições editoriais as mais diversas. O matiz político e ideológico era um fator importante na segmentação do próprio público. Nos anos 70, os jornais perdem essa característica. O desaparecimento do pluralismo político da imprensa diária realizou-se quase simultaneamente à chegada do jornalismo informativo, baseado nas normas técnicas do modelo norte-americano. Mas a “despolitização” da imprensa foi conseqüência também do sistema autoritário que se impôs a nação. Os anos de censura e de pressão governamental sobre os jornais e sobre os jornalistas tiveram nesse processo um papel fundamental (HONS, 1985:20).

Analisaremos a seguir um dos aspectos do processo de concentração da imprensa: o da escassez de papel de imprensa. Ainda que algumas de suas causas fossem conjunturais, a falta de papel não foi um fato passageiro, mas resultado de um longo processo.

### **A Escassez do Papel de Imprensa**

O papel de imprensa no Brasil sempre foi importado. Já durante a II Guerra, a imprensa foi submetida a um duro racionamento, devido ao bloqueio naval imposto pela Alemanha, que fechou os mercados europeus aos consumidores latino-americanos. O Brasil ficou privado de receber papel de seus fornecedores tradicionais, Suécia e Finlândia. A alternativa foi importar do Canadá, mas a sua produção – de 3 milhões de toneladas anuais – não era suficiente para atender a toda a demanda mundial e os preços subiram muito.

A situação se agravou devido à desigualdade na distribuição dos estoques disponíveis. Um único país, os EUA, concentrando apenas 6% da população do planeta, consumia em média 63% de toda a produção mundial de papel de imprensa, pois

editava um jornal para cada três de seus 150 milhões de habitantes. Além disso, os jornais norte-americanos eram bem mais volumosos do que os europeus.

Durante a Guerra, Getúlio Vargas subsidiou, através do Banco do Brasil, a construção de uma fábrica de papel de imprensa no Brasil. Os primos Wolf Klabin e Horácio Lafer, que já tinham experiência no ramo de papel (a indústria Klabin funcionava no Paraná desde 1934<sup>87</sup>), foram os escolhidos para o empreendimento. Em 1947, as primeiras bobinas de papel jornal começaram a ser fabricadas.

A produção nacional, entretanto, ainda estava muito longe de atender à demanda interna por papel de jornal. Depois da Guerra, o consumo nacional aumentou muito. Em dez anos (de 1938 a 1948) passou de 42 mil toneladas para 90 mil (*AnBI*, 1950-51:40). Em 1945, a importação foi de 46.488, sem haver nenhuma produção nacional. Já em 1953, foi de 102.064, a que veio juntar uma produção nacional de 36 mil. Foi, portanto, um aumento de 200% no consumo total. Ao mesmo tempo, a relação per capita passou de 1 quilo-ano por habitante para 2,36 quilo-ano, segundo os dados do IBGE, tendo apresentado, assim, um aumento de 136% (*AnBI*, 1954:100).

O decreto-lei n. 8.644, de 11 de janeiro de 1946, isentava o papel de imprensa de pagamento de tarifas alfandegárias. O papel vinha marcado, para facilitar a fiscalização, com linhas d'água (visíveis, pondo-se o papel contra a luz).

Na década de 50, a problema da escassez de papel se tornou crônico. Já em 1950, o *Anuário Brasileiro de Imprensa* discutia o problema, prevendo a crise, que no ano seguinte obrigaria os jornais a aumentarem o preço da venda avulsa. O assunto continuou a ser amplamente debatido, não apenas em quase todos os anuários seguintes, mas também em outras publicações especializadas em mídia, como a revista *Publicidade e Negócios*.

A Carteira de Importação e Exportação do Banco do Brasil havia fixado em 45 mil toneladas anuais a quota máxima de importação de papel estrangeiro para imprensa. A produção nacional, nesse período era de 30 mil toneladas. Ora, as 45 mil toneladas cuja importação era autorizada mais as 30 mil da produção nacional não bastavam para atender à crescente demanda das empresas jornalísticas brasileiras.

<sup>87</sup> Klabin Irmãos & Cia. foi estabelecida em 1899, na cidade de São Paulo, pelas famílias Klabin e Lafer. À época, a empresa importava e comercializava artigos para escritórios e tipografia. Em 1903, a Klabin arrendou uma fábrica de papel iniciando a produção de papéis para imprimir e para embalagem. Em 1909, constituiu sua própria fábrica, a Companhia Fabricadora de Papel. Nos anos 20, já figurava entre as maiores fábricas de papel no país. Em 1934, fundou uma nova subsidiária, a Klabin do Paraná, primeira fábrica integrada de celulose e papel no país, que resultou na produção, em 1947, de papéis imprensa. Cf. Site da empresa.

No início de 1951, a situação se agravou devido a um acidente ocorrido nas fábricas Klabin, que a paralisou por dois meses, o que significou uma perda de 5 a 6 mil toneladas de papel para a imprensa (*PN*, 01/12/1950:32). Nesse período, a empresa tinha o monopólio da produção nacional e a garantia de venda total, mas a qualidade de seu papel – segundo registram as publicações da época – era muito ruim, áspero, escuro e cheio de depressões (*AnBI*, 1949 e *PN*, 01/3/1950).

No final do seu governo, Dutra encaminhou o projeto n. 1.080 ao Congresso, que o aprovou em 31 de janeiro de 1951. O artigo número 1 excluía do regime de licença prévia a importação de papel e outros materiais de consumo da imprensa. O 2º artigo assegurava prioridade às empresas jornalísticas na concessão do câmbio necessário à importação desses materiais. As empresas, como já mencionamos antes, contariam com um acréscimo na cobertura cambial de até 15% em relação ao ano anterior.

Em 1951, a lei n. 1.386 (SUMOC de 18/6) passou a assegurar prioridade de importação e obtenção cambiais para papel de imprensa. O preço do papel com linha d'água passou de Cr\$ 2,70 para Cr\$ 6,90 (*PN*, 10/1/1952).

Durante 1955, parte do papel de imprensa contratado nos mercados europeu e norte-americano para o abastecimento das empresas jornalísticas no país foi cancelada, em consequência de atrasos do governo na emissão de declarações de câmbio (*IPI*, jun. 1956).

A Fiscalização Bancária (Fisban) participou à Federação das Indústrias que o Conselho da SUMOC, reconsiderando o seu ato de 6 de março de 1954, resolveu restabelecer a cobrança da sobretaxa sobre o câmbio oficial, correspondendo a Cr\$ 25,00 por dólar em todas as transferências para o exterior, destinadas ao pagamento de importação de máquinas e material de consumo para imprensa, inclusive papel.

O VI Congresso Nacional de Jornalistas, em 1955, discutiu a questão do papel como um dos fatores limitadores da liberdade de imprensa. A alta de preços, devido à alteração das taxas cambiais de importação, tornavam – segundo o argumento de Orlando Bonfim Júnior – o papel inacessível aos jornais mais pobres, levando alguns à falência e muitos a sobreviverem com enormes dificuldades.

*“A supressão dos preços diferenciais do papel favorece a concentração da atividade jornalística, age no sentido de criar novo e odioso privilégio, qual seja o de limitar a liberdade de imprensa*

*àqueles que têm bastante dinheiro*” (SEGISMUNDO, Apud SODRÉ, p.471)

Nesse momento, o país já consumia anualmente 180 mil toneladas de papel de imprensa. Segundos dados do Ministério da Fazenda, em 1956, foram importados 162.044 toneladas de papel, sendo que desse total 136.460, ou seja 84,2%, era de papel de imprensa, correspondendo a 27,3 milhões de dólares. A produção nacional era estimada em 45 mil ton., quantidade que correspondia apenas a um quarto do consumo interno.

Em 1957, Juscelino Kubitschek lançou o “Programa de Estabilização Monetária”, elaborado pelo ministro da Fazenda, Lucas Lopes, e pelo presidente do BNDE, Roberto Campos. O governo cortou os subsídios às importações da imprensa. A lei n. 3.244 da SUMOC (14/8/1957) estabeleceu aumentos parcelados no custo do dólar, a fim de paulatinamente equilibrar o custo do câmbio real. Como consequência, o câmbio para importação de papel de imprensa, que era de 18,82 cruzeiros por dólar, passou a 80 cruzeiros. E o preço do papel de imprensa subiu, em apenas 12 meses, 430%.

A lei determinava que as publicações com menos de 80 gramas por exemplar teriam incrementos semestrais de apenas 10%, enquanto as de mais de 80 gramas poderiam atingir 25%. Essa diferenciação diminuía o impacto do aumento de papel na economia das empresas pequenas e do interior, que correspondiam, nesse momento, a 20% da imprensa nacional (PN, 14/12/1959).

Todos os jornais cariocas (vide tabela) foram obrigados a aumentar seus preços. Em 1959, o aumento foi em média de 60% (na venda avulsa). Apenas dois jornais (*Tribuna e Jornal do Commercio*) mantiveram os mesmos valores cobrados em 58. Em 1960, a situação ficaria ainda pior, com cerca de 100% de reajuste. Novamente, apenas dois periódicos mantiveram seus preços (*Diário Carioca e A Notícia*).

### Preço de Venda Avulsa – Matutinos

Jornais/Ano	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960
Diário Carioca	0,50	0,50	1,00	1,00	1,00	1,50	1,50	1,50	1,50	2,00	2,00
Jornal do Brasil	0,50	0,50	1,00	1,00	1,00	1,50	1,50	1,50	1,50	2,00	5,00
Correio da Manhã	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	1,50	1,50	1,50	1,50	2,00	5,00
O Dia	–	0,50	0,50	0,80	0,80	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	3,00
J. do Commercio	0,60	0,60	1,00	1,00	1,00	1,50	2,00	2,00	2,00	2,00	5,00
O Jornal	0,50	0,50	1,00	1,00	1,00	1,50	1,50	1,50	1,00	2,00	5,00
Diário de Notícias	1,00	0,50	1,00	1,00	1,00	1,50	1,50	1,50	1,50	2,00	3,00
Luta Democrática	–	–	–	–				1,50		2,00	3,00

Fonte: Coleção dos jornais – BN e Arquivo de *O Globo*. O preço de venda de exemplar nas bancas em 01 de janeiro de cada ano, com exceção de: *Última Hora*: 1951 - 12 de junho; *O Dia*: 1951 - 05 de junho e *Luta Democrática*: 1954 - fevereiro. Valores em cruzeiros. Obs. Os números são correspondentes às edições de terça à sábado. As edições dominicais eram normalmente mais caras.

### Preço de Venda Avulsa – Vespertinos

Jornais/Ano	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960
Última Hora	–	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	5,00
Tribuna da Imprensa	0,80	0,80	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00
O Globo	0,80	0,80	1,00	1,00	?	?	2,00	2,00	3,00	3,00	5,00
A Notícia	0,50	0,50	0,80	0,80	0,80	1,50	1,50	1,50	1,50	2,00	2,00
Diário da Noite	0,70	0,70	1,00	1,00	1,00	1,00			2,50	3,00	

Fonte: Coleção dos jornais – BN e Arquivo de *O Globo*. O preço de venda de exemplar nas bancas em 01 de janeiro de cada ano, com exceção de: *Última Hora*: 1951 - 12 de junho; *O Dia*: 1951 - 05 de junho e *Luta Democrática*: 1954 - fevereiro. Valores em cruzeiros.

Os jornais tentaram, a todo custo, justificar esses bruscos e abusivos aumentos. Alguns órgãos fizeram comunicados aos leitores, explicando seus problemas, falando da economia interna de seus jornais, suas fontes de renda e a imperiosa necessidade de cobrar mais caro. O *Correio da Manhã* publicou dias seguidos em sua 1ª página minuciosos esclarecimentos. Mostrou que cada exemplar custava-lhe, só em papel, Cr\$ 4,40 durante a semana e Cr\$ 14,70 aos domingos. Vendidos a Cr\$ 5,00 (durante a semana) e a Cr\$ 10,00 (aos domingos) e descontados os 30% do vendedor, o jornal tinha um prejuízo por exemplar de Cr\$ 0,90 e Cr\$ 7,30 respectivamente. Numa tiragem de 100 mil exemplares o prejuízo era de 90.000 cruzeiros por dia, durante a semana, e de 700.000 com a edição de domingo<sup>88</sup>.

Herbert Moses, presidente da ABI, também tentou justificar os aumentos:

<sup>88</sup> Nesse ano, Paulo Bittencourt adquiriu 35% das ações de uma fábrica de papel nos EUA, em New Jersey, tentando dessa forma resolver parte do problema.

*“Foi preciso aumentar o preço da venda avulsa para diminuir o prejuízo e, em segundo lugar, para que não fosse necessário aumentar, ainda mais, os preços dos anúncios, que são os sustentáculos reais dos jornais. (...) Os sucessivos aumentos de venda avulsa foram decretados na última instância, quando não havia outro remédio, quando o aumento era tábua de salvação. E foram sempre determinados quando os jornais, quase estrangulados, tinham que atender aos sucessivos e clamorosos aumentos não só do papel, mas de todos os ingredientes que entram na feitura de um jornal.” (AnBI, 1959: 20).*

Os produtores de jornais temiam que, com o aumento de preço, diminuísse a circulação, o que, em última instância, seria prejudicial para atrair publicidade. Moses, no entanto, pondera que as camadas de maior poder aquisitivo não deixariam de comprar o jornal por causa do preço. Os jornais poderiam perder leitores na classe D ou mesmo na classe C, mas a camada que de perto interessava aos anunciantes não seria afetada pelo aumento, pois o jornal continuava a ser um produto relativamente barato. A maioria ainda custava menos do que as passagens de ônibus e de bonde.

Houve, de fato, com o aumento de preços, uma retração de cerca de 10% na circulação dos principais diários. Segundo Samuel Wainer, quando o preço de venda da *UH* passou de 2 para 4 cruzeiros, houve uma queda de 30% na sua circulação (*AnBI*, 1959:22). Mas os jornais cariocas preferiam correr o risco de perder parte dos leitores, com o aumento dos preços, a perder parte das receitas publicitárias, com diminuição do número de páginas.

Alguns diários, no entanto, tiveram que adotar, além do aumento de preços, outras medidas para se adaptar aos novos custos de produção, como a demissão de funcionários, a elevação das tarifas publicitárias, a diminuição do tamanho das letras e dos títulos, a eliminação de acessórios gráficos, a redução das ilustrações e do espaçamento entre linhas etc.

O *Diário da Noite*, por exemplo, diminuiu em quatro o seu número de páginas, passando também a empregar tipos menores e a condensar mais o noticiário (*PN*, 07/9/1959). A maioria dos jornais, entretanto, seguindo os moldes norte-americanos, continuavam a produzir edições bastante volumosas, em geral de 30 ou 40 páginas e, nos dias de domingo (segunda-feira para os vespertinos), de até 100 ou 150.

*“Aqui no Brasil, infelizmente, a imprensa está cometendo um terrível erro ao cobrar do leitor e do anunciante o déficit provocado pela alta*

*do papel e de outras matérias-primas, em vez de dar também a sua cota de sacrifício. Nossos jornais, ao contrário do que deveria se feito, continuam imprimindo edições tremendamente dispendiosas.”* (WAINER, *AnBIRT*, 1959:46).

O pior, no entanto, ainda estava por vir. De fevereiro de 1958 a julho de 1963, o papel importado para a imprensa sofreria uma alta de mais de 3.294%. O preço do dólar para tal importação subiria de Cr\$ 18,82 para Cr\$ 620,00 (SODRÉ, 1966: 472). Isso tudo como conseqüência de uma série de medidas governamentais.

Em 1961, Jânio Quadros suprimiu o câmbio preferencial para a compra de papel estrangeiro (Instrução 208 da SUMOC) e cortou uma parte dos subsídios à fabricação de papel nacional. O governo tinha motivos suficientes para agir assim: de agosto de 1957 a setembro de 1958, o subsídio (80% do qual cabia à Klabin) havia consumido um bilhão de cruzeiros dos cofres públicos, até dezembro de 1959, mais de 2,5 bilhões e, até julho de 1961, quando foi extinto, cerca de 5,3 bilhões (SODRÉ, 1966: 474).

No dia 16 de março, Jânio Quadros fez o seu famoso pronunciamento na TV, durante o qual, para justificar a sua tese de que o país estava desperdiçando dólares com importações, exibiu uma grossa edição dominical do jornal *O Estado de S. Paulo*.

As medidas governamentais – primeiro as de Juscelino e depois as de Jânio – dividiam as opiniões. Alguns, como Herbert Moses, acreditavam que ameaçavam gravemente a economia interna das empresas jornalísticas. Outros afirmavam que, apesar de causar dificuldades iniciais, o aumento dos custos acabaria por valorizar a imprensa e seus profissionais.

*“A quem afirme que foi muito rápida e precipitada a retirada dos benefícios cambiais, a maioria, porém, classificou a medida de justa, alegando que o benefício privilegia a corrupção e que a fonte de renda do jornal deve ser a sua publicidade e venda avulsa. De um modo geral, pensam os big shots da imprensa que a atual crise terá um alto fundo benéfico ao considerar que fará expurgo entre a empresas capazes, os jornais que realmente cumpram suas finalidades, e os que existem ou existiam para defender grupos, fazer campanhas políticas ou caçar anúncios. O custo altíssimo da imprensa, agora realmente uma indústria no sentido amplo da palavra, vão naturalmente eliminar a aventura.”* (PN, 07/9/1959).

Os vertiginosos aumentos do papel que ocorreram ao longo desses anos contribuíram, de fato, para o fechamento de vários jornais, acentuando a crise da imprensa e o processo de concentração empresarial já mencionado. Os custos de



produção do jornal já vinham apresentando uma alta progressiva. A competição entre os jornais, como já vimos, exigia a modernização tecnológica e a importação constante de novos equipamentos, o que implicava em investimentos cada vez maiores por parte das empresas. A própria valorização profissional – tanto do pessoal da redação quanto dos gráficos – contribuiu também para o aumento dos custos de produção. Além disso, a alta de preço, com o fim dos privilégios cambiais, atingira não só o papel, mas outros materiais essenciais à imprensa, como zinco, chumbo etc. O preço da venda do jornal passou, assim, a ser inferior ao custo da sua produção. O fato de não conseguir equilibrar esse déficit com uma receita publicitária equivalente foi um dos principais fatores de declínio de muitas empresas.

Não se pode esquecer que, nesse mesmo momento, estava ocorrendo uma reorientação da publicidade, sobretudo daquela de produtos de consumo comum (como aparelhos domésticos, móveis, roupas, cigarros etc.), em direção à mídia eletrônica. Talvez por isso, os jornais voltados para o público popular e de classe média tenham sido os que mais sentiram a crise.

### III. O Enunciar Jornalístico e a sua Formalização

*“Se me perguntarem qual é o grande e irreduzível abismo entre a velha imprensa e a nova, direi: - a linguagem. Claro que existem outras dessemelhanças, além da estilística. Tudo o mais, porém, é irrelevante.”*

Nelson Rodrigues

#### 1. Texto – padronização e construção do anonimato

No Brasil, durante muito tempo, jornalismo e literatura se confundiam. Até a segunda metade do século, o jornalismo era considerado um subproduto das belas artes. Não havia um mercado de livros, principalmente de obras literárias. O jornal era, para os escritores, o principal veículo de acesso aos leitores. Foi através do folhetim que Macedo e Alencar adquiriram fama. Em jornal, Machado de Assis divulgou contos, crônicas e mesmo poesias. Muitos ficcionistas passaram pelas redações, alguns colaborando esporadicamente, outros trabalhando de forma regular: Olavo Bilac, Coelho Neto, Arthur Azevedo, Raul Pompéia, Lima Barreto, Euclides da Cunha, Aluísio de Azevedo e muitos outros. A Academia Brasileira de Letras era, de certo modo, um prolongamento da vida jornalística brasileira. Entre os imortais figuravam grandes nomes como Elmano Cardim, Múcio Leão, Raimundo Magalhães Júnior e Assis Chateaubriand.<sup>89</sup>

Ao longo dos anos 50, entretanto, os jornalistas brasileiros foram adquirindo um sentido de categoria profissional diferenciada da dos literatos. Isso não significa que os dois campos (o literário e o jornalístico) tenham se autonomizado totalmente. Muitos escritores ainda eram jornalistas e muitos jornalistas se aventuravam na vida literária (Antônio Callado, Rubem Braga, Raquel de Queiroz etc.). A ABL continuou sendo um lugar de consagração de homens da imprensa, que publicavam – nas horas vagas – ficção. Faziam parte da casa de Machado, profissionais visceralmente ligados à

<sup>89</sup> Na Europa, a situação não era diferente. Figuras literárias de peso, como Balzac, Guy de Maupassant, Alphonse Lamartine, Alexandre Dumas e Victor Hugo, estavam envolvidas com o jornalismo francês, ocupando, muitas vezes, posições dominantes no mundo da imprensa. Nos Estados Unidos, apesar do jornalismo ser muito mais independente do mundo das letras, também havia escritores-jornalistas, como Mark Twain, Walt Whitman, Stephen Crane, Ernest Hemingway e Sinclair Lewis.

imprensa, como Odylo Costa Filho<sup>90</sup>, Peregrino Júnior e Alceu Amoroso Lima. As duas atividades eram muito próximas e o contato entre elas, inevitável.

É bastante elucidativo o comentário da revista *Publicidade e Negócios* (15/10/1952:78):

*“Na História da Literatura Brasileira, publicada em 1888, Silvio Romero afirmava: ‘No Brasil, mais ainda do que em outros países a literatura conduz ao jornalismo e este à política que, no regime parlamentar e até no simplesmente representativo, exige que seus adeptos sejam oradores.’*

*Embora hoje a situação já se haja modificado bastante, havendo mesmo elevado número de bons profissionais que se dedicam exclusivamente à imprensa, não desapareceram os liames entre os elementos citados pelo grande historiador.”*

Na realidade, literatura e jornalismo pertenciam a um mesmo sistema de bens simbólicos, que só se separaram (e se adquiriram uma autonomia relativa) na medida em que foram capazes de constituir mercados distintos, associados a lógicas produtivas diversas. A literatura se aproximou do *campo de produção erudita* e o jornalismo do *campo da indústria cultural* (BOURDIEU, 1992)<sup>91</sup>.

Nesse processo, o jornalismo foi deixando de ser uma “pantomima” da literatura e começou a assumir cânones próprios. Durante muito tempo, os jornais não tiveram uma técnica própria de contar história. Como não havia um paradigma, um modelo a seguir, os jornalistas se espelhavam na literatura, mas seguiam uma gama variada de estilos e não um estilo comum, padronizado. Alguns faziam “nariz de cera”, outros começavam o texto de forma mais firme. Alguns escreviam bem, outros mal. O texto era de responsabilidade exclusiva do redator, que lhe imprimia suas marcas pessoais. O estilo redacional, por isso, variava muito de um jornal para outro e mesmo dentro de um único jornal. Não se pode esquecer que, além disso, havia no jornalismo uma tradição bacharelesca, associada sobretudo aos cursos de direito, o que o fazia também herdeiro de uma certa retórica “empolada” e marcada por um vocabulário pouco usual.

<sup>90</sup> No seu discurso de posse na ABL, em 1970, Odylo Costa Filho afirmou ter orgulho de ser jornalista, além de poeta e escritor. Afirma o vínculo entre literatura e imprensa, ao lembrar que todos os seus antecessores na cadeira número 15 – Gonçalves Dias, Olavo Bilac, Amadeu Amaral e Guilherme de Almeida – eram homens de jornal.

<sup>91</sup> Claro que existe também a literatura de massa, mas esse é um fenômeno, no Brasil, mais recente. Hoje, os liames que separam o erudito, o massivo e o popular são cada vez mais difíceis de demarcar. A esse respeito, cf. CANCLINE, 1990.

Já mencionamos no primeiro capítulo, como as reformas dos anos 50 impuseram ao jornalismo noticioso uma série de restrições formais que diziam respeito tanto à linguagem quanto à estruturação do texto e que tiveram como consequência na padronização do seu estilo. Forjou-se uma nítida separação entre o discurso jornalístico propriamente dito e os discursos de outra natureza, como os ficcionais. E, no interior do espaço jornalístico, passou a ser clara a demarcação entre os espaços de informação, interpretação e opinião.

Em relação à linguagem, impôs-se, sobretudo nos espaços informativos, uma restrição do código. O uso de reduzido número de palavras, expressões e regras gramaticais aumentava a comunicabilidade e facilitava a produção de mensagens, obedecendo a máxima da rapidez. Já mencionamos na Introdução que as novas técnicas estavam associadas a uma certa aceleração da vida moderna, que implicava em uma nova racionalidade tanto da produção quanto do consumo da notícia. Mário Hora (1959), numa conferência sobre Alcindo Guanabara já em 1939, comentava as mudanças do texto jornalístico, chamando atenção para esse aspecto:

*“O exercício do jornalismo, no momento em que vivemos, perdeu um pouco da função doutrinária e erudita que o caracterizou entre nós, na fase histórica que precedeu a Independência e no preparo da abolição do cativo e da proclamação da República. O chamado ‘pão do espírito’, em nossos dias, é fabricado com fermento mais leve e, servido às pressas, a uma freguesia que não pode esperar e não dispõe de tempo para uma deglutição longa e uma digestão demorada. Um artigo de Evaristo da Veiga, de Gonçalves Lêdo ou mesmo de Manoel Vitorino só pode ser lido, hoje, no ambiente dos gabinetes de estudo. O jornalista de agora que estivesse no estilo desses maiores da família periodística não teria leitores, como não o conseguiria um jornal diário vazado nos moldes materiais da imprensa de há um século. A dinâmica dentro da qual se processa um jornal hoje é outra, como outra é a mentalidade dos que o redigem.”* (grifos nossos).

O texto passou, assim, a suprimir ponto de exclamação e reticências; a usar obrigatoriamente a 3ª pessoa; a excluir adjetivos e conceitos que expressassem subjetividade; a usar o verbo, de preferência, no aspecto perfectivo (descrevendo a ação como acabada) e no modo Indicativo; a evitar palavras com função enfática, redundantes ou eufemísticas e a preferir a denotação à conotação. As palavras deveriam ser simples (de uso cotidiano) e as frases curtas.

Havia também regras – que variavam de veículo para veículo – em relação ao uso de aspas, números, siglas, destaque gráfico etc. e o padrão de apresentação dos textos originais à composição. A redação dos textos passou a ser regida pelas máximas da clareza, da concisão e simplicidade:

*“O jornal, não fugindo embora as leis da gramática, não pode transformar-se em boletim clássico da língua ou em inatacável esmerada antologia. Seria inadmissível e monótono, senão mesmo absurdo, porque o jornal não se destina, está claro, a um ente, e sim as massas que para ler e compreender reclamam a simplicidade, o estilo singelo como a água cristalina dos regatos.” (AnBI, 1956-57)*

Quanto à estruturação da narrativa, os jornais passaram a adotar a técnica da pirâmide invertida, que consiste em não narrar os fatos pela seqüência temporal, mas expo-los seguindo a ordem de seu interesse e relevância. Adotou-se também o *lead* norte-americano, que – como já mencionamos no primeiro capítulo – consiste no primeiro parágrafo que reúne os aspectos principais do acontecimento, respondendo às famosas cinco perguntas: quem, fez o que, quando, onde, como e porquê.

O *lead*, nos anos 50, era uma espécie de símbolo do jornalismo moderno. Promovido pelos jornalistas engajados nas reformas, era adotado, na maior parte das vezes, quase como um dogma. Mas havia resistências a essa nova técnica, principalmente, segundo Teodoro Barros, por parte dos profissionais mais intelectualizados. “Para os que estavam começando – e tinham muitos analfabetos – o *lead* era um achado, era uma receita de bolo” afirma ele.

*“Na prática, o lead não teve nenhum sentido de melhorar a redação. Eu, particularmente, odeio o lead. Acho um negócio primário. O lead faz com que todo o texto perca sua graça. Para fazer um texto você tem que se enfiar na camisa de força e responder, quando, onde, porque, como... Todo texto sai igual. Isso foi criado mais em função da dificuldade industrial. Matéria estourando. Você tem que refazer, porque a matéria era feita cronologicamente e o clímax estava no fim. Aí quando estourava era uma zoeira, tinha que recompor, cortar pedaço. E, usando o lead e botando em ordem de importância, estourou, quantas linhas são? Dez, corta dez no pé, não precisa nem ler o que é.” (Teodoro Barros, 17/11/1999).*

Começou-se a adotar também o sublead, que foi um acréscimo brasileiro à técnica norte-americana de abertura de texto. Consistia no segundo parágrafo da notícia, que ou desenvolvia fatos mencionados no primeiro ou agrupava outros cuja importância

era inferior àqueles. Segundo a maior parte dos depoimentos, teria sido inventado por Luís Paulistano, no *Diário Carioca*.

As opiniões sobre a importância e a função do sublead variavam. Alguns o consideravam como um elemento de grande valor na estruturação dos textos. Outros o consideravam apenas um recurso de diagramação, destinado a situar melhor a notícia visualmente dentro da página. Segundo Lago Burnett (*CJ*, n.11, 1968):

*“(...) o sublead não existe. É uma ficção tipicamente regionalista. É uma contrafação puramente estética.(...) A imprensa norte-americana, que primeiro atingiu o estágio do lead, não adota o sub. A imprensa brasileira inventou-o menos por exigência noticiarista do que por imposição estética. Seu efeito é apenas visual e, como objeto decorativo, é prescindível.”*

O *DC*, apesar de ter sido o primeiro jornal a utilizar sistematicamente as novas normas redacionais (tendo inclusive sido responsável pelo primeiro manual da imprensa carioca), nunca foi muito rigoroso na sua aplicação. Este jornal aliava à técnica muita vivacidade e senso de humor. O seu texto era enxuto, objetivo e cheio de picardia. Suas manchetes eram bem marcantes; normalmente usava-se títulos sugestivos, que jogavam com o duplo sentido e com a ironia.

O *JB* era de uma rigidez maior. “*Se você pegar as coleções do JB de 61 e 62, verá que todas as notícias eram iguais. Porque todo mundo usava a mesma fórmula*”, afirma Teodoro Barros. Carlos Lemos em uma instrução interna do jornal, publicada depois nos *Cadernos de Jornalismo* (julho-agosto 1967: 25), identifica o mesmo problema:

*“Uma leitura do Jornal do Brasil, com um mínimo de espírito crítico, nos mostrará que seu texto está muito igual. Quase todas as matérias são escritas dentro de uma fórmula. (...) estamos incorrendo num erro de excesso e tornando o jornal monótono. (...) chegamos a isso para corrigir os excessos de gracinhas, de destaque de ridículos ou de detalhes. De um excesso passamos a outro. Os dois não são bons, pois que nenhum excesso, mesmo o da fórmula perfeita, deve ser adotado.”*

Jânio de Freitas (entrevista 05/5/2000) afirma que, no período em que esteve à frente do *JB*, evitou estabelecer regras rígidas em relação ao *lead*, pois, segundo ele, elas poderiam se tornar fatores anti-criativos:

*“Seguíamos alguns princípios fundamentais, vários deles trazidos do DC porque funcionavam mesmo, nós já tínhamos provado que funcionavam muito bem e nós adotávamos. Nós fizemos um tipo de lead um pouco diferente do lead do DC. Os leads do DC geralmente eram bastante grandes. Eram um pouco à maneira do Paulistano. Nós procuramos fazer um lead no JB menos extenso. E menos denso.”*

Uma conseqüência importante da “tecnização” e padronização do texto jornalístico foi o deslocamento do foco enunciativo do redator para o veículo, e a conseqüente transferência do juízo crítico do repórter para o jornal. Ou seja, houve um processo de institucionalização da opinião, na medida em que esta passou a ser um corolário da empresa.

Os textos anteriores, mais literários, traziam as marcas pessoais do jornalista. Este, aliás, era conhecido por seu estilo e admirado pelo seu domínio da retórica literária. A narração do acontecimento era então tão ou mais importante do que o fato em si. Com a generalização das técnicas redacionais e do uso do *copy-desk* ocorreu a construção de um certo anonimato do redator. Os comentários que reproduzimos a seguir, retirados do *Anuário Brasileiro de Imprensa*, são bastante ilustrativos desse fenômeno:

*“Estamos experimentando atualmente, na imprensa brasileira, uma modificação radical: o grande jornalista está sendo substituído, aos poucos, pelo grande jornal. (...) A grande imprensa deixou de ser o trabalho de um homem para ser o de uma equipe. (...) Incontestavelmente, é mais importante fazer um grande jornal do que escrever uma série de artigos brilhantes. E impõem mais confiança os jornais realizados graças a um esforço de conjunto que os que dependem da pena de um só homem.”*

*“Informar passou a ser a maior preocupação (...) As tiradas literárias, tão ao gosto dos jornais de alguns anos atrás, cedem lugar à reportagem, à notícia telegráfica, ao despacho do correspondente. O artigo de fundo subsiste em seus últimos arquezos e a opinião do jornal passou a cargo de especialistas nos diversos setores das atividades humanas.”*

*“Inegavelmente, os jornalistas já foram mais populares. E se hoje já não encham a imaginação do público com a sonoridade de seus nomes é menos por sua culpa que pelas características que a imprensa moderna vem tomando. Ao ‘grande’ jornalista vem sucedendo agora o grande jornal, que o absorve.” (AnBI, 1950-51: 40 e 58-60, grifos nosso).*

Outros fatores também contribuíram para a perda de popularidade dos jornalistas de imprensa, como a concorrência com o cinema, o rádio e, por último, a televisão. Mesmo que também adotassem as técnicas “modernas” de redação, esses veículos expunham mais a figura de alguns de seus profissionais e acabavam por personalizá-los.

Uma pesquisa realizada, em 1950, pelo *Anuário Brasileiro de Imprensa* baseou-se na pergunta: “Qual o jornalista que o Sr. mais gosta de ler?”. Foram entrevistadas 600 famílias, em cujas residências foram encontrados jornais.

#### JORNALISTAS MAIS LIDOS NO RIO DE JANEIRO – 1950

Jornalistas	classe A	classe B	Classe C	Total
David Nasser	6,5	4,5	2,5	3,6
Benedito Mergulhão	-	4,0	2,0	2,8
Carlos Lacerda	20,5	3,5	-	2,6
Austregésilo de Athayde	2,5	1,5	1,5	1,5
Costa Rego	13,0	1,0	0,5	1,3
Joel Silveira	4,0	2,5	-	1,3
Raquel de Queiroz	4,5	1,5	0,5	1,1
Assis Chateaubriand	6,5	0,5	0,5	0,8
R. Magalhães	1,0	1,5	-	0,7
José Lins do Rego	5,0	1,0	-	0,7
Sem preferência	13,0	59,5	83,5	69,1

Fonte: *Anuário Brasileiro de Imprensa*, 1950-51.

No cômputo geral, Carlos Lacerda ficaria em primeiro lugar, caso os cálculos tivessem sido feitos pela aritmética simples. Mas foi utilizado pesos diferentes para cada classe (1 para classe A, 9 para a B e 10 para a C). Apesar de ser muitíssimo lido na classe A, Lacerda quase não o era pelas classes mais populares. Os dados referentes a 1949 são muitos similares aos de 1950 (A – 2,1, B – 3,8 e C – zero).

David Nasser, que no cômputo geral aparece em primeiro lugar, escrevia principalmente na revista *O Cruzeiro*. Sua popularidade talvez se devesse a fato de ser também compositor de músicas populares<sup>92</sup>, estando constantemente presente em outros meios de divulgação, como o rádio.

Comparemos os dados da pesquisa de 50, com os de pesquisas anteriores.

<sup>92</sup> David Nasser compôs músicas bastante populares, na década de 40, como *Nêga do Cabelo Duro*, *Canta Brasil*, *A Coroa do Rei*, *Serpentina*, *Confete*, *Mamãe* e muitas outras.



### JORNALISTAS MAIS LIDOS NO RIO DE JANEIRO

1947		1949	
Carlos Lacerda	5,0	Carlos Lacerda	5,9
Osório Borba	3,5	José Lins do Rego	3,7
Assis Cahateaubriand	3,2	Osório Borba	3,3
R. Correia de Oliveira	2,6	David Nasser	2,2
David Nasser	2,4	Austragésilo de Athayde	2,1
Jean Manzon	2,2	Joel Silveira	2,0
Macedo Soares	2,2	Rubens Braga	1,4
Costa Rego	2,1	Rafael Correia de Oliveira	1,1
José Lins do Rego	1,8	Raquel de Queiroz	1,1
Austragésilo de Athayde	1,6	Assis Chateaubriand	0,7
Raquel de Queiroz	1,0	Orlando Dantas	0,6

Fonte: *Anuário Brasileiro de Imprensa*, 1950-51.

Lacerda era um dos jornalista mais lido no final da década de 40 e continua a sê-lo, no início dos anos 50, principalmente entre a classe mais alta. Ele escrevia reportagens, mas o gênero com que mais se identificava era o artigo polêmico. Usava, em geral, uma linguagem violenta e agressiva, direcionando-se contra uma pessoa (que poderia ser Vargas, Wainer, Jango ou qualquer outro dos seus desafetos) ou contra uma instituição ou partido político. A sua habilidade em polemizar era grandemente admirada não só entre os leitores, mas também nos círculos jornalísticos e políticos. O mesmo se dava com Assis Chateaubriand. Esses dois jornalistas, entretanto, representavam um tipo de profissional em processo de desaparecimento. Os antigos e populares redatores-editorialistas, conhecidos por seu estilo pessoal e admirado pelo seu domínio da retórica, estavam sendo substituídos pelo jornalista formado em universidade e legitimado por um conjunto de técnicas sistematizadas em um saber profissional.

#### O copy desk

Os *copy-desks*<sup>93</sup> eram redatores especializados, encarregados de redigir ou reescrever as notícias e os comentários, colocando-os de acordo com as regras gramaticais e as orientações estéticas, políticas e econômicas do jornal. Desempenhavam o papel de censores prévios dos escritos, não deixando passar notícias

<sup>93</sup> Em inglês, "copy" quer dizer cópia, manuscrito, exemplar (tudo quanto se escreve para ser publicado) e "desk" significa carteira, mesa. O termo "copy-desk" se referia a mesa na qual se sentavam os "copy-readers", os reescrevedores e revisores de originais. No Brasil, acabou sendo usado também para designar a função e os profissionais que dela se encarregavam. As expressão "copy-readers" era pouco conhecida na imprensa carioca.

inexatas, relatos incompletos ou difamações (que pudessem trazer complicações jurídicas para a empresa). Também checavam as informações conflitantes e eliminavam as repetições. Além disso, poupavam espaço ao jornal, ao condensar as notícias.

Os *copy desks* tiveram um papel central no processo de padronização dos textos informativos. Ao revisar e reescrever as matérias, adaptavam-nas às modernas técnicas e tornavam o jornal como um todo mais homogêneo. A ação desses profissionais afetou inclusive a arte dos títulos. “*Um bom título faz, muitas vezes, a reputação desses profissionais.*”, afirmou o IPI (n.8, 1960).

Luís Alberto Bahia chama atenção para as diferenças do trabalho do *copy desk* na imprensa norte-americana e na brasileira:

*“É preciso esclarecer que não temos no Brasil o copy desk no verdadeiro sentido da palavra, no sentido americano. Costuma-se chamar de copy desk ao trabalho de um redator que apenas melhora um pouco a matéria do repórter. Faz um lead, um título, algumas correções, mas não reescreve totalmente como seria o certo.”*

Na imprensa carioca, essa técnica de “rewriting” ou de revisão foi utilizada pioneiramente pelo *Diário Carioca*, que, sob a liderança de Luís Paulistano, montou uma equipe de *copy-desk* considerada “de primeira”.

*“O Diário Carioca procurava dar uma uniformidade de texto, tendo um copydesk de excepcional qualidade. O repórter tinha a grande função de apurar. Mesmo mal escrito, o copydesk chamava, discutia com ele e refazia o texto. O texto era sempre leve, irônico. O Diário Carioca era especializado em fazer títulos maldosos, para época. (...) E era um jornal, vamos dizer, com o espírito carioca. Tanto que quando ocorre a reforma do Jornal do Brasil, (...) ele simplesmente recrutou todo o copy-desk do Diário Carioca.”* (Teodoro Barros, 17/11/1999).

A uniformização do texto – e o seu decorrente empobrecimento estético – estava na base das críticas que Nelson Rodrigues fazia ao jornalismo moderno e aos *copy-desks*, chamados de “idiotas da objetividade”. Segundo ele, a eliminação dos elementos considerados supérfluos (como o ponto de exclamação, por exemplo) levava à castração emocional do fato. Se o *copy-desk* existisse na época de Moisés, dizia ele, os dez mandamentos seriam reduzidos a cinco.

Nelson Rodrigues criticava também o processo de impessoalização dos textos, de desvalorização da autoria, que chamamos de construção do anonimato:

*“Sou da imprensa anterior ao copidesque. (...) Havia uma volúpia autoral inenarrável. E nenhum estilo era profanado por uma emenda. Jamais. Durante várias gerações foi assim e sempre assim. De repente, explodiu o copidesque. Houve um impacto medonho. Qualquer um na redação, seja repórter de setor ou editorialista, tem uma sagrada vaidade estilística. E o copidesque não respeitava ninguém. Se lá aparecesse um Proust, seria reescrito do mesmo jeito. Sim, o copidesque instalou-se como a figura demoníaca da redação. (...) Aliás, devo dizer que o copidesque e o idiota da objetividade são gêmeos e um explica o outro (...) É o pior é que, pouco a pouco, o copidesque acabou fazendo do leitor um outro idiota da objetividade. A aridez de um se transmite ao outro. Eu me pergunto se, um dia, não seremos cem milhões de copidesques. Cem milhões de impotentes de sentimentos.”*

No entanto, por mais paradoxal que possa parecer, foi justamente com a generalização do *copydesk* (e das novas técnicas redacionais) em jornais como *DC*, *UH* e *Tribuna* que “*criou-se o paradigma de se escrever bem em jornal, coisa que nunca tinha existido. Havia polemistas separados, mas o corpo do jornal era muito mal feito*”, afirma Alberto Dines (15/12/1999). Isto era, por um lado, consequência da estrutura produtiva precária do jornalismo tradicional e, por outro, era reflexo do baixo nível cultural e profissional da maioria dos jornalistas.

### **O Colunismo: o movimento contrário**

Se havia, com as novas técnicas, um movimento de padronização e impessoalização do texto noticioso e construção do anonimato do redator, havia também, no jornalismo moderno, espaços enunciativos que produziam de efeito inverso, favorecendo a subjetividade e a afirmação de alguns nomes no mercado jornalístico.

Assinar uma coluna era ter um espaço nobre na imprensa. Significava adquirir prestígio e notoriedade perante o público e reconhecimento por parte dos seus pares. Mas não se tratava apenas de uma questão de vaidade. O reconhecimento da competência pelos seus colegas e pelos receptores proporcionava relativa segurança ao profissional em caso de demissão ou de insatisfação no jornal onde se trabalhava.

Ter uma coluna significa, além disso, poder fugir da rigidez dos textos informativos, poder desenvolver o estilo pessoal com uma liberdade que não se tinha no noticiário. O formato da crônica – gênero em geral adotado nas colunas – era bastante solto. O escritor fazia comentários livres sobre diferentes tópicos do noticiário da

semana. Mas a liberdade, obviamente, também tinha limites, como dá para perceber claramente pelo comentário de Samuel Wainer:

*“Costumava dizer-lhes [aos jornalistas] que não tinham liberdade para escrever; liberdade era algo que só o dono do jornal poderia ter. O que eu lhes assegurava era independência. Explicava-lhes que jamais seriam obrigados a escrever alguma coisa que contrariasse seus pontos de vista, mesmo em artigos ou reportagens não assinados. Em jornalismo, independência é isso. Mas eu não poderia permitir-lhes que escrevessem algo que afetasse os interesses da empresa.”* (WAINER, 1987:246, grifo nosso).

A divisão entre os gêneros informativo, interpretativo e opinativo passou a ser bem marcada nas páginas dos grandes jornais cariocas. A opinião e a interpretação (ou análise) foram confinadas às páginas e rubricas especializadas. Geralmente, essas seções ou colunas saíam sempre nas mesmas páginas e na mesma colocação. Havia algumas variações devido às necessidades das diferentes edições, mas a estabilidade era a regra. Em alguns jornais esses espaços eram bastante valorizados, funcionando como um elemento essencial de construção de vínculo com o leitor.

Ao mesmo tempo em que criavam valores individuais, as colunas assinadas os associavam ao nome do jornal. Segundo Samuel Wainer, *“para o leitor é muito mais fácil identificar-se com as pessoas em termos individuais do que com as instituições ou empresas. Assim, o leitor que era admirador de Sérgio Porto lia o ‘jornal de Stanislaw Ponte Preta’, outro lia ‘o jornal de Nelson Rodrigues’ ou ‘do João Saldanha’ Era mais íntimo. Era mais fácil.”* (Apud BARROS, 1978:66).

Muitos liam a *Tribuna da Imprensa* menos por seu noticiário e mais para acompanhar os contundentes editoriais de Carlos Lacerda, publicados na quarta página, geralmente ao lado da caricatura de Hilde Weber. O editorial veio substituir, no jornalismo “moderno”, o artigo de fundo, em geral, mais vibrante e menos objetivo. Os textos de Lacerda, entretanto, ainda traziam muito do tom tradicional do publicista e do polemista.

Além dos textos de Carlos Lacerda, havia na *Tribuna* várias outras colunas de política. Ainda na página 4, eram publicadas, em 1950, “Bilhetes do Velho Mundo” de Tristão de Athaíde (Alceu Amoroso Lima) e “Idéias e Fatos” de Gustavo Corção. Na segunda página, saía diariamente “Vozes da Cidade”, com notas sobre deputados, ministros e políticos em geral. Inicialmente, a coluna recebia um certo destaque,

ocupando todo o canto esquerdo superior da página. A partir de 1958, transformou-se em um pequeno *box*, com duas ou três notas. Teve como um dos seus principais redatores Lêdo Ivo.

Em 1954, Prudente de Mores Neto começou a escrever “Os passos perdidos”. Para fugir da influência do avô, primeiro presidente civil do Brasil, e do pai, também uma figura política importante, ele usava o pseudônimo de Pedro Dantas. A coluna, sobre câmara dos deputados e senado federal, saía na quarta página, junto com o editorial de Lacerda. Em 1958, em seu lugar, passou a ser publicada “Congresso e Política” de Nertan Macedo, substituída, em 1960, por “Revista dos Jornais”, que trazia reprodução de trechos de notícias de outros jornais e artigos de Zuenir Ventura, Stefan Baciou e outros.

Outra coluna política importante foi “Tribuna Parlamentar”, assinada por José Duarte Filho até 1958. Era publicada dentro de um *box*, no canto superior esquerdo da página 3.

A área cultural também tinha destaque na *Tribuna*. Em 1950, uma vez por semana, a página 5 era dedicada exclusivamente à música. Havia várias colunas, como “Música em discos” (de Francisco Mianone), “Panorama” (de Person de Mattos), “Folclore e música popular” (Enegê), “Polifonia” e “Consultório”. Em agosto, essa página se transformou numa coluna diária, “Música”, assinada por Edino Krieger. Em agosto de 1952, foi assumida por Mário Cabral. Em 1956, Eduardo Silveira assinava “Pick up”.

Na página 7 ou 8, saía a coluna “Cinema”, trazendo crítica de um filme e a programação. Em 1950, era assinada por Juan Arregui e, em 1952, por Danilo Ramirez, até que, em 1954, passou para as mãos de Ely Azeredo. Junto essa coluna, era publicado “Teatro”, inicialmente assinada por Claude Vicent, mas, a partir de 1956, por João Augusto. Em 1958, começou a ser escrita por Bárbara Heliadora e, em 1960, por Cláudio Bueno Costa. Todos trabalhavam a partir da mesma estrutura, da crítica de espetáculos.

“Desfile” era uma seção, ilustrada com fotografias, que trazia a crônica ficcional de Maluh Ouro Preto, o registro social (casamento, aniversários etc.), a previsão do tempo e “Entre mulheres” (coluna social dirigida ao público feminino). Em agosto de 1954, tornou-se uma coluna assinada por Sérgio Porto (substituído por José Luís de Macedo, em 1956). Tratava-se de um conjunto de pequenas narrativas de casos engraçados (alguns ficcionais, outros envolvendo pessoas reais).

Sobre esporte, havia “Bate-bola com Cavaca”, “Rodapé” (de Araújo Neto), “O espelho da rodada”(de Mário José) e “Indócil na fita” (de Celso de Castro). “Assunto do dia” trazia, em 1950, a crônica de Araújo Neto sobre futebol, mas em 1960 se tornou uma coluna de política, assinada por Stefan Baciou.

O *Diário Carioca* também dava destaque editorial aos artigos e colunas assinadas. Na política, uma das marcas do jornal era os textos de J. E. de Macedo Soares e os de Danton Jobim, publicados, durante toda a década de 50, na primeira página. Os dois editorialistas se revezavam. Às terças, quartas, quintas e sábados, escrevia Macedo Soares e às sexta e domingos, Danton Jobim. Nesse mesmo período, Carlos Castelo Branco assinou “Diário de um repórter”, pequenas notas publicadas na página 3 ou 4 do primeiro caderno. Outro destaque era “Da bancada da Imprensa”, assinada por Pedro Dantas (Prudente de Moraes Neto). A coluna saiu até 1954, na página 4 (reservada à opinião), ao lado do editorial.

A cultura também era uma área muito privilegiada pelo *DC*. A crítica de teatro ficava a cargo de Sábato Magaldi, que escreveu, até 1954, na página 6 do primeiro caderno. De 1954 a 1958, ele foi substituído por Francisco Pedreira da Silva e, a partir de 1958, por Paulo Francis. O cinema era responsabilidade de Décio Vieira Otoni, que publicava crítica sobre filmes nas páginas 6 ou 7. “As artes” era assinada por Antônio Bento e “Literatura” por José Firmo. Esta última coluna trazia um *box* com comentários sobre escritores e poetas.

Em 1950, Sérgio Porto assinava “Discos em revista”, no segundo caderno da edição dominical do *DC*. Mais tarde, em 1952, escrevia “Boites e shows”, coluna sobre espetáculos, na página 6 do primeiro caderno. Em 1954, já assinava como Stanislaw Ponte Preta a famosa coluna “O Rio se diverte”.

Aos domingos, saía a seção “Letras e Artes”, ocupando as páginas 2 e 3 do segundo caderno. Ali, publicava-se textos de Otto Maria Carpeaux, Sérgio Buarque de Holanda, Rubem Braga, Lago Burnett e outros e as colunas “Depoimento” (em que um artista ou escritor falava sobre sua experiência profissional), “Perspectiva” (com uma crônica) e “Ponto de Vista”, de Carlos Castelo Branco (crítica literária), e “Opinião” (crítica de teatro).

No início dos anos 50, Fernando Sabino assinou “Entrelinhas”, crônica ficcional publicada, durante a semana, na página 6 do primeiro caderno e, aos domingos, na página 10. Em 1952, ele foi substituído por Paulo Mendes Campos, com sua coluna “Primeiro Plano”.

Na crônica social, o destaque foi Manuel Bernardez Müller (ou Maneco Muller, como era conhecido), que realizou uma verdadeira revolução no gênero. A sua coluna era composta por notas curtas, assinadas por Jacinto de Thormes, seu pseudônimo. Ele mesmo comenta o seu trabalho:

*“Resolvi seguir o modelo norte-americano de crônica social “quem é quem?”. Era preciso acabar com a tradição de que o cronista social não passava de um afeminado que só fazia elogios, usando palavras francesas ou inglesas, conforme a ocasião. Parti do princípio de que a crônica social, antes de mais nada, era jornalismo e que eu devia escrever, e não agradar a uma meia dúzia de amigos ou de figuras de prestígio.” (PN, 20/5/1953: 60).*

Maneco Müller começou sua carreira na *Folha Carioca*, mas logo depois foi levado por Prudente de Moraes Neto para o *Diário Carioca*, onde ele teve liberdade para acabar com o formalismo da crônica social e transformá-la em coluna de interesse jornalístico. Seus textos saíam na página 6 do primeiro caderno e eram, geralmente, acompanhados de ilustrações fotográficas.

Quando Maneco Müller deixou o *Diário Carioca*, em 1955, o jornal convidou Mauro Valverde (Jean Pouchard) para assinar a coluna social. Em 1959, seria lançado, sob sua direção, a *Revista da Sociedade*, um suplemento dominical, com 8 páginas, exclusivamente voltado para a cobertura social. O *DC*, na realidade, apenas distribuía a revista. A equipe era chefiada e paga diretamente por Pouchard, que ganhava 10% de toda a publicidade. O *copy desk* era formado por Luiz Paulistano e José Ramos Tinhorão; os redatores eram Haroldo Damásio, Antônio Carlos, Nelson Jorge de Souza e Eli Moreira; e os fotógrafos eram Alaor Barreto e Michael David.

O jornal que mais explorou a fórmula do colunismo não foi, entretanto, nem a *Tribuna* e nem o *DC*, mas a *Última Hora*. Havia coluna de praticamente tudo no jornal de Samuel Wainer: política, polícia, economia, esporte, turfe, restaurante etc. Essa foi uma estratégia adotada para romper com a resistência dos jornalistas, que inicialmente se recusavam a trabalhar em *UH* por este estar fortemente associado ao nome do ex-ditador Getúlio Vargas.

Algumas colunas de *UH* eram muito famosas e quase se confundiam com a “personalidade” do jornal. Para começar, podemos mencionar “A vida como ela é...” de Nelson Rodrigues, que renovou a linguagem da crônica brasileira. Ele escreveu a seção

por 10 anos (de 1951 a 1961), “*dia após dia, com uma pertinácia monótona e desesperadora*”.

Nelson trabalhava na seção de esportes – como, aliás, quase toda a família Rodrigues<sup>94</sup> –, quando Wainer lhe propôs escrever também uma coluna diária baseada num fato da atualidade, de polícia ou comportamento. A recomendação era que Nelson se baseasse nos assuntos do dia, a partir de uma pauta que lhe seria entregue por Paulo Silveira, chefe de reportagem. Mas logo no terceiro dia, começou a inventar as histórias<sup>95</sup>.

Em maio de 1957, além de “A vida como ela é...”, Nelson Rodrigues escrevia diariamente outras duas seções em *UH*: “Minha vida sem pecado” (sob o pseudônimo de Suzana Flag) e “Nelson Rodrigues fala de esportes”. Alguns anos depois, o cronista iria para *O Globo*, onde assinaria as colunas esportivas “Meu personagem da semana” (publicada também em *UH*, em 1960), “À sombra das chuteiras imortais”, “Futebol é paixão” e “A batalha”. No jornal dos Marinho, Nelson escrevia ainda “Histórias de amor”, uma espécie de reedição de “A vida como ela é...”, e “As Confissões de Nelson Rodrigues”, uma continuação das suas “Memórias”, publicadas no *Correio da Manhã*, de fevereiro a maio de 1967.

Outro grande colunista de *UH* foi Sérgio Porto, que escrevia a crônica do *show business*, de uma forma muito semelhante a que ele fazia no *DC*. Em “Reportagem de bolso”, divulgava as “certinhas”, as mulheres bonitas e glamurosas, geralmente moças dos shows do Copacabana, do Carlos Machado e etc. Entre elas estavam Norma Benguell, Beth Faria, Berta Loran, Carmen Verônica e Angelita Matinez. Sérgio Porto fazia também sátiras dos costumes e da vida política nacional. Possuía um texto leve, impregnado de fino humor e ironia.

Ao lado de Nelson Rodrigues e de Sérgio Porto, Antônio Maria era um dos mais importantes colunistas da imprensa carioca. Em 1951, ele começou, em *O Jornal*, a fazer a crônica do Rio noturno na seção “O jornal de Antônio Maria”. Em 1954, começou a assinar “A noite é grande” no *DC*. A coluna era publicada num *box* na página 6 do primeiro caderno. Em 1955, Maria passou também a escrever diariamente

<sup>94</sup> Com exceção de Mário Filho – na época diretor do *Jornal dos Sports* e editor do esportes de *O Globo* – quase toda a família de Mário Rodrigues (fundador dos jornais *A Manhã* e *Crítica*) trabalhou em *UH*. O chefe da seção esportiva era Augusto Falcão Rodrigues, irmão de Nelson. (Não confundir com outro Augusto Rodrigues, o caricaturista, seu primo, que também trabalhava no jornal de Wainer.) As seis irmãs – Stela, Maria Clara, Dulce, Elza, Helena e Irene – colaboravam sobretudo com o suplemento feminino.



# BARNABÉS: GREVE BRANCA PARA EXIGIR A CLASSIFICAÇÃO

LEIA NA TERCEIRA PAGINA

## STANISLAW PONTE PRETA ESCOLHEU ENTRE CEM As Dez Mais Certinhas de 59



ROSE RONDILI



CONCHITA MASCARENHAS



CARMEN VERÔNICA



IARA LEX

### ESTENDEU-SE AO RIO A ONDA TERRORISTA:

## Polícia Atenta Esmagará Qualquer Agitação Nazista!

Fretador brasileiro foi detido ontem pela Chapa de Polícia a todo o Rio, determinando a polícia medidas para evitar no momento a onda nazista visando a Alemanha. O detido foi encontrado em São Paulo, Minas e Rio Grande de Sul, atuando em todo o Brasil. Ele não foi preso porque estava viajando rumo ao Rio de Janeiro e o Detetive (foto) da Divisão Especial com uma foto sua, em São Paulo, recebeu o indulto, porém a polícia brasileira não tem o direito de libertar o estrangeiro. — (Lata na pag. 5)



### ENQUANTO BARNABÉS LUTAM PELOS ATRASADOS

# PDF GRATIFICOU COM 220 MILHÕES ONTEM OS SEUS PROTEGIDOS

(Lata na Terceira página)

Ano IX — Rio de Janeiro, Sexta-Feira, 8 de Janeiro de 1960 — N.º 2.922

## Ultima Hora



### VEM AO RIO TOMAR PARTE NO JÚRI DE AIDA CURI:

## CÁCIO MURILO, TESTEMUNHA DE ACUSAÇÃO!



### Final Trágico Para o Drama de Teresópolis: Encontrado o Corpo da Menina Adoración!

Este pontualmente encerrado o drama que durante muitos dias, abalou Teresópolis, foi encontrado o corpo da menina Adoración, de 4 anos de idade, desaparecida desde o sábado dia 30 e que se acredita ter sido levada para a mata. A menina foi encontrada na mata próxima ao bairro de São Francisco, próximo à Igreja da União Ancestral. A filha estava com as mãos atadas que foram rasgadas pelo pai da menina, mas sua mãe conseguiu apanhar rapidamente o corpo. (Lata na pag. 5)



Uma foto tirada em Teresópolis, Rio de Janeiro, no dia 30 de dezembro, mostra a filha de Aida Curi, a menina Adoración, desaparecida, com as mãos atadas. (Lata na página 5)



### Roubo de Carros: "Rititi", Chefe da "Gang", Ainda Livro

LEIA NA TERCEIRA PAGINA

**Zero Hora**  
 JK TEM ALTA  
 O presidente da República, Juscelino Kubitschek, chegou ontem ao Rio de Janeiro para o seu primeiro encontro com o governador do Estado, Carlos Tinoco. O encontro ocorreu no Palácio do Rio Branco, às 10 horas da manhã. O governador Tinoco recebeu o presidente em um momento de grande cordialidade. O presidente falou sobre a situação política e econômica do Brasil e a importância do Rio de Janeiro para o desenvolvimento do país. O governador respondeu que o Estado está pronto para colaborar com o governo federal e que o Rio de Janeiro é uma cidade que sempre foi um ponto de encontro entre o Brasil e o mundo.

**BELEZA VS CALOR NO "GOLDEN ROOM"**  
 A Sociedade de Turismo Adjacentes promove o "Golden Room", um programa de férias para quem quer relaxar e aproveitar o calor do verão. O programa oferece um ambiente agradável e confortável, com tudo o que é necessário para uma ótima estadia. O "Golden Room" é um lugar ideal para quem quer passar as férias em um ambiente de beleza e conforto. O programa é aberto a todos e oferece uma oportunidade única de relaxar e aproveitar o calor do verão.

**"VALE TUDO" NA POSSE DA DIRETORIA DA UME**  
 O Conselho de Administração da UME (União Metropolitana de Educação) realizou ontem a posse da nova diretoria. O novo presidente é o Sr. João de Deus, eleito por unanimidade. A nova diretoria se compromete a trabalhar para o melhor da instituição e a proporcionar uma educação de qualidade para todos os alunos. A posse foi realizada em um momento de grande solenidade e contou com a presença de muitos convidados.

**PROFESSORAS AO SENADO: "QUEREMOS LETRA 'O'!"**  
 As professoras do Rio de Janeiro realizaram ontem uma manifestação em frente ao Senado Federal, exigindo a inclusão de uma letra "O" no nome do cargo. As professoras afirmam que a inclusão da letra "O" é necessária para garantir a igualdade de direitos entre elas e os outros membros do Senado. A manifestação foi pacífica e contou com a presença de muitas professoras de todo o Rio de Janeiro.

LEIA NA TERCEIRA PAGINA

# Ike Promete Prosperidade Sem Precedentes Aos Americanos

LEIA NA PAGINA 61

em *O Globo* “Mesa de Pista”. A noite da Zona Sul carioca - com suas boites e hotéis luxuosos - era o tema das duas colunas, publicadas diariamente. Maria fazia comentários diversos, desde fofocas sobre personalidades, até dicas gastronômicas. Às vezes, respondia também a cartas de leitores, sempre com muito humor e fina ironia. A partir de 1958, passou a assinar a coluna “O Romance Policial de Copacabana”, trazendo o pitoresco e o trágico da crônica policial do então mais elegante bairro carioca.

Em meados de 1959, Antônio Maria foi para a *UH*, levando sua coluna “Romance Policial em Copacabana”. Nesse jornal, criou a famosa expressão “mal amadas” para se referir ao exército de mulheres que acompanhava a carreira de Lacerda de forma idolatrada. O próprio Lacerda (1987:263) comenta o fato:

*“As ‘mal amadas’, segundo Antônio Maria, seriam criaturas que não eram suficientemente amadas pelos respectivos maridos ou namorados e que fixavam em mim, como um mito, assim, machista. Era essa a intenção dos que usavam o termo pejorativamente. Era como se você dissesse ‘as solteironas’.”*

É interessante notar que os casos policiais tinham um destaque muito grande nas colunas de *UH*, maior do que o que lhe era dado no noticiário. Além das colunas de Nelson Rodrigues e de Antônio Maria, havia inúmeras outras, como “Coisas que acontecem” (de Josina Moreira) e “Nas rondas das ruas”, ambas publicadas em 1952. Em 1956, apareceriam “Coisas da vida e da morte” e “Palco da vida” e, em 1960, “Cidade Nua” (de Pinheiro Júnior).

O columnismo social de *UH* ficava sob a responsabilidade de Maneco Müller. Quando Samuel Wainer organizou a equipe de *Última Hora*, lhe ofereceu um ordenado de 25 mil cruzeiros - um dos mais altos do jornal - para ele escrever diariamente a coluna “Na hora H”. Ele aceitou, mas não abandonou o *DC*; passou a trabalhar simultaneamente para os dois jornais.

Em agosto de 1956, a *Última Hora*, rompendo os limites do *grand monde*, criou a crônica social da Zona Norte: “Luzes da Cidade”. A vida dos subúrbios e seus personagens (da pequena burguesia) eram descobertos por Carlos Renato e Leda Brandão Rahl, que freqüentavam clubes populares, como o de Ramos, do Méier, de Bonsucesso etc. No início, ocupava de cima em baixo o lado esquerdo da página sete.

<sup>95</sup> Assim definiu Nelson Rodrigues (1993:68) a sua coluna: “Se as novas gerações me perguntassem o que era “A vida como ela é...”, diria: Era sempre a história de uma infiel”.



Em 1958, passou a ser publicada no UH tablóide, não tendo nem página e nem tamanho fixo. No dia 04 de janeiro, a coluna fez um balanço de seus 18 meses:

*“Sabe-se que esta seção é dirigida a uma parte da cidade que a crônica esquecia. E, no entanto, vejam vocês: o que chamamos de zona norte tem uma vida intensa e ininterrupta. Um permanente elã. Um enorme dinamismo social. Como é linda, como é fulgurante, uma festa na Tijuca ou no Méier, ou no Grajaú, ou no Jacarepaguá. (...) Luzes da Cidade soube captar o encanto imortal de tantas pequenas, que muitas vezes não chegamos a perceber no tumulto das ruas. Ao longo desses 18 meses, percorremos centenas de clubes, de reuniões sociais, assistimos ao nascimento de flertes, de namoros, de romances e de idílios. E descobrimos certos bairros, que na sua doçura secreta são de um encanto intraduzíveis.”*

Sobre economia, a coluna de maior repercussão foi o “Barômetro Econômico”, não assinada, mas geralmente escrita por Otávio Malta. Na política, destaca-se “O Dia do Presidente”, publicada diariamente na página 2 ou 3. Escrita por Luís Costa, a coluna acompanhava as atividades de Getúlio Vargas, diretamente do Palácio do Catete, registrando não apenas os seus atos administrativos, mas também seu comportamento humano. Trazia informações, anedotas e acontecimentos engraçados.

A coluna adquiriu tanto prestígio que o *Correio da Manhã* fez um editorial a seu respeito, intitulado “O Dia do Presidente, essa nova instituição nacional”. Segundo relata Samuel Wainer, alguns políticos chegavam a oferecer fortunas para ter seu nome citado nessa coluna. A seção foi fundamental para o jornal atingir um dos seus objetivos centrais: a quebra do silêncio da imprensa em relação a Getúlio Vargas. Devido ao seu sucesso, os outros jornais acabaram sendo obrigados a também colocarem repórteres cobrindo o Catete. Até então o noticiário era feito integralmente a partir do boletim oficial (o noticiário da Agência Nacional).

Ainda sobre política, foi criada, em 1955, “Retrato sem retoque”, seção diária de Adalgisa Nery (ex-mulher do pintor Ismael Néri, então casada com Lorival Fontes), que já havia trabalhado com Wainer em *Diretrizes*. O seu estilo era extremamente irônico e agressivo. Havia também as crônicas de Marques Rabelo, “Correio Europeu” (publicada na página 4) e “Conversa do dia” (publicada em um pequeno *bax*, em diferentes páginas), em janeiro de 1952. Em 1960, quando a nova capital federal foi inaugurada, UH criou a “Coluna de Brasília” (de Otacilio Lopes) e “Coluna do Planalto” (de Dilson Ribeiro).

Uma das colunas mais originais do jornal foi “Fala o povo na UH”, assinada por Renato Correia de Castro, com o pseudônimo de Marijô. A seção, publicada na página 2 do segundo caderno, trazia reivindicações e queixas populares. Renato Castro tinha uma mesa na redação, na qual atendia a população e anotava as suas reclamações numa linguagem bastante extravagante, irreverente, mordaz e repleta de neologismos. Acompanhavam o seu texto ilustrações de Octávio.

Marijô também assinava uma coluna sobre rádio, chamada “Ondas e ondas”. Em cultura, aliás, merecem destaque os artigos sobre cinema de Vinícius se Moraes, publicados na página 3 do segundo caderno, no início de 1952. Nessa época, eram publicadas também “Mexericos de Hollywood” (assinada por Philip Guish), “Microfone aberto” (com informação sobre a programação de rádio e lançamento de discos e notas sobre artistas) e “De noite e de dia” (da cantora Linda Batista). No segundo semestre, apareceram “Ronda dos filmes” (crítica e dicas sobre programação de cinema, assinada por uma tal de Mary) e “Ronda de discos” (de Paulo Medeiros). Essas duas colunas se mantiveram até pelo menos 1954. Em 1958, “Notas de Crítica”, sobre literatura, era eventualmente assinada por Nelson Werneck Sodré. Em 1960, a crítica de teatro passou a ser assinada por Paulo Francis.

UH teve várias colunas de esportes: “Nelson Rodrigues fala...”, “Boa Bola” (Augustus), “A Nata Internacional” (Albert Lawrence), “Tiro e queda” (Giampaolt Pereira), “Comentário” (Luiz Rigoni), na “Reta final” (Wilson de Figueiredo), “Sportscope” (Geraldo Escobar), “Analisando o programa” (Júlio de Aquino), “Hora, bolas” (Everado), “Francamente” (Albert Lawrence) etc.

No *Jornal do Brasil*, antes da reforma, praticamente não existiam colunas assinadas. No período pesquisado apareceram apenas cinco: “Nos bastidores do mundo” (sobre política internacional, assinada por Al Neto), “Comentário” (de Lausimar Laos) “Coquetel” (crônica social de Maria Eugênia Celso), “Respondendo e aconselhando” (do médico Campos de Rezende) e “Perfis musicais” (de Beatriz Leal Guimarães).

Em 1956, várias colunas foram criadas e outras já existentes passaram a ser assinadas. A maioria delas, entretanto, se referiam apenas à cultura. Clóvis de Castro Ralmon passou a escrever sobre cinema, sendo substituído, em 1958, por Paulo Francis e, logo depois, por Geraldo Queiroz. Renzo Massarani falava sobre música, Mário Nunes sobre teatro e Haroldo Bruno sobre literatura. Fernando Sabino publicava diariamente, na página 7, suas crônicas ficcionais.

Foi só nos anos 60 que o colunismo ganhou, realmente, impulso no *JB*. Nessa década, entrariam para o jornal os três colunistas que seriam a sua marca registrada: Zózimo Barroso do Amaral (na crônica social), Armando Nogueira (nos esportes) e Carlos Castelo Branco (na política).

## 2. Imagem – Revolução visual

Os jornais “modernos” publicavam, em geral, um número bem maior de fotografias e ilustrações do que os jornais tradicionais. Além disso, as imagens assumiam proporções maiores, ocupando espaços mais significativos na composição das páginas. Mas a grande revolução visual do jornalismo não foi quantitativa, mas qualitativa. Faremos, a seguir, alguns comentários a respeito dessas mudanças.

### O desenvolvimento do fotojornalismo

Apesar da fotografia estar presente no jornalismo desde o final do século XIX, o fotojornalismo<sup>96</sup> se desenvolveu, no Brasil, apenas no pós-guerra, nas revistas ilustradas, sobretudo em *O Cruzeiro* e na *Manchete*. Essas publicações – que se espelhavam nos modelos estrangeiros de *Vu*, *Look*, *Life*, *Paris Match* e outros – tiveram o seu apogeu nos anos 50. Nesse contexto, merece destaque a atuação de profissionais como José Medeiros, Jean Manzon, Luciano Carneiro, Eugênio Silva, Roberto Maia, Luiz Carlos Barreto, João Martins e Eduardo Keffel.

Uma série de desenvolvimentos tecnológicos permitiu o desenvolvimento da fotografia como um gênero autônomo no interior do jornalismo. Já em 1925, a Leica lançou no mercado internacional modelos de câmeras 135, que além de seu formato e peso reduzidos, traziam uma série de inovações, como objetivas intercambiáveis e filme de rolo de 36 poses (COSTA, 1993:78). Após a II Guerra, a Kodak (EUA) e a Ilford (Alemanha) desenvolvem novos filmes, mais sensíveis, reduzindo o efeito da granulação e possibilitando ao fotógrafo dispensar o uso do *flash* (BAHIA, 1990:132).

As máquinas fotográficas de grande formato, como *Speed Graphic*, começavam a cair em desuso. A tendência era a utilização de máquinas de médio formato, do tipo reflex (como a *Rolleiflex*) e da de formato 135, como a Leica.

As câmaras portáteis e os filmes sensíveis, ao dispensavam os tripés, o *flash* e as exposições prolongadas, traziam inúmeras vantagens para o fotógrafo de imprensa, como maior mobilidade e agilidade na captação das imagens. As novas tecnologias

<sup>96</sup> Helouise Costa (1993) faz distinção entre o que seria “fotografia de imprensa” e “fotojornalismo”. O primeiro termo se refere à fotografia que era utilizada na imprensa apenas como ilustração, como um

permitted também que o repórter entrevistasse pouco na cena, agindo de uma forma menos intrusiva e mais discreta.

Nascia, assim, uma nova proposta estética para a fotografia de imprensa, baseada em abordagens mais naturalistas. A essa proposta estava ligada uma escola de fotógrafos, que tinha como filosofia básica a “honestidade intrínseca da fotografia como veículo de informação”. A sua principal regra – a utilização da luz ambiente – se tornou, em pouco tempo, uma norma geral para os repórter es fotográficos.

Houve, entretanto, nas redações algumas objeções à nova proposta. Alguns profissionais se opunham ao uso das câmaras de pequeno formato, porque provocavam uma perda de qualidade na imagem. Dizia-se que se tratava de câmaras “de brinquedo”, de amadores. Havia resistência também por parte de alguns proprietários e diretores de jornal, como recorda Flávio Damm (PN, 27/6/1960):

*“O hermetismo dos proprietários de empresas jornalísticas, porém teimou em renegar o valor devido aos trabalhos assim feitos, embora toda a imprensa mundial de jornal e revista já adotasse as máquinas 35 mm, sempre que possível sem flash. No Brasil, pôs-se a maior restrição possível a nova técnica. Resultado, os fotógrafos da nova escola viam-se obrigados a mentir, a dizer quando de volta das reportagens que o flash tinha quebrado, só assim justificavam não terem trabalhado como deviam, embora incompreendidos. Felizmente a técnica sem flash acabou vencendo no Brasil, apesar de tudo. Hoje, o imitadíssimo JB, faz uso costumeiro da foto sem flash em sua 1ª página, muitas delas tiradas com máquinas 35 mm.”*

Nessa mesma época, a imprensa começou a fazer uso de fotos mais dinâmicas e de seqüências fotográficas. O novo conceito de fotojornalismo incorporava a idéia do instantâneo, do flagrante. Herdeiro do conceito de “momento decisivo” desenvolvido por Henri Cartier-Bresson<sup>97</sup>, o flagrante procurava fixar o momento exato do acontecimento, tentando apanhar em uma só imagem o essencial da cena.

É importante lembrar que nessa época, os jornais brasileiros (sobretudo os cariocas) estavam investindo na aquisição de máquinas. A compra de novas rotativas e o reaparelhamento de oficinas, permitiu uma melhora considerável na qualidade de impressão das imagens. A maioria dos jornais, além disso, começou a montar

---

apêndice do texto, enquanto fotojornalismo designa um tipo específico de fotografia, com uma linguagem própria, adaptado às demandas do jornalismo moderno.

<sup>97</sup> Cartier-Bresson fundou, junto com Robert Capra, David (Tin) Seynour e George Rodger, em 1947, a Magnum.



departamentos fotográficos e arquivos com imagens de pessoas e acontecimentos importantes. Nesse processo, merece destaque a *Última Hora*, que montou um sofisticado laboratório (extremamente bem equipado para os padrões da época) e o entregou ao comando de Roberto Maia.

Na nossa pesquisa, tentamos identificar nos quatro jornais estudados o reflexo dessas inovações da fotografia, tanto em termos de espaço dedicado, quanto em termos de linguagem (novas possibilidades narrativas).

A partir da relação que o discurso fotográfico estabelece com o real que ele representa, tanto do ponto de vista do **enunciado** (conteúdos referenciais e semânticos), quanto da **enunciação** (suas formas de apresentação), identificamos três tipos de fotografias nos jornais estudados: a **ilustrativa-posada**, a **situacional-posada** e a **situacional-flagrante**. Trata-se, obviamente, de categorias de análise, que não devem ser tomadas como absolutas, mas apenas como indicativas de algumas tendências do fotojornalismo dos anos 50.

A fotografia foi considerada **ilustrativa-posada** quando o personagem retratado apareceu descontextualizado, quando não houve referência direta nem à situação, nem ao acontecimento narrado. Trata-se do padrão tradicional da fotografia de imprensa, que apresentava baixa carga informativa e cujo conteúdo se encontrava em redundância em relação ao texto, servindo apenas como um recurso visual ou elemento de composição da página. Seu repertório era, normalmente, restrito a retratos e paisagens.

A foto **situacional-posada** era aquela que, apesar de remeter ao contexto narrado, não apresentava nenhum ponto de vista próprio sobre os acontecimentos. Era posada na medida em que (como no tipo anterior) se baseava numa certa “cumplicidade” com o objeto fotografado, na medida em que o personagem retratado *oferecia* sua imagem conscientemente à objetiva do fotógrafo.

A foto **flagrante-situacional** privilegiava a situação, o “momento decisivo”. Caracterizava-se por relacionar elementos de um contexto e ofertar uma narrativa, ainda que fragmentada. Algumas vezes, assumia um caráter testemunhal, cujo valor se definia por mostrar o instante do acontecimento (acidente, catástrofe etc.), valorizando a capacidade do jornalista de estar presente no seu local e hora exatos. Trata-se de uma modalidade paradigmática do fotojornalismo moderno.

**Diário Carioca – Análise das fotografias**

Ano	Total	ilustrativas posadas	%	Situacionais posadas	%	situacionais flagrantes	%
1950	367	241	65,6	71	19,3	55	14,9
1952	282	192	68,0	50	17,7	40	14,1
1954	302	220	72,8	55	18,2	27	8,9
1956	211	143	67,7	48	22,7	30	14,2
1958	387	250	64,5	65	16,7	72	18,6
1960	319	231	72,4	39	12,2	49	15,3

**Última Hora – Análise das fotografias**

Ano	Total	ilustrativas posadas	%	situacionais posadas	%	situacionais flagrantes	%
1950	-	-	-	-	-	-	-
1952	661	471	71,2	73	11,0	117	17,7
1954	535	266	49,7	159	29,7	110	20,5
1956	613	371	60,5	139	22,6	103	16,8
1958	693	511	73,7	102	14,7	80	11,5
1960	222	116	52,2	31	13,9	75	33,7

**Jornal do Brasil – Análise das fotografias**

Ano	Total	ilustrativas posadas	%	situacionais posadas	%	situacionais flagrantes	%
1950	113	92	81,4	19	16,8	2	1,7
1952	106	62	58,4	39	36,7	5	4,7
1954	139	81	58,3	42	30,2	16	11,5
1956	182	140	77,0	31	17,0	11	6,0
1958	464	311	67,0	110	23,7	43	9,3
1960	404	281	69,5	50	12,4	73	18,1

**Tribuna da Imprensa – Análise das fotografias**

Ano	Total	Ilustrativas e posadas	%	Situacionais e posadas	%	Situacionais e flagrantes	%
1950	179	135	75,4	13	7,3	31	17,3
1952	414	355	85,7	36	8,8	23	5,5
1954	444	311	70,0	97	21,9	36	8,1
1956	504	379	75,2	87	17,3	38	7,5
1958	402	276	68,7	40	9,9	86	21,4
1960	261	148	56,7	59	22,6	54	20,7

A partir das tabelas apresentadas podemos chegar a algumas conclusões em relação à enunciação fotográfica dos quatro jornais estudados. O DC apresentou um padrão de comportamento bastante estável ao longo da década. Utilizava poucas fotografias, sendo a maioria (em torno de 60 a 70%) ilustrativas-posadas. As situacionais-flagrantes representavam apenas cerca de 15% do total das fotografias impressas no jornal.

As imagens fotográficas, entretanto, não podem ser interpretadas isoladamente em relação ao conjunto de estratégias discursivas de um jornal. Os sentidos de uma fotografia são resultado também das relações que ela mantém com a diagramação e com a sua legenda. Nesse sentido, é importante observar que o *DC* utilizava recursos de edição bastante originais, tendendo a compensar com a linguagem verbal às suas precariedades visuais. Manchetes e legendas criativas e bem humoradas, que produziam sentidos outros para as fotografias, eram usadas com bastante frequência.

O *JB* pré-reforma utilizava poucas fotografias. Em 1952, por exemplo, o jornal publicou apenas cerca de 15% da quantidade de fotos publicadas, no mesmo período, em *UH*. Além disso, as imagens eram, na sua maioria, ilustrativas-pousadas. Só em 1950, essa modalidade de enunciação foi utilizada em mais de 80% das fotos do jornal. O flagrante era praticamente inexistente (1,7%).

Depois da reforma, entretanto, a quantidade de fotografia no jornal teve um aumento impressionante. Em 1958, foram publicadas cerca de 400% de fotos a mais do que dois anos antes, tendo subido também o número de fotos situacionais. No *JB*, como afirmou Amílcar de Castro, a fotografia passou a ter identidade própria, “*causando uma revolução à parte dentro da revolução da empresa*” (Apud BAHIA, 1990:381).

A fotografia esteve no centro de alguns acontecimentos importantes da história do jornal. Talvez um dos mais importantes tenha sido o episódio de agosto de 1958 (já comentado no primeiro capítulo) da foto de Antônio Andrade, que abalou o governo JK e levou à demissão do editor-chefe, Odylo Costa Filho.

Segundo Lessa (1995:36), na segunda fase da sua reforma, sob a direção de Jânio de Freitas, o *JB* teria passado a privilegiar as fotos denotativas, mais objetivas, evitando a linha seguida pelo *Diário Carioca*, que preferencialmente editava de forma poética ou gaiata. Entretanto, nesse período (em agosto de 1961), foi publicada no *Caderno B* a famosa foto de Erno Schneider, em que é retratado Jânio Quadros cruzando as pernas, demonstrando não saber para que lado ir.

A *Tribuna da Imprensa* utilizava considerável número de fotos situacionais-flagrantes. Na metade dos anos pesquisados (1950, 1958 e 1960), esse tipo foi utilizado em maior proporção do que nos outros três jornais. Como dissemos no primeiro capítulo, esse diário possuía uma excelente equipe de fotógrafos (formada, entre outros, por Ernesto Santos, Fernando Bueno, Armando Vieira Júnior e Ronaldo Teobaldo), que lançava mão de uma linguagem bastante dinâmica e informativa.

Em todos quatro jornais analisados, era no noticiário de esportes (principalmente na cobertura do futebol e do turfe) onde se encontrava um maior desenvolvimento da fotografia, tanto em termos quantitativos (maior número de fotos), quanto qualitativo (fotos mais ousadas, flagrantes). A *UH*, por exemplo, publicava verdadeiros ensaios fotográficos, ocupando às vezes páginas inteiras com seqüências de gol.

A parte de cultura também era muito ilustrada fotograficamente, mas a maioria das imagens sobre filmes e peças teatrais era de arquivo ou de divulgação, quase todas, portanto, ilustrativas-posadas. As colunas sociais utilizavam também muitas poses. Algumas eram apenas ilustrativas, mas a maioria era situacional.

Algumas colunas assinadas eram sempre acompanhadas de imagens fotográficas, em geral, ilustrativas-posadas. Stanislaw Ponte Preta, por exemplo, tanto no *DC* quanto em *UH*, publicava fotos das suas “certinhas”, a maioria delas feita em estúdio. A seção “Tudo Azul”, publicada em 1952, na página 8 do segundo caderno de *UH*, se constituía de uma pequena foto de uma atriz ou vedete, em poses sensuais, acompanhada de um texto curto, à guisa de apresentação.

No *Jornal do Brasil* depois da reforma, fotos situacionais-flagrantes recebiam, às vezes, um destaque especial, sendo publicadas na primeira página na forma de **fotomanchete**. Nesse caso, a fotografia que funcionava como uma chamada, vindo apenas acompanhada de uma legenda ou de um texto-legenda. Em 1958, o *JB* utilizou muito este recurso. Nesse ano, 2,3% de todas as fotos publicadas em todo o jornal foram desse tipo.

### A renovação da caricatura

O termo caricatura é normalmente usado para se referir ao desenho de humor em geral, que na imprensa pode assumir a forma de cartum, de charge, de *portrait*, de história em quadrinhos humorística ou de tira cômica. Mas há uma distinção técnica entre cada um desses gêneros: a história em quadrinhos e a tira cômica são formas de narrativa feitas pela seqüência de figuras desenhadas; a charge se refere à sátira gráfica de uma situação atual, geralmente política; o cartum é o comentário satírico de uma situação independente da atualidade; e o portrait-charge é a representação de uma pessoa através do exagero ou da deformação de suas características físicas, o que se costuma chamar propriamente de caricatura. Será, entretanto, na sua acepção mais geral que utilizaremos o termo caricatura. Daremos ênfase aos três primeiros gêneros: à charge, ao cartum e ao *portrait*.

A primeira caricatura impressa no Brasil que se conhece foi litografada por Vitor Larée, em 1837, a partir de um desenho de Manoel de Araújo Porto Alegre. A ilustração satirizava o escândalo envolvendo o jornalista Justiniano José da Rocha, narrado no capítulo precedente.

A partir daí, a história da caricatura pode ser dividida em cinco fases. A primeira foi a de Angelo Agostini e seus seguidores, no século XIX, quando predominava a litografia. A segunda foi inaugurada com Julião Machado, na virada do século XIX para o XX. Nesse momento, a litografia foi substituída pela zincografia, oferecendo recursos mais amplos para os desenhistas. Foi a época do trio de ouro da caricatura brasileira, com Raul Pederneiras, K. Listo e J. Carlos. A participação do paraguaio Andrés Guevara e do mexicano Enrique Figueroa, na imprensa ilustrada dos anos 20, marcaria o início de uma nova etapa da caricatura, agora sob a influência do movimento modernista. A arte geométrica desses caricaturistas influenciou decisivamente toda uma geração de jovens desenhistas, como Alvarus, Nássara, Augusto Rodrigues e Mendez. Geração, aliás, atuante nos anos 50, quando começou a surgir um novo grupo, sob a influência de cartunistas norte-americanos, como Saul Steinberg. Esse grupo, liderado por Millôr Fernandes e Jaguar, desenvolveria seus trabalhos nos anos 60 e 70, tendo como ponto culminante a publicação de *O Pasquim*. E finalmente, a quinta fase, que se inicia nos anos da ditadura militar, com as obras de Lorendano, dos irmãos Caruso e outros (LAGO, 1999).

Considerando essa cronologia, teríamos no nosso período (década de 50) o convívio de duas gerações de caricaturistas: uma de influência mais européia e cubista (formada pelos “seguidores” de Guevara e de Figueroa) e outra mais “americanizada”<sup>98</sup>.

É importante lembrar que a caricatura, até a metade da década de 20, se limitava ao universo das revistas ilustradas e dos semanários humorísticos, só raramente aparecendo com destaque em jornais diários. Isso aconteceu com regularidade com os jornais *A Manhã* (1925) e *Crítica* (1928), ambos de Mário Rodrigues. Colaboravam com as duas publicações Guevara e Figueroa, além de outros famosos caricaturistas, como Roberto Rodrigues, Di Cavalcanti e Yantok. Também *O Globo* dava destaque ao desenho de humor. Nessa época, colaboravam regularmente com o jornal artistas como Théo, Nassara e Fritz.

Durante o Estado Novo, entretanto, o desenho de humor – sobretudo o de cunho político – enfraqueceu-se, só retornando com força no jornalismo diário nos anos 50. No movimento de revalorização da caricatura, a *UH* foi fundamental. O jornal de Wainer utilizava uma grande quantidade de ilustrações. A caricatura era um forte elemento de atração do público, sendo utilizada também, em algumas conjunturas específicas, como uma arma na luta contra a oposição udenista.

O impulso que o humor visual ganhou nos anos 50 foi fundamental para a sua afirmação como gênero jornalístico. O humorismo é uma forma de expressão, que permite – algumas vezes de uma forma sutil, outras contundente – fazer crítica de costumes e política, dirigida ao governo, à oposição ou a pessoas e instituições. A caricatura retoma alguns dos personagens do noticiário, reformatando-os e os editorializando. O humor, como um gênero jornalístico, permite uma maior liberdade ao profissional, como afirma Arapuã (Sérgio de Andrade):

*“Pelo seu próprio feitio, o humorismo pode dizer coisas e até mesmo mover certas campanhas que nenhum outro jornalista conseguiria, mesmo que possuísse o dobro de coragem. Exemplo: não posso escrever um artigo sério, chamando certo jogador de assassino. Posso, porém, colocar uma foto de um fuzilamento qualquer ocorrido em qualquer democracia por aí e botar em legenda o nome do jogador.”* (PN, 17/4/1958: 52).

<sup>98</sup> É certo que essa geração foi influenciada também por franceses como André François (Cf. LAGO, 1999:15).



Se levarmos em conta que os anos 50 eram um período de afirmação no interior da imprensa noticiosa do mito da objetividade, que apontava para um modelo de jornalismo mais “sério”, mais “científico” e, do ponto de vista enunciativo, distanciado do fato, podemos pensar a importância da caricatura como espaço de crítica e de liberdade criadora. Achemos bastante pertinente o comentário de Luiz Felipe Neves (1974:37) a respeito da eficácia crítica do humor:

*“A eficácia da destrutividade cômica talvez se ancore na relativa incontrolabilidade da observação cômica. Esta é relativamente incontrolável na medida em que é uma ruptura, uma descontinuidade com o pensamento “razoável”, com um saber lógico ou científico estreitamente comprometido. E é uma descontinuidade mesmo do ponto de vista quantitativo, já que a maioria dos enunciados emitidos não é baseada no humor e na gozação. A comicidade, retomando, é também incontrolável no sentido de que não conhece (ou conhece muito poucos) interditos; tematiza áreas proibidas ou sacralizadas para outros tipos de conhecimentos, invade-os e os descentraliza.”*

Acreditamos, entretanto, que apesar de ter ganhado espaço na imprensa cotidiana, a caricatura sofreu, no contexto das reformas dos anos 50, uma mudança de estatuto. O seu poder heurístico de certa forma se atenuou, devido à “ideologia da seriedade” que estava, nesse momento, se afirmando nos espaços jornalísticos propriamente ditos, como no noticiário e na fotografia. Por isso que, apesar de revalorizada, a caricatura jamais voltou a ocupar o espaço e a importância que lhe foram dedicados antes do Estado Novo.

Faremos, a seguir, alguns breves comentários sobre os mais importantes caricaturistas que contribuíram, direta ou indiretamente, no processo de renovação do desenho de humor na imprensa diária dos anos 50, especialmente nos quatro jornais estudados: *UH, DC, JB e Tribuna*.

O paraguaio Andrés Guevara (1904-1964) chegou ao Brasil em 1923, tendo trabalhado, a partir de então, em quase todas as publicações cariocas: *A Maça, O País, A Manhã, O Malho, Crítica, O Meio Dia, Folha Carioca, O Cruzeiro, Papagaio e Diário Carioca*. Em 1930, mudou-se para a Argentina (onde se naturalizou) e só retornou ao Brasil em 1943. Na sua segunda estada no país, Guevara foi menos atuante como caricaturista, se dedicando mais ao designer gráfico (Pedro Corrêa do Lago chega a afirmar que seu traço teria perdido muito da força original). Nesse período, se



consagrou como programador visual, sendo o responsável pela diagramação revolucionária de *Última Hora*.

Enrique **Figuroa** (1900-1930) chegou ao país um ano antes de Guevara, em 1922. Publicou suas caricaturas em *O Malho*, em *O Globo*, em *A Noite*, em *A Manhã* e na *Crítica*. Morreu jovem, em 1930, devido a complicações de saúde provocadas por seu alcoolismo.

Esses dois caricaturistas, apesar de não terem desenhado para imprensa nos anos 50 (Figuroa porque estava morto e Guevara porque se dedicava a outras atividades na própria imprensa), foram fundamentais na afirmação de uma certa estética que predominaria no período. Ambos foram mestres na estilização da face humana, tendo adotado uma técnica de análise e desagregação de planos, de decomposição geométrica da fisionomia, próxima do cubismo. Sob a influência dos seus desenhos, a caricatura brasileira tornar-se-ia cada vez mais angulosa e econômica no traço (LIMA: 1492).

A *Última Hora* teve três caricaturistas cujos trabalhos foram influenciados por Guevara e Figuroa: **Augusto Rodrigues**, Nássara e Lan. O primeiro, primo de Nelson Rodrigues, começou a se destacar na revista *Diretrizes* (também de Samuel Wainer), fazendo charges anti-fascistas na época da Guerra. Mas já era conhecido antes, pelo seu trabalho em jornais e revistas do Rio, principalmente nos pertencentes aos *Diários Associados* (*O Jornal*, *Diário da Noite*, *O Cruzeiro* e a *Cigarra*).

Augusto Rodrigues era também artista plástico, tendo participado dos movimentos de vanguarda de sua época. Sua primeira exposição individual foi organizada em 1942, no Museu Nacional de Belas Artes. Em 1948, fundou a Escolinha de Arte do Brasil, voltada para a educação de crianças. Realizou exposição de arte infantil em várias partes do país e do exterior. Em 1953, foi premiado no Salão de Arte Moderna, na Europa, tendo alcançado, nas décadas seguintes, amplo reconhecimento como pintor.

Em *UH*, Augusto Rodrigues fazia caricaturas de natureza variada. Era responsável por pequenas vinhetas que ilustravam algumas seções, para as quais criou alguns bonecos que ficaram famosos. A coluna de turfe, por exemplo, era ilustrada com uns cavalinhos personificados, que apareciam nas situações mais variadas.

A partir de 1952, Augusto Rodrigues ficou responsável por uma página inteira, colorida, que ele revezava com Nássara. A cada semana, um deles fazia a seção, que saía às quintas-feiras, na primeira página do segundo caderno. No dia do seu lançamento, a 24 de janeiro de 1952, a página é assim anunciada:



Augusto Rodrigues com Samuel Wainer na inauguração da exposição comemorativa dos seus 50 anos, no MAM. 29/11/1963. Coleção UH/BN..

*“Reintegrando a caricatura e em geral o desenho de humorístico na sua função de componente essencial da imprensa, para eles reservaremos todas as quintas-feiras uma página inteira de que se incumbirão alternadamente Nássara e Augusto Rodrigues, ambos deliciosos intérpretes gráficos dos nossos mais saborosos e, às vezes, inquietantes acontecimentos. Sobre essa iniciativa, inédita no jornalismo diário brasileiro, agradecemos as impressões de nossos leitores, a quem sempre procuramos oferecer algo de novo e melhor.”*

O próprio Nássara – que já tivera, durante a Guerra, uma página dupla em *O Cruzeiro* – comentou, na edição de 07 de fevereiro:

*“Confesso que exultei de satisfação quando me vi dono de uma página de jornal. Possuir 37,5 cm de largura por 53,5 de altura, divididas em 8 colunas, que poderiam ser utilizadas como bem entendesse, era mais do que um prêmio!”*

Antônio Gabriel Nássara era compositor. Como parceiro de Noel Rosa, Wilson Batista, Lamartine Babo, Ari Barroso, Orestes Barbosa, Frazão, foi autor de sambas famosos, como Alá-la-ô, Maria Rosa, Florisbela, Balzaquiana, Formosa e muitos outros. Mas Nássara era também, e sobretudo, um homem de imprensa. Trabalhou em jornais desde 1928. Começou em *O Globo*, passando depois por muitos outros periódicos cariocas: *Crítica*, *Carioca*, *Vamos ler*, *A Noite*, *Diretrizes*, *O Cruzeiro*, *Última Hora* e *O Pasquim*.

Nássara incorporou tanto as influências de Guevara e Figueroa, quanto a das pinturas do antigo Egito, desenvolvendo um estilo extremamente original. A sua marca principal era a simplificação, a concisão, a economia. Com traço firme, usava linhas grossas, mas – com seu poder de síntese – as reduzia ao seu uso essencial. Seus desenhos eram alegres e bem humorados (LUSTOSA, 1999).

Conhecedor das artes gráficas, Nássara foi também paginador. Junto com Guevara, fundou o “espelho” de *UH*. Trabalhou no jornal de 1951 a 1953, quando passou a se ocupar exclusivamente do semanário *Flan*, também de Wainer (*AnBI*, 1954.:92).

Lanfranco Aldo Ricardo Vaselli Cortellini Rossi Rossini (ou simplesmente **Lan**) nasceu em Florença, Itália, mas cresceu na Argentina. Saiu de Buenos Aires, em 1952, com intenção de fazer caricaturas e desenhos sobre temas folclóricos de toda a América do Sul, para a revista *Caras e Caretas*. No Brasil, encontrou-se com os compatriotas

Honrado, Ares e Parpagnolli, por intermédio dos quais publicou na *UH* uma caricatura do jogador de futebol Baltazar. Foi imediatamente contratado por Wainer para trabalhar na *UH* paulista. Depois de 6 meses, transferiu-se para o Rio, onde ficou até 1955, tendo participado do lançamento de *Flan*. Depois, trabalhou em *O Globo* e nos *Diários Associados* (PN, 15/12/1958).

A partir de 1962, Lan começou a colaborar com o *Jornal do Brasil*, primeiro com uma charge diária e, mais tarde, em uma página da *Revista de Domingo*. Foi nesta publicação que Lan começou a desenhar aquela que seria sua marca registrada: a mulata.

Uma das maiores criações de Lan, na imprensa dos anos 50, foi a caricatura de Carlos Lacerda como “O Corvo”, que ganhou várias versões ao longo da década. Tudo começou quando o repórter policial de *A Noite* Nestor Moreira foi espancado no Segundo Distrito Policial, em Copacabana, pelo detetive Paulo Peixoto, conhecido pelo sugestivo apelido de “Coice de Mula”. A notícia da agressão provocou uma onda de protesto contra a violência policial e contra a repressão ao trabalho dos jornalistas. A sua morte, onze dias depois, provocou uma comoção nacional. Cerca de 200 pessoas acompanharam o seu cortejo fúnebre. Entre elas, Carlos Lacerda, que sequer conhecia pessoalmente o repórter, mas que tentou transformar o fato em uma questão política. Em editorial de primeira página na *Tribuna*, comentou o crime, afirmando que no governo Vargas tudo era corrupto e violento<sup>99</sup>.

No enterro, lembra Wainer, “Lacerda estava vestido de preto dos pés a cabeça, aspecto solene, rosto compungido, ar sofredor. (...) Sempre que ocorria uma morte interessante, lá estava Carlos Lacerda. Era um corvo.” E, assim, na edição de 25 de maio de 1954, a *UH* ilustrou – através dos traços de Lan – um editorial escrito por Paulo Silveira, com a figura de um corvo preto com a cara de Carlos Lacerda. O texto – republicado no dia 27 – acusava Lacerda de ter comparecido ao enterro apenas para “saciar a sua negra alma de abutre exibicionista e hipócrita”. Durante mais de uma semana, o jornal publicou, dia após dia, diferentes versões do Corvo.

<sup>99</sup> “Os guardas merecem, sem dúvida, a condenação geral. Mas os chefes desses guardas, e os chefes desses chefes, que fazem da violência uma rotina? E o presidente que tais fatos sempre tolerou? (...) Pois sem o crime como há de viver o governo corrupto do Sr. Getúlio Vargas? Ou se aceita dinheiro ou se recebe a morte – eis o dilema do governo à imprensa. Seja a morte econômica, pela concorrência desleal, pelos financiamentos ilícitos, seja a própria morte física, na pessoa do jornalista. (...) Aqui ficamos para desafiar a ira dos venais, o ódio dos corruptos, cujo chefe se chama Getúlio Vargas. Pois ele já não é presidente de todos os brasileiros. Ele é o chefe da malta, o beneficiário da corrupção, Pai dos Ladrões, o Protetor dos Assassinos.” *Tribuna da Imprensa*, 22-23/5/1954.



Nesse período, a ironia e o deboche – nas caricaturas e nos editoriais – foi total. No dia 10 de junho, a charge de Lan mostrou o Lacerda-corvo dentro de uma jaula, usando um chapéu de Napoleão, cercado de microfones e sobrevoado por discos voadores. O título do editorial era: “*Com o poderoso anel de raios atômicos de Flash Gordon, Lacerda vai destruir todos os seus inimigos*”. O texto afirmava que Lacerda teria confidenciado a amigos que estaria tendo alucinações com discos voadores. Alguns dias antes, na edição de 31 de maio, a *UH* já tinha publicado um desenho em que mostrava Lacerda num hospício, em referência ao fato de que ele seria submetido, por ordem judicial, a teste de sanidade mental.

Lacerda jamais conseguiu se livrar da alcunha de Corvo. Dez anos depois do episódio da morte de Nestor Moreira, quando era governador da Guanabara, ainda era chamado desta forma por *UH* e por outros órgãos da imprensa<sup>100</sup>. Segundo Wainer, os funcionários da *Tribuna* se referiam eufemisticamente ao seu patrão como “a Ave”. Em agosto de 1959, o próprio Lacerda resolveu “brincar” com a situação, adotando um corvo negro como bicho de estimação. O animal, chamado “Vicente”, foi presente de um amigo português (*Tribuna*, 31/8/1959).

Mas se a *UH* ridicularizava Lacerda através do traço de seus caricaturistas, a *Tribuna* sabia revidar, através dos desenhos de Hilde Weber, que eram publicados diariamente ao lado do editorial de Carlos Lacerda, na página quatro. Essa página era considerada uma das mais importantes do jornal, pois além do editorial de Lacerda e da charge de Hilde (que ocupava um lugar privilegiado), trazia também as cartas dos leitores e as colunas de comentários e opinião (que dependendo do espaço podia ocupar seis ou oito colunas sempre no rodapé). Escreviam aí, de forma esporádica ou permanente, figuras como Gustavo Corção, Alceu Amoroso Lima, Mário Pedrosa, João Camilo de Oliveira, Prudente de Moraes Neto, Lêdo Ivo, Sobral Pinto e Alberto Deodato.

Hilde Weber nasceu na Alemanha. Sua carreira em jornal começou aos 17 anos, quando era estudante de artes gráficas na Academia de Hamburgo e Altona. Em 1933, com a subida de Hitler ao poder, ela emigrou para o Brasil. Seu primeiro emprego aqui

<sup>100</sup> No dia 03 de ago. de 1960, *UH* publicou na primeira página mais umas das famosas caricaturas de Lan, acompanhando o editorial “Suprema ignonímia do Corvo”. O texto dizia: “(...) *suprema ignonímia, torpeza sem nome. Outros qualificativos não se pode dar à manchete de ontem da Tribuna da Imprensa, citando com estardalhaço que ‘se Getúlio fosse vivo votaria em Carlos Lacerda’.* Coisa tão ignóbil não pertence mais ao terreno da política. É a explosão de tudo que existe de nauseante e repulsivo nas entranhas apodrecidas do Corvo, precisamente esse Corvo que sempre se vangloriou de ter levado Getúlio Vargas à morte. Cinismo tão asqueroso não encontra palavras bastante fortes para fustigá-lo.”



Lacerda jamais conseguiu se livrar da alcunha de Corvo. Dez anos depois, quando já era governador da Guanabara, ainda era dessa forma chamado pela UH. "No lugar certo" - "a placa é uma das milhares distribuídas por toda a cidade pelo governo do estado e foi instalada na Lagoa Rodrigo de Freitas, onde, às vésperas do Natal, está havendo extermínio de peixes, aos milhares... A placa fala em prazo de 18 dias para a conclusão da obra, porém omite o principal, que é indicar as datas em que ela se iniciou e em que deve terminar. Por ora, serve apenas para poleiro dos urubus, que encontram o lugar ideal para pousar, encimando um nome tão agourento quanto eles". Foto de Joaquim Ribeiro. 24/12/1964. Coleção UH/BN.

foi nos *Diários Associados*, ilustrando crônicas de Rubem Braga. Trabalhou, depois, na *Folha de S. Paulo*, em *O Cruzeiro*, em *A Cigarra*, *Vanitas*, *Jornal das Artes* etc. Ilustrou vários livros infantis, entre os quais *Cumburi*, de Antônio Morse, e *Silvia Pelica na Liberdade*, de Alfredo Mesquita. Em 1948, ganhou o prêmio Matarazzo do Sindicato dos Artistas Plásticos de São Paulo. No ano seguinte, começaria a desenhar para a *Tribuna*.

O desenho de Hilde se caracterizava por um notável poder de síntese. Seu companheiro de redação Macedo Miranda, quando a apresentou no catálogo da sua exposição no Instituto Brasil-Estados Unidos, em maio de 1955, comentou a respeito de seu traço essencialista e despojado:

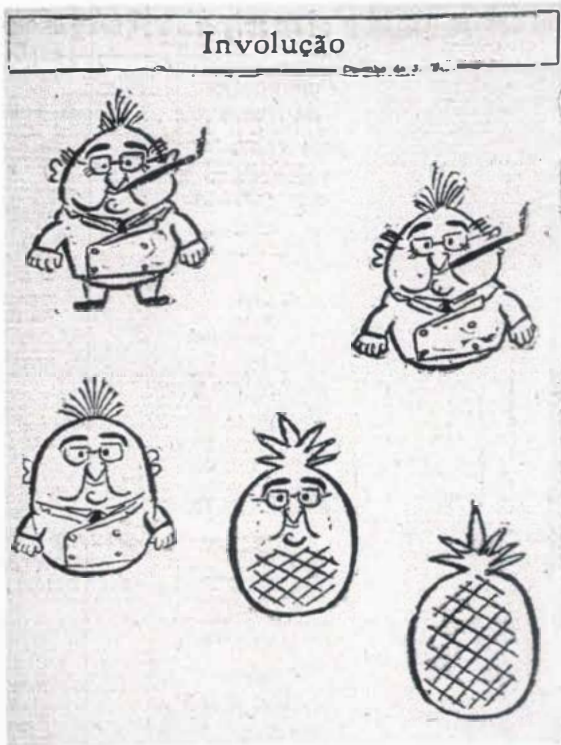
*“Seus primeiros esboços são aparentemente mais ricos que o trabalho definitivo, este surgindo após uma série infindável de variações. Mas essa riqueza inicial é ilusória. Quanto mais Hilde despe o desenho, tanto mais, em verdade, o enriquece.”* (Apud LIMA: 1604).

Fernando Pedreira acha que, por sua leveza, o traço de Hilde não acompanhava a virulência dos editoriais de Lacerda, que eram publicados ao seu lado:

*“De fato, eis aí uma conclusão inesperada e curiosa, as charges de Hilde (...) são parte integrante de uma das fases mais violentas e panfletárias da política e do jornalismo brasileiro. Tempos de Lacerda, Getúlio, Chateaubriand. E, no entanto, embora críticos e cáusticos, ferinos e engraçados, os desenhos de Hilde, mesmo os mais duros, revelam sempre uma delicadeza e uma graça que amenizava e que talvez as paixões da época não deixassem ver, quando foram feitos.”*

As charges de Hilde, entretanto, eram bem mais agressivas do que as da *UH*. As do Augusto Rodrigues e as do Nássara eram menos contundentes. Apesar da influência de Guevara no uso das formas geométricas, o estilo desses caricaturistas era ameno, se aproximando do humor ingênuo de J. Carlos. Hilde possuía um estilo mais para o satírico. Em certas conjunturas específicas, abandonava o deboche e adotava um tom extremamente agressivo e cáustico. Em alguns momentos, chegou mesmo a ultrapassar em agressividade e virulência o editorial do Lacerda. No dia 06 de agosto de 1954, por exemplo, quando este exigia que os culpados da morte do major Vaz fossem





14/01/1951



15/01/1952



20/01/1952



24/05/1954

punidos, a charge de Hilde chamou-se “À espera” e retratava apenas uma forca, sem nenhuma legenda.

Segundo conta Stefan Baciú (1982:171), Hilde não criava suas charges de maneira isolada e independente:

*“Uma vez ajeitado e limpo os pincéis, tinha início uma verdadeira conferência sobre o melhor tema para a sua charge. Dela participavam sempre os repórteres e redatores da editoria política, Murilo Melo Filho, Nertan Macedo, Caio Pinheiro, Faustino Porto Sobrinho e às vezes João Duarte, Hilcar Leite e Castelinho.”*

O traço de Hilde, dependendo dos interesses de Lacerda, podia se voltar contra lideranças da própria UDN. Em novembro de 1959, na convenção do partido que escolheria o nome do candidato à presidência, Juraci Magalhães reclamou da charge publicada no dia 07, na qual ele aparecia sendo varrido por uma vassoura. Lacerda era contra a sua candidatura, defendendo o apoio à Jânio Quadros.

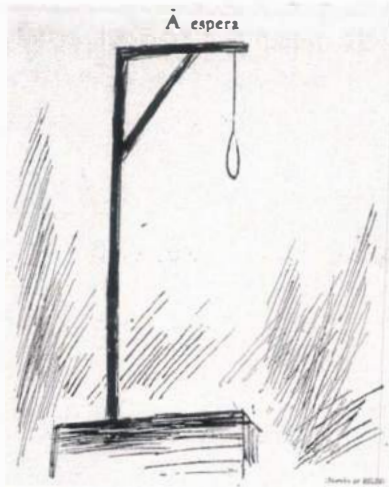
A caricatura de Hilde tinha pouca autonomia discursiva, no interior da *Tribuna da Imprensa*. Quase sempre servia para “traduzir” em imagens a mensagem verbal de Lacerda. O mesmo não ocorria com os desenhos de humor em *UH*. Menos atrelados aos projetos políticos do diretor do jornal, Augusto Rodrigues e Nássara gozavam de bastante liberdade, não só na escolha dos temas e objetos das suas representações, mas no espaço em que ocupavam nas diferentes páginas do jornal. As seções semanais que esse dois caricaturistas possuíam permitiam-lhes, por exemplo, brincar com o espaço e explorar múltiplas possibilidades de expressão.

O desenho de Hilde estava confinado a um espaço fixo e limitado: um retângulo (circundado por um fio) na parte superior da página 4, ao lado do editorial de Lacerda. Apenas em ocasiões muito especiais, a sua charge se deslocava para a primeira página, mas ainda assim era mantida no mesmo tamanho e formato. Isto, entretanto, não impedia a desenhista de ser extremamente criativa. Em dezembro de 1952, por exemplo, quando Lacerda foi preso com base na Lei de Segurança Nacional de 1938 (devido a uma campanha que movia contra a corrupção policial), a charge de Hilde mostrou uma máquina de escrever presa a uma bola e uma corrente. A coluna editorial ao seu lado era uma grande espaço em branco acima da assinatura de Carlos Lacerda.

Getúlio Vargas foi, obviamente, o político mais retratado por Hilde até 1954. Mas o seu Vargas era um personagem que se apresentava sob várias formas, conforme



05/8/1954



06/8/1954



07/8/1954



10/8/1954



11/8/1954



13/8/1954



14.15/8/1954



17/8/1954

A crise de agosto no traço de Hilde Weber. ATI.

os interesses expressivos da desenhista, como mostra Leandro Paz (2000:29): “Quando o objetivo era ressaltar o suposto lado cínico, sonso, do presidente, ele surgia de negro, com uma postura garbosa e sólida, como em ‘Quem, eu?’, publicada no dia 07 de agosto de 1954, no qual ele aparecia apontado para si mesmo, como se estivesse fazendo, cinicamente, a pergunta da legenda, em uma referência às acusações de envolvimento no atentado da rua Toneleros. Outras vezes (a maioria), ele era retratado como uma figura patética, trapalhona, ocasiões em que surgia mais baixinho e gorducho.”.

Mas Hilde não desenhava apenas temas políticos. Ilustrava também a coluna “Seus filhos e os meus”, de Margareth Tavares de Sá. Colaborava com a “Tribuna das Letras”, tendo ilustrado poesia e prosa de Manuel Bandeira, Macedo Miranda, Osman Lins e de muitos outros que passaram pelo suplemento. Em 1950, publicou uma história em quadrinhos, “Seu Tribulino”.

A partir de 1954, Hilde passou a enviar do Rio colaborações diárias para o *Estado de São Paulo* e semanais para a revista *Visão*. No início dos anos 60, quando Lacerda se elegeu governador da Guanabara, ela afastou-se da *Tribuna*, mudando-se definitivamente para São Paulo. Faleceu em dezembro de 1994, aos 81 anos.

Além de Hilde Weber, havia na *Tribuna* outros desenhistas, como Lívio Abramo e Paulo Werneck de Castro. Esporadicamente, colaborava também com o jornal um misterioso J.T., que, na realidade, era a própria Hilde.

O *Jornal do Brasil* praticamente não utilizava nenhum tipo de ilustração antes da reforma. Em 1956, começaram a aparecer charges políticas, assinadas por **Claudius**. O gaúcho Cláudio Ceccon começou a trabalhar aos 15 anos, na imprensa carioca, como paginador de *O Cruzeiro*. Aos 19 anos, já estava no *JB*, passando, no ano seguinte, a colaborar com a revista *Manchete*<sup>101</sup>.

<sup>101</sup> Havia nas revistas ilustradas importantes caricaturistas, que (apesar de estarmos trabalhando apenas com jornais) não podemos deixar de mencionar. **Alvarus** – Alvaro Cotrim (1904-1985) –, por exemplo, foi considerado o mestre do *portrait-charge* de sua geração. Publicou regularmente, a partir de 1929, retratos das maiores personalidades brasileiras em vários órgãos da imprensa carioca, sobretudo em *O Cruzeiro*. O humorista e cartunista **Péricles de A. Maranhão** (1924-1961) foi o criador de “Amigo da Onça”, um dos mais famosos personagens do humor brasileiro e uma das seções de maior sucesso de *O Cruzeiro*. As façanhas do perverso herói começaram a ser publicadas em 1943 e continuaram até 1961, quando aos 37 anos, Péricles se suicidou. Após a sua morte, o personagem continuou a ser desenhado pelo pernambucano **Carlos Estevão** (1921-1970). Estevão – que também trabalhou no *Diário da Noite*, em *O Jornal* e na revista *Magazine* – ficaria conhecido pelo tipos curiosos que retratava: mulheres extremamente feias e homens gordos, peludos e suados. Estevão criou diversos personagens e séries famosas, como *Ser Mulher*, em que focalizava o seu conhecido tipo de mulher feia; *Antes e depois*, em que satirizava o casamento e *Perguntas inocentes*, ensaio sobre o óbvio, geralmente apontado como uma das suas melhores criações. **Borjalo** (Mauro Borja Lemos) nasceu em Minas Gerais, em 15 de novembro

### 3. Diagramação – duas concepções visuais

Os jornais brasileiros, na primeira metade do século, não apresentavam uniformidade na tipologia das letras e nem lógica na hierarquia dos elementos nas páginas. A disposição das matérias se guiava totalmente pela improvisação. Somente com as reformas gráficas dos anos 50, um estilo mais organizado na concepção visual dos jornais se impôs. A ordenação do material passou a seguir, então, o princípio da apresentação racional. As manchetes e títulos passaram a ser padronizadas e a ter uma coerência interna. A funcionalidade tornou-se uma questão estética, como afirma Danton Jobim:

*“Todos os recursos utilizados na técnica jornalística devem objetivar um fim prático. Tudo o que é artificial e que visa apenas um efeito visual revela pobreza de imaginação e falta de verdadeiro sentimento estético. Assim, a paginação de um jornal deve ser estritamente funcional, alcançando a beleza das coisas simples e úteis.”* (PN, 15/7/1951).

O depoimento de Mário Hora, que reproduzimos a seguir, serve para ilustrar como as mudanças no aspecto gráfico dos jornais se conjugou às mudanças redacionais, obedecendo ambos a mesma lógica da rapidez.

*“Quando em 1908 ingressei no jornalismo, o panorama da imprensa na capital da República ressentia-se ainda da fase da proclamação. (...) Eram jornais pesados, compactos, quase nada ilustrados com as gravuras que, hoje [1956], ocupam a metade do espaço de uma folha e sem a publicidade intensa que representa, nos nossos dias, a estaca de sustentação dos matutinos, vespertinos, hebdomadários e mensários.*

*Não há mais lugar para os artigos doutrinários de três colunas de alto a baixo. Ou melhor: há o espaço material. Faltam os leitores. O processo gráfico de grandes títulos e subtítulos dispensa a explanação prolixa do assunto. Um bom título é tudo; a notícia quase nada. Numa manchete feita com inteligência pode-se resumir todo o noticiário de uma página. Com duzentas linhas de composição, um título, dois subtítulos e dois clichês, ou mesmo um, os secretários de jornais armam uma página incisiva e atraente que justifica uma edição extra. E o leitor em vinte minutos, durante a refeição no restaurante, ou no percurso para a casa residencial, lê esta página, inteira-se do acontecimento que a ditou, fica informado. É o milagre da síntese a serviço do dinamismo da hora que vivemos.”* (HORA, 1959: 12-13. Grifo nosso).

Antes dos anos 50, era o paginador o responsável pela montagem das páginas. Cumpria-lhe ajustar as matérias nos lugares e espaços adequados e contrabalançar os claros e escuros, a fim de proporcionar um equilíbrio no conjunto. Ele executava esse trabalho seguindo um **espelho** ou croquis feito pelo secretário, no qual este assinalava os locais em que deveriam entrar as principais matérias do dia.

Com o advento das modernas técnicas, o espelho foi substituído pelo **diagrama**, esquema planejado nos mínimos detalhes para servir não apenas de guia, mas de modelo na montagem da página. O diagrama – compreendendo a reunião das matérias, títulos, subtítulos, fotografias, legendas, charges, ilustrações, publicidade etc. – não era feito pelo secretário, mas por um técnico especializado, o **diagramador**. Este marcava os espaços com o tamanho exato em que deveriam ficar cada um dos elementos depois de compostos. Os cálculos eram feitos a partir de alguns acessórios especiais, como a régua tipométrica e o disco de proporções. Uma vez pronto, o diagrama era enviado para a oficina, onde funcionava como roteiro para o paginador.

Assim, o que antes se chamava **paginação**, ou seja, a coordenação dos elementos (títulos, notícias, ilustrações) para a montagem do jornal, começou a ser denominado **diagramação**. O primeiro termo passou a se referir exclusivamente ao trabalho dos montadores das páginas, já em chumbo, nas oficinas de composição.

Nássara fala de sua experiência como paginador em *O Globo* e na *Crítica*:

*“Naquele tempo não havia nem papel pautado de hoje em que é feito o esboço. Eu pegava aquelas folhas de papel do tamanho da página e a minha obrigação era puxar as colunas a lápis, para que essas páginas fossem entregues ao Guevara (...) para que ele esboçasse o panorama artístico, digamos assim, da primeira página.”*  
(NÁSSARA, Apud LUSTOSA, 1999:115).

Com o desenvolvimento da diagramação, o lugar de decisão sobre o visual do jornal (e, muitas vezes, sobre o que entrava ou não na edição) deslocou-se da oficina gráfica (e, portanto, das mãos do paginador) para a redação (para as mãos do diagramador e do secretário ou editor).

É importante sublinhar que a diagramação estava associada a uma preocupação estética que não se limitava aos aspectos gráficos do jornal, incluindo também a sua parte editorial. Estava em jogo a expressão de um padrão visual próprio a cada veículo e a afirmação da sua identidade.

A distribuição dos componentes nas páginas (noticiário, manchetes, fotografias etc.) variava em todos os periódicos, se subordinando a exigências de legibilidade, de beleza e harmonia (segundo determinados padrões estéticos) e de impacto (força de atração sobre o leitor) (IPI, jun. 1956). Mas havia uma certa estabilidade na disposição das colunas, das crônicas especializadas, das matérias recreativas e outras. Normalmente, elas eram colocadas em lugares fixos, facilitando ao leitor a sua localização imediata. Os elementos estáticos eram considerados pelos editores como fundamentais ao “espírito do jornal”.

*“A disciplinarização do gesto do leitor que folheia o jornal garante a sua preferência. Quando o leitor não encontra regularidade na arrumação das colunas fixas no jornal, sua reação é de desagrado e conseqüentemente de desinteresse” (IPI, jun. 1956).*

Com as reformas, as capas dos jornais assumiram um padrão visual bastante diferente do das páginas internas. Passaram a ser compostas de chamadas, pequenos resumos da notícia, feitos a partir do *lead* e do sublead. Antes, em quase todos os jornais, as matérias principais começavam na primeira página, mas eram interrompidas quando o espaço acabava (às vezes, no meio da frase) para continuar nas páginas internas. Fato que tornava o visual do jornal bastante confuso, além de trazer um grande incômodo ao leitor:

*“Você pegava o jornal, começava a ler um texto que dizia: “vá para a página 16”. Você ia para a página 16. Aí voltava para a primeira para começar a ler outro texto que estava na primeira e que interessava a você. Começava a ler e esse ia para a página 18. Na página 18, às vezes, ele não cabia e remetia para a página 12. Aí lia um pedaço e dizia: “Ah, bom. Agora acabou.” Aí voltava para a primeira para ler outro... E isso era uma coisa absolutamente infernal.” (Jânio de Freitas, 05/5/2000).*

A capa passou a indicar as principais matérias que se encontravam nas páginas internas, funcionando como uma espécie de sumário, cardápio ou vitrine do jornal. As chamadas – como eram unidades autônomas – tornavam o visual da primeira página menos confuso, permitindo, ao mesmo tempo, a apresentação de maior número de assuntos.

Além de tornarem mais dinâmica a notícia, as reformas gráficas racionalizavam a produção dos jornais. A diagramação, como já afirmamos no primeiro capítulo,

permitia uma redução sensível dos custos industriais, pela eliminação do desperdício de mão-de-obra e de material. Anteriormente, o secretário da oficina acabava jogando fora muitas matérias que sobravam, porque era tudo calculado “no olho”. Segundo o próprio Amílcar de Castro, as reformas tiveram também motivações econômicas, “*pois o espaço não planejado provocava desperdícios enormes de chumbo*” (Folha de S.Paulo, 24/6/1984).

## UH x JB

Os primeiros jornais diários a inovar de maneira radical a diagramação foram a *Última Hora*, em 1951, e o *Jornal do Brasil*, a partir de 1956. Os dois pioneiros partiam, entretanto, de padrões estéticos diametralmente opostos.

*UH* representava a “escola argentina” (de Guevara, Parpagnolli, José Antônio Honrado e outros), que se caracterizava pela utilização maciça de ornamentos. A paginação era movimentada por setas, fios, grisés e muitos outros recursos gráficos inéditos ou pouco conhecidos até então. A valorização da notícia se fazia através do jogo de espaços e de fotos, o que tornava o jornal mais leve e digestivo do que a imprensa tradicional.

*“O Guevara fez um grande serviço, porque levou uma turma de profissionais de primeira qualidade. Essa foi a vitória d’Última Hora: o aspecto gráfico com que ela apareceu diante do público. Era um grupo muito grande, bom, dos melhores da Argentina. Porque o pessoal na Argentina estava um passo adiante na técnica de jornal. Aí é que começou, no Brasil, a diagramação propriamente dita.”* (NÁSSARA, Apud LUSTOSA, 1999:117).

A *UH* deu um novo e original impulso à imprensa carioca, marcando uma época no jornalismo nacional. Os padrões de titulação, de apresentação e de paginação criados foram generalizados e os poucos vespertinos não os imitaram. Era a primeira vez que os recursos editoriais e formais típicos das revistas de variedades, como *O Cruzeiro*, passaram a ser utilizados por um jornal diário. Subtítulos, entretítulos, *boxes*, textos complementares movimentavam e embelezavam as páginas, tornando a sua leitura mais atraente.

A revista *PN* inúmeras vezes, desde criação de *UH*, em 1951, até o período da crise de 1953-54, sublinhou a excelente qualidade da sua diagramação, afirmando que vários jornais estariam sendo influenciados pelo novo padrão visual; alguns inclusive imitando *UH* (entre eles é citado *Tribuna da Imprensa*).





# Vargas Enaltece a Iniciativa da Festa do "Homem do Turfe"!

Comendado na Tarde de Ontem, o Chefe do Estado Promoveu Comparcer — Bússulas Referenciais ao General Torres da Cunha e a Sua Companhia (como o "Homem do Turfe") — Nomeada Uma Comissão Para Reorganizar a Câmara dos Representantes Nos Prerrogativas Honoríficas ao Turfe Guarani — Voto de Louvor na Câmara Dos Vereadores — Acenderá-las de Nova Nacionalização no Turfe a Iniciativa do UETMA Nôva — TIPO DO "HOMEM DO TURFE" — A TEMPERA PÁTRIA Deve Castigar



KNIEHL KARIO — "Eu, como jornalista, não sou a favor de Pio X. E sempre fui defensor de alguém que não a pátria que era o país."

## REAFIRMARAM AO DELEGADO: "ESTAVAM NO XADREZ E VIRAM O ESPANCAMENTO"

Amanhã, às 20 Horas, Delegados de Todos os Estados Debaterão:

# REESTRUTURAÇÃO E AUMENTO (CONGRESSO DOS FUNCIONÁRIOS)

### Mora no Rio e Vai Ser Advogada Uma Sobrinha-Neta do Novo Santo



ENGENHEIRO FERNANDO SARTO — no Rio de Janeiro, depois de completar a licenciatura e o curso de Engenharia de Minas

TIPOGRAFIA Nº 130 — ANO IV — São de Janeiro, 26 de Maio de 1954 — N. 902  
**Ultima Hora**  
Fundador: BANGEL WAIWEN — Editor: C. P. SOUZA — LITHO: LITHO



MAXIMILIANO ALBERTO DE SAUS — O primeiro a ser preso em São Paulo durante a operação de polícia.

### Vai Incursionar Até o Habitat Dos Índios

A comissão de Inquirição, criada pelo Conselho Nacional de Educação, para investigar a atuação do Exército Brasileiro em território estrangeiro, vai até o habitat dos índios.



### Famosa Coleção de Bonecas Chega ao Rio

A coleção de bonecas, criada por uma das senhoras mais conhecidas do Rio de Janeiro, chega ao Rio de Janeiro.

### "MANOBRAS COMUNISTAS"

LEIA NA ÚLTIMA PÁGINA

### HOMEM, NÃO!

DIÁRIOS, 26-5-54 — O soldado João Walter, de 26 anos, acabou ontem, uma vítima de um crime horrível, no 23º andar, que tem muitas características de um crime de honra.

### Moscou Acusa os Estados Unidos de Preparar um Assalto à Guatemala!

Moscou é o Departamento de Estado Americano, em uma declaração de imprensa, acusando os Estados Unidos de preparar um assalto à Guatemala.



ESTA SENDO DESPEJADO O CENTRO DE RECUPERAÇÃO DOS EX-COMBATENTES A SEDE DA CRIFA FOI DEVOLVIDA A UMA ASSOCIAÇÃO DE ESCOTEIROS ALEMÃES



MADRINHAS E AFILHADOS — A Associação Madrinhas de Educandos Brasileiros que tem em seu programa a recuperação dos educandos brasileiros que foram vítimas de crimes de guerra, realizou ontem, em uma reunião, a entrega de uma coleção de bonecas para a Associação de Madrinhas de Educandos Brasileiros.

Vargas Aos "Scotchmen"  
**"QUANDO VOCÊS VENCEREM QUEM VENCE É O BRASIL"**  
Palavras de Castilhos e Edição do Chefe do Gabinete dos Jornalistas da Internacional Brasileira, Anos de Fúria — Contos Diários Entre Vargas e Didi — Uma Pergunta do Presidente e a Resposta de José Murilo — Livro do Dia do Presidente, 2.ª Pág.

A diagramação de UH, com diferentes tamanhos, espessuras e cores organizam o espaço (associando manchete com foto; foto com foto; foto com legenda) e direcionam o olhar do leitor. 26/05/1954. UH/BN.

O emprego da cor azul no logotipo e nas principais manchetes era uma das características desse jornal. Mas isso não era em absoluto uma novidade. Como lembra Ana Maria Laurenza (1998:77), em 1907, *A Gazeta de Notícias* já publicava clichês em cores e, nesse mesmo ano, o *Jornal do Brasil* passou a publicar seu logotipo em vermelho e um suplemento dominical com páginas coloridas. Em 1951, já eram impressos em duas cores, além da *UH*, o *Diário da Noite*, a *Folha Carioca*, a *Vanguarda*, o *Diário Popular*, o *Diário Trabalhista* e *O Radical*. Havia, no entanto, um certo tabu em relação à cor. Nos meios gráficos afirmava-se que todo o jornal que saísse em duas cores teria insucesso (*PN*, 15/12/1951).

Todos elementos ornamentais (como os fios e margens das páginas, os títulos em negrito e grisê), cujo uso extremado caracterizava o projeto gráfico de *UH*, foram eliminados do *JB* na sua reforma. Amílcar de Castro inspirou-se num projeto essencialista, investindo na leveza visual, através do uso do branco e do jogo de espaços e volumes.

O *JB* começou a sua reforma em 1956, investindo – ousadamente – na mudança total. Não é necessário ser estudioso da comunicação, nem analista de discurso, para notar – ao comparar, por exemplo, um exemplar do jornal de 1952 com um de 1959 – as radicais transformações redacionais, gráficas e editoriais pelas quais passou o jornal. Mesmo na primeira fase (normalmente apontada como de mudanças ainda tímidas) as alterações foram muitas e saltam aos olhos de qualquer leitor. Por mais que Odylo e/ou a direção do jornal tenham tentado pôr freios no ritmo da reforma, ele foi bastante acelerado desde o início.

Antes da reforma, toda a primeira página do jornal era coberta por classificados. Havia apenas uma pequena janela, localizada no seu centro superior, com as manchetes mais importantes, sem nenhum destaque e sem nenhuma fotografia. Os pequenos anúncios ocupavam completamente a segunda, a terceira e quarta página. A parte jornalística só começava na quinta página, com o editorial e artigos assinados<sup>102</sup> e, na seguinte, com o noticiário.

A mudança na primeira página ocorreu em fevereiro de 1957, com a publicação de fotografia centralizada abaixo da janela das manchetes. Odylo se inspirou no *JB* do início do século, quando as caricaturas de Raul Pederneiras eram publicadas na primeira página do jornal.

<sup>102</sup> Assinavam colunas na quarta página Martins Alonso (secretário de redação), Barbosa Lima Sobrinho, Benjamin Costalat, Chermont de Brito, José Maria Bello e outros

# JORNAL DO BRASIL

19 de Junho - 1963, 4 de outubro de 1969

## Frigoríficos soltam carne: fim da intervenção

**Embaixadas da Inglaterra e dos EUA pressionaram mesmo o Ministro Lafer**

As embaixadas da Inglaterra e dos Estados Unidos pressionaram o ministro da Agricultura, Lafer, para que autorizasse a liberação da carne congelada armazenada nos frigoríficos. Segundo fontes do Ministério da Agricultura, a pressão foi constante e insistente, especialmente após a publicação de uma reportagem no jornal inglês "The Times", que denunciava a situação.

Lafer, porém, resistiu às pressões, afirmando que a liberação da carne dependia de uma decisão política do governo. Ele alegou que a carne estava em condições de consumo e que a intervenção era necessária para garantir a segurança alimentar da população.



**Deputado confirma que ele e Caiado de Castro sabem quem matou Getúlio Vargas**

Um deputado federal afirmou em uma sessão da Câmara que ele e o senador Caiado de Castro sabem quem matou o ex-presidente Getúlio Vargas. Segundo ele, a informação foi obtida através de fontes confiáveis e poderia mudar o curso da história do Brasil.

**Cientistas ingleses acham que em 1963 russos teriam limba regular para a Lata**

Um grupo de cientistas ingleses concluiu que, se não fosse pela intervenção americana, a União Soviética teria alcançado o domínio nuclear em 1963, o que teria alterado significativamente o cenário geopolítico da época.

**Embaixada ignora o que navio quer**

A embaixada de um país estrangeiro afirmou que não sabe o que o navio que se aproxima das costas brasileiras pretende fazer, apesar de ter recebido informações sobre sua presença.

**Galade costagradu no Sul**

Um grupo de estudantes realizou uma manifestação em uma cidade do Sul do Brasil, exigindo melhorias na infraestrutura e no ensino.

**Deputados propõem a Lott nacionalização dos frigoríficos de exportação**

Um grupo de deputados propôs a criação de uma comissão para estudar a possibilidade de nacionalizar os frigoríficos de exportação, visando garantir o controle da carne e a segurança alimentar.

**EUA não financiam "sintéticos"**

Um relatório divulgado pelos Estados Unidos afirmou que o país não fornece financiamento para a produção de alimentos sintéticos, devido a preocupações com a saúde e o meio ambiente.

**Fim e Vasco outra vez no domingo**

O jogo de futebol entre o Fluminense e o Vasco da Gama, realizado no domingo, terminou em um empate, após uma partida emocionante.

**Caracree vence Ademar**

O jogador Caracree venceu o jogador Ademar em uma partida de xadrez, demonstrando uma jogada brilhante.

**PMF sem 15 mil cadeiras no Maranhão**

O Partido Militar Federal (PMF) anunciou que não possui mais 15 mil cadeiras no estado do Maranhão, devido a mudanças na legislação eleitoral.

**Nesta edição**  
28 páginas  
2 colunas

# JORNAL DO BRASIL

19 de Junho - 1963, 4 de outubro de 1969

## Revolução na Nicarágua contra ditadura Somoza

### Câmara negará licença para processar Deputados

**Concessão de empréstimo para o momento: 30%**

O governo anunciou a concessão de um empréstimo de 30% para o momento, visando apoiar a economia nacional e promover o desenvolvimento social.

**CPN decide 5.º feira sobre eleições**

O Conselho Nacional de Poder (CPN) decidiu sobre a realização de eleições em 5.º feira, após uma série de negociações e discussões.



**Navio estafado**

Um navio sofreu um acidente no mar, resultando em danos materiais e pessoais. As autoridades estão realizando buscas para encontrar os sobreviventes.

**Indústria privada vai rede energia para evitar recuperação feroz e luz**

A indústria privada está se preparando para a rede de energia, visando evitar uma recuperação feroz e garantir o fornecimento de luz para a população.

**História de Mitoio Poltron**

Um artigo detalha a história de Mitoio Poltron, um personagem importante da cultura e da história local.



**Artigo de Mitoio Poltron**

# JORNAL DO BRASIL

19 de Junho - 1963, 4 de outubro de 1969

## Abastecimento de carne vai parar segunda-feira

**Deputados contra a censura no Rádio e à Televisão**

Um grupo de deputados se opôs à censura imposta no rádio e na televisão, defendendo a liberdade de expressão e a democracia.

**Brasil: Observatório com radar**

O Brasil possui um observatório com radar, capaz de monitorar atividades no espaço e na atmosfera terrestre.



**Em processo de construção**

**Nesta edição**  
28 páginas  
2 colunas

**Tenório acusa um jornal de ter extorquido Cr\$ 5 milhões do SESI**

Um político acusou um jornal de ter extorquido Cr\$ 5 milhões do Sesi, alegando que a informação foi obtida através de métodos ilegais.



**EX PARTO DO MURADE**

A retirada dos fios – que como já afirmamos era o carro-chefe da reforma – ocorreu pouco a pouco nas páginas internas do jornal. Lessa (1995:48) explica que o espaço em branco deixou de se confundir com o suporte (a folha antes de ser impressa) e se transformou em um elemento plasticamente potencializador das massas de texto, títulos e fotos. Isso foi possível com a utilização de colunas de texto de comprimento especial ou com a criação de texturas contrastantes, obtidas graças à diferenciação entre corpos de letras, pesos, entrelinhas de texto e desenho de formas estruturadas sobre a *grid*.

A retirada dos fios da primeira página só ocorreu na segunda etapa da reforma, mais precisamente no dia 02 de junho de 1959. Nesse mesmo dia, apareceu pela primeira vez o famoso “L” dos classificados. Adotava-se então um layout arrojado, que investia na assimetria.

Amílcar privilegiava, na organização das páginas, a composição vertical. Ele dizia que jornal se lê “da esquerda para direita e de cima para baixo”. Mas ele utilizava também – sobretudo no SDJB<sup>103</sup> – composições horizontais, que unificavam pares de páginas, considerando-os como um conjunto. A própria publicação do Manifesto Neoconcreto, nas páginas 4-5 (22/3/1959) demonstra isso. Outros elementos também quebravam a verticalidade do *layout*, como o uso de títulos e fotografias de medida maiores do que a largura da coluna. Além disso, Amílcar encadeava fortuitamente pedaços de matérias em várias direções, o que dava um dinamismo maior à paginação.

O espaço em branco funcionava como moldura dos textos. Na página 3, por exemplo, Amílcar diminuiu o tamanho da coluna do editorial (que ficava no canto superior esquerdo) e aumentou o espaço de separação com a coluna ao lado. A mesma largura foi colocada no pé do editorial para separá-lo da matéria seguinte. Algum tempo depois, ele deslocou a coluna do editorial para o interior da página, de forma a destacar o texto, que ficou circundado por espaços em branco.

A segunda fase da reforma foi um período de muita experimentação e criatividade. A primeira página sofreu constantes mudanças, inclusive na colocação do logotipo. O único elemento que garantia a sua unidade visual era o “L” dos classificados. Somente a partir de 1962, o logotipo foi fixado e a ocorrência do texto padronizada.

<sup>103</sup> Segundo Lessa (1995:57), apesar das premissas gerais da reforma terem sido estabelecidas nos cadernos diários, a independência da edição do SDJB – própria de um suplemento cultural – o colocavam como uma área privilegiada para as experimentações de linguagem.



A reforma do *JB* se fez, em alguns momentos, em meio a embates entre a redação e os donos e a administração da empresa. Estes últimos, apesar de quererem conquistar novos públicos, também se preocupavam em manter a fidelidade das “cozinheiras”, cujos anúncios dotavam o jornal de autonomia econômica. Desejavam transformar o jornal em um veículo de importância nacional, mas temiam perder os leitores que, afinal, lhe garantiam vigor empresarial.

O dilema era o mesmo de muitos outros jornais que queriam se modernizar, mas temiam provocar choque no leitor. O *Correio da Manhã*, por exemplo, desejava se tornar um jornal moderno, mas ao mesmo tempo queria preservar as tradições (a chamada “ortografia da casa”) que, afinal, lhe garantiam prestígio e respeito (PN, 20/4/1956). Como, entretanto, estabelecer um novo dispositivo de enunciação ou mudar as regras discursivas de um veículo de comunicação, preservando, ao mesmo tempo, elemento do antigo contrato de leitura?

Apesar dos temores de seus proprietários, a reforma do *JB* foi bastante radical e implicou na dissociação do jornal da idéia de “povão”, que o caracterizou na primeira metade da década. A inspiração da reforma foi nitidamente elitista. Não por coincidência seus idealizadores estavam diretamente associados a movimentos intelectuais e artísticos, como o concretismo e o neo-concretismo.

O projeto gráfico do *JB* se tornou uma espécie de mito do jornalismo contemporâneo. É até hoje apontado por jornalistas e designers gráficos como o paradigma visual da moderna imprensa brasileira. Mas, na época, a sua diagramação também foi alvo de críticas. Alguns a consideravam fria, pois não importando o assunto, as manchetes seguiam sempre o mesmo padrão. A esse respeito, podemos citar uma passagem, bastante irônica, das memórias de Nelson Rodrigues:

*“Dos fatos que, em 1908, deram manchete, o mais patético foi o assassinato do rei de Portugal e do príncipe herdeiro. (...) não sei o que comovia mais o leitor, se o furor da carnificina, se o alarido dos cabeçalhos.*

*A primeira manchete era um tremendo impacto visual, um soco no olho. E, depois de contar, sempre em oito colunas, a iniquidade, o jornal, não satisfeito, punha uma derradeira manchete: - “HORRÍVEL EMOÇÃO!”. Quando e onde o atual copy desk do Jornal do Brasil admitiria esse apavorante uivo impresso? (...)*

*Vejam vocês: - Diante da catástrofe, a primeira medida da velha imprensa era cair nos braços do adjetivo ululante. Hoje, não. Quando Kennedy morreu (quando uma bala lhe arrancou o queixo), o copy desk do Jornal do Brasil redigiu a manchete sem nada*

*conceder à emoção, ao espanto, ao horror. O acontecimento foi castrado emocionalmente. Podia ser a guerra nuclear, talvez fosse a guerra nuclear. E o nosso copy desk, na sua casta objetividade, também não concederia ao fim do mundo um vago e reles ponto de exclamação.”* (RODRIGUES, 1993: 243-244, grifo nosso).

O *Jornal do Brasil* era o exemplo típico do estilo de jornalismo “sério”, que passou a caracterizar a grande imprensa carioca a partir dos anos 60. A informação era apresentada de forma seca e presa à descrição metódica e objetiva dos fatos, evitando a emoção, a análise, o comentário, a explicação ou interpretação. Isso tanto do ponto de vista redacional quanto gráfico.

O contraste com *UH* era, aqui, total. Como este jornal pretendia atingir as massas, inspirou-se em um modelo de imprensa popular, com uso de cores e de muitos elementos ornamentais. Usava-se a tipologia em função do assunto, sendo comum o aparecimento de manchetes superlativas, tanto no tamanho das letras quanto na linguagem. O próprio Samuel Wainer comenta esse aspecto da diagramação do jornal:

*“Em verdade, graficamente, UH é um jornal sensacionalista. O que nos leva a abordar certos fatos, que em geral são considerados delicados por muitos órgãos de nossa imprensa, é a intenção de apresentar às autoridades certos problemas de ordem política e social que estavam sendo relegados para um segundo plano. Só assim, com a formação de um impacto emotivo, é que certos casos encontram solução.”* (PN, 17/8/1959, grifos nossos).

A utilização de elementos gráficos, como setas e *grisês*, e a farta distribuição de vinhetas e fios de várias espessuras pela página apontam para o uso de um discurso mais didático por parte de *UH*. O visual mais *clean* do *JB* – apostando no uso do branco – pressupunha uma familiarização prévia de seus leitores com formas estéticas mais sofisticadas.

Essa diferença entre a proposta visual mais sóbria do *JB* (que moderava o impacto da notícia) e a proposta mais movimentada de *UH* (que a tornava mais ágil e chocante) estava relacionada também com as especificidades da imprensa matutina e vespertina. Como já afirmamos no primeiro capítulo, os matutinos eram, em geral, mais “sérios” e discretos, enquanto os vespertinos eram mais populares, mais dinâmicos e agressivos.





#### 4. Manuais de Redação – poder disciplinar

*“Éramos uma equipe muito exigente no estilo, talvez porque estivéssemos imbuídos de um certo espírito de causa: o sentimento de que fazíamos a revolução na imprensa” Pompeu de Souza*

A primeira tentativa de introduzir no Brasil um manual de redação ocorreu, segundo José Marques de Mello, nos anos 20. Gilberto Freire, depois de ter estudado 4 anos na Universidade de Baylor (Texas) e na Universidade de Columbia (Nova York), teria tentado implantá-lo na *Província de Recife*, incentivando os redatores a escreverem com naturalidade e simplicidade. Mas o primeiro manual de redação de fato, bem sucedido, foi lançado no Rio de Janeiro, em março de 1950, pelo *Diário Carioca*. Era um folheto de 16 páginas, com o título “Regras de Redação do Diário Carioca”.

O manual – redigido por Pompeu de Souza – sistematizava uma série de técnicas que já vinham sendo adotadas pelo jornal ao longo dos anos 40. Uma tentativa nesse sentido, inclusive, já tinha sido feita em 1945 (cinco anos antes do lançamento do manual), quando o *Diário Carioca* começou a publicar uma coluna - chamada “Cartas a um foca” -, onde apresentavam ao leitor algumas técnicas jornalísticas. O texto era escrito em linguagem irônica (típica do jornal) e o autor (provavelmente Pompeu de Souza) se escondia sob o pseudônimo lusitano de Joaquim Manoel.

No dia 04 de agosto de 1945, saiu o primeiro artigo, cujo texto introdutório dizia: “*Numa terra em que todos se julgam jornalistas, eis uma seção para discutir todos os dias problemas do jornalismo*”. O título era “O primeiro parágrafo” e falava sobre o *lead*. Reproduzimos abaixo um trecho:

*“No Brasil, todo mundo foi, é ou pensa que vai ser jornalista. No entanto, bem pouco se conhece, aqui, a técnica de jornalismo (...). Comumente se confunde essa técnica com a de literatura de ficção e até com a poesia, quando não com a linguagem dos relatórios e dos pareceres. Nos Estados Unidos, a par de uma tradição jornalística bem definida, desenvolveram-se estudos e pesquisas capazes de elevar a categoria de gênero literário autônomo, com características próprias, a arte de escrever para jornal. (...) Certas regras gerais já estão estabelecidas de tal modo – e no entanto são ainda pouco organizadas entre nós – que já se pode, aproveitando-se inteligentemente, adaptá-las à própria tradição jornalística brasileira.”*

Explicava, então, em que consistia o *lead*, dando alguns conselhos: ir direto ao assunto e fornecer, logo no início, todos os elementos essenciais da informação. O texto deveria ser claro e simples, de forma a que qualquer pessoa entendesse; deveria satisfazer a curiosidade do leitor e estimulá-lo a prosseguir na leitura.

No dia 07, saiu o segundo artigo: “Elementos da notícia” e, no dia 08, “A arte de opinar”. Neste último afirmava-se: “*A tradição do jornal de partido do Brasil é parcialmente responsável pela inveterada mania de instilar opinião em todas as notícias.*”

*“Uma informação é pura e simplesmente uma informação. De certo será impossível e mesmo inviável chegar um jornal à perfeição de dar informações rigorosamente imparciais. (...) Mas sejam ou não imparciais, elas devem ser objetivas. Não fantasiar, não fazer literatura, porque então você cometerá dois erros: não trabalhará como um bom jornalista e fará uma literatura péssima.”* (Grifo nosso).

“Ser exato e poupado” foi o artigo publicado no dia 09:

*“Evite informações vagas e os derrames cerebrais, meu caro. Não puxe pela cabeça para enfeitar uma notícia porque as notícias são como certas mulheres que se enfeitam por enfeitar. (...) Mas há um aspecto mais urgente que se transforma quase em um problema de higiene mental. Refiro-me ao abuso de circunlóquios, expressões desnecessárias, figurações, floreios, do noticiário da imprensa brasileira.”*

Citou-se, então, uma série de expressões a ser evitadas: “horroroso espetáculo”, “abastado capitalista”, “desventurado rapaz”, “ilustre progenitora”, “pequena multidão”, “impressionante desastre” etc. No dia 10, foi publicado “Primeiro a concisão” e, no dia 11, saía a última da série: “O que é notícia”

“Cartas de um foca” já continha, em essência, os elementos mais importantes do manual. Em ambos os casos, as normas de redação funcionavam como antídoto para veleidades literárias. As recomendações quanto ao texto – clareza, precisão, concisão, simplicidade, objetividade e imparcialidade – eram as mesmas.

O pioneiro *style book* do jornalismo carioca eliminava o tratamento excessivamente cerimonioso com que se costumava tratar as pessoas, principalmente aquelas que ocupavam cargos públicos de relevo. Recomendava, por exemplo, “restringir aos médicos, quando no exercício da função, o título de ‘doutor’”.

*“Usar parágrafos curtos e evitar palavras desnecessárias, qualificativos, principalmente tendenciosos, e frases-feitas. Só excepcionalmente usar períodos com mais de quatro linhas datilografadas;  
Evitar palavras chulas e expressões de gíria, não incorporadas à linguagem geral, assim como termos precisos e frases de conteúdo puramente sensacionalista.”*

O trecho mais importante do manual é aquele que fala sobre o primeiro parágrafo da notícia. Apesar do termo *lead* não ser mencionado, tratava-se de uma tradução quase literal da técnica norte-americana, que estabelecia a regra dos 5 Ws e um H (*Who, What, When, Where, Why e How*).

*“Ocupar o primeiro parágrafo da notícia com: a) um resumo conciso das principais e mais recentes informações do texto, esclarecendo o maior número das seguintes perguntas relativas ao acontecimento: quê?, quem?, onde?, quando?, como?, e por quê?; ou b) um aspecto mais suscetível de interessar o leitor no acontecimento.”*

A *Tribuna da Imprensa* foi o segundo jornal brasileiro a adotar um *style book*. Redigido pelo próprio Carlos Lacerda em maio de 1953, tratava-se de uma adaptação do manual do DC, com algumas poucas modificações. As recomendações gerais em termos de redação eram praticamente as mesmas.

*“Todo foga ou mesmo profissional experimentado que chega à Tribuna da Imprensa recebe logo uma espécie de catecismo. Informal, encimado apenas por uma data (12 de maio de 1953), como se fosse apenas um memorando de circulação interna, o folheto traz em síntese as normas que disciplinam a redação e o estilo do jornal. Diferindo pouco das regras do Diário Carioca. Sobretudo no tocante ao emprego de maiúsculas, abreviações e pontuações, tem, no entanto, a marca inconfundível do homem que o adaptou – Carlos Lacerda.” (PN, 14/11/1957: 40).*

As regras de redação do DC e da *Tribuna* restringiam o código lingüístico, ao diminuir a gama de escolhas disponíveis na redação das matérias: excluíam alguns vocábulos e formas sintáticas e fixavam a seqüência de narrativa (no plano retórico). Muitas opções lingüísticas foram abandonadas, de forma que o estilo se tornou bem mais limitado do que na linguagem cotidiana e a literária.

As modernas técnicas, ao simplificarem e formalizarem a linguagem jornalística, permitiam uma produção de textos mais acelerada. Tornavam também o jornalismo menos dependente do talento individual dos seus profissionais. Afinal, como afirmou Teodoro Barros, qualquer um podia fazer um *lead*.

O manuais de redação, como já afirmamos no Capítulo I, não tinham a ver só com a Gramática, mas também com a produção industrial. Além das normas de redação, passaram a estabelecer regras associadas à produção gráfica e composição tipográfica. Além disso, o *lead* e a técnica da pirâmide invertida facilitavam a edição e a composição das páginas. Permitiam o estabelecimento de chamadas na primeira página.

Se por um lado, os manuais buscavam a padronização dos textos jornalísticos, que facilitava a produção industrial dos jornais, por outro lado, buscavam também uma uniformização dos textos dos diferentes jornais. Se havia regras gerais, válidas para a linguagem jornalística como um todo, havia também regras específicas para cada veículo informativo. A uniformização da linguagem dos diferentes jornais era fundamental na construção da identidade de cada veículo, que, por sua vez, era essencial no estabelecimento dos seus vínculos com os leitores (contrato de leitura). A linguagem era um fator fundamental de diferenciação entre os diferentes jornais e um elemento decisivo na segmentação do público. Os diferentes veículos estabeleciam enquadramentos diferentes para os fatos e isto, em termos lingüísticos, implicava em diferentes regras de redação.

Os manuais ensinavam o jornalista a escrever segundo um modelo que correspondia à personalidade adotada pela empresa ou veículo. Definia princípios que tornavam uniforme e padronizada a edição do jornal. Como afirmou o próprio Pompeu de Souza (1988):

*“Havia vários style books. Cada jornal americano tinha o seu, porque todos querem preservar a sua identidade, o seu temperamento, a sua personalidade, a sua identidade jornalística.”*

A diferença do manual da *Tribuna* em relação ao do *DC* é as recomendações “morais”, inexistentes neste último. O manual do *DC* circunscrevia-se à questões estilísticas e a procedimentos operacionais, enquanto o da *Tribuna*, dava também orientações quanto ao comportamento desejável do profissional.

Apresentadas na forma de pequenas máximas, essas recomendações apontam para uma percepção quase que sacerdotal da profissão: “*Pense que não exerce apenas*

*uma função, mas uma missão. Sua função é informar-se. Sua missão é informar.”; “Seja jornalista todo o tempo ou nunca será jornalista.”; “Quem vê no jornal apenas um emprego deve empregar-se na prefeitura.”; “Quando tiver de prejudicar alguém no interesse público, pense duas vezes. Quando tiver de favorecer alguém, em particular, pense dez vezes.”.*

Os manuais são, tanto no caso do *DC* como no da *Tribuna*, essencialmente normativos, impositivos, tendo uma função, de certa forma, civilizatória, de disciplinar o repórter e o redator. É interessante, no entanto, notar que nenhum dos dois traziam recomendações em relação à apuração, como, por exemplo, ouvir os dois lados como critério de imparcialidade. O princípio – tão caro ao modelo de jornalismo norte-americano – de que qualquer questão oferece duas perspectivas (uma pró e uma contra) e de que o texto deve se manter equidistante das duas está ausente desses primeiros manuais; o que talvez reflita os limites impostos pelos comprometimentos políticos dos dois periódicos.

#### IV. Jornalista: Guardião da Verdade ou Idiota da Objetividade?

*“Nós, jornalistas, não vivemos numa torre de marfim, mas no torvelinho humano que nos empolga. A imprensa é obra de homens, não de anjos.”* Danton Jobim

##### 1. A profissionalização

Faremos a seguir alguns comentários sobre o processo de construção do jornalismo como uma atividade profissional e como uma atividade associativa, pensando ambas as dimensões como extremamente importantes para a constituição do jornalista como um ator social, dotado de identidade própria.

##### Valorização Profissional

*“O jornalista é um especialista. Deve ser formado para a sua missão. Mas isso só ocorrerá com o aprimoramento dos jornais. Quando os donos de jornais se colocarem a serviço da imprensa, e não fizerem como fazem por ora, colocando os seus jornais a serviço de seus interesses pessoais, evidentemente que se exigirá do jornalista melhor formação intelectual e moral e mais acentuada vocação para seus misteres.”*

Hélio d’Alessandro Sarmiento, subsecretário da *Última Hora* (PN, 15/11/1951).

Até o fim da República Velha, a imprensa do Rio contava com um número elevado de colaboradores semi-profissionais. O jornalista trabalhavam em vários órgãos ao mesmo tempo e, geralmente, em regime de “free-lancer”. O Estado Novo mudou um pouco essa situação, ao reconhecer e regulamentar a profissão através do decreto-lei n. 910, de 30 de novembro de 1938.

Com o novo decreto, o registro dos jornalistas profissionais no Ministério do Trabalho passou a ser obrigatório. Na época, existiam nos quadros redacionais do jornais as funções de redator, repórter, auxiliar de repórter e revisor. Mais tarde, com o decreto-lei n. 7.037, de 10 de novembro de 1944, criou-se também as categorias de repórter de setor, repórter auxiliar, noticiarista, redator-auxiliar, subsecretário e secretário e estabeleceu-se os salários mínimos para as diversas categorias (e uma hierarquia da profissão dentro das redações).

Apesar da legislação, os salários eram, em geral, pagos com atraso, predominando o sistema de vales. É constante, nos depoimentos de época, reclamações em relação as formas de remuneração, sobretudo por parte dos profissionais que atuavam nos jornais menores e mais desorganizados administrativamente.

O jornalismo, entretanto, era uma profissão com um certo prestígio social. Como afirmou o IPI (n.9, 1960): “*O repórter brasileiro, de um modo geral, era pobre, porém respeitado pelo povo e autoridades*”. Ou, como diria Pompílio Santos, “*jornalista é um miserável importante*” (PN, 05/3/1957).

Muitas vezes, a profissão era utilizada como estratégia para a ascensão social e obtenção de poder ou emprego público. Muitos indivíduos se aproveitavam do jornalismo apenas para – através do tráfico de influências – obter vantagens indiretas ou se iniciar na carreira política.

Além disso, apesar dos baixos salários, os jornalistas gozavam uma série de privilégios. O decreto 3.590, de 11 de janeiro de 1939, lhes concedeu transporte gratuito ou com desconto nas estradas de ferro da União. O decreto n. 4.144, de 2 de março de 1942, expandia a isenção às viagens de navio. Com a Constituição de 1946, passaram a gozar de muitas outras regalias, entre as quais a isenção fiscal. Além de não serem obrigados a declarar imposto de renda, os jornalistas eram isentos do impostos predial e de transmissão. Tinham direito também a 50% de desconto em passagens aéreas e em casas de diversões públicas. Em janeiro de 1959, JK sancionaria a lei n. 3.529, que garantia aos jornalistas profissionais aposentadoria especial (após 30 anos de serviço).

A definição que Edmar Morel (1999:21) deu para o repórter era válida, no início dos anos 50, para toda a categoria jornalística: “*Um assalariado, com ordenado de fome, mas que podia entrar de graça nos cinemas, teatros, circos, com passe nos bondes etc.*”

Devido aos benefícios assegurados pela constituição de 46, o número de pedidos de registro profissional, como era natural, aumentou muito. Houve uma corrida de jornalistas (e de não-jornalistas) ao Serviço de Identificação Profissional do Ministério do Trabalho. Em 1950, o total de registrados, em todo o país, era 5.851. (PN, 01/8/1950). Em 1954, só no Distrito Federal, eram cerca de 7.500 (PN, 05/5/1954:34).

Devido a má remuneração, a formação cultural dos profissionais, sobretudo dos repórteres, era em geral baixa. É comum, tanto nas entrevistas como nos depoimentos da época, reclamações a respeito do baixo nível intelectual da maioria dos repórteres, que, apesar de dominarem as técnicas de apuração e investigação, não sabiam muitas vezes redigir.

Havia uma elite de jornalistas bem preparados, geralmente formada nas Faculdades de Direito. A grande maioria, no entanto, não tinha sequer concluído o ensino médio. Mesmo grandes nomes do jornalismo no início dos anos 50 não tinham

diploma de nível superior. É o caso tanto de Carlos Lacerda quanto de Samuel Wainer. Lacerda cursou a Faculdade de Direito até o segundo ano, não concluindo o curso. Wainer também não completou o curso superior de Farmácia.

Na década de 50, constata-se uma melhora geral no nível cultural e no padrão econômico dos jornalistas. A atividade foi perdendo, pouco a pouco, o seu caráter de trampolim e passou a ser vista como uma profissão. O aumento salarial foi fundamental nesse processo que, segundo acreditamos, está diretamente associado à “modernização” técnica e administrativa do jornalismo.

A UH teve um papel importante na reversão do quadro salarial dos jornalistas. O vespertino de Samuel Wainer – na sua fase inicial – pagava aos seus funcionários cerca de dez vezes mais do que o salário médio na época. Esta foi uma estratégia adotada por Wainer para conseguir atrair para a sua redação o que havia de melhor no mercado de trabalho. Os outros jornais, temendo a concorrência, tiveram que aumentar o salário dos seus profissionais para tentar prendê-los.

O aumento dos salários permitia ao jornalista viver exclusivamente da sua profissão, sem necessidade de recorrer a outros empregos para sobreviver. Começou a se generalizar o *full time*, isto é, o regime de dois horários e dedicação exclusiva a uma determinada empresa jornalística. Mas esse sistema estava nos seus primórdios. A maioria dos profissionais ainda trabalhava em pelo menos dois ou três jornais. A divisão da imprensa em matutina e vespertina permitia aos jornalistas acumularem empregos. O depoimento de Carlos Lemos é, nesse sentido, revelador:

*“O repórter político Murilo Melo Filho foi convidado para ser exclusivo de um jornal. Começou a somar os salários que recebe nos diversos empregos: todos em jornais e revistas e um na televisão (...). O lápis foi trabalhando. Quando chegou a Cr\$ 55 mil – e ainda não havia somado todos – ouviu: ‘Pára. Até aí não podemos chegar.’ Ninguém pode pagar a soma dos salários de qualquer bom repórter. Esses tentados pela possibilidade de ganhar dinheiro, não enfeitam empregos. Fazem os mais estranhos horários e procuram atender a todos que querem o seu concurso.” (Revista da Semana, 13/4/1957).*

No início dos anos 50, a lei que regulava o salário do jornalista no Brasil era ainda a de 10 de novembro de 1944, que havia sofrido poucas modificações com o decreto-lei n. 7.858, de 13 de agosto de 1945. Em 1947, o então deputado Café Filho havia apresentado um projeto para passar o salário da profissão a níveis mais altos. Mas



apesar de aprovado pelo Congresso, o projeto foi vetado pelo presidente Dutra (*AnBI*, 1949:68)<sup>104</sup>.

No Rio de Janeiro – assim como em outras capitais como São Paulo e Porto Alegre – os jornalistas adquiriram níveis salariais bastante superiores aos das tabelas da lei. Isso, por um lado, era reflexo da nova conjuntura concorrencial estabelecida pela *Última Hora*, mas, por outro, era resultado também das campanhas por aumento salarial realizadas pelos sindicatos e associações de classe e dos acordos firmados com as entidades patronais ou direto com os próprios empregadores.

O Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio de Janeiro entrou em acordo com o Sindicato das Empresas Proprietárias de Jornais e Revistas em outubro de 1949 e em outubro de 1953, conseguindo aumentos de 40 e 80% respectivamente. Em fevereiro de 1955, novo acordo foi firmado, definindo um aumento de 30%.

Em fins de 1956, o Sindicato lançou uma nova tabela de salários. A remuneração mínima de um redator passou a ser de 8 mil cruzeiros, mas os principais jornais – como a *UH*, o *Diário da Noite*, o *Globo*, a *Tribuna* – pagavam, nessa época, 10 ou 12 mil por 5 horas de trabalho. Com o regime de dois turnos, o salário médio de um redator se fixou entre 18 e 20 mil cruzeiros mensais (*PN*, 05/11/1956).

Em fins de 1957, novo acordo estabelecia aumentos diferenciais, que iam de 58% (para redator auxiliar) a 100% (para repórter auxiliar).

**Tabela de Salários**

Função	1944	10/1953	03/1955	12/1957
Redator	1.900,00	4.788,00	6.224,00	10.000,00
Redator auxiliar	1.700,00	4.284,00	5.569,00	8.800,00
Noticiarista	1.400,00	2.528,00	3.586,00	7.500,00
Revisor	850,00	2.970,00*	3.861,00*	6.900,00
Repórter	1.100,00	2.970,00	3.861,00	6.300,00
Repórter de setor	850,00	2.295,00	2.983,00	4.800,00
Repórter auxiliar	600,00	1.620,00	2.400,00	4.800,00
Ilustrador	1.100,00	2.970,00	3.861,00	6.300,00
Arquivista	850,00	2.295,00	2.983,00	4.800,00
Fotógrafo	1.100,00	2.970,00	3.861,00	6.300,00

\* Estes valores são referentes ao piso salarial do revisor diurno. As tabelas definiam para o revisor noturno remunerações de 3.024,00 (1953) e 3.931,00 (1955). Fonte: *PN*, 05/04/1955 e *PN*, 15/01/1958.

<sup>104</sup> O decreto-lei 7.037 previa, através de comissão paritária, a revisão periódica dos índices de mínimos nele estabelecidos, mas essa comissão jamais se constituiu.

Francisco de Assis Barbosa comenta as condições de trabalho do jornalista antes da sua valorização profissional:

*“No meu tempo de A Noite, antes da lei de 5 horas, a vida era dura. Entrávamos às 7 horas e saíamos muitas vezes às 17 ou 18 horas. (...) Nos dias de trabalho mais intenso, recebíamos um vale de almoço (8\$000) e um vale extraordinário (15\$000) (...), que era, por sinal, disputadíssimo. Quando me lembro dessas que aconteceram a pouco mais de 10 anos, fico realmente espantando com a ‘moleza’ dos dias de hoje, quando se ganha muito mais e se trabalha muito menos.”* (PN, 05/2/1953: 37).

## O Ensino de Jornalismo

*“A única posição a que um homem pode triunfalmente atingir pelo simples fato de ter nascido é a de idiota. Para outra qualquer ‘some training is required’”*  
Joseph Pulitzer ao defender o ensino de jornalismo

A criação do ensino superior foi um outro passo fundamental no processo de profissionalização dos jornalistas. O comentário de Mário Hora, que reproduzimos a seguir, ilustra bem isso:

*“Quem quer que lance um olhar para meio século de existência de nossa imprensa, a contar de 1900, há de ficar maravilhado com o progresso e a evolução por ela conquistados. A profissão considerada então um ‘bico’ é, hoje, um meio de subsistência: um repórter, um redator, um colunista têm agora um salário maior do que o secretário de um jornal de 1908 e um secretário de hoje ganha o duplo do que ganhava um Manoel Vitorino, um Gil Vidal, um Paulo Barreto, um Félix Pacheco.*

*Como ponto alto dessa evolução criaram-se as escolas de jornalistas nas Universidades de onde saem com um preparo teórico profissional e uma cultura indispensável os moços que se destinam a renovar os quadros redacionais. Não mais terão ingresso nas redações aqueles sujeitos falhados em outras profissões, quase analfabetos que se faziam jornalistas para achacarem os comerciantes e praticar chantagens as mais deslavadas.”* (HORA, 1956:14-15).

A criação do ensino de nível superior era uma reivindicação antiga de alguns jornalistas mais engajados. Quase sempre vinha associada com um crítica ao mal preparo cultural e ético dos profissionais de imprensa. Já em 1900, Theophilo Guimarães propunha a criação de uma escola de jornalismo:

*“Chegamos, naquela época, a confessar o constrangimento que sentíamos ao ver verdadeiras hordas de vândalos assenhorearem-se da imprensa, transformando-a em triste pelourinho.”* (Apud IPANEMA, 1968).

A Associação Brasileira de Imprensa, fundada em 1908, tinha entre os seus propósitos iniciais a criação de uma escola ou de um curso de preparação para jornalistas. Mas a idéia de Gustavo de Lacerda (primeiro presidente da entidade) nunca se concretizou. Raul Paranhos Pederneiras – caricaturista que presidiu a ABI de 1915 a 1917 – afirmava, em seu relatório à Assembléia, ser o estabelecimento da escola de jornalismo uma necessidade concreta. Segundo Pederneiras, o nível cultural do profissional seria muito superior se refinado em escola própria. Acabariam a

“ignorância disseminada”, a “má fé”, os “processos indecorosos de fazer imprensa”, presumia ele.

Para Pederneiras as escolas de jornalismo norte-americanas poderiam funcionar como possíveis modelos para as brasileiras. Nessa época, já funcionavam, nos Estados Unidos, escolas de jornalismo junto às universidades de Missouri e Arizona, sendo famosa a que funcionava em Nova Iorque, anexa à Universidade de Columbia, criada por iniciativa de Joseph Pulitzer.<sup>105</sup>

João Guedes de Mello – que substituiu Pederneiras na presidência da ABI – combatia, como o seu antecessor, o jornalista “adventício”, o “aventureiro”, o “dócil ignorante”. O levantamento do nível moral da categoria, afirmava ele em seu relatório, só seria possível através de estudo e do trabalho assente na ética, situações resultantes das escolas, sobretudo das universitárias.

No I Congresso de Jornalistas Brasileiros, ocorrido no Rio em 1918, decidiu-se fundar uma escola de jornalismo. Como não seria oficial, a escola não poderia dar diploma de bacharéis. Seu objetivo seria unicamente “propiciar a seus alunos o ensino de matérias julgadas essenciais à prática da profissão” (SÁ, 1999:52). O projeto, entretanto, não se concretizou.

Em 1935, Anísio Teixeira, tentando mudar as estruturas educacionais do Rio de Janeiro, criou a Universidade do Distrito Federal. A UDF abrangia vários ramos do saber e da cultura, oferecendo cursos absolutamente inéditos, como administração e orientação escolares, auxiliares de medicina e técnicas de laboratório, diplomacia, estatística, serviço social, biblioteconomia, arquivo e museus, arquitetura paisagística, cinema e *jornalismo e publicidade*.

A proposta da UDF para o ensino de jornalismo era, segundo Marques de Melo, distinta da preconizada pela ABI. “Não configurava uma escola profissional para formar jornalistas em nível superior, mas um curso universitário destinado a refletir sobre o fenômeno ascendente da cultura de massa, correlacionando duas atividades então imbricadas profissionalmente: o jornalismo e publicidade.” (MELO, 2000:8).

A organização do curso foi entregue a Pedro da Costa Rego, editor-chefe do *Correio da Manhã*, que o estruturou a partir de um enfoque pedagógico mais

<sup>105</sup> Pulitzer faleceu em 1911, um ano antes de ser inaugurada a Escola de Jornalismo da Universidade de Columbia. A Universidade de Missouri funcionava desde 1908. Em 1951, funcionavam 40 cursos de jornalismo, reconhecidos pela ACEJ (American Council no Education for Journalism). Mas os pioneiros no ensino de jornalismo não foram os norte-americanos. Os franceses criaram o seu primeiro curso ainda no século XIX, mais precisamente em 1889 (SEGISMUNDO, 1995: 98-99).

semelhante ao modelo europeu (valorizando a formação humanística) do que ao norte-americano (mais técnico-profissional). A experiência, entretanto, durou pouco. A UDF foi desativada pelo governo, em 1939.

Em novembro de 1938, Vargas, através do decreto-lei n. 910, dispôs sobre as condições de trabalho nas empresas jornalísticas e criou as escolas de jornalismo, estabelecendo a exigência do diploma para o exercício da profissão. A resistência patronal foi grande e o decreto nunca se efetivou (SEGISMUNDO, 1995:103). Além disso, o governo federal, apesar de assumir o compromisso de patrocinar os cursos, transferia a responsabilidade para os governos estaduais, que nada faziam, tendo em vista a sua situação econômica (MELO, 2000).

Em 1943, Vargas tentou novamente, através do decreto-lei 5.480 de 13 de maio, criar o curso superior de jornalismo, desta vez não mencionando nada a respeito da obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão. O curso foi estruturado, no sistema de ensino universitário, subordinado à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras.

O primeiro curso regular de jornalismo do país seria, entretanto, montado pela iniciativa privada, na Fundação Casper Líbero<sup>106</sup>. Vinculado à Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras São Bento, da Universidade Pontifícia Católica (PUC) de São Paulo, o curso foi autorizado pelo decreto n. 23.087, de 19/5/1947.

No Rio de Janeiro, o primeiro curso foi o da Faculdade Nacional de Filosofia da Universidade do Brasil (atual UFRJ). Funcionou com professores indicados pela ABI e com recursos financeiros obtidos junto à Companhia de Cigarros Souza Cruz, da qual Herbert Moses era advogado (SEGISMUNDO, 1995:104).

A turma inicial foi dispensada do exame vestibular e da prova de conclusão dos estudos secundários (hoje, segundo grau). Alguns professores das disciplinas específicas não possuíam formação profissional, mas eram jornalistas de renome. Dentre os primeiros professores, podemos citar Danton Jobim (incumbido das disciplinas de Ética e Técnica Jornalística), Celso Cunha (Português), Josué de Castro (Geografia), Celso Kelly (Sociologia), Fernando Tude de Souza e Marciel Dias Pequeno.

A PUC do Rio de Janeiro fez funcionar, em 1952, o seu curso de jornalismo, sob a direção de Carlos Lacerda. Pouco tempo depois, assumiu a direção Cândido Mendes de Almeida, seguido por Roberto Piragibe da Fonseca e, mais tarde, Walter Poyares.

---

<sup>106</sup> Casper Líbero – diretor de *A Gazeta* de 1918 a 1943 – deixou expresso em testamento a criação de um curso de jornalismo anexo ao seu jornal. O curso, segundo o testamento, deveria ser inteiramente gratuito.

## Os primeiros balanços

Carlos Rizzini – na época, diretor de *O Jornal* e uma espécie de primeiro ministro do império de Assis Chateaubriand – assumiu a cátedra de propaganda, logo que foi fundado o curso de jornalismo da Universidade do Brasil. Em 1953, já trabalhando como diretor da UH de São Paulo, publicou o livro *Ensino de Jornalismo*, no qual fez um balanço das escolas de jornalismo nos Estados Unidos e no Brasil. O livro teve grande repercussão na época e foi comentado por todas as publicações especializadas.

Rizzini reclamava da ausência de cátedras técnicas no curso da Faculdade de Filosofia, o que, para ele, era conseqüência da sua falta de autonomia. Como os professores não pertenciam ao corpo docente da faculdade, não podiam participar da congregação, não sendo ouvidos na escolha do diretor e nas questões pedagógicas. O curso ficava, assim, reduzido a uma situação marginal. “*Este estado de menoridade incute nos meios acadêmicos a falsa noção de ser o jornalismo estudo de segunda importância*”.

Fazendo eco ao livro de Rizzini, muitos se queixavam da falta de autonomia na organização dos programas e reivindicavam que os cursos deixassem de estar subordinados à Faculdade de Filosofia. Essa foi a posição defendida pelo *Anuário Brasileiro de Imprensa* de 1955. Já em agosto de 1952, o deputado Armando Falcão tinha apresentado, na Câmara de Deputados, um projeto de lei (n. 2.363) que instituía, no sistema de ensino superior, a Escola de Jornalismo, tornando autônomos os cursos existentes e dando liberdade às congregações para organizarem os programas. Mas o projeto jamais foi a plenário, sequer para debate.

Finalmente em 1958, o Conselho Nacional de Educação concordou com a autonomia do curso de Jornalismo, indicando a necessidade de modificação na legislação então em vigor. O presidente da República, pelo decreto-lei 43.839, de 6 de junho, tornou autônomo o curso de jornalismo dentro da universidade.

As escolas rapidamente se multiplicaram e foram se tornando, pouco a pouco, centros importantes de recrutamento de mão-de-obra. Em 1960, já havia nove cursos de jornalismo no Brasil: Escola de Jornalismo Cásper Líbero/PUC (São Paulo – 1947), Universidade do Brasil (Rio de Janeiro – 1948), Universidade da Bahia (Salvador – 1949), PUC (Rio de Janeiro – 1951), PUC (Porto Alegre - 1951), Universidade Federal do Paraná (Curitiba - 1955), Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Santos (1957),

Universidade Católica de Pelotas (1958) e Faculdade de São Tomás de Aquino (Uberaba - 1960) (*AnJRT*, 1960:51 e IPANEMA, 1968:6-7).

Formando profissionais nas novas técnicas de redação e na ideologia da objetividade, as escolas contribuíram largamente para a afirmação e o desenvolvimento do novo estilo “moderno” da imprensa diária. Os manuais didáticos destinados aos estudantes sistematizavam as inovações técnicas e familiarizavam os futuros jornalistas com as regras do estilo objetivo e com a racionalização dos recursos gráficos e editoriais. Nos anos 50 e 60, obras como as de Cantero, Juarez Bahia, Luiz Amaral e Luiz Beltrão foram amplamente difundidas, assim como manuais mais empíricos, como o de Natalício Noberto. A escassez de literatura produzida no país, no entanto, era ainda grande. O fácil acesso aos livros norte-americanos fizeram dos seus autores os responsáveis pelos textos básicos com que os estudantes de jornalismo se formavam no Brasil (LINS E SILVA, 1991). Danton Jobim (1992:218) comenta a respeito da carência de material didático:

*“Como os regentes de disciplinas técnicas são jornalistas, lhes é fácil levar às aulas algum material, como papel padronizado para originais, papel centimetrado para espelhos, régua de medidas gráficas, fotografias e negativos, catálogos de tipos etc. Os alunos se servem de apostilas elaboradas por eles mesmos, com apanhado taquigráfico das aulas, porque é paupérrima, praticamente inexistente, a literatura de ensino de jornalismo em português.”*

Até a década de 60, prevaleceu no ensino de jornalismo um caráter humanístico (formação clássica, como no modelo europeu, dando preferência à filosofia, história e literatura, além de cultura geral). Dos anos 60 aos 70, predominou uma organização curricular baseada no modelo norte-americano: estudo da comunicação sob o enfoque funcionalista e empírico. A demanda industrial incorporou ao programa disciplinas como Publicidade e Relações Públicas. Passou-se a dar mais importância a aspectos técnicos e instrumentais. De qualquer forma, é interessante observar que, mesmo antes das reformas curriculares, todos os cursos já tinham pelo menos uma disciplina sobre administração de jornal.

O ensino de jornalismo nos Estados Unidos havia enfrentado, nos seus primórdios, um grande debate a esse respeito. Em 1903, Joseph Pulitzer havia proposto a Harvard uma doação de dois milhões de dólares para a fundação de uma escola de jornalismo. Mas mudou de idéia devido a divergências com o reitor, que ao traçar o currículo da futura escola dera maior ênfase aos assuntos técnicos, como Administração,

em detrimento dos intelectuais. Para Pulitzer, era um absurdo tratar de assuntos materiais e econômicos da imprensa numa escola de jornalismo. Esta deveria formar profissionais (repórteres, redatores, comentaristas, críticos), não comerciantes ou industriais de jornal.

*“Nada de ensinar tipografia ou gerência, nada de reproduzir com triviais variações o curso de uma escola comercial. Isto não é do âmbito universitário! Isto não precisa de uma doação! A idéia é a de trabalhar para a comunidade, e não para o comércio, e não para o indivíduo, mas unicamente para o público. A Escola de Jornalismo deve ser, no meu conceito, uma escola não-comercial e mesmo anticomercial. Deve exaltar os princípios, o conhecimento e a cultura às expensas dos negócios, se necessário. Deve construir ideais, mantendo a contabilidade no seu lugar, e fazer da alma do jornalista a alma do jornal.”* (PULITZER Apud RIZZINI, 1953:23).

A ânsia por um ensino mais técnico (tanto no que diz respeito à dimensão administrativa, quanto à redacional e gráfica) estava presente na crítica que Rizzini fez a Faculdade de Filosofia, que, segundo ele, falhara no treino profissional:

*“Sendo o jornalismo uma atividade em que a vocação pode expandir-se pelo tirocínio, incidiria seu ensino em insanável erro se descursasse o tirocínio, isto é, o profissional. É preciso adestrar o aluno para empregar-se facilmente. Os jornais, mesmo sem colaborar com o curso, terão de reconhecer a superioridade de um jornalista culto. Certamente não o recusarão por isso, mas sem dúvida o preterirão se ele não souber passar para o papel sua cultura. Nada adianta saber como se faz jornal. É preciso saber fazê-lo”* (AnBI, 1955:28, grifo nosso).

O pragmatismo desta postura é gritante, demonstrando alguns dos embates enfrentados pelo ensino de jornalismo dos seus primórdios até hoje. As questões de fundo dessa discussão (entre um ensino mais teórico ou mais técnico) dizem respeito às contradições e ambigüidades da relação universidade e mercado. A fala de Rizzini chama atenção para um outro aspecto importante da questão: ao mesmo tempo em que havia necessidade de um profissional mais culto e preparado tecnicamente (o que implicava em uma redução dos custos de treinamento por parte das empresas jornalísticas), havia também uma resistência por parte destas empresas (que, por exemplo, não colaboravam com os cursos).



O embate entre um ensino mais humanístico e um ensino técnico aparece muito bem expresso, com todas as suas contradições, no depoimento de Alves Pinheiro, chefe de reportagem de *O Globo*, em 1957:

*“Quando se começou a cogitar de escola de jornalismo, fui dos primeiros a apoiar a idéia. (...) Manifestei-me até com entusiasmo. Sempre pensei que cursos de jornalismo seriam necessários e utilíssimos para dar uma base humanística e técnica para os nossos profissionais. (...) Infelizmente, a profissão está cheia de rapazes e gente madura, excelentes repórteres, ótimos profissionais, mas desgraçadamente ignorantes, sem curso ginásial, sem estudo, pelo menos, de outras disciplinas. De modo a evitar tantos equívocos, tantas deturpações, filhas legítimas da ignorância. (...)*

*O jornalista não precisa ser um doutor ou um sábio, tem que ser todavia um homem ilustrado, com base de conhecimentos gerais, com ilustração que lhe permita escrever, fixar, transmitir, descrever, sentir, com segurança intelectual. A finalidade dos cursos de jornalismo deve ser esta, dar acabamento intelectual ao repórter, ao jornalista. Observo, porém, que o modo geral desses cursos são falhos, já que, via de regra, ministrados por professores que nunca foram realmente profissionais de banca, de cozinheiros. Esses rapazes enchem-se de teorias, mas e a prática?”(PN, 10/10/1957).*

No Brasil, a posição defensora de que a profissão exigia cultura, mas também conhecimento dos instrumentos de trabalho e das condições técnicas e econômicas do seu funcionamento foi se impondo progressivamente na sucessivas reformulações curriculares.

O decreto 22.245, de 1946, estabelecia que o curso de jornalismo da Universidade do Brasil deveria ser em três anos. Constavam das matérias de profissionalização: Ética e Legislação de Imprensa, Técnica de Jornalismo, História da Imprensa e Organização e Administração de Jornal. As matérias culturais eram: Português e Literatura, Francês e Inglês, Geografia Humana, História da Civilização, Sociologia, Política, História do Brasil, Psicologia Social, Economia Política e Noções de Direito. Havia ainda as matérias optativas: Filosofia, História Contemporânea, História da América, História das Artes, História da Música, Direito Constitucional, Direito Administrativo, Educação Comparada e Estatística.

O currículo do curso, no entanto, permaneceu instável nos primeiros anos. Foi sendo modificado pelo poder executivo: primeiro, em 1948, através do decreto 24.719 (de 29 de março) e no ano seguinte pelo decreto 26.493 (de 19 de março). Ambos seriam revogados pelo decreto 28.923, de 1º de dezembro de 1950.

O curso de jornalismo foi então dividido em duas partes: uma de duas séries (comuns a todos os alunos) e outra de uma série (que apresenta 3 modalidades à escolha do aluno). Na primeira série estudava-se Técnica de Jornal, Ética, História e Legislação da Imprensa, Administração de Jornal, História da Civilização, Língua Portuguesa e Literatura de Língua Portuguesa e Geografia Humana. Na segunda, as disciplinas eram Técnica de Jornal, Publicidade, Língua Portuguesa e Literatura, História do Brasil, História Contemporânea e Geografia do Brasil. Na terceira série, o aluno poderia escolher uma das três opções a seguir: 1) Rádio Jornalismo ou Técnica de periódico, Sociologia, Economia, Política e Administração pública, Técnica de jornal; 2) Rádio jornalismo ou Técnica de Periódico, História das Artes, Literatura da Língua Portuguesa, Literatura Contemporânea, Técnica de Jornal e 3) Rádio Jornalismo, Introdução à Educação, Psicologia Social, Criminologia, Técnica de Jornal. As disciplinas de técnica de jornal, técnica de periódico e rádio Jornalismo compreendiam atividades práticas, oficinas.

O currículo da PUC era, nos primeiros anos, bastante similar ao da Universidade do Brasil, tendo também sofrido várias alterações. Em 1957, por iniciativa de Roberto Piragibe da Fonseca, iniciou-se um processo de reformulação mais amplo, consumado em 1959. A duração do curso ampliou-se de 3 para 4 anos. Na primeira série, estudava-se Português, Inglês, Geografia, Sociologia, Redação de Imprensa e Teoria e História do Jornalismo. Na segunda, Literatura, História do Brasil, História Contemporânea, Economia, Direito Público e Redação de Imprensa. Na terceira: Ciência Política, Direito Privado, Psicologia, Opinião Pública e Relações Públicas, Publicidade, Redação de Imprensa, Direito de Imprensa. E na quarta: Ética, Patologia Social, Jornalismo Comparado, Organização da Empresa Jornalística, Edição e Cine-tele-rádio Jornalismo. Em todos os anos, era obrigatório o ensino de Cultura Religiosa (PN, 21/3/1960).

#### **A obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão**

Em 1961, pouco antes de sua renúncia, Jânio Quadros publicou em Diário Oficial o decreto n. 51.218, regulamentando a lei de 1938, que criava as escolas para formação dos jornalistas e exigia o diploma para o exercício profissional. A partir daí, só poderia exercer a função de jornalista quem fosse portador de diploma ou de habilitação expedida pela universidade. Não seriam, entretanto, prejudicados aqueles que estivessem filiados aos sindicatos ou à ABI ou aqueles que exercem a profissão há

mais de 2 anos e fossem registrados no departamento pessoal de alguma empresa jornalística.

A resistência e o *lobby* do empresariado impediu a efetivação do decreto, que foi revogado, em janeiro de 1962, pelo presidente João Goulart. A ABI e Sindicato apoiaram a medida, por acreditarem que o decreto punha obstáculos ao trabalho livre nas empresas de comunicação. Até algumas escolas de jornalismo se manifestaram a favor da medida, sob o pretexto de que, com o decreto 51.218, as portas se fechariam aos jornalistas não filiados a entidades ou sindicatos profissionais. Essa posição também foi assumida pelo Congresso Nacional dos Jornalistas, realizada em setembro de 1961, em Nova Friburgo (RJ).

O governo criou, então, uma comissão para rever a legislação e propor normas adequadas aos anseios classistas, sob instrução dos Ministérios do Trabalho e Previdência Social e da Educação e Cultura. A comissão – que começou a se reunir em janeiro de 1962 – era composta por Pompeu de Souza (como representante do ministério de Franco Montoro), Fernando Segismundo (como representante da ABI), Antônio Ibrahim Haddad (do Sindicato dos Proprietários de Jornais e Revistas da Guanabara) e Carlos Alberto da Costa Pinto (da Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais). O resultado foi o decreto n. 1.177, de 12/06/1962, que reconhecia a formação autodidata do jornalista com estágio em alguma empresa e levava em conta a situação da empresa do interior, onde normalmente não havia escolas ou cursos de jornalismo.

Somente em 1969 o diploma de bacharel em jornalismo passou a ser de fato condição para se obter o registro profissional e, logo, para o exercício da atividade (através do decreto-lei 972 de 17/10/69).

### Os alunos e o mercado

Muitos profissionais, no início, não levaram a sério os cursos de jornalismo. Os velhos homens de imprensa, “*formados na tarimba das redações, não viam vantagem num ensino que pensavam não lhes ter feito falta*” (RIZZINI, 1953:45). Havia uma incredulidade também por parte das empresas. “*Incredulidade que bem se traduz em não ter recebido o curso de jornalismo apoio ou incentivo dos jornais*”, afirma Rizzini. Segundo Segismundo (1995), alguns empresários viram ameaçada, com os cursos universitários, a sua faculdade de selecionar livremente seus funcionários.

O *Globo*, entretanto, fez um convênio, em 1955, com os dois cursos de jornalismo então em funcionamento no DF, o da Universidade do Brasil e da PUC. Os alunos eram encaminhados pela direção das faculdades e cumpriam estágio durante 30 dias, durante os quais acompanhavam todas as fases de produção do periódico. Muitos desses estagiários acabaram seguindo carreira no próprio jornal. Lea Reis, aluna da PUC, por exemplo, foi contratada e se tornou, alguns anos depois, editora da página feminina.

*“O Globo tem tido vários estagiários e todos eles com sucesso, uns ficaram mesmo conosco, como é o caso de Maurício Rabelo, outros foram para outras empresas, como aconteceu com Leo Torrens, hoje chefe da redução da W. Galvão Publicidade.” (PN, 21/3/1960).*

O *Correio da Manhã* também incorporou rapidamente alguns dos novos profissionais formados nas faculdades de jornalismo. Segundo seu chefe de reportagem, Maurício Caminha de Lacerda, o jornal tinha, em 1958, 15 estagiários vindos da Universidade do Brasil.

Pompeu de Souza, para implantar a nova técnica jornalística no *Diário Carioca*, preferiu montar uma equipe de principiantes, em vez de trabalhar com jornalistas viciados no velho estilo do nariz-de-cera. No entanto, no primeiro momento ele preferia não trabalhar com os alunos formados em jornalismo:

*“Na época a gente não recrutava alunos recém-saídos dos bancos universitários, do curso de Jornalismo da Faculdade Nacional de Filosofia, porque esses universitários tinham entrado no curso através de uma facilidade: quem fosse jornalista profissional estava dispensado de provar que tinha feito o curso médio e podia entrar direto na Universidade. Os alunos que saíam do curso, portanto, eram aqueles repórteres de polícia que decapitavam mãos, porque aproveitavam a enxurrada e se matricularam na Faculdade mesmo sem ter curso secundário.” (SOUZA, 1988:25).*

Alguns de nossos entrevistados afirmam, entretanto, que quase não havia, até os anos 70, profissionais formados em jornalismo nas redações dos jornais. Teodoro Barros chega a dizer que nunca teve um colega, nem viu um foca que estivesse estudando jornalismo. A opinião de Alves Pinheiro se aproxima da sua. Apesar de não negar a existência de profissionais formados nas faculdades, ele afirma que nenhum deles se tornou grande repórter. Segundo Pinheiro, quem formava os jornalistas eram, na realidade, os “amestradores de focas” (como eram chamados os chefes de

reportagem e os chefes de redação). Nesse sentido, é interessante a observação de Nahum Sirotsky:

*“Jornalista se faz realmente na banca. Não podemos negar, é claro, a utilidade dos conhecimentos gerais. Alguns dos que se formam nas nossas escolas de jornalismo estão em condições de começar como focas. Infelizmente muitos deles estão criando uma mentalidade de doutor e comparecem às redações com camudos debaixo do braço. Quando dirigi o Diário de Notícias, fiz uma experiência com 30 desses rapazes, para decepção minha, não foi possível aproveitar nenhum.” (PN, 10/10/1957).*

Há aqui um certo orgulho pelo saber prático e uma valorização das rotinas profissionais como um elemento essencial na formação do profissional. A menção aos “amestradores de foca” é constante em muitos relatos de época, que demonstram um orgulho romântico do saber acumulado pela experiência profissional dos “velhos homens de imprensa”. Essa postura contrasta com o “realismo” de Hélio Fernandes:

*“Já passou a época do jornalismo romântico, dos meninos prodígios, dos rapazes ‘que tinham queda para a imprensa’. Hoje, os jornais se enchem de moços saídos das escolas de jornalismo, de gente que pisa a redação já com uma base excelente, com uma formação certa. Pode não ser tão bonito. Mas é muito mais eficiente.” (PN, 20/8/1957).*

As deficiências na integração entre a faculdade e o mercado eram, algumas vezes, apontadas pelos próprios alunos. Edísio Gomes de Matos, delegado da Universidade do Brasil no VII Congresso Nacional de Jornalistas, afirmou que os cursos sem organização, sem programa e sem recursos são como “um filho enjeitado a quem os brinquedos não chegam nunca”. Deles sai “um contingente de frustrados bacharéis em jornalismo”, que vagueia “sem ter jornal, sem ter revista, sem ter sequer um mísero panfleto que os acolha” (IPI, n.9, 1960:15).

Talvez por isso, muitos cursos de jornalismo tenham, em pouco tempo, entrado em decadência. Luiz Beltrão (IPI, n.9, 1960) registra, em 1960, uma situação de quase extinção de alguns deles. Na Universidade da Bahia, o curso não funcionava há dois anos por falta de alunos. A Faculdade de Filosofia do Instituto N. S. de Lourdes, na Paraíba, no seu terceiro ano de funcionamento, teve apenas dois matriculados, sendo similar a situação em outros cursos no país. Esse problema, entretanto, não ocorreu com os três cursos pioneiros no ensino de jornalismo, o da Cásper Libero, o da Universidade do Brasil e o da PUC/RJ. A decadência de muitas universidades talvez tivesse menos a

ver com as deficiências do ensino de jornalismo em si e mais com a concentração dos órgãos de imprensa em cidades como Rio e São Paulo<sup>107</sup>.

### Os Professores

Pompeu de Souza e Danton Jobim, personagens diretamente associados a reforma do *Diário Carioca*, foram também professores universitários de jornalismo. Eles ensinavam técnicas de redação na Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras da Universidade do Brasil. Pompeu comenta como a experiência impulsionou o trabalho de sistematização das novas regras:

*“Eu achei que realmente era preciso sistematizar a clareza, a titulação e o texto justamente quando criaram os cursos de Jornalismo, na antiga Faculdade Nacional de Filosofia da então Universidade do Brasil, em 1949. Eu e Danton Jobim fomos ensinar Técnica de Redação. Percebi então que para ensinar Jornalismo eu tinha de aprender Jornalismo sistematicamente, eu tinha que estudar pelos livros as técnicas já codificadas, não era suficiente mais aquela forma intuitiva como eu tinha aprendido Jornalismo. E percebi ainda que havia um processo de elaboração jornalística profundamente conscientizada, não tão fragmentada nem tão assistemática e intuitiva como fazíamos então.”* (SOUZA, 1988:24).

Os contatos entre os professores dos recém-criados cursos e o ensino norte-americano eram constantes. Em 1953, Danton Jobim ministrou, na escola de jornalismo da Universidade do Texas, um curso sobre a imprensa mundial. No ano seguinte, recebeu, na Universidade de Columbia, o prêmio Maria Moors Cabot. Em 1954, Luiz Beltrão, na época presidente da Associação de Imprensa de Pernambuco, passou quatro meses, a convite do departamento de estado norte-americano, visitando diversos estabelecimentos de ensino de jornalismo (George Washington, Columbia, Harvard, Boston, Michigan e North Western). Ao retornar ao país, apresentou amplo relatório ao Ministério da Educação, à Reitoria da Universidade do Recife, à Comissão permanente do V Congresso Nacional de Jornalistas e à Associação de Imprensa de Pernambuco. Beltrão também realizou um trabalho de sistematização das novas técnicas, em seu livro *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*. O seu trabalho (amplamente utilizado nos cursos do Rio de Janeiro) conquistou, em 1959, o prêmio “Orlando Dantas”.

Alberto Dines lecionou na Faculdade de Jornalismo da PUC no mesmo período em que era editor-chefe do *Jornal do Brasil*. Inicialmente ensinava jornalismo

<sup>107</sup> Segundo André Hons (1985:145), o Rio de Janeiro e São Paulo concentravam 2/3 da tiragem total dos

comparado, mas, em 1965, criou a cadeira de teoria da imprensa. Viajou, em seguida à sua demissão do *JB*, para os EUA, tendo lecionado durante um ano na Universidade de Columbia.

### Outras escolas

Além das escolas superiores, ensinava-se jornalismo também nas entidades classistas. O Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio de Janeiro instituiu, em 1954, um curso de capacitação para estudantes e “dromedários” (como eram conhecidos, na gíria profissional, os velhos homens de imprensa). O objetivo do curso era “*formar o nível técnico e cultural daqueles que têm vocação para o jornalismo, bem como para aperfeiçoar os profissionais que já se iniciaram na carreira*”<sup>108</sup>.

O criador do curso foi Jocelyn Santos. “*Através de professores especializados, procuramos ministrar alguns elementos que ajudem os novos jornalistas a desempenhar competentemente e conscientemente a sua missão*”, afirmava ele (IPI, 1º sem./1958).

Os professores eram Fernando Segismundo (História do Brasil), David Penna Aarão Reis (Geografia Econômica), Marciel Dias Pequeno (Administração), Carmino Lindsay (Direito), Gilberto Lima (Revisão), Ethel de Souza (Taquigrafia), José Cândido Filho (História Geral), Jocelyn Santos (Técnica Jornalística), Leonice Tolipan (Inglês), José Franco da Silva (Português) e Caio Domingues (Propaganda).

O curso contava com a cooperação do ISEB (Instituto Superior de Estudos Brasileiros). Alguns dos membros da equipe de sociólogos, historiadores, economistas, dirigida por Roland Corbisier, proferiam conferências e palestras, assim como alguns radialistas famosos, como Heron Domingues (o famoso locutor do *Repórter Essô*), Carlos Pallut e outros.

Em 1957, no quarto ano de funcionamento, o curso teve mais de 60 alunos, porém apenas 28 se formaram, sendo 10 mulheres. Em 1958, teve 67 inscritos. Entre eles, havia profissionais de várias áreas (alguns jornalistas, mas também médicos e militares).

Segundo Segismundo, o objetivo principal do curso (que tinha um total de 162 aulas, divididas em 54 dias letivos) era “*retificar*” as lições universitárias, tidas como demasiado teóricas.

*“No Brasil, as escolas de jornalismo não correspondem às necessidades dos meios de comunicação. Os colaboradores eficientes desses veículos continuam sendo os elementos treinados na prática diária da profissão. Aos egressos das escolas incumbe-se, nas redações, de tarefas secundárias ou de áreas de certa especialização, para os quais os conhecimentos de nível superior que adquiriram são mais importantes do que a tarimba profissional. Por outras palavras: aos graduados, por sua cultura, se atribuem tarefas que outrora eram apanágio dos colaboradores literários. Desprovidos de tirocínio, que não lho proporcionam as escolas, quedam-se eles em situação subalterna, até em relação a indivíduos culturalmente inferiores”* (SEGISMUNDO, 1995:90 – o texto é de 1965).

Segundo o *Indicador dos Profissionais de Imprensa*, alguns jornais – como a *Última Hora*, *Diário de Notícias* e *Correio da Manhã* – ofereceram para os alunos do curso do Sindicato estágios em suas redações. Mas muitas empresas criaram, elas próprias, cursos de preparação para os seus funcionários. Este foi o caso, por exemplo, da *Tribuna da Imprensa*.

*“Só o profissional pode fazer jornalismo, porque só o profissional sabe imbuir-se, rapidamente, do espírito do jornal em que se encontra, cumprindo o seu trabalho exatamente como determina o secretário ou o redator-chefe. Já conseguimos criar na Tribuna da Imprensa uma equipe de profissionais, o que vem facilitando a tarefa da direção. Instituímos um curso prático de jornalismo na própria redação, com comparecimento voluntário e que funciona às quartas e sextas-feiras.”* (LACERDA, *PN*, 15/8/1951, grifos nossos).

A profissionalização do jornalista através do ensino estava, nesse caso, diretamente associada à disciplinarização do trabalho jornalístico. A “Escolinha do Lacerda”, como ficou conhecido o curso implementado pelo diretor da *Tribuna de Imprensa*, formou vários jornalistas da época, dando ênfase à apuração e ao estilo forte de texto.

*“(…) nunca hei de esquecer das aulas de jornalismo ministradas por Carlos Lacerda. Um dos seus tópicos prediletos era aquele de ‘escrever bem’, sempre evitando lugares-comuns e frases feitas, como ‘voraz incêndio’, ‘fêroz leão’ ou ‘pequena multidão’. Se é multidão, argumentava ele, de lápis em punho e com um sorriso irônico nos lábios, ‘então não pode ser pequena’. Como naquela época o pintor Augusto Rodrigues tivesse organizado uma ‘escolhinha de arte’, um*

<sup>108</sup> É interessante registrar que, ainda na década de 40, a Associação de Jornalistas Católicos havia instituído, no Rio, a Escola Superior de Jornalismo.



*dos repórteres chamou as aulas de Lacerda de “escolhinha do Carlos.”* (BACIOU, 1982: 58).

O curso de jornalismo organizado por Lacerda funcionava duas vezes por semana, na própria redação do jornal. Nessas aulas, ele não só expunha suas idéias, como divulgava estudos sobre o método de fazer um jornal moderno. Lembremos que a *Tribuna* foi o segundo jornal brasileiro a instituir um manual de redação.

Hermano Nobre Alves, chefe de reportagem do *JB* no período inicial da reforma, também pretendia criar no jornal da Condessa um curso de técnica de jornal nos moldes do da *Tribuna*. Segundo ele, os cursos universitários de jornalismo não resolviam o problema da carência de profissionais e isto obrigava os jornais a se transformarem em escolas de jornalismo (PN, 20/5/1957).

*“É ponto pacífico a carência de jornalistas na imprensa carioca. Depois que vários jornais entraram numa fase de renovação, empolgados com a sede incontida de expansão, esse problema se agravou tremendamente. Certos jornais chegaram a transformar-se em escolas de jornalismo, com cursos intensivos de formação de repórteres e redatores, é o caso da Tribuna da Imprensa, cuja redação é uma autêntica sala de aulas práticas de jornalismo. O Diário Carioca, por sua vez, já pegou até a fama de ser um laboratório. Quando o jovem deseja seguir a profissão e procura ajuda entre os veteranos, não raro recebe este conselho: Quer ser jornalista? Então vá para o Diário Carioca.”* (PN, 10/10/1957).

O *Diário Carioca* era informalmente uma “escola” de jornalismo. Era na sua redação que a maior parte dos bons repórteres iniciavam sua carreira. Mas, como mencionamos em outro capítulo, o matutino – sempre em crise – não tinha condições para manter os seus profissionais, que acabavam indo para outras empresas. O *DC* era uma verdadeira “usina de talentos”, fornecendo ao mercado redatores e repórteres adaptados às modernas técnicas de jornal.

*“O cara que começava [no DC], e não era analfabeto, era uma maravilha porque o sujeito, mal se profissionalizava, aprendia a fazer as coisas e os outros jornais catavam. A grande fonte de mão de obra era o Diário Carioca, uma espécie de faculdade aberta onde o cara aprendia e ia para outro jornal. Então você mal começava era mandado fazer cobertura que nos outros jornais só os mais experientes faziam e aí, evidentemente, você se destacava.”* (Teodoro Barros, 15/12/1999, grifo nosso).

## Organizações de Classe

As entidades de classe, apesar de não mobilizarem muitos jornalistas, tiveram um papel significativo na construção da identidade profissional. Ajudaram na percepção dos seus interesse próprios, tanto políticos quanto sociais, funcionando também, para alguns, como espaços de sociabilidade.

### Associação Brasileira de Imprensa

Fundada em 7 de abril de 1908, a ABI foi o primeiro organismo corporativo do jornalista brasileiro. As suas preocupações não eram, entretanto, reivindicatórias, mas de caráter assistencial. Entre os seus objetivos iniciais estavam manter caixa de pensões e auxílio para os sócios e suas famílias, estabelecer serviços de assistência médica e farmacêutica e instituir o “Retiro da Imprensa”, com enfermaria e residência para idosos.

A ABI se constituiu como uma entidade de composição heterogênea, acolhendo nos seus quadros tanto empregados quanto patrões. A iniciativa de criação da entidade se deveu a um grupo de jornalistas, formado por Gustavo de Lacerda, Belisário de Souza, Arthur Marques, Amorim Júnior, Francisco Souto, Luiz Honório e Oscar Dardeau<sup>109</sup>.

Gustavo de Lacerda foi o primeiro presidente da entidade, seguido por Francisco Souto, Dunschee de Abranches, Belisário de Souza, Raul Pederneiras, João Melo, Dário de Mendonça, Barbosa Lima Sobrinho, Gabriel Bernardes, Paulo Filho e Alfredo Neves. De 1936 a 1964 (portanto, durante todo o período abarcado por esta tese), esteve a frente da ABI Herbert Moses. Depois de 64, foram os seguintes presidentes: Celso Kelly, Danton Jobim, Adonias Filho, Elmano Luiz, Prudente de Moares Neto, Fernando Segismundo e Barbosa Lima Sobrinho.

Na gestão de Dunshee Abranches (1910-13), a ABI regularizou os serviço médicos, criou os fundos de assistência jurídica e funerária e instituiu a Carteira de Jornalista, que permitia a livre entrada em cinema e espetáculos. Com Barbosa Lima Sobrinho (1926-27 e 1930-31), lutou pela unidade associativa, conseguindo incorporar outras entidades similares, como o Clube da Imprensa e Associação de Imprensa

<sup>109</sup> Depois da ABI, duas associações similares foram criadas no Rio de Janeiro, o Clube da Imprensa e a Associação de Imprensa Brasileira. Surgiram também entidades setoriais, que buscavam alicerçar os interesses mais imediatos de cada segmento profissional, como o Centro de Repórteres (1937),

Brasileira. Herbert Moses (trinta e três anos a frente da ABI) foi o responsável pela sua consolidação, a começar pela construção do prédio, cujo terreno foi doado pelo prefeito Pedro Ernesto. A sede atual – hoje incorporada ao Patrimônio Artístico e Histórico do Brasil – é um marco da arquitetura contemporânea<sup>110</sup>. O projeto é de autoria dos irmãos Marcelo e Milton Roberto.

A ABI foi responsável pela primeira tentativa de unir nacionalmente os jornalistas, através do I Congresso Brasileiro de Jornalistas, realizado no Rio de Janeiro em 1918. Um dos pontos mais discutidos no congresso foi, como já comentamos antes, a criação do curso de jornalismo, idéia que fazia parte, aliás, da plataforma da entidade, formulada por Gustavo de Lacerda.

Em 1939, a ABI tentou criar a Federação das Associações de Imprensa do Brasil, para reunir todas as entidades de classe do país, mas a idéia não vingou. De qualquer forma, a entidade se fortaleceu nacionalmente, já contanto, em 1940, com 3.880 sócios (MOREL, 1988).

A principal bandeira da ABI sempre foi a liberdade de imprensa. A questão é, aliás, de maneira geral, muito cara a jornalistas de diferentes perfis. Trata-se de um importante elemento de luta na construção da sua identidade profissional. Em diferentes conjunturas da história do país, a Associação procurou defender a pessoa do jornalista, intercedendo por ocasião de prisões e inquéritos abertos contra profissionais. Nos seus boletins, sempre havia denúncias de fechamento de jornais e de agressões a jornalistas.

O espancamento e a morte de Nestor Moreira, repórter de *A Noite*, por policiais (que resultou no episódio do Corvo relatado no terceiro capítulo) levantou uma onda de protestos no Brasil. A ABI, junto com outras entidades como os sindicatos e a FENAJ, exigiu a demissão do Chefe de Polícia do Rio, Gal. Moraes Âncora, e prisão dos espancadores. Em 1957, no episódio da tentativa de quebra da imunidade parlamentar de Carlos Lacerda, se posicionou a favor do deputado udenista. Como ele era jornalista, argumentava-se que o que estava em jogo era a liberdade de expressão. A entidade também protestou quando, em 1960, Antônio Callado, na época no *Correio da Manhã*, foi enquadrado na Lei de Segurança Nacional (e não na Lei de Imprensa) por uma série de reportagens que fez sobre a situação agrária no Nordeste.

---

Associação Brasileira de Críticos Teatrais (1939), Associação de Cronistas Desportivos etc. (SÁ, 1999:51).

<sup>110</sup> A sede da ABI, o edifício Herbert Moses, – tombado pelo Patrimônio Histórico Nacional em 29/5/1984 – fica na rua Araújo Porto Alegre, 71.

Durante a ditadura militar, a ABI denunciou várias violências praticadas contra os jornalistas e os veículos de comunicação. A entidade assumiu um papel de trincheira na reconquista dos direitos de imprensa. Nesse período, voltou a funcionar a Comissão de Defesa da Liberdade de Imprensa, grupo criado por Herbert Moses, durante o Estado Novo, para proteger os jornalistas perseguidos pelo governo.

Apesar dos protestos e das críticas à repressão, as relações entre a ABI e o Estado foram preservadas. Esta era, aliás, uma tradição da entidade. As suas lideranças sempre mantiveram relações cordiais com o governo. Fato que lhe gerou muitas críticas. Herbert Moses, por exemplo, foi muito censurado por sua proximidade com Getúlio. Durante o Estado Novo, alguns conselheiros da ABI chegaram a exigir o seu rompimento com o presidente<sup>111</sup>. Eles argumentavam que não era possível receber favores de um ditador que esmagava a liberdade de imprensa. Mas Moses era pragmático. Achava que aquela era uma tática legítima, que lhe possibilitava obter benefícios materiais para a entidade. Afirmava que recebendo ou não auxílios oficiais, o governo não recuaria na repressão à imprensa. Além disso, ele poderia, dessa forma, manter canais abertos de negociação que lhe permitissem interceder por jornais e jornalistas perseguidos.

Mas a ABI não era, para alguns jornalistas, apenas um espaço de negociações e resistências, era também um lugar de sociabilidade, de encontro, de bate papo e de discussões. Em 1948, “*já funcionavam na sede nova todos os serviços da ABI, do 6.º ao 13.º andar. A Clínica Pedro Ernesto, no 6.º, tinha 10 médicos e era seu orgulho. No 7.º, ficava a administração. A biblioteca, no 8.º; no 9.º, auditório, com capacidade para 800 pessoas. A discoteca no 10.º andar; sala de estar, no 11.º; restaurante, no 12.º e bar no terraço, no 13.º. Os sócios contavam, ainda, com barbearia, salão de leitura, bilhares, jogos de salão e, pouco tempo depois, também TV*” (MOREL, 1988).

Esse espaço, entretanto, não agradava a todos. Paulo Mendes Campos, em sua coluna no *DC*, comenta que poucos eram os jornalistas que freqüentavam, de fato, Associação:

*“Com um estrangeiro, que vê o Rio pela primeira vez, passo diante do belo prédio da ABI. Pergunta-me do que se trata, digo-lhe que da*

<sup>111</sup> Essas críticas se estenderiam ao período democrático. Durante o segundo governo Vargas, em agosto de 1952, Moses ofereceu na sede da ABI uma almoço a Vargas e a seu ministro da Guerra, general Espírito Santo Cardoso, contando com a presença de mais 42 generais. O episódio provocou muitos protestos, sobretudo da *Tribuna da Imprensa*. Carlos Lacerda, em um violento artigo, afirmou: “*Se o Sr. Moses está com fome e quer comer com Vargas, sirva-se, mas não em nosso nome*” (Cf. MOREL, 1988).

*Associação Brasileira de Imprensa. 'Que maravilha', comenta ele, então, nós, os jornalistas do Rio, éramos assim tão organizados e dispúnhamos de uma sede invejável!*

*Senti decepcioná-lo. Não julgasse o Rio pelas fachadas. Antes de tudo, o vasto e tão bem situado prédio da ABI estava alugado a terceiros em sua grande parte. Em segundo lugar, a organização do clube nada tinha de formidável. Era, mesmo, mais do que medíocre. Se entrássemos na Associação naquele momento, poderíamos ir percorrendo os andares de que os jornalistas podem desfrutar. Dava um dedo como poucos profissionais da imprensa se encontrariam nele. No bar, possivelmente ninguém; a sala de exposições às moscas; no restaurante, hora do almoço, poucos jornalistas; no salão, um sujeito escrevendo um cartaz, outro lendo um jornal, um grupinho esperando vaga na mesa de bilhar; finalmente, no hall, é possível que se anunciasse para tarde uma conferência chocha, um recital bobo ou um exibição cinematográfica sem maior sentido.*

*Pode-se dizer que alguma coisa existe. Os jornalistas é que não comparecem. Isto é verdade. Mas o dever de um clube, parece-me, é atrair os sócios. A frequência da ABI poderia ser outra se lá existissem coisas, de fato, úteis e agradáveis." (DC, 08/1/1958).*

### **O Sindicato dos Jornalistas Profissionais e a Federação Nacional dos Jornalistas**

Até 1935, os jornalistas brasileiros, em termos de organização classista, contavam apenas com entidades assistenciais, como a ABI. O Rio de Janeiro foi o primeiro a constituir um sindicato, com um caráter mais reivindicatório e combativo. Logo em seguida, no mesmo ano, Minas criou o Sindicato dos Trabalhadores da Imprensa (incluindo também os gráficos). Em 1937, seria a vez de São Paulo e, em 1939, da Bahia. Esses sindicatos foram criados sob a legislação de Vargas, isto é, sem autonomia, subordinados ao Ministério do Trabalho.

No período democrático, o Sindicato teve um papel importante na lutas por melhores condições de trabalho e de remuneração para os jornalistas profissionais. Já falamos, neste mesmo capítulo, sobre os acordos firmados com o Sindicato das Empresas Proprietárias de Jornais e Revistas em 1949, 1953, 1955, 1956 e 1957.

Em 1956, o Sindicato entrou com um mandato de segurança contra o Ministério do Trabalho, que oficializou o Sindicato dos Jornalistas Liberais. O ato do ministro Percival Barroso foi considerado divisionista e contrário à legislação trabalhista e à constituição (PN, 20/3/1956).

*"A criação de um sindicato de jornalistas liberais em 1954 era uma inutilidade e representava uma ameaça à unidade da categoria. Diplomados ou não, os jornalistas que trabalhassem efetivamente na*

*profissão tinham um lugar certo no sindicato de Jornalistas Profissionais, onde melhor poderiam defender seus interesses junto às empresas.” (MESPLÉ, Apud SÁ, 1999: 292-293).*

Já desde 1938, os sindicatos do Rio e de São Paulo vinham firmando acordos para reciprocidade de serviços de assistência médica, cirúrgica, hospitalar e jurídica para os associados e suas famílias. Finalmente, em 1946, junto com outros três sindicatos (o de Minas Gerais, o da Bahia e o do Rio Grande do Sul) se reuniram e fundaram, na capital da República, a Federação Nacional de Jornalistas. Seguindo as normas legais, foi encaminhado o pedido de reconhecimento ao Ministério do Trabalho. Mas apenas sete anos depois, em 1953, a entidade seria estruturada em termos legais.

A Federação funcionou inicialmente nas dependências do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio, na Avenida Rio Branco. Em 1957, mudou-se para a Rua México e, depois, para a Rua São José. Em ambas, ocupando salas alugadas. Apenas em 1970, foi que a entidade conseguiu sede própria, na Rua Senador Dantas. No ano seguinte, entretanto, a FNJP se transferiria para Brasília.

A Federação, no período em que tratamos nesta tese, teve quatro presidentes: Augusto de Freitas Gonçalves (1946-52), José de Freitas Nobre (1952-55), Luiz Ferreira Guimarães (1955-57) e Marcelo Coimbra Tavares (1959-61).

Em setembro de 1954, as entidades sindicais organizaram a primeira greve nacional de jornalistas. Reivindicava-se aumento de salário, vigência do salário mínimo, congelamento dos preços, liberação da imprensa, liberdade sindical etc.

Até 1960, foram realizados pela Federação oito Congressos Nacionais de Jornalistas – 1918 (Rio de Janeiro), 1949 (São Paulo e Salvador), 1951 (Recife), 1953 (Curitiba), 1955 (Belo Horizonte), 1957 (Rio de Janeiro) e 1959 (Fortaleza) –, quatro Conferências Nacionais – 1952 (Rio), 1954 (São Paulo), 1956 (Goiânia) e 1960 (Manaus) – e uma Convenção Nacional – Rio (1959). Dentro os congressos, merecem destaque o de 1949, no qual foi redigido um Código de Ética, estabelecendo do deveres do jornalismo, das empresas jornalísticas e dos jornalistas profissionais, o Congresso de 1955, no qual se discutiu o controle da imprensa pela indústria de papel, responsável pelo fechamento de muitos jornais e pela demissão de jornalistas, e o Congresso de 1957, que fez parte das comemorações do cinquentenário da ABI.

Depois do golpe militar, houve uma série de intervenções em entidades sindicais e a destituição e prisão de alguns dirigentes. A diretoria da FNJP, presidida por Newton

Stadler de Souza, foi destituída em junho de 1964, sob a alegação de envolvimento em assuntos político-ideológicos e adesão a entidades de origem e inspiração comunistas.

### **Ordem dos Jornalistas Brasileiros**

Em 1955, pelo projeto n. 638, tentou-se criar a Ordem dos Jornalistas Brasileiros, como meio de seleção, disciplina e defesa da classe, englobando além dos jornalistas propriamente ditos, os trabalhadores de rádio, da televisão e do cinema. A proposta originou-se em estudos elaborados por uma comissão de homens de imprensa. Mas coube ao ministro da Justiça Prado Kelly propor a medida ao presidente Café Filho, que a submeteu ao Congresso Nacional, em fevereiro de 1955.

A mensagem enviada pelo presidente ao Congresso salientava que o projeto atendia a inadiável necessidade de criação de um **órgão disciplinador** da categoria e que a Ordem viria não somente consolidar a ética profissional, mas ainda estabelecer medidas seletivas e acauteladoras da liberdade de imprensa. O artigo n.5 do projeto afirmava que a inscrição na OJB seria requisito indispensável para o exercício da profissão, substituindo o registro profissional até então a cargo do Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio (*AnBI*, 1955: 44-45).

Como órgãos da Ordem atuariam os Conselhos Regionais, constituídos de 11 membros cada um (nos estados, territórios e no DF), e o Conselho Federal composto de um delegado de cada Conselho Regional. Ao Conselho Federal competiria elaborar o Código de Ética Profissional e assegurar a observância das leis e regulamentos relacionados ao exercício da profissão. Aos Conselhos regionais caberia conceder inscrição aos jornalistas, aplicar-lhes sanções disciplinares (que poderiam ir da suspensão de uma ano de trabalho até a privação definitiva do exercício da profissão).

Os jornalistas presentes no VI Congresso Nacional de Jornalistas, em Belo Horizonte, imediatamente repeliram idéia de criação da OJB. Condenação que se repetiria, em 1957, no Congresso do Rio de Janeiro. Acreditava-se que a entidade enfraqueceria a unidade sindical, negando aos jornalistas a qualidade de trabalhadores vinculados às empresas, por subordinação jurídica e econômica.

Alguns representantes da ABI, no entanto, eram a favor do projeto. Segundo Herbert Moses, a Ordem seria um órgão de disciplina e não restritivo a liberdade de imprensa:

*“A entidades de classe que já existem servem para agregar os homens de jornais, proporcionando-lhes determinados benefícios e pleitear seus direitos, mas não possuem sanções de disciplina. (...) Muitos casos que são resolvidos pela lei de imprensa, que tanto nos repugna, seriam solucionados pela nova entidade, ou melhor, pelos jornalistas e não por terceiros.” (PN, 05/7/1955).*

Em dezembro de 1955, o Sindicato dos Jornalistas reuniu-se na sua sede para debater a questão da Ordem dos Jornalistas. Na ocasião, foi lido o discurso que Roberto Marinho havia pronunciado, em novembro de 1952, como delegado do Brasil na Assembléia Geral da ONU. Nele, o diretor e redator-chefe de *O Globo* se posicionara contra o estabelecimento de um código de honra, afirmando que a ética era um valor subjetivo, que tinha que partir da consciência individual dos que praticavam jornalismo (PN, 05/2/1956).

O decreto de 1955 não era uma novidade. Já em 1934, através de um outro decreto (n. 24.776, de 14 de julho, artigo 69), Vargas e seu ministro da Justiça, F. Antunes Maciel, já tinham tentado criar a OJB, que seria um órgão de disciplina e seleção de classe, a reger-se por estatutos a serem votados pela ABI, com a colaboração das entidades congêneres. Os jornalistas, entretanto, jamais se interessaram pela sua regulamentação, ou seja, pela existência efetiva da Ordem, tanto que pelo decreto n. 2.083, de 12/11/1953 (art. 63) foi revogado aquele dispositivo (SEGISMUNDO, 1995:30-31).

A desaprovação quase geral ao projeto de lei para criação do OJB se deve ao fato de que a Ordem representava uma intrusão de “de fora” nas determinações da categoria e, em última instância, significava uma ameaça à sagrada “liberdade de imprensa”. Como afirmou o manifesto do Sindicato, “*todos os problemas de interesse da coletividade jornalística devem ser debatidos e resolvidos pelas associações e sindicatos, sem interferências estranhas*” (PN, 05/2/1956).



## Perfis de jornalista

### O Foca e o Dromedário

*“Então eu era amigo do Nelson Pereira dos Santos e do Décio Viera Ottoni, que era colunista de cinema do Diário Carioca, e perguntei: ‘como é que é esse negócio?’. ‘Ah, o cara chega lá, senta e se souber escrever fica’. Então, naquela época, o recrutamento era, vamos dizer, em massa. Era o sistema de foca. Qualquer um que chegasse lá, não sendo analfabeto, acabava sendo aproveitado. E eu levava um bruta vantagem porque já estava em universidade, em faculdade e etc. Então rapidamente eu me tornei repórter, depois noticiarista, ajudava o internacional e depois copy-desk substituto, porque eu escrevia bem.” (Teodoro Barros, 15/12/1999).*

A entrada na profissão, segundo a maior parte dos entrevistados, era simples. Entretanto, os próprios depoimentos (como o de Teodoro Barros que reproduzimos acima) deixam transparecer o quanto a rede de relações pessoais era fundamental para garantir a inserção do indivíduo no mercado jornalístico. Quase sempre ingressava-se na profissão pelas mãos de algum amigo ou parente que já trabalhava em jornal.

O recém-ingresso na redação era chamado pelos veteranos de “foca”. Na imprensa norte-americana, o novato tirava um apelido similar, “cub”, que é o filhote de certos mamíferos como o urso ou o leão. Mas o foca e o cub tinham papéis diferentes nos dois tipos de imprensa.

Nos EUA, o novato passava por uma longa fase de adaptação na redação, fazendo pequenas atividades, como cortar telegramas, colar pedaços de papel, atender telefone. Só depois de longo estágio era mandado à rua apurar. E, mesmo assim, começava nos órgãos oficiais (polícia, prefeitura etc.) e não redigia a matéria, limitava-se a comunicar os fatos à redação (*AnBI*, 1949:42-43). No Brasil, era diferente. O foca, em pouco tempo, tornava-se jornalista profissional, com todos os encargos e responsabilidades dos veteranos, chamados de “dromedários”.

Na década de 50, começou a haver mais focas do que dromedários nas redações. As reformas dos jornais quase sempre começavam com a renovação da equipe. Na contratação dos jornalistas, evitava-se a geração mais velha, acostumada as antigas técnicas que se queria superar. Em geral, dava-se preferência aos mais jovens, mesmo que estes tivessem pouca ou nenhuma experiência profissional. Até porque havia

poucos profissionais com domínio das modernas técnicas. A este respeito, é bastante pertinente a observação de Alberto Dines:

*“Impressiona-me o número irrisório de bons jornalistas. A prova disso é que quando um jornal resolve iniciar uma nova fase são contratados os mesmos elementos que já fizeram uma nova fase em outro jornal. Na realidade temos apenas uns 15 bons e modernos jornalistas fazendo um rodízio revolucionário pelos jornais e revistas.” (PN; 20/5/1958).*

O depoimento de Carlos Lemos (*Revista da Semana*, 13/4/1957) aponta na mesma direção, apesar de ele ser um pouco mais generoso em suas projeções:

*“Na atual situação, a imprensa carioca precisaria, no mínimo, de uns 400 bons repórteres para que todos os jornais fossem atendidos. Na praça existe, quando muito, 40 bons repórteres.”*

As equipes revolucionárias – contratadas para reformar os diferentes jornais – eram compostas de profissionais entre 20 e 30 anos. Com pouco tempo de redação, esses jovens já assumiam cargos de chefia. Evandro Carlos de Andrade conta que substituiu Pompeu de Souza na chefia de redação do *Diário Carioca* aos 24 anos de idade (entrevista Internet).

*“quantos repórteres acima dos trinta anos temos nós? Talvez apenas dois, Edmar Morel e David Nasser, o resto foi para cargo de chefia ou mesmo ser dono de jornal, entre eles Samuel Wainer, Joel Silveira, Nahum Sirotsky etc., etc.” (DINES, PN, 20/5/1958).*

Os mais jovens eram preferidos porque – ao não trazerem os velhos vícios da profissão – se adequavam melhor as novas técnicas do jornalismo moderno. O chefe de reportagem do *CM*, Maurício Caminha de Lacerda, deu a esse respeito um depoimento bastante esclarecedor.

*“Na prática estamos funcionando com 3 tipos de repórteres, o velho profissional para qual não existem segredos, o repórter relativamente novo e o estagiário vindo da escola de jornalismo. Só causa problemas à chefia de reportagem o repórter experimentado, que já passou por outros jornais ou revistas e que traz vícios profissionais muitas vezes difíceis de corrigir. Já o foca não dá trabalho, geralmente **mais dócil à chefia**. O *CM* tem sido um dos maiores amestradores de focas ultimamente. Estão trabalhando conosco nada*

*menos que 15 estagiários do curso de jornalismo da faculdade de filosofia da Universidade do Brasil.” (PN, 29/12/1958, grifo nosso).*

Na busca por jovens “talentos”, o *Diário Carioca* e a *Tribuna da Imprensa* eram os jornais mais prejudicados. Por serem os mais bem escritos segundo a moderna técnica norte-americana, os seus profissionais eram muito cobiçados e acabavam migrando para outras empresas.

*“A nova geração – gente com 2 ou 3 anos de imprensa – já não está dando conta do recado, pois isso é mesmo impossível. Todos os ‘veteranos’ de valor – e é com respeito que falo deles – estão sendo convocados. É o caso de Joet Silveira e Rubem Braga, que de raro em raro deixavam suas colunas para escrever reportagens e, já agora, estão voltando mais assiduamente à reportagem, pois o preço que lhes pagam já compensa essa maior colaboração.” (LEMOS, Carlos. Rev. Semana, 13/4/1957).*

Odylo Costa Filho, quando assumiu a redação da *Tribuna*, comentou:

*“Eu creio que um jornal novo só pode ser feito por gente nova. Por esse motivo é que eu gosto de dar oportunidades aos novos que começam e que realmente tenham valor. Aqui na Tribuna da Imprensa, felizmente, conto com uma excelente equipe; ela é formada por profissionais mais moços e de grande capacidade.” (PN, 11/5/1959).*

### **O Repórter, o Redator e o Copy-desk**

Antes das reformas, existiam na imprensa brasileira basicamente dois tipos de profissionais: os redatores e os repórteres. Os primeiros eram os editorialistas e os articulistas, que – fosse através dos artigos de fundo, fosse através de matérias comuns – expressavam a opinião do jornal e, às vezes, a sua própria. Eram geralmente nomes conhecidos, homens de cultura literária ou política, que influenciavam a opinião pública e, muitas vezes, criavam grandes polêmicas. Eram homens finos, que se vestiam elegantemente e frequentavam gabinetes ministeriais, além de ter fácil trânsito na alta sociedade. Homens como Edmundo Bittencourt, José do Patrocínio, Félix Pacheco, João do Rio e Alcindo Guanabara.

Os repórteres eram os plantonistas das redações, que cobriam o noticiário do dia, como incêndio, desastres, crimes, falecimentos etc. Eles ganhavam pouco e se vestiam mal, não sendo jamais recebidos nos salões da burguesia e da nobreza. Às vezes

também escreviam matérias, mas raramente as assinavam. “*Eram cidadãos de segunda classe, quase marginais, cujo estereótipo era um homem mal barbeado, bebendo no bar embaixo da redação, em plena madrugada*” (ACCIOLY:106).

Esse quadro, entretanto, mudaria na década de 50. Com as reformas, começou-se a valorizar o noticiário e as reportagens, escritas numa linguagem impessoal e objetiva. E o repórter – agora com salários mais altos e com uma formação socio-cultural melhor – tornou-se uma figura central do jornalismo.

A valorização do repórter começou junto com a dos fotógrafos, com a expansão das revistas ilustradas, como *O Cruzeiro* e *Manchete*. Havia repórteres bastante populares e disputados a peso de ouro pelas empresas jornalísticas. Talvez o exemplo mais emblemático deste tipo de profissional tenha sido David Nasser, que junto com Jean Manzón formou uma das mais famosas duplas de reportagem da época de ouro de *O Cruzeiro*. Mas havia outras figuras igualmente conhecidas como Edmar Morel (famoso sobretudo pelas grandes reportagens que fez em *Associados* e em *UH*, como a dos presídios superlotados e a sobre a contaminação do leite), Mário de Moraes, Joel Silveira, Justino Martins etc.

Marcando a fase das grandes reportagens, foi criado, em 1956, o Prêmio Esso de Jornalismo, como forma de estímulo à produção jornalística. O primeiro prêmio, como não poderia deixar de ser, foi para *O Cruzeiro*, por uma reportagem de Mário de Moraes e de Ubiratan Lemos sobre os emigrantes nordestinos que vinham para o Rio nos caminhões paus-de-arara. A comissão julgadora era composta por Herbert Moses, Alves Pinheiro, Otto Lara Resende, Danton Jobim e Antônio Callado.

O repórter, entretanto, não gozava do mesmo tipo de popularidade dos antigos editorialistas. Já vimos (no segundo capítulo) como o “*grande jornalista foi sendo substituído pelo grande jornal*”, no que chamamos de processo de construção do anonimato. Com a padronização dos textos – segundo as novas técnicas de redação –, surgia uma nova categoria profissional, os reescrevedores ou *copy desk*, alçados a condição de estrelas, senão públicas, pelo menos no interior das empresas de comunicação.

“(…) chama a atenção a implantação de uma nova categoria profissional: o copy desk, em detrimento daquela especialidade que é o alicerce do jornal, a reportagem. Hoje em dia ninguém mais quer ser repórter, ou quando quer e tem valor não pode por motivos econômicos, além de outros. Logo mandam-no para o copy ou algum cargo de chefia. Em consequência os nossos jornais melhoram a



*redação, mas falham em cobertura e notícia. Chega ao cúmulo de virtuosismo ao se transformar fatos sem a menor importância em autênticas peças de antologia jornalística pelo simples fato de que não há bons repórteres para levantar grandes assuntos e sim reescrevedores para redigirem e apresentarem com certa graça um assunto comum. É a nova classe que surge em nossa imprensa.”* (Alberto Dines, PN, 20/5/1958).

Nesse mesmo sentido, vai o depoimento de Maurício Caminha de Lacerda:

*“Há falta de bons repórteres. O emprego do copy desk, que vem sendo adotado por todos os órgãos da imprensa, é uma das causas dessa deficiência. Geralmente os repórteres que escrevem bem deixam a reportagem geral para trabalhar com copy desk, ganhando salários mais elevados. É sem dúvida uma nova classe que se forma dentro das redações dos jornais e revistas.”* (PN, 29/12/1958)

No *copy-desk* dos jornais, como afirmou Teodoro Barros, só tinha “feras”: Néelson Pereira dos Santos, Nilson Lage, Esdras do Nascimento, Hélio Pólvora, José Carlos de Oliveira etc. Os salários desses profissionais como copy eram, em geral, mais altos do que como repórteres. Nesse sentido, é bastante interessante a nota informativa publicada na revista *Publicidade e Negócio*:

*“Nilson Lage transferiu-se do Diário Carioca para o Jornal do Brasil. Com essa transferência, aumenta o número dos reescrevedores que mudam de jornal, nos últimos tempos, evidenciando-se a nova tendência de nossa imprensa diária: importância cada vez maior dos reescrevedores. Os repórteres queixam-se dessa nova tendência, que segundo eles, significa o fim da época das grandes reportagens, iniciada depois da ditadura. Por outro lado, os executivos dos jornais afirmam que nada disso acontece: o que se deseja apenas é seguir as normas do jornalismo moderno, dando estilo próprio e redação uniforme aos jornais. E dizem também que a época das grandes reportagens não passou, continua firme, apenas dentro das características jornalísticas atualizadas.”* (PN, 24/11/1958: 63).

Jocelyn Santos, do Sindicato dos Jornalistas, era um dos que reclamavam da valorização do *copy desk*:

*“Essa função, certamente, vem desprestigiar o repórter ou comentarista, o ‘dono da notícia’, não só no que concerne ao seu pundonor profissional como, também, desfavorece economicamente, visto que os reescrevedores são melhores pagos do que os repórteres.”* (IPI, n.8, 1960).

## O Diretor e o Secretário de Redação

Nos anos 50, o jornalismo carioca (e o brasileiro em geral) tinha uma característica fortemente patrimonial. Como já afirmamos antes, algumas poucas famílias – os Marinho, os Bittencourt, os Dantas – controlavam há décadas esse ramo de negócios. O diretor-proprietário, nesse contexto, era um figura importante.

*“Houve uma época em que o título do jornal era simplesmente o reflexo do nome do diretor. O diretor, homem inteligentíssimo e de prestígio, escrevia, diariamente, um artigo assinado, que era a atração máxima do jornal: É quando tomava a si a defesa de uma campanha, via-se nela o reflexo do diretor. O diretor dominava em todas as páginas como um deus.” (PN, 15/12/1951).*

A UH rompeu um pouco com o patrimonialismo da imprensa. Samuel Wainer não vinha de nenhuma família tradicional, nem tinha herdado o seu jornal. Este foi, inclusive, um dos motivos por ele apontado para explicar a perseguição que toda a grande imprensa moveu contra o seu jornal. Além disso, Wainer não se limitava a escrever os editoriais e a direcionar, à distancia, a linha política da sua empresa. Participava do cotidiano da redação, intervindo pessoalmente na feitura de UH.

*“Samuel Wainer tinha um espírito de repórter, que exatamente faltava aos donos de jornal. Ele costumava dizer que ele era o único jornalista, e aliás ele fazia uma ressalva, ele e o Lacerda eram os dois únicos jornalistas donos de jornal, porque o resto ou era por herança ou leito nupcial, sem exceção.” (Teodoro Barros, 15/12/1999).*

Além do diretor, outra figura importante dos jornais era o secretário de redação. Ele concentrava várias funções, era um “pau para toda obra”, uma espécie de funil (como o afirmou Danton Jobim – PN, 15/7/1951) por onde passava, forçosamente, toda a matéria diária. Ele controlava tudo no jornal, inclusive a paginação e diagramação. Selecionava, titulava, sub-titulava, cortava, esticava, modificava e resolvia a matéria a compor.

Devido ao acúmulo de responsabilidades, a secretaria da redação poderia ser um cargo bastante pesado. Segundo Carlos Castelo Branco (PN, 01/7/1951), representava a pior face do jornalismo:

*“Um trabalho exaustivo, sem recompensa, de natureza alguma. O secretário é um homem que vive enterrado 24 horas no jornal, esquecido de todos os amigos e esquecendo continuamente seus próprios interesses pessoais. Não há dinheiro que pague o sacrifício.  
(...)”*

*O secretário é um ser híbrido, que fica intermediário entre a redação, que geralmente é contra a diretoria, e a diretoria, que geralmente é contra a redação. Tem compromissos com ambas as partes.”*

Ao pedir demissão do cargo de secretário de *O Jornal*, em 1944, Carlos Lacerda afirmaria que aquele era “*um trabalho ingrato e burocrático*”, que não lhe sobrava tempo “*para ler, ouvir música ou simplesmente viver*”. Ganhava como secretário apenas dois mil cruzeiros por mês, menos do que ganharia como repórter (trabalhando em mais de um jornal) e bem menos do que receberia escrevendo artigos (DULLES, 1992: 77).

Wilson de Oliveira (PN, 15/7/1951), que foi secretário da *Tribuna da Imprensa* e do *Diário Carioca*, tinha uma opinião parecida com as de Castelo Branco e Lacerda.

*“A remuneração de um secretário de jornal não compensa o esforço. A secretaria impede que se tenha vida social, não possibilitando que defendamos, lá fora, nossos interesses particulares. Normalmente, incompatibiliza-nos com alguns companheiros. Outro osso: volta e meia, entramos em choque com a direção, permanecendo entre dois fogos – o que acha que deve ser publicado e o que a direção acha que não deve ser publicado.”*

Por mais poderoso que fosse, o secretário era subordinado ao diretor e, muitas vezes, ao redator-chefe. Este – por mais distante que estivesse do cotidiano da redação – era normalmente o “*manda-chuva*” do jornal. O homem em cujas responsabilidades estavam incluídos os conteúdos da linha editorial da publicação e dos artigos não assinados.

De qualquer forma, o tipo clássico de secretário – que controlava tudo no jornal – foi, pouco a pouco, deixando de existir nos anos 50. O modelo norte-americano impôs a divisão de funções e a distribuição do trabalho nas redações. Cada seção do jornal, cada categoria de matéria passou a ser feita por um grupo e controlada por determinados indivíduos. A redação se subdividiu pelas funções de cada jornalista (cronistas, colaboradores, repórteres, os redatores, os *copy-desks* etc.) e pelos assuntos, que passavam a exigir cada vez uma maior especialização.



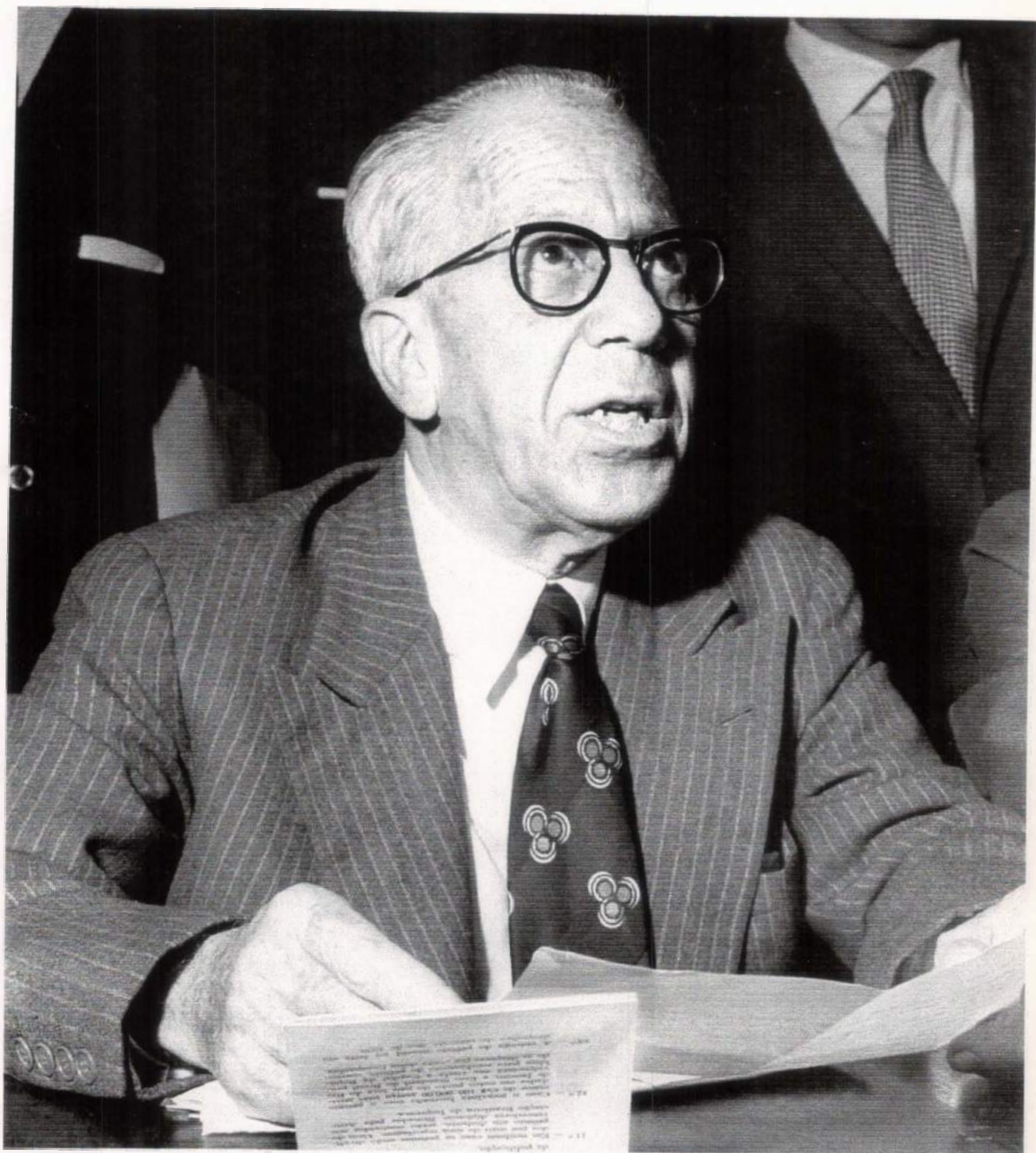
A planificação resultou, assim, no desmembramento da redação em vários setores, com seus respectivos chefes. O secretário continuava, no entanto, a ser uma figura central. Todo material escrito ia para as suas mãos. Ele, então, organizava – junto com o diagramador – o conjunto do jornal, marcando a página que deveria sair cada matéria, o destaque que merecia, o tamanho e o corpo dos títulos e subtítulos.

Antes das reformas, o secretário ia também às oficinas orientar a paginação. Com a fixação das seções e com o princípio da pirâmide invertida, o chefe da oficina sabia exatamente onde colocar as matérias seguindo a marcação do diagrama.

*“O secretário, pau para toda obra, já não deve existir na imprensa moderna. Isso prejudica o jornal, que toma insensivelmente, a feição pessoal do secretário e que sofre uma queda quando o secretário vai para outro veículo. Jornal que deseja fazer boas coberturas deve ter um secretário de reportagem, um secretário geral e um subsecretário para cada caderno que possui. Com uma divisão de trabalho, o pessoal trabalhará com sentido de equipe. E a falta de um ou de outro não se fará sentir no veículo, tornado-se a sua saída imperceptível para os leitores.” (PN, 15/12/1951, grifos nossos)*



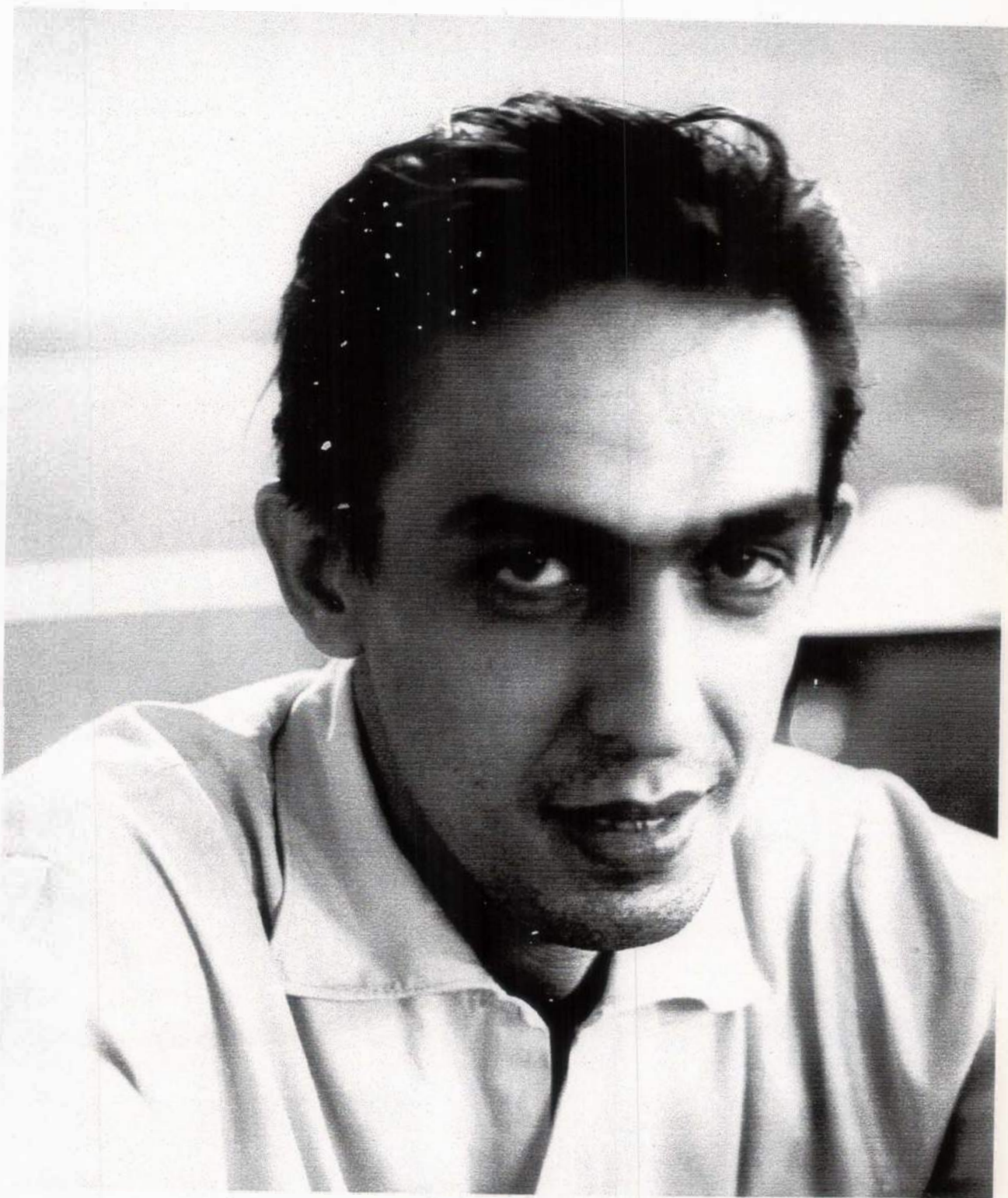
Pedro da Costa Rego. 19/06/1951. Coleção CM/AN.



Herbert Moses, 21/5/1958. AJB.



Pompeu de Souza, 1958. AJB.



Ferreira Gular. AJB.



Jânio de Freitas. 1964. AJB.



Alberto Dines. Dez. de 1959. Arquivo do Estado de São Paulo.



Teodoro de Barros Coleção UH/AESP.



## 2. Auto-referenciação, memória e construção de identidade

*“Sim, sou jornalista. Mas não tenho nenhum amor à profissão e pretendo abandoná-la na primeira oportunidade. Porque a vida de jornal serve apenas de experiência, e experiência que se deve esquecer assim que for possível.”*

Carlos Castelo Branco (PN,01/7/1951).

Ao ler e ouvir os relatos dos jornalistas, uma das coisas que mais nos impressionou foi perceber o quanto era homogênea, na sua superfície, a memória do grupo, como ela apresentava – à primeira vista – poucas fissuras. Os entrevistados e os autobiógrafos lembravam os mesmos eventos, selecionavam os mesmos fatos, contavam as mesmas anedotas, tinham uma versão mais ou menos idêntica a respeito do período. Quase todos apontavam a década de 50 como o apogeu da imprensa brasileira, os seus anos dourados, o momento em que o jornalismo se afirmou como força industrial.

É necessário levar em consideração que não se trata da memória do grupo jornalístico como um todo, mas daqueles que foram entrevistados e daqueles que deixaram registros orais e escritos, o que, obviamente, já significa uma seleção. Trata-se de uma certa elite jornalística, que (apesar de suas divergências) estava comprometida, direta ou indiretamente, com o processo de reforma. Se levarmos em conta as lutas e conflitos travados nesse processo, podemos dizer que se trata dos “vencedores”, daqueles que conseguiram impor seus projetos como hegemônicos.

Além disso, esses profissionais não estavam falando e/ou escrevendo suas memórias pela primeira vez. Muitos deles já tinham sido entrevistados inúmeras vezes, tanto para a própria imprensa (especializada ou não) quanto para outros trabalhos acadêmicos. Podemos imaginar que, para esse grupo, ao longo das últimas quatro décadas, certas versões sobre o passado se estabilizaram numa espécie de esquema mnemônico. Além disso, ao se lerem uns aos outros, esses profissionais foram formando um repertório comum de referências.

Outro ponto importante a lembrar é que alguns desses entrevistados ainda são profissionais ativos e que, portanto, se inserem hoje (momento em que estão lembrando) em outras lutas e conflitos no interior do campo jornalístico. Nesse sentido, é bastante interessante o trecho da entrevista com Alberto Dines que reproduzimos a seguir. Nele fica claro que a memória é uma estratégia (não no sentido de uma intencionalidade consciente, mas no sentido em que responde a alguma demanda do contexto no qual o

sujeito se encontra). O entrevistado “esquece” conflitos e divergências passadas de forma a potencializar as suas lutas presentes:

*“Hoje você tem os jornalistas românticos, os mais velhos que fizeram esse grande jornalismo dos anos 50, 60, 70 e você tem a garotada, que tá reinventando a roda. Então você tem duas tendências se confrontando: o pessoal do mercado, a garotada, um copia o outro, um denuncia o outro, denuncia o que o outro denunciou, e ninguém faz um jornalismo mais denso, e você tem a geração mais velha, que é extremamente crítica. Extremamente crítica. Naquela época [nos anos 50-60] isso não aconteceu. Por que? Porque o que a garotada estava fazendo – eu era da garotada – era muito respeitado pelos outros. (...) Não era porra louquice de inventar uma coisinha, uma maluquice que acabava no dia seguinte. Então, eu não senti nenhuma reação. Ao contrário. Vieram para o Jornal do Brasil Luiz Alberto Baía, Antonio Callado, Carlos Castello Branco. Todos os grandes talentos do jornalismo no Brasil estavam lá. E não havia dissidência porque aquilo ficou majoritário. Tanto que o Jornal do Brasil exportou o seu modelo para o Brasil inteiro. (...) Quem eram os velhos daquela época? Não eram os jornalistas; chegavam lá e escreviam uma coisinha. Não eram jornalistas profissionais. Os velhos de hoje são pessoas que estão há 50 anos na profissão, fazendo reformas. Então, mudou a discussão – ficaram evidentemente 2 pólos. Naquela época não tinham dois pólos.” (Alberto Dines, 15/12/1999).*

O que nos interessou nos relatos das experiências individuais dos jornalistas foi perceber como alguns conceitos foram frequentemente repetidos, reproduzindo (e ao mesmo tempo produzindo) um simbolismo dominante sobre a profissão. Nos interessou perceber, nas visões fixadas nas suas memória, os ecos de uma idealização do grupo. Como os agentes desse campo foram desenvolvendo suas próprias normas e valores e como através deles produziram sentidos e construíram legitimações. Buscamos, enfim, identificar alguns elementos que parecem apontar para a criação de um certo consenso sobre a profissão. Consenso que se construiu e se reconstruiu continuamente em meio a lutas (passadas e presentes), a esquecimentos e a silenciamentos.

O que pretendemos a seguir é analisar as diferentes **racionalizações** (explicações das pessoas sobre as suas próprias práticas) que se forjaram no processo de naturalização do modelo norte-americano de jornalismo. Acreditamos que elas tenham sido fundamentais na construção da hegemonia de certas práticas no interior da instituição jornalística e na formação de uma certa identidade profissional.

Para não perder de vista a dimensão conflitual de tal processo, procuramos, sempre que possível, mobilizar discursos e concepções divergentes. Buscamos um conjunto de relatos que apontasse também para o dissenso. Para isto, tentamos contrapor as visões fixadas na memória do grupo àquela forjada ainda no calor dos acontecimentos. Os relatos de época deixam ouvir, com mais facilidade, as vozes do interdiscurso, deixam transparecer na sua própria superfície textual a polifonia que lhe constituiu.

Centramos a discussão em torno de dois conceitos, no de objetividade e no de missão, ambos cruciais no processo de “racionalização” do discurso dominante e na construção da auto-imagem do jornalista. Para pensar a dimensão missionária da profissão, partimos do livro *A Missão da Imprensa* de Carlos Lacerda

## A influência norte-americana e o mito da objetividade

*“Cabe à imprensa função primacial na vida dos povos. Dela se há de exigir fidelidade constante à verdade. O jornal pode comentar os fatos; antes, porém, deve noticiá-lo objetivamente. O comentário é um direito; a informação um dever.” (IPI, jun. 1956).*

*“Falo muito no ‘idiota da objetividade’. Ele é justamente quem vive dos fatos, depende dos fatos, morreria afogados sem os fatos. E, se alguém me diz que os fatos não são bem assim como eu conto, respondo: pior para os fatos.” Nelson Rodrigues*

Já vimos, no primeiro capítulo, que o surgimento do jornalismo informativo nos Estados Unidos estava associado à popularização dos periódicos, ao advento, ainda na primeira metade do século XIX, da chamada *yellow press*. Esse processo coincidiu com a transformação dos jornais em grandes empresas. Foi marcado, por um lado, pelo barateamento do preço do exemplar, devido à associação da imprensa com a publicidade, e, por outro, pela adoção de uma linguagem sensacionalista, que apesar de emocional, se centrava na narração dos fatos. Os jornais se tornaram mais referenciais e menos opinativos, não assumindo explicitamente posições políticas ou ideológicas. A origem dessa sua imparcialidade ou neutralidade estava associada a interesses comerciais, à necessidade de atingir, de forma mais ampla possível, um público heterogêneo. O conceito de objetividade, entretanto, só se desenvolveu e se tornou a norma profissional mais importante do jornalismo americano nas décadas de 20 e 30 do século XX.

Normalmente se associa objetividade à crença na verdade dos fatos. Entretanto, segundo Michael Schudson, o ideal de objetividade, nos Estados Unidos, não foi resultado de um empirismo ingênuo, de uma cultura do fato não problemático, mas uma reação contra o ceticismo e o pessimismo que dominavam a sociedade norte-americana no período entre-guerras. Foi expressão de um fenômeno cultural mais amplo, associado a crise da democracia e da sociedade de mercado.

A objetividade só se tornou um ideal do jornalismo quando a subjetividade passou a ser encarada como inevitável na narração das notícias. *“Não foi a expressão final de uma crença nos fatos, mas a afirmação de um método para um mundo no qual nem mesmo os fatos são confiáveis.” (SCHUDSON, 1978:122).*

Quando o jornalismo e outros campos do saber, como as ciências sociais, experimentaram a dúvida e o ceticismo, surgiu o ideal de objetividade como afirmação consensualmente validada sobre o mundo, predicada numa radical separação entre fatos

e opinião. Schudson afirma que, no fundo, os defensores da objetividade se apoiavam, tanto quanto seus opositores, no relativismo, na crença da arbitrariedade dos valores.

Para nossa pesquisa interessa saber como esse ideal de objetividade (e todos os procedimentos técnicos e deontológicos a ele associados) foi incorporado pelo jornalismo brasileiro, numa época e num contexto tão diferente do norte-americano. Como esse processo se deu aqui e que lógica ele expressava?

O I Congresso Pan-americano de Jornalismo, realizado na cidade de Washington em 1926, é normalmente apontado como o marco inicial desse processo. No Congresso, foram lançadas as bases para a formação da Sociedade Interamericana de Imprensa, que estimulou, ao longo das década seguintes, os contatos dos diferentes países latino-americanos com os EUA. Participaram 14 representantes brasileiros, entre eles, Gilberto Freire (representando o *Diário de Pernambuco*), Edgard Leuenroth (que foi por conta própria), Nestor Rangel Pestana (pelo *Estado de S. Paulo*) (LINS E SILVA.: 76).

No Congresso, os palestrantes norte-americanos tentaram ensinar aos seus companheiros da Latino-América algumas regras para se fazer um bom jornalismo. Recomendavam aos redatores o cuidado de não exprimir nos textos a sua opinião pessoal, de não comentar a notícia. A proposta era o uso de uma linguagem absolutamente transparente, por trás da qual se apresentasse o fato íntegro. A informação deveria ser apresentada de forma objetiva, para que os próprios leitores fossem capazes de formar suas opiniões.

Esses ideais, entretanto, apesar de influenciarem a imprensa brasileira, não se tornaram, na primeira metade do século, hegemônicos. Como já vimos no segundo capítulo, o jornalismo estava muito próximo da política e se constituía num exercício mais ou menos literário, cuja estilo – de responsabilidade do redator – variava bastante de um jornal para outro e mesmo dentro de um único jornal. Somente na década de 50, o princípio da objetividade, acompanhado das técnicas redacionais que lhe asseguravam, impuseram uma padronização ao estilo (em todos os seus gêneros informativos). Padronização que se impôs, progressivamente, graças ao *copy-desk* e ao desenvolvimento do ensino da técnica jornalística.

Mas qual foi o grau de adesão dos jornalistas brasileiros aos princípios do modelo americano de jornalismo? Havia sérias oposições ao conceito de objetividade na década de 50? Qual era o argumento daqueles que o defendiam? Como a polêmica se colocava?

Para muitos, defender a objetividade (e as novas técnicas) era lutar pelo profissionalismo, no momento em que este estava tentando de impor frente ao amadorismo daqueles que faziam da atividade instrumento para atingir outros objetivos (fossem benefícios pessoais, fossem cargos públicos). Percebe-se, no trecho da entrevista de Alberto Dines citada acima, como ele atenua os conflitos, se perguntando quem eram os velhos daquela época: *“Não eram os jornalistas; chegavam lá e escreviam uma coisinha. Não eram jornalistas profissionais”*.

O ideal da objetividade se desenvolveu no Brasil como uma estratégia de legitimação, num contexto em que o jornalismo se profissionalizava, lutando por uma maior autonomização frente à literatura e à política. Nesse processo, transformou-se em um valor fundamental para o exercício da profissão e para a construção da identidade dos jornalistas. Exigia uma maior disciplina por parte dos repórteres e editores, um maior rigor na apuração dos fatos e na redação dos textos e fortalecia o senso de ética da profissão. Segundo Jânio de Freitas (entrevista 05/5/2000):

*“Para esse grupo que procurava sair daquele jornalismo antigo do Brasil, a objetividade foi um valor, sim. Porque era exatamente aquilo que faltava para o jornalismo que se praticava. Os jornais eram todos engajados politicamente e até partidariamente. Então o seu texto, o seus títulos, o seu noticiário político, sobretudo, reproduziam muito, refletiam muito esses compromissos políticos e partidários dos jornais. (...) Então a procura do que ficaram chamando de objetividade era a procura de um texto que, mesmo nos assuntos políticos, não refletisse qualquer compromisso, ou seja, que não fosse determinado na sua forma ou conteúdo por algum compromisso do jornal. Ou seja, o que se queria era um jornalismo sem compromisso. Agora, se isso ficou sendo chamado de objetividade... Foi uma procura de não ser parcial política e partidariamente.”*<sup>14</sup>

A objetividade – ao se incorporar como valor e como técnica – tornava o jornalismo mais respeitável, porque lhe fornecia uma certa autonomia frente às contingências políticas e às veleidades literárias. Dava ao jornalista mais credibilidade junto aos leitores e, ao mesmo tempo, aumentava a dignidade da profissão. Vários depoimento (como os de Alberto Dines e Jânio de Freitas) demonstram o quanto o domínio das novas técnicas passou a ser um elemento importante na construção da identidade profissional e o quanto serviam para diferenciar “os verdadeiros profissionais” dos “outros”. O entusiasmo e o engajamento de alguns com a reformas apontam também para o mesmo fenômeno. Lembremos o depoimento de Carlos Lemos

citado no primeiro capítulo – *“Havia uma efervescência entre nós, jovens que tínhamos sido convocados para realizar esse trabalho. (...) Havia também grande entusiasmo e a auto-afirmação de estar participando do processo de transformar (...)”* – e o de Pompeu de Souza – *“estávamos imbuídos de um certo espírito de causa: o sentimento de que fazíamos a revolução na imprensa”*.

Mesmo para aqueles jornalistas menos entusiasmados, o engajamento se fez necessário. A adesão às novas técnicas e ao ideário (ou aos padrões de conduta) a elas correlatos se impuseram como um cânone para avaliação da competência profissional. O depoimento de Octávio Bonfim, repórter do *JB* e professor de Técnica de Jornalismo da PUC, confirma isto:

*“Do ponto de vista do jornalista, a definição de uma técnica de redação e linguagem de imprensa é uma questão de fato: ou ele a assimila ou desqualifica-se como profissional.”* (CJ, n.3, 1968:38).

Entre as publicações especializadas em mídia, a maioria exaltava a “modernização” da imprensa e o modelo norte-americano de jornalismo. Essa postura era, geralmente, assumida por aquelas publicações mais diretamente associadas ao mercado publicitário, como a revista *PN*, o *AnBI*, *AnIRT* e o *AnP*, todos publicados pela Empresa Jornalística PN S.A., de Manoel Vasconcelos e Genival Rabelo<sup>112</sup>. Mas o *Indicador dos Profissionais da Imprensa*, dirigido por Jocelyn dos Santos e por Luiz Guimarães e ligado ao Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio de Janeiro, apesar de elogiar muitos aspectos das reformas, era, em geral, bastante crítico em relação à “americanização” da imprensa. Não se pode esquecer que os anos 50-60 foram um período no qual as esquerdas latino-americanas se batiam contra o “imperialismo” cultural, apontando os Estados Unidos como o seu principal representante. Nesse contexto, Jocelyn Santos afirmava:

*“Com o desenvolvimento industrial da imprensa, não é fácil atualmente fazer-se um jornal, uma revista ou um panfleto. Os norte-americanos com sua técnica avançada complicam o problema, com a imposição de inúmeras regras que fazem do jornalista, mesmo os mais encanecidos na profissão, um terno aluno do seu ‘metier’ profissional.*

<sup>112</sup> É interessante observar que Genival Rabelo, que nos anos 50 era um entusiasta da cultura norte-americana, se tornaria nos anos 60 o autor de uma campanha contra a americanização da imprensa e autor de um libelo contra o capital estrangeiro. Ver capítulo 2.

*Com isso, o jornal moderno (sobretudo os dos EEUU e de uma parte da América Latina) ganhou uma grande perfeição técnica, mas – a meu ver – perdeu muito sua espirosidade.*

*Já os jornais europeus lutam por aliar a técnica à sua tradicional finura literária e política.*

*Lendo-se um jornal novaiorquino – por exemplo – ficamos sabendo de todos os acontecimentos do mundo, mas nos falta, com certeza, um toque analítico, malicioso, uma interpretação emocional ou descritiva do acontecimento.” (IPI, n.8, 1960, grifos nossos).*

Essa crítica era ainda mais aguda em se tratando de um contexto de escassez de papel de imprensa. O próprio presidente Jânio Quadros já tinha apelado para este argumento, em março de 1961, para justificar o corte de subsídios à importação de papel de imprensa.

*“Com a cópia servil dos jornais americanos, não só gastamos muitas páginas, como ainda desbaratamos espaço precioso usando e abusando de ‘manchetes’ de tipo grosso e anti-estético. (...)*

*Não se poderá justificar a grita que as empresas, hoje em dia, fazem contra o câmbio alto do papel importado, se o seu desperdício é escandaloso, somente para dar a ilusória impressão ao público leitor de prosperidade. De fato, por que edições comuns de 32, 46 ou 70 páginas? Não há jornal europeu de mais de 10 ou 12 páginas, em épocas comuns. O exemplo do gigantismo norte-americano nos é prejudicial e ridículo.” (IPI, n.8, 1960).*

Esse mesmo tipo de crítica foi feita por Luiz Garcia, subsecretário da *Tribuna da Imprensa*, que retornando dos EUA após um estágio de nove meses na Graduate School of Journalism da Universidade de Columbia, afirmou ser o jornalismo brasileiro mais vibrante do que o norte-americano:

*“Às vezes, o excesso de objetividade sem opinião, quase um dogma na imprensa americana, dá a impressão de que os jornais sofrem de uma excessiva timidez. Há, nos Estados Unidos, a regra de ouro da informação completa. Mas não se opina, pelo menos abertamente. Se bem que, é lógico, o próprio lead e o ângulo dado a uma reportagem não deixem de ser uma opinião.” (PN, 10/6/1958:50).*

A idéia que se tinha de objetividade não era ingênua, como se percebe pela citação anterior. Havia, por parte de alguns profissionais, uma clara consciência dos condicionamentos ideológicos que se impunham para além da intencionalidade dos profissionais. O próprio Carlos Lacerda já defendia, na impossibilidade de uma objetividade total, uma “objetividade possível”:



*“O ideal de separar informação de opinião é um ideal, quer dizer, existe como condição de nunca ser completamente atingido. Mas, ainda quando seja impossível atingi-lo por completo, o importante é não deixar de se esforçar por atingi-lo.” (LACERDA, 1990)*

Danton Jobim (1992:56) assumia uma posição a este respeito parecida com a de Lacerda. Afirmava ele:

*“Conseguir a verdade pela objetividade das notícias é um ideal a perseguir, embora nenhum jornal possa realizá-lo plenamente. Pela sua própria natureza, a informação jornalística é superficial, colhida e redigida apressadamente. O jornalista não pode esperar tranquilamente que a verdade saia do fundo do poço. Desce ao fundo e vai surpreendê-la, de ‘câmara’ a tiracolo, mas logo descobre que a verdade tem muitas faces e, por isto, se limita a fotografar aquela que, conforme lhe segreda o instinto, deve interessar mais aos seus leitores.” (grifo nosso).*

Algumas vezes, a crítica à objetividade estava associada a uma valorização da intervenção profissional e, logo, da subjetividade do jornalista no relato dos fatos. Vimos (no segundo capítulo) como este mesmo tipo de argumento foi mobilizado por Samuel Wainer<sup>113</sup> ao defender o apelo emocional e o sensacionalismo gráfico de *UPI*. Mauro Santana, nos *Cadernos de Jornalismo do Jornal do Brasil*, também condenou o tecnicismo, por este implicar num distanciamento do profissional com relação à notícia:

*“Sou de uma geração de jornalistas que começou a trabalhar quando a imprensa brasileira entrava em sua fase de industrialização, mas não havia ainda perdido (...) o seu caráter boêmio e quixotesco. (...) No início dos anos 50, o jornalismo ainda guardava suas velhas virtudes. (...) Temo muito que o tecnicismo subtraia da profissão o que ela tem de mais nobre: o inconformismo diante da injustiça, a ânsia da denúncia, o espírito de luta. (...) Daí o meu temor de que o tecnicismo sirva para castrar as nossas qualidades históricas, inclusive na forma de narração. As receitas, em jornalismo, são ineficazes. Não sou daqueles que pensam deve ser impermeável aos acontecimentos e transmiti-los de forma impessoal aos leitores. Ao contrário, creio que o nosso dever é o de viver os fatos e levá-los, com sua vida, aos que nos lêem e confiam no nosso depoimento. L, nesse caso, a forma deve sujeitar-se ao conteúdo; não podemos engarrafar experiências em frascos do mesmo tamanho e mesmas cores. Para que comuniquemos com veracidade e exatidão, a matéria de nossa comunicação deve ser trabalhada por nossas usinas*

<sup>113</sup> Ver trecho citado no capítulo 2.

*interiores: deve integrar-se em nós mesmos. Só com esta marca de autenticidade, o depoimento será comunicável, humanamente, de um homem a outro homem.” (Caderno JB, n. 16, 1968).*

Uma das críticas mais cáusticas ao princípio da objetividade foi a de Nelson Rodrigues, que cunhou a expressão “os idiotas da objetividade” para se referir aos copy-desks e aos profissionais “modernos” em geral. Como já mencionamos antes, ele condenava as técnicas norte-americanas exatamente porque acreditava que, ao tolher a intervenção criativa do redator, elas castravam a carga expressiva e levavam a um empobrecimento estético dos textos.

É interessante notar que, para alguns, a incorporação do ideal da objetividade não significou – por mais paradoxal possa parecer – que os jornais devessem abrir mão nos noticiários de seu papel opinativo ou interpretativo. Em sua edição de 15 de junho de 1958, o *Diário de Notícias* afirmava:

*“Um jornal que tenha consciência de suas responsabilidades para com a opinião pública e para com o país, não pode cingir-se, apenas, a ser um órgão de informações: deve ser, sobretudo, um cristalizador de opiniões.”*

É postura é mais explicitada na edição de 12/12/1957 da revista *PN*. Argumento se baseia, mais uma vez, no reconhecimento da impossibilidade de uma objetividade total:

*“Até bem pouco tempo alguns jornais e jornalistas acreditavam nisto: pensava-se que o verdadeiro jornalismo, o jornalismo honesto devia ser só informativo e não opinativo. Admitia-se como opinião apenas as partes dos comentários (geralmente assinado) e do massudo editorial. Este conceito hoje está mudando. Admite-se já que o jornal, mesmo informando, está opinando.(...)”*

*Noticiamos catástrofes e crimes. Noticiamos heroísmo e exemplos de boa vontade cristã. Pensamos que a função da imprensa é, não somente noticiar como oferecer uma escala de valores; que o mero relato dos fatos, num caso, não é bastante, sem uma valorização explícita ou, algumas vezes, simplesmente implícita, de como os fatos devem se encarados. (...)*

*Na verdade só os interessados ou os desconhecedores do mecanismo editorial podem afirmar que é possível informar sem opinar. Cada vez que tendo duas informações (notícias) o jornal divulga uma delas, está opinando. (...) Até o paginador opina, através do jornal que diagrama, pois na simples escolha da fotos, na localização da matéria, na escolha do tipo para titulação pode-se dar um tal destaque a um fato em detrimento de outro mais importante que o leitor ficará crente que aquele e não este é o essencial. (...)*

*A verdade é que só agora começou-se a declarar que a informação e a opinião do jornal são quase a mesma coisa, o fato é que nunca os verdadeiros jornalistas desconhecera este fato.” (grifo nosso)*

César Luís Leitão (1960: 247), numa publicação comemorativa dos 30 anos do *Diário de Notícias*, e Samuel Wainer, em entrevista ao CPDOC, confirmam esta opinião:

*“As colunas de um periódico, nas quais se registram fatos de interesse coletivo, não traduzem, freqüentemente, em seu noticiário, apenas o enunciado de um acontecimento: com essa divulgação, a folha como que externa um ponto de vista.”*

*“... [A UH] era um jornal que utilizava a informação como ela era. Mas a interpretava imediatamente dando ao povo a explicação da informação. Então não deixava a informação solta na cabeça vazia do povo. Dava-lhe a complementação.” (WAINER- CPDOC).*

Os depoimentos acima, sobretudo o de Samuel Wainer, parecem confirmar a visão elitista que certos produtores de notícia tinham do processo de recepção das mensagens jornalísticas. Alguns deles assumiam uma postura civilizatória, partindo do princípio de que os leitores eram pouco capazes de sozinhos chegarem a conclusões razoáveis. Ora, esta concepção impunha um limite claro ao princípio da objetividade (tal como era formulada pelo jornalismo norte-americano), em cuja base estava a idéia de o leitor deveria ter autonomia para desenvolver suas próprias opiniões a partir das informações dadas.

A teoria da objetividade reformulou, como um todo, os valores da imprensa brasileira, reforçando noções diversas como a da neutralidade e imparcialidade da informação, a da responsabilidade social e a da honestidade do profissional. Mas o jornalismo nacional não assimilou todos os valores que, no ideário norte-americano, eram correlatos à idéia da objetividade, ou se os assimilou foi em sentidos e graus diferentes.

Para Carlos Eduardo Lins e Silva, o jornalismo brasileiro incorporou os princípios do modelo norte-americano no discurso, mas não a sua prática profissional.

*“Enquanto nos EUA a maioria dos jornalistas e dos veículos diz acreditar na objetividade e tenta praticá-la (com textos desadjetivados, contidos, com os vários lados da questão ouvidos em condições de relativa igualdade), no Brasil todos se dizem objetivos*

*mas ninguém é. Não no sentido de que seja impossível ser, mas no sentido de que se é ostensivamente partidário na cobertura, com títulos de notícias editorializados, clara preferência por uma tendência política ou ideológica, distorção intencional dos fatos para favorecer uma visão particular de mundo.” (SILVA, 1991:101)*

Como o autor afirma, a importação do modelo norte-americano não poderia mesmo ser absoluta, já que as diferenças culturais, políticas, econômicas entre as duas sociedades (a brasileira e a norte-americana) necessariamente modificariam o caráter original das noções.

### **A Missão da Imprensa**

O livro “A Missão da Imprensa” de Carlos Lacerda, publicado em 1950, era a transcrição de uma palestra pronunciada, no ano anterior, em três instituições diferentes: na ABI, no Conservatório de Belo Horizonte e na Faculdade de Direito de São Paulo. Nesse texto, o autor discutiu o conceito de jornalismo, apontando o que considerava serem suas qualidades e suas limitações.

Já no início definiu o caráter “missionário” da profissão, apontando seu compromisso social. Afirmando, se apropriando da definição de Rui Barbosa, que o jornalista era o “político do povo”, cujo objetivo era construir uma opinião pública bem informada, atenta, vigilante e esclarecida. A imprensa encarnava, segundo ele, os sentidos da nação: eram os seus olhos, a sua boca e até o seu nariz. Tinha a função de zelar pela comunidade.

A auto-imagem do jornalista aqui desenhada parece, à primeira vista, estar ainda atrelada a um modelo arcaico de profissional (herdado do século XIX), não só porque partia de uma definição de Rui Barbosa, mas porque apresentava o homem da imprensa como orientador da política e como mentor da opinião pública, tal como haviam sido Quintino Bocayuva, José do Patrocínio e o próprio Rui Barbosa (todos citados como exemplo de grandes profissionais).

Há aqui, no entanto, uma diferença crucial. Se para Lacerda o papel social do jornalista não havia mudado, a sua legitimidade agora se construía em outras bases, bem mais “modernas”. Na realidade, o que permitia ao jornalista cumprir a sua missão de informar a opinião pública e zelar pela comunidade era um conjunto de regras e normas de comportamento (técnicas e éticas), que passam a definir a atividade jornalística não mais como uma mera ocupação, mas como uma profissão.

Lacerda reclamava, diversas vezes, do baixo grau de profissionalização do jornalismo. Segundo ele, o Brasil era:

*“o país mais povoado de jornais fugazes e de jornalistas amadores, muitos dos quais ainda por cima escrevem de graça, por vaidade ou por indústria, dificultando a formação de uma consciência profissional e até a simples existência de uma profissão de fazer jornal. (...) tomam o jornalismo como quem ponga um veículo para levá-los ao gabinete em que a alta burocracia, entre lisonjeada e intimidade, lhes favorece os negócios.”* (p.28)

O jornalismo não deveria, entretanto, ser julgado por esses profissionais, que não passavam de suas “aves de luxo”. Eles se formavam nas salas de visita, enquanto os verdadeiros jornalistas se faziam nas redações, *“com as misérias que lhe são próprias, mas não com essa que vem de fora”*. Apesar de usar adjetivos fortes como “sarnoso” e “perebento” para se referir ao mundo da imprensa, Lacerda não encarava a corrupção como intrínseca ao jornalismo, mas como algo externo, que a contaminava.

*“O fato de não se exigir muito conhecimento para começar no jornalismo, aliado à circunstância de ser o jornal um estuário da ambição e da vaidade próprias e alheias, cria aparentes facilidade pelas quais toda gente julga que é, pensa que foi ou crê que pode vir a ser jornalista.”*

É interessante notar a semelhança deste trecho com a abertura do primeiro artigo da série “Cartas a um Foca” do DC: *“No Brasil, todo mundo foi, é ou pensa que vai ser jornalista”*. Em ambos estava presente a mesma idéia de que para ser jornalista não bastava escrever em jornal; era necessário ser profissional de jornalismo, dominar um saber técnico próprio desse campo, partilhar de um *ethos*, ser (como afirmou o manual de redação da *Tribuna*) jornalista 24 horas por dia.

O jornalismo, para Lacerda, era *“a arte de simplificar a complexidade dos fatos e das opiniões, tornando-os acessíveis à compreensão de um número apreciável de pessoas”*. Na sua definição, portanto, os fatos (a notícia) e as opiniões (os comentários) não se diferenciavam, já que *“ambos são informação, um no sentido de colocar a pessoa a par do que se passa, outra no de fazer com que ela influa naquilo que se está passando”*.

Lacerda sabia que um jornal não dava todas as notícias (na medida em que não narrava tudo o que acontecia), da mesma forma em que não publicava todas as opiniões. O jornalismo pressupunha um trabalho de seleção, no qual o leitor não tinha

participação direta. Trabalho cuja legitimidade se sustentava exatamente no profissionalismo e na dimensão missionária da imprensa.

*“Mas escolher a notícia que vai e a que, já que não cabem num jornal todas as notícias, não deverá sair, é uma tarefa delicada. Em suma, se qualquer um pode dar uma notícia, um notícia verdadeira só pode dá-la um verdadeiro jornalista, que para isso seja também um homem verdadeiro”* (grifo nosso).

A verdadeira notícia era aquela que fornecia um quadro da realidade sobre a qual os homens poderiam atuar. E o verdadeiro jornalista era aquele que, visando constantemente a melhoria da sociedade, era capaz de fornecer aos leitores essa notícia verdadeira. O jornalismo verdadeiro era, enfim, aquele que levava à ação, aquele que, através da crítica, mobilizava a opinião pública e impulsiona a reforma da sociedade. A noção de verdade estava aqui ancorada em uma ética (a do homem verdadeiro) e seus princípios subjetivistas e relativistas não eram questionados.

Lacerda discutia a questão da fala autorizada. *“Se qualquer um pode dar uma notícia, um notícia verdadeira só pode dá-la um verdadeiro jornalista”* afirmava ele. A linguagem jornalística sofria, aqui, uma restrição, que pode ser resumida pela famosa máxima foucaultiana: qualquer pessoa não pode dizer qualquer coisa, em qualquer lugar e em qualquer circunstância. Apenas alguns sujeitos, previamente reconhecidos, tinham direito de falar e ouvir, escrever e ler, em lugares e circunstâncias predeterminados, com conteúdos e formas já autorizados. Citamos, neste mesmo capítulo, um depoimento de Lacerda na revista *PN*, na qual ele afirmava que só o profissional podia fazer jornalismo, porque só o profissional sabia imbuir-se do espírito do jornal em que se encontrava. Mas o profissionalismo pressupunha o compartilhamento de uma base cognitiva; pressupunha algum tipo de saber formalizado. E tanto Lacerda sabia disto que, além de escrever um dos primeiros manuais de redação do jornalismo brasileiros, criou uma “escolinha” na redação do seu jornal para ensinar aos seus empregados as regras do jornalismo moderno.

A construção de uma auto-imagem legitimadora se fazia necessária sobretudo em um contexto de descrédito e desmoralização da imprensa. Lacerda procura chamar atenção para este quadro, apontando casos de subvenção e corrupção.

*“Aqui a imprensa é, quase sempre, temida. Respeitada ela é quase nunca. Chega-se a bater na harriga da imprensa, aceitá-la à mesa – mas não se a estima.”*

Lacerda parecia perceber que a corrupção tinha um papel estrutural na imprensa dos anos 50, que estava associada a próprias limitações da sua dimensão empresarial e que, portanto, algumas vezes, independia das escolhas pessoais de seus agentes.

*“(...) nem tudo o que há de errado acontece por querer. Uma das condições de fraqueza da nossa imprensa consiste em que ela ignora, com as exceções de costume, os seus custos de produção. Tem, por isso, tabelas de publicidade e uma economia toda ela cheia de rombos.”*

A partir da defesa do profissionalismo, Lacerda criticava o uso político da imprensa, mas para ele a imprensa tinha uma missão essencialmente política: devia formar opinião e levar à ação. O jornalista, nesse sentido, não se diferenciava do estrategista, que pretendia intervir na história. Para além do seu uso retórico, a frase de Benjamin Constant – “A imprensa é uma tribuna engrandecida.” – encarnava o espírito do jornalismo que impulsionava Lacerda. Não por acaso, ele escolheu o título “Tribuna da Imprensa” primeiro para sua coluna no *Correio da Manhã* e depois para o seu jornal. O nome demonstrava como, para ele, as duas dimensões – a política e a jornalística –, em essência, não se diferiam.

Lacerda, no entanto, não era um político que se utilizava a imprensa apenas como meio, arma de luta, como muitos autores tentam defini-lo. Tampouco era um jornalista que se utilizava da política utilitariamente, para conquistar prestígio, poder ou vantagens econômicas. Lacerda era visceralmente e simultaneamente um jornalista e um político. Talvez, mais do que qualquer outro, tenha encarnado a lógica (com todas as suas contradições) que permeava os dois campos nos anos 50.

O jornalismo tinha, para Lacerda, uma função de intérprete, que lhe era delegada pelos leitores:

*“O jornalista não é apenas o formador, mas sobretudo intérprete da sociedade. Na medida em que ele encana e exprime os anseios e opiniões de uma parcela considerável da opinião pública, é um órgão auxiliar da Justiça e um elemento de contraste de que não pode prescindir o governo, sem ao mesmo tempo perder as prerrogativas de simples particular.” (p 52)*

*“o conceito cristão de propriedade como uma obrigação social, como algo que importa em deveres e que abrange direitos somente na medida em que tais deveres são cumpridos, em nenhum outro campo é tão poderoso quanto no da imprensa. O jornal não é apenas um*

*meio de informação que se faz para ter lucro. O direito de possuí-lo importa nas mais sérias obrigações que um homem ou um grupo pode assumir perante a coletividade.” (p. 59)*

A idéia da responsabilidade social da imprensa (sua missão) parece ter sido tão fundamental quanto a da objetividade na construção da identidade dos jornalistas. O processo de profissionalização foi marcado por discurso tecnicista, mas também essencialmente político, seja no sentido defendido por Lacerda, da intervenção na realidade social, seja no sentido defendido por Jânio de Freitas (citado mais acima), de isenção frente os interesses partidários. De forma ou de outra, buscava-se ancorar a atividade jornalística em algum tipo de deontologia que a tornasse uma profissão, legitimamente reconhecida como tal.

Trabalhava-se com a idéia de uma possível harmonia ou de uma constante tensão entre a lógica do jornalismo como profissão (objetividade e responsabilidade social) e a lógica da empresa jornalística (busca pela audiência e lucratividade). Nesse sentido, é bastante emblemático o discurso de Fernando Segismundo como paraninfo da turma de jornalismo da Universidade do Brasil, em 1958:

*“Em todas as épocas houve duas espécies de jornalistas: aqueles que podemos considerar jornalistas conformados, para os quais tudo está bem, aqueles que fazem da sua profissão uma carreira para ascender a postos elevados, aqueles que seguem sem discutir a orientação dos diretores das folhas, aqueles que não remam contra a maré; e os inconformados, aqueles que só obedecem depois de examinar as questões, de pesá-las, de meditá-las. Esses, os rebeldes, muitas vezes não se sujeitam às orientações das empresas, abandonando os jornais. Mas esses são os grandes de nossa classe. (...) Prefiro um Cipriano Barata, um Borges da Fonseca, um Joaquim Serra, um Líbero Badaró, um José do Patrocínio, aos Assis Chateaubriands de todas as épocas. (...) Ser jornalista não significa apenas escrever bem, é saber defender o Brasil e a humanidade. (...) Um jornalista só é grande na medida em que defende os interesses do povo.” (IPJ, 1958: 54, grifos nossos)*



## Conclusão

A década de 50 – marcada pelo crescimento econômico e pela conquista de garantias democráticas – apresentou uma conjuntura extremamente favorável à “modernização” do jornalismo brasileiro, sobretudo carioca. Vivia-se, nessa época, um clima geral de renovação, que marcou não apenas o surgimento de jornais inovadores, mas também a reformulação radical dos antigos.

A reforma do jornalismo, entretanto, apesar de ancorada em mudanças que já vinham se processando há décadas, não ocorreu de uma forma espontânea. Foi resultado da ação intencional de alguns homens e empresas, imbuídos de uma visão modernizadora ou impulsionados pela nova conjuntura econômica. A reforma, além disso, apesar de provocar profundas transformações na forma de se fazer e de se pensar o jornalismo, não alterou algumas de suas práticas e expedientes.

Houve mudanças nas estruturas administrativas de algumas empresas, tendo em vista uma maior racionalização do processo de produção e circulação da matéria jornalística. Um padrão empresarial de gestão (caracterizado por formas de gerência mais impessoais) começou a se estabelecer de forma hegemônica. Essa modernização empresarial foi impulsionada pelo crescimento da publicidade e pelas novas regras concorrenciais que ela estabeleceu no mercado jornalístico, sobretudo depois do desenvolvimento da televisão.

Esse processo, no entanto, apresentou limites concretos. A adoção de uma gestão moderna não implicou na eliminação de formas arcaicas e paternalistas de administração. O clientelismo, a chantagem e a corrupção continuavam, em certa medida, a funcionar como elemento essencial na manutenção de algumas empresas e guiavam, muitas vezes, as escolhas e decisões de seus administradores. Mesmo naqueles jornais maiores e mais estáveis, a lógica do mercado se conjugava com uma racionalidade outra, ainda atrelada à imperativos de ordem política. O próprio processo de concentração da imprensa, que caracterizou o período pós-reforma, não foi (como vimos) definido apenas pelas regras da livre concorrência.

A grande mudança do jornalismo foi, na realidade, menos empresarial e mais técnica (redacional, editorial e visual) e profissional (incluído aí o aspecto deontológico). Influenciada pelo modelo norte-americano, a imprensa começou a estabelecer novos padrões de produção discursiva, se autonomizando em relação às esferas literárias e políticas, que até então a dominaram. No cerne desse processo, estava

a incorporação do ideal da objetividade, que se formalizou numa série de procedimentos técnicos de redação (*lead*, pirâmide invertida, *copydesk*, *style book* etc.). As novas regras se impuseram aos chamados gêneros informativos (notas, notícias e reportagens) e passaram a marcá-los pela impessoalidade, pelo anonimato, pelo distanciamento enunciativo em relação ao universo de referência.

É interessante observar que a afirmação da hegemonia da informação objetiva não significou a eliminação do espaço opinativo, literário ou mesmo ficcional no interior dos jornais. Muito pelo contrário, os espaços dedicados a esses gêneros discursivos foram revalorizados. As colunas assinadas e a caricatura, por exemplo, receberam grandes impulsos, se firmando definitivamente como gêneros jornalísticos.

Os discursos cômicos e opinativos ganharam também uma certa autonomia, tanto em termos de forma como de conteúdo. Nesses textos era possível tematizar assuntos interditos no espaço informativo; era possível utilizar operações discursivas de adjetivação e de modalização não mais cabíveis no noticiário, comprometido agora com outros valores. Eventualmente lhes era permitido, inclusive, entrar em contradição com a linha editorial do jornal.

Isso só foi possível porque o estatuto desses discursos se transformou e eles se separaram (inclusive graficamente) do resto do jornal. Uma nítida demarcação entre o espaço da seriedade e da objetividade e os espaços da comicidade e opinião se forjou então, tanto nos discursos verbais quanto nos não-verbais.

Os gêneros não-informativos adquiriram um estatuto singular e anômalo, que conferia aos seus discursos um caráter de suspensão em relação ao conjunto do jornal. Esses discursos atuavam nos jornais, mas não pertenciam integralmente a eles. Eram (utilizando a expressão de Luiz Felipe Neves) “estrangeiros internos”. Esse caráter de exterioridade, ao mesmo tempo em que lhes dava uma certa autonomia e liberdade criativa, atenuava o seu poder heurístico. O poder de dizer a verdade era o lugar da seriedade e da neutralidade; era a informação objetiva.

Mas a objetividade do noticiário e da fotografia e a subjetividade dos artigos assinados e das caricaturas eram (como sabemos) apenas efeitos discursivos, relacionados a diferentes estratégias de autoridade mobilizadas por cada um desses gêneros. Essas narrativas construíam diferentes lugares de fala, produzindo sobre os leitores diferentes expectativas e efeitos de sentido.

O isolamento das matérias opinativas e cômicas colocava em relevo a aparência de objetividade do noticiário. Ao marcar uma ruptura simbólica com os gêneros

impessoais e anônimos, fazia crer na objetividade daqueles textos. Por outro lado, compensava o seu alto grau de formalização e impessoalidade, emprestando aos jornais uma face mais humana e subjetiva, importante também na construção da identidade dos veículos e nos seus vínculos com os leitores.

Paralela às mudanças redacionais e editoriais, outras alterações se fizeram no dispositivo enunciativo dos jornais. Também o aspecto gráfico se transformou, com o desenvolvimento de novas técnicas de diagramação. O potencial narrativo do jornalismo se enriqueceu devido às múltiplas associações que passaram a se estabelecer entre as imagens e os textos (manchetes, legendas e a notícia) e entre as imagens entre si.

Nesse mesmo contexto, o jornalismo foi deixando de ser apenas uma ocupação provisória e se tornou uma profissão, com identidade própria, diferenciada da dos literatos e da dos políticos. A criação da identidade desse grupo profissional nos parece ter girado em torno de alguns questões fundamentais, todas associadas a um processo de valorização da profissão: a salarial (aumento dos rendimentos), a educacional (criação das escolas de jornalismo), a jurídica (regulamentação da profissão), a sindical e associativa (construção de espaço de resistência, negociação e sociabilidade), a ética (criação de uma nova deontologia, baseada no compromisso com a objetividade e na responsabilidade social) e a liberdade de imprensa.

Esse modelo do jornalismo informativo – baseado nas novas técnicas redacionais e visuais e na nova ideologia profissional – se impôs definitivamente na década de 60, extremamente favorecido pelo processo de concentração, que liquidou com os pequenos diários políticos. Sob as novas condições do mercado, os ideais da objetividade e da neutralidade suplantaram definitivamente os da opinião e do julgamento crítico. A repressão sobre os conteúdos também estimulou o apelo, por parte das empresas, à apresentação atraente e moderna. Além disso, num contexto de valorização da eficiência e da tecnocracia, as inovações jornalísticas eram vistas como desejáveis e foram sendo imitadas em todo o país. Por outro lado, em meio à censura à imprensa, a defesa da objetividade e da responsabilidade social do jornalismo era, por parte dos profissionais, um ato essencialmente político, de resistência, e de construção afirmativa da identidade.

O processo de implantação do jornalismo “moderno” não se deu, no entanto, de uma forma homogênea, plástica e totalmente harmônica. Foi perpassado, como vimos, por conflito, disputas e ambigüidades. A incorporação do modelo norte-americano de jornalismo encontrou limites na configuração histórico-cultural da sociedade brasileira e

na própria estrutura das empresas de comunicação. O seu ideário e suas regras de conduta, quando importados, tiveram que ser totalmente redefinidos e ressemantizados. As suas funções, aqui, não poderiam ser as mesmas que no país de origem.

A imprensa dos Estados Unidos serviu como um modelo, um referencial, para a do Brasil, mas esta – apesar das reformas – continuou a se pautar por uma lógica diferente daquela. Os mesmos procedimentos e ideais serviam aqui para fazer outras coisas. Numa certa medida, funcionavam como um alibi, como um mecanismo para legitimar – num novo contexto – o exercício de velhas práticas.

Por isto, tivemos o cuidado de, ao longo deste trabalho, utilizar o adjetivo *moderno*, para se referir às reformas, colocando-o sempre entre aspas. É necessário não naturalizar a idéia de que as novas técnicas indicavam procedimentos associados à modernidade. Até porque, na maioria dos casos, isso não ocorreu.

Ao incorporar as novas técnicas e o ideal da objetividade, recusando vínculos explícitos com a literatura e a política, o campo jornalístico transformou-se numa comunidade discursiva própria e criou as condições sociais da sua eficácia. Reformar os jornais, afiná-los aos padrões norte-americanos, ainda que apenas retoricamente, significava inseri-los formalmente na “modernidade”. No contexto dos anos 50-60, significava conferir ao campo jornalístico um capital simbólico sem precedentes, significava fazer do seu discurso uma “fala autorizada” e transformar a imprensa em um ator social reconhecido.

A orientação do jornalismo brasileiro em direção a um modelo informativo/objetivo, entretanto, não impediu os jornais de exercer uma função nitidamente política. As grandes crises do período democrático e o papel da imprensa na sua emergência e desenrolar (desde a do dramático suicídio de Vargas até a da posse e deposição de João Goulart) demonstram que, pelo menos até 64, os jornais não cessaram de atuar na cena política. Não apenas no sentido em que expressavam posicionamentos e opiniões, mas no sentido em que intervinham diretamente na condução dos acontecimentos.

Os interesses políticos, além disso, continuavam a se sobrepôr, algumas vezes, aos empresariais na escolha das estratégias das empresas. Claro que os anos 50 eram um período de transição e, como tal, é normal que fosse marcado por ambigüidades e contradições. Acreditamos, entretanto, que o que havia era uma contradição insolúvel. O processo de modernização apontava para uma autonomização do campo jornalístico, mas a sua autonomia total não era possível. O campo jornalístico – tal como se

configurou historicamente no Brasil – jamais conseguiu se autonomizar totalmente em relação à política.

Os jornais brasileiros nunca puderam assumir, por exemplo, o papel de *watchdogs*, que lhes era reservado no ideário norte-americano. Nunca conseguiram exercer, de fato, vigilância sobre a ação do Estado, no sentido clássico do liberalismo, pois nunca mantiveram uma distância suficiente dos personagens públicos. A imprensa sempre teve uma relação simbiótica com a política, como vimos no capítulo dois.

Acreditamos que esse caráter das empresas jornalísticas está relacionado à própria configuração do campo político no Brasil, marcada por uma constante tensão entre modernidade e arcaísmo, entre, de um lado, a impessoalidade e a racionalidade das instituições (baseadas nos princípios da representatividade, da sociedade de direitos, da cidadania) e, de outro, as práticas oligárquicas, clientelísticas, familiares, patriarcais e patrimonialistas. O jornalismo brasileiro dos anos 50 vivia, assim, um dilema, que era – e é – o grande dilema da sociedade brasileira: o dualismo entre o formal e o real, entre o indivíduo e a pessoa.<sup>114</sup>

Isto se explica pela própria estrutura de propriedade dos meios de comunicação no Brasil. Os jornais mais importantes (sendo a *UH* uma das poucas exceções) eram todos possuídos e dirigidos por grupos familiares, que formavam verdadeiras dinastias. Isso fazia com que nas empresas convivesse, ao lado de um modelo de gestão e administração mais racional, outro mais personalista.

Além disso, devido as características do mercado interno, o apoio a determinados grupos ou ao Estado ainda era essencial para garantir a sobrevivência de algumas empresas, através de créditos, empréstimos, incentivos fiscais ou mesmo publicidade.

Para finalizar, é importante lembrar que as três dimensões da reforma (a empresarial, a técnica e a profissional), apesar de estarem obviamente interligadas, fazendo parte de um mesmo processo de transformações do jornalismo brasileiro, tiveram dinâmicas e ritmos próprios. Além disso, adquiriram importância e características específicas nos diferentes jornais estudados.

<sup>114</sup> Nas ciências sociais e no pensamento historiográfico, essa característica ambígua, peculiar da nossa organização socio-cultural, já foi tematizada de várias formas. Nos referimos, aqui, especificamente a dois autores: José Murilo de Carvalho (1987), que desenvolve a ideia de um Brasil real sob um Brasil formal, e Roberto DaMatta (1983), que pensa a contraposição de uma sociedade pautada pela ideia de indivíduo com uma cultura guiada pela noção de pessoa.

Dos quatro diários escolhidos para nossa pesquisa, dois (*Tribuna da Imprensa* e a *Última Hora*) foram criados no período – já a partir, portanto, da nova concepção de jornalismo – e dois (*Jornal do Brasil* e *Diário Carioca*) já existiam há décadas (o primeiro desde o século XIX e o segundo desde 1928). Este últimos necessitaram implementar profundas transformações internas (rompendo com resistências, tradições etc.) para se reformar, modernizar, enquanto os outros dois já nasceram, num certo sentido, modernos.

Não deixa de ser curioso que as transformações do jornalismo carioca tenham começado pelo aspecto técnico (redacional) e justamente naquelas empresas mais arcaicas ou mais associadas a um padrão jornalístico tradicional. Todos os quatro jornais pioneiros ainda estavam diretamente associados à lógica política. Claro que havia diferenças de grau entre eles. A *Tribuna da Imprensa*, mais do que todos os outros, estava indissociavelmente ligado a uma dimensão panfletária, principalmente devido a forte presença de Carlos Lacerda, seu proprietário e principal editorialista. E o *Jornal do Brasil* era o que, devido ao negócio do pequeno anúncio, mais assumia a dimensão empresarial.

## FONTES PRIMÁRIAS

### COLEÇÃO DE PERIÓDICOS

#### 1. Jornais Diários

##### 1.1. Analisados:

*Diário Carioca* – ago.1945; jan. e ago. 1950; jan. e ago. 1952; jan. e ago. 1954; jan. e ago. 1956; jan. e ago. 1958; jan. e ago. 1960;

*Última Hora* – jun. 1951; jan. 1952; jan., maio, jun., ago. 1954; jan. e ago. 1956; jan. e ago. 1958; jan. e ago. 1960;

*Jornal do Brasil* – jan. e ago. 1950; jan. e ago. 1952; jan. e ago. 1954; jan. e ago. 1956; jan. e ago.1958; jun. e out. 1959; jan. e ago.1960;

*Tribuna da Imprensa* – jan. e ago. 1950; jan. e ago. 1952; jun. e jul. de 1953, jan., maio e ago. de 1954; jan. e ago. de 1956; jan. e ago. 1958; ago. e nov. 1959; jan. e ago.1960;

##### 1.2. Consultados:

*Correio da Manhã* – jan. 1950-1960, abril 1959

*Jornal do Commercio* – jan. 1950-1960

*O Globo* – jan. 1950-1960, abril 1956

*A Notícia* – jan. 1950-1960

*O Dia* – jul. 1951; jan. 1952 -1960

*O Jornal* – jan. 1950-1960

*Diário da Noite* – jan. 1950-1960

*Diário de Notícias* – jan. 1950-1960

*Luta Democrática* – fev. 1954; jan. 1955-1960

#### 2. Outros Periódicos

*Anuário Brasileiro de Imprensa*. Rio de Janeiro, PN, 1950-1957 (7 números).

*Anuário de Imprensa, Rádio e Televisão*. Rio de Janeiro, PN, 1957-1960 (4 números).

*Anuário de Publicidade*. Rio de Janeiro, PN, 1950-1960 (10 números).

*Cadernos de Jornalismo*. Jornal do Brasil, 1965-1968 (10 números).

*Publicidade e Negócios*. Rio de Janeiro, 1950-1960 (342 números).

*Indicador dos Profissionais de Imprensa*. Rio de Janeiro, 1956-1960 (10 números).

### 3. Edições Comemorativas

- “Subsídios para a história de O Globo”. In *O Globo*, suplemento especial. 08/12/1958.
- “Lacerda, 80 anos”. In *Tribuna da Imprensa*. 29/04/1994.
- “Um mergulho na história”. In *Tribuna da Imprensa*, suplemento especial. 27/11/1989.
- “A história do JB”. In *Jornal do Brasil*, edição centenário. 07/04/1991.
- “Assim Nasceu a Tribuna da Imprensa em 1949”. In *Tribuna da Imprensa*. dez. 1972.
- “Documento Especial, 170 anos”. In *Jornal do Commercio*. 01/10/1997.

### 4. Edições a vulso

- “O livro negro da corrupção”. *O Globo*, set. 1954.
- “O livro branco contra a imprensa amarela”. *Última Hora*, jun. 1953.
- “O preto no branco”. *Tribuna da Imprensa*, 08/07/1953.

### TEXTOS LEGISLATIVOS E ESTATÍSTICOS

- Coleção das leis de 1946*. Vol. VII: atos da Assembléia Constituinte. Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1946.
- Estatística e Educação*. Rio de Janeiro, IBGE, 1949.
- Anuário Estatístico do Brasil*. IBGE, 1952-1962 (11 números).
- Atos do Poder Executivo*. Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1961.
- Atos do Poder Legislativo*. Rio de Janeiro, Imprensa Nacional, 1949.

### DEPOIMENTOS E ARTIGOS

- ANDRADE, Evandro Carlos de. “‘Sai Dutra entra Goes’ (duas de 10 na primeira e o lead surgindo no Brasil)”. In *Jornal da ABI*. Edição especial, ano 3, nº 3, 1997.
- CASTRO, Amílcar de. Depoimento. In *Jornal do Brasil*, 30/11/1984.
- \_\_\_\_\_. Entrevista. In *Folha de S.Paulo*, 24/7/1984.
- CASTRO, Moacir Werneck de. “Samuel Wainer, o estranho no ninho da grande imprensa”. In *Jornal da ABI*. Edição especial, ano 3, nº 3, 1997.
- GUILHON, Everardo. “Pompeu, quais são as novidades?”. In *Revista de Comunicação*. Ano 3, n.12, 1987.
- GULLAR, Ferreira. “A Reforma do Jornal do Brasil e outras lembranças”. In *Revista de Comunicação*. Ano 10, n.45, março de 1994.



- LEMOS, Carlos. "Com a revolução na imprensa chegou a vez do repórter". *Revista da Semana*, n.15, 13/4/1957, pp.44-47.
- LYSIAS, C. "Era uma vez o nariz-de-cera". *Revista de Comunicação* n.7. RJ, 1988.
- "O rei Davi". *Manchete*, nº 704, 15/10/1965 (entrevista com David Nasser).
- SOUZA, Pompeu de. "Nariz-de-cera". In *Revista de Comunicação*. Ano 8, n.28, 1992.
- \_\_\_\_\_. "A Chegada do Lead no Brasil". In *Revista da Comunicação*. Ano 4, n.7, 1988.
- TINHORÃO, José Ramos. "O máximo de notícia no mínimo de espaço". In *Revista de Comunicação*.

### **AUTOBIOGRAFIAS, MEMÓRIAS E TEXTOS DE ÉPOCA**

- ACIOLY NETO. *O Império de Papel: os bastidores de O Cruzeiro*. Porto Alegre, Ed. Sulina, 1998.
- AMMIRATO, Giacomo. *Homens e Jornais*. Rio de Janeiro, Aurora, 1963.
- BACIU, Stefan. *Lavrado 98 - Jornal Tribuna da Imprensa: História de um jornal de Oposição*. RJ, Nova Fronteira, 1982.
- CARDIM, Elmano. *No sesquicentenário do Jornal do Commercio*. RJ, 1978.
- CONY, Carlos Heitor. *Quase Memória*. São Paulo, Cia das Letras, 1995.
- HORA, Mário. *48 anos de Jornalismo: memórias de um dromedário*. Rio de Janeiro, Empresa Gráfica Ouvidor S.A. Editores, 1959.
- INOJA, Joaquim. *60 anos de Jornalismo: 1917-1977*. Rio de Janeiro, Meio-Dia, 1978.
- JOBIM, Danton. *Espírito do Jornalismo*. São Paulo, Edusp, Com-Arte, 1992.
- LACERDA, Carlos. *A Missão da Imprensa*. São Paulo, Edusp, Com-Arte, 1990.
- \_\_\_\_\_. *Depoimento*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1987.
- MOREL, Edmar. *Histórias de um repórter*. Rio de Janeiro, Record, 1999.
- NABUCO, Joaquim. *Um estadista no império*. Rio de Janeiro, Nova Aguilar, 1975.
- NOBERTO, Natalício. *O jornalismo moderno*. s/ data e local de publicação.
- RABELO, Genival. *O capital estrangeiro na imprensa brasileira*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966.
- RODRIGUES, Nelson. *A menina sem estrela: memórias*. São Paulo, Cia da Letras, 1993.
- \_\_\_\_\_. *O Reacionário*. São Paulo, Cia das Letras, 1994.
- RICARDO, Cassiano. *Viagem no tempo e no espaço: memórias*. Rio de Janeiro, José Olympio, 1970.

RIZZINI, Carlos. *O ensino de jornalismo*. Rio de Janeiro, 1953.

SALES, Campos. *Da propaganda à presidência*. Brasília, Ed. da UnB, 1983.

WAINER, Samuel. *Minha Razão de Viver: memórias de um repórter*. Rio de Janeiro, Record, 1987.

## **OUTROS DOCUMENTOS**

“Histórico de A Notícia”, organizado por Silveira Brasil, chefe do Serviço de Relações Públicas. AD, 26 de novembro de 1975, mimeo.

“Histórico de O Dia”. AD, 02 de junho de 1978, mimeo.

WAINER, Samuel. Entrevista a Teodoro Barros. s/ data.

## **DEPOIMENTOS ORAIS E ENTREVISTAS**

### **1. Entrevistas realizadas:**

Alberto Dines (15/12/1999)

Jânio de Freitas (05/5/2000)

Teodoro Barros (17/11/1999)

### **2. Arquivo oral - CPDOC (Fundação Getúlio Vargas):**

Antônio Calado – s/d (2:00)

Armando Micelli – 03/07/78 (2:00)

Austregésilo de Athayde – 28/04/80 (0:40)

Carlos Castelo Branco – 12/01/82 (1:35)

Carlos Lemos – s/d (1:30)

Eduardo Chermont de Brito – s/d (1:15)

Francisco Alves Pinheiro – 22/02/79 (1:00)

Francisco de Assis Barbosa – 16/07/79 (1:30)

Gentil Noronha – s/d (0:25)

Hélio Fernandes – 24/9/79 (3:30)

Henrique Miranda – 10/10/79 (1:30)

Jânio de Freitas – 20/02/79 (0:50)

João Antônio Mesplé – s/d (0:45)

José Silveira – 11/10/79 (0:45)

Luís Alberto Bahia – 12/02/70 (4:25)

Lywall Salles – s/d (1:00)  
Manuel Francisco Nascimento Brito – 23/07/79 (1:45)  
Mário Magalhães – s/d (1:00)  
Martins Alonso – 08/06/70 (0:50)  
Moacir de Andrade – s/d (0:30)  
Odilo Costa Filho – 14/08/79 (1:15)  
Otávio Brandão – s/d (1:00)  
Otávio Tiso – 07/06/79 (0:30)  
Paulo Silveira – s/d (1:00)  
Raul Ryff – s/d (2:00)  
Ricardo Marinho – 14/03/70 (1:35)  
Samuel Wainer – 23/07/78 (2:00)  
Tenório Cavalcanti – 03/8/79 (1:15)  
Teodoro Barros – 21/07/78 (1:20)  
Teódulo Pereira – 11/09/79 (2:15)

## **2. Arquivo oral - Museu da Imagem e do Som /ABI:**

Amilcar de Castro (1976/1977)  
Ferreira Gullar  
Jânio de Freitas  
José Ramos Tinhorão  
Odylo Costa Filho  
Prudente de Moraes Neto  
Ricardo Albim

## BIBLIOGRAFIA

### 1. Sobre o Contexto Histórico:

“A poesia contra o verso”. Mais!, *Folha de S.Paulo*, 08/12/1996.

ARAÚJO, Maria Celina Soares d'. *Segundo Governo Vargas, 1951-1954: democracia, partidos e crise política*. Rio de Janeiro, Zahar, 1983.

BELOCH, Israel. *Capa Preta e Lurdinha: Tenório Cavalcanti e o Povo da Baixada*. Rio de Janeiro, Record, 1986.

BENEVIDES, Maria Victoria de Mesquita. *O Governo Kubitschek*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979.

BOITO JÚNIOR, Armando. *O Golpe de 1954: a burguesia contra o populismo*. São Paulo, Brasiliense, 1982.

CARDOSO, Miriam Limoeiro. *Ideologia do Desenvolvimento - Brasil: JK/JQ*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1977.

CARVALHO, José Murilo de. *Os bestializados*. São Paulo, Cia das Letras, 1987.

DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*. Rio de Janeiro, Zahar, 1983.

FAUSTO, Boris (org.). *História Geral da Civilização Brasileira*. São Paulo, Difel, 1986.

\_\_\_\_\_. *História do Brasil*. São Paulo, Edusp, 1996.

GOMES, Angela de Castro. *O Brasil de JK*. Rio de Janeiro, FGV, 1991.

\_\_\_\_\_. “A política brasileira em busca da modernidade: na fronteira entre o público e o privado”. In *História da vida privada no Brasil*, v.4. São Paulo, Cia das Letras, 1998.

\_\_\_\_\_. (org.). *Vargas e a crise dos anos 50*. Rio de Janeiro, Relume-Dumará, 1994.

GOMES, Angela de Castro e ARAÚJO, Maria Celina d'. *Getúlio e Trabalhismo*. São Paulo, Ática, 1989.

GRYNZPAN, Mário. “Os idiomas da patronagem: um estudo da trajetória de Tenório Cavalcanti”. In RBCS, n.14, ano 5, out. 1990.

\_\_\_\_\_. “Tenório Cavalcanti: violência, patronagem e política”. Rio de Janeiro, FGV/CPDOC, 1990.

GULLAR, Ferreira. *Etapas da arte contemporânea: do cubismo a arte neoconcreta*. Rio de Janeiro, Revan, 1998.

- IANINI, Octavio. *O Colapso do Populismo no Brasil*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1978.
- MARANHÃO, Ricardo. *O Governo Juscelino Kubitschek*. São Paulo, Brasiliense, 1988.
- MELLO, João Manuel Cardoso de e NOVAIS, Fernando A. “Capitalismo tardio e sociabilidade moderna”. In *História da vida privada no Brasil*; v.4. São Paulo, Cia das Letras, 1998.
- MENDONÇA, Sônia Regina. *Estado e Economia: opções de desenvolvimento*. Rio de Janeiro, Graal, 1985.
- MOURA, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural norte-americana*. São Paulo, Brasiliense, 1984.
- Nosso século (1945-1960)*. São Paulo, Abril Cultural, 1980
- RODRIGUES, Marly. *A década de 50: populismo e metas de desenvolvimento no Brasil*. São Paulo, Ática, 1996.
- SKIDMORE, Thomas. *Brasil: de Getúlio a Castelo*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.
- WEFFORT, Francisco. *O Populismo na Política Brasileira*. RJ, Paz e Terra, 1978.

## 2. Sobre o Contexto Jornalístico:

- ABREU, Alzira Alves de (org.). *A Imprensa em Transição; o jornalismo brasileiro nos anos 50*. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- \_\_\_\_\_. “Imprensa Brasileira – 1930/1990”. Rio de Janeiro, FGV/CPDOC, 1991.
- ALDÉ, Alessandra. “Imprensa e Política no Segundo Governo Getúlio Vargas”. In *Redes*. Rio de Janeiro, v.1, n.3, set./dez. 1997.
- ANDRADE, Jeferson. *Um jornal assassinado: a última batalha do Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, José Olympio, 1991.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, História e Técnica: história da imprensa brasileira*. São Paulo, Ática, 1990.
- \_\_\_\_\_. *Três Fases da Imprensa Brasileira*. Santos, Ed. Presença, 1960.
- BREGUÊS, Sebastião Geraldo. “A imprensa brasileira após 64”. In *Encontros com a Civilização Brasileira*, n.2, agosto 1978, pp. 145-163.
- CAPELATO, Maria Helena. “Propaganda política e controle dos meios de comunicação”. In PANDOLFI, Dulce (org.). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro, FGV, 1999.

- CARNEIRO, Glauco. *Brasil, primeiro: a história dos Diários Associados*. Brasília, Fundação Assis Chateaubriand, 1999.
- CASTRO, Moacir Werneck de et al. *A Última Hora de Samuel: nos tempos de Wainer*. Rio de Janeiro, Edições ABL/Copim.
- CASTRO, Ruy. *O Anjo Pornográfico: a vida de Nelson Rodrigues*. São Paulo, Companhia das Letras, 1992.
- COUTO, André Luís Faria. *O suplemento literário do Diário de Notícias nos anos 50*. Rio de Janeiro, CPDOC/FGV, 1992.
- COSTA, Cecília. *Odylo Costa, filho*. Rio de Janeiro, Relume Dumará, 2000.
- COSTA, Helouise. "Da fotografia de imprensa ao fotojornalismo". In *Acervo: revista do Arquivo Nacional*. Vol. 6, n. 1-2. Rio de Janeiro, Arquivo Nacional, 1993, pp. 75-86
- COSTELLA, Antônio F. *O controle da informação no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 1970.
- Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro, 1930-1983*. Rio de Janeiro, FGV/CPDOC, Forense Universitária, Finep, 1984.
- DINES, Alberto. *O papel do jornal*. São Paulo, Summus, 1987.
- DULLES, John W. F. *Carlos Lacerda: a vida de um lutador*. Vol. 1. 1914-1960. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1992.
- ERBOLATO, Mário. "A censura à imprensa durante o Estado Novo". In *Comunicarte*, v.2, n.4, pp. 131-152.
- FONSECA, Joaquim da. *Caricatura: a imagem gráfica do humor*. Porto Alegre, Artes e Ofícios, 1999.
- GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. *Do jornalismo política à indústria cultural*. São Paulo, Summus, 1987.
- \_\_\_\_\_. *Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1992.
- GOLDFEDER, Miriam. *Por trás das ondas da Rádio Nacional*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1980.
- GOULART, Silvana. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. SP, Marco Zero/CNPq, 1990.
- HONS, André Séguin des. *Le Brésil-Presse et Histoire (1930-1985)*. Paris, Hartmann, 1985.
- IPANEMA, Marcelo e IPANEMA, Cybelle de. *História da Comunicação*. Brasília, Univ. de Brasília, 1967.

- \_\_\_\_\_. *O ensino de jornalismo e comunicação no Brasil*. Brasília, 1968.
- JURANDIR, Carlos. "ABI". In. *Revista da Comunicação*, Ano I, n.1, pp. 17-20.
- LAGE, Nilson. "Comentários à dissertação 'O Estado de S.Paulo (1942-1972), uma contribuição à história das técnicas jornalísticas', de Liriam Sponholz".
- LAGO, Pedro Corrêa do. *Caricaturistas Brasileiros (1836-1999)*. Rio de Janeiro, GMT Editores, 1999.
- LAURENZA, Ana Maria de Abreu. *Lacerda X Wainer: o Corvo e o Bessarabiano*. São Paulo, Senac, 1998.
- LEITÃO, César Luís. *Apontamentos Históricos do Diário de Notícias, 1930-1960*. Rio de Janeiro, Majela, 1960.
- LESSA, Washigton Dias. "Amílcar de Castro e a Reforma do Jornal do Brasil". In *Dois Estudos de Comunicação Visual*. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1995.
- LIMA, Herman. *História da caricatura no Brasil*. 4 vols. Rio de Janeiro, José Olympio 1963.
- LOREDANO, Cássio. *Guevara e Figueroa: caricatura no Brasil nos anos 20*. Rio de Janeiro, Instituto Nacional de Artes Plásticas, 1988.
- \_\_\_\_\_. *Nássara: desenhista*. Rio de Janeiro, Funarte/Inst. Nac. de Artes Plásticas, 1985.
- LUSTOSA, Isabel. *Nássara*. Rio de Janeiro, Relume Dumará, 1999.
- MARKUN, Paulo. "A última do aventureiro". In *Revista Imprensa*, fev. 1988.
- MELO, José Marques de (org.). *Populismo e Comunicação*. São Paulo, Cortez, 1981.
- \_\_\_\_\_. "Cáspser Líbero, pioneiro no ensino de jornalismo no Brasil". In MELO (org.). *Transformações do jornalismo brasileiro: ética e técnica*. S. Paulo, Intercom, 1994.
- \_\_\_\_\_. "O primeiro catedrático de jornalismo do Brasil". Trabalho apresentado no V Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação, ALAIC, Santiago do Chile, Universidade Diego Portales, abril 2000.
- \_\_\_\_\_. "Um auto-retrato fragmentado que perdeu a nitidez" In. *Folha de S.Paulo*. 29 de setembro de 1984.
- MORAIS, Fernando. *Chatô: o rei do Brasil*. São Paulo, Companhia das Letras, 1994.
- MOREL, Edmar. *A Trincheira da Liberdade: história da ABI*. Rio de Janeiro, Record, 1988.
- PEREGRINO, Nadja. *O Cruzeiro: a revolução da Fotorreportagem*. Rio de Janeiro, Dazibao, 1991.

- PINHEIRO NETO, João. *Carlos Lacerda: um raio sobre o Brasil*. Rio de Janeiro, Gryphus, 1998.
- RAMALHO, Leandro Paz. *A caricatura na década de 50: Última Hora x Tribuna da Imprensa*. Monografia de final de curso, Niterói, Universo, 2000.
- RIBEIRO, Jorge Cláudio. *Sempre Alerta: as condições e contradições do trabalho jornalístico*. São Paulo, Brasiliense/Olho d'Água, 1994.
- RODRIGUES, Sérgio e FARIA, Tales. *Reforma no Diário Carioca: revolução na imprensa brasileira*. Rio de Janeiro, Griffo/ECO/UFRJ, 1995.
- SÁ, Adísia. *O jornalista brasileiro: Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais, de 1946 a 1999*. Fortaleza, Ed. Fundação Demócrito Rocha, 1999.
- SEGISMUNDO, Fernando. *Comunicação: do tijolo ao lêiser*. Rio de Janeiro, Unigraf, 1995.
- SANTOS, Joaquim Ferreira dos. *Antônio Maria: noites de Copacabana*. Rio de Janeiro, Relume Dumará, 1996.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *O adiantado da Hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo, Summus, 1991.
- SODRÉ, Nelson Werneck Sodré. *A História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966.
- TAVARES, José Nilo. "Gênese do Império "Associado" de Assis Chateaubriand". In *Revista Comunicação e Sociedade*. São Paulo, Cortez, março 1982.
- WAINBERG, Jacques Alkalai. *Império das Palavras*. Porto Alegre, Edipucrs, 1997.

### 3. Sobre Memória e História:

- BANN, Stephen. *As Invenções da História: ensaios sobre a representação do passado*. São Paulo, Ed. da USP, 1994.
- BENJAMIN, Walter. "O narrador". In *Os Pensadores*. São Paulo, Abril, 1983.
- BOSI, Ecléa. *Memória e Sociedade: lembranças de velhos*. SP, T.A. Queiroz, 1979.
- BRAUDEL, Fernand. *Escritos sobre a história*. São Paulo, Perspectiva, 1978
- CARDOSO, Ciro Flamarion e VAINFAS, Ronaldo. *Domínios da História: ensaios de teoria e metodologia*. Rio de Janeiro, Campus, 1997.
- CARR, E. H.. *O que é história*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978.
- CONNERTON, Paul. *How societies remember*. Cambridge University Press, 1989.
- FENTRESS, J. e WICKHAM, C. *Memória Social*. Lisboa, Editorial Teorema, 1992.



- \_\_\_\_\_. *Coisas Ditas*. São Paulo, Brasiliense, 1990.
- \_\_\_\_\_. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro, Bertrand do Brasil, 1998.
- DOSSE, François. *História do Estruturalismo, v.1: o campo do signo, 1945/1966*. São Paulo, Ensaio, Campinas, Editora da Unicamp, 1993.
- \_\_\_\_\_. *História do Estruturalismo, v.2: o canto do cisne de 1967 aos nossos dias*. São Paulo, Ensaio, Campinas, Editora da Unicamp, 1994.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Language and Power*. Londres, Longman, 1996.
- FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1995.
- \_\_\_\_\_. *As Palavras e as Coisas*. São Paulo, Martins Fontes, 1992.
- \_\_\_\_\_. *A Ordem do Discurso*. São Paulo, Ed. Loyola, 1996.
- GODELIER, Maurice. "O Marxismo e as ciências dos homens". In IIOBSBAWM, Eric J. *História do Marxismo v. 11*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1989.
- GOMES, Mayra Rodrigues. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo, Hacker/Edusp, 2000.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em Análise do Discurso*. São Paulo e Campinas, Pontes e Editora da Unicamp, 1989.
- MOIRAND, Sophie. *Une grammaire des textes et des dialogues*. Paris, Hachette, 1990.
- NEVES, Luiz Felipe Baêta. "A ideologia da seriedade e o paradoxo do coringa". In *Revista de Cultura Vozes*. Petrópolis, Vozes, 1974.
- ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Discurso e leitura*. SP, Cortez/Editora da Unicamp, 1988.
- \_\_\_\_\_. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. Campinas, Editora da Unicamp, 1993.
- PÊCHEUX, Michel. *O Discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas, Pontes, 1990.
- PINTO, Milton José. *As marcas lingüísticas da enunciação*. RJ, Numen, 1994.
- \_\_\_\_\_. *Comunicação e Discurso*. São Paulo, Hacker Editores, 1999.
- SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis, Vozes, 1996.
- VERÓN, Eliseo *Construire l'événement*. Paris, Minuit, 1981.
- \_\_\_\_\_. *A produção de sentido*. São Paulo, Cultrix, 1981.
- \_\_\_\_\_. "Le hibou". In *Communications*, 28. Paris, Seuil, 1978.
- \_\_\_\_\_. "Théorie de l'énonciation et discours sociaux". In *Revue Etuds de lettres*. Lausanne, 1986.

\_\_\_\_\_. "Sémiosis de l'ideologique et du pouvoir". In *Communication* 28. Paris, Seuil, 1978.

##### 5. Sobre Teoria do Jornalismo:

ALBUQUERQUE, Afonso de. "A narrativa jornalística para além do *fait-diver*".

Trabalho apresentado na VII Compós, São Paulo, 1998.

\_\_\_\_\_. "Um outro 'Quarto Poder': imprensa e compromisso político no Brasil".

Trabalho apresentado na VIII Compós, Belo Horizonte, 1999

AMARAL, Luiz. *A objetividade jornalística*. Porto Alegre, Sagra, DC Luzzatto, 1996.

BAGDIKIAN, Ben H. *The media monopoly*. Boston, Beacon Press, 1992.

CHALABY, Jean K. "Journalism as an Anglo-American Invention: a comparison of the development of French and Anglo-American journalism, 1830s-1920s" In *European Journal of Communication*. Vol. 11(3): 303-326.

CONTI, Mario Sergio. *Notícias do Planalto: a imprensa e Fernando Collor*. São Paulo, Cia das Letras, 1999.

CORREIA, Fernando. *Os Jornalistas e as Notícias*. Lisboa, Editorial Caminho, 1997

DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette*. São Paulo, Campanhia da Letras, 1990.

KUNCZINK, Michael. *Conceitos de Jornalismo*. São Paulo, Edusp, 1997.

LAGE, Nilson. *Ideologia e técnica da notícia*. Petrópolis, Vozes, 1979.

\_\_\_\_\_. *Linguagem jornalística*. São Paulo, Ática, 1985.

\_\_\_\_\_. *Estrutura da notícia*. São Paulo, Ática, 1985.

LIMA, Alceu Amoroso. *O jornalismo como gênero literário*. Rio de Janeiro, Agir, 1969.

MELLO, José Marques de (org.). *Transformações do Jornalismo Contemporâneo brasileiro: ética e técnica*. São Paulo, INTERCOM, 1994.

\_\_\_\_\_. *A Opinião no Jornalismo Brasileiro*. Petrópolis, Vozes, 1994.

MOUILLAUD, Maurice e PORTO, Sérgio Dayrell Porto (orgs.). *O Jornal: da forma ao sentido*. Brasília, Paralelo 15, 1997.

SCHILLER, Dan. *Objectivity and the news: the public and the rise of commercial journalism*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1981.

SCHUDSON, Michael. *Discovering the news: a social history of american newspapers*. EUA, Basic Books, 1978.

SCHUDSON, Michael e MANOFF, Robert Karl (org.). *Reading the news*. Nova Iorque, Pantheon Books, 1986.

- TRAQUINA, N. (org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa, Vega, 1993.
- ZELIZER, Barbie. *Covering the body: the Kennedy Assassination, the media and the shaping of collective memory*. Chicago, University of Chicago Press, 1992.

#### 6. Teses e dissertações sobre jornalismo:

- AZEVEDO, Luiz Vitor T. *Carlos Lacerda e o discurso de oposição da Tribuna da Imprensa (1953-55)*. Niterói, dissertação de mestrado, Dep. de História/UFF, 1988.
- BARBOSA, Marialva. *Imprensa, Poder e Público*. Niterói, tese de doutorado, Dep. de História/UFF, 1996.
- BARROS, Antônio Theodoro de Magalhães. *Última Hora e a Renovação da Imprensa Brasileira*. Niterói, tese de concurso para professor titular, IACS/UFF, 1978.
- \_\_\_\_\_. *A contribuição da Ciência da Administração no desenvolvimento do jornal-empresa*. Niterói, tese de livre docência, IACS/UFF, 1975.
- HOINEFF, Nelson. *Papel e jornalismo impresso: uma investigação sobre a crise mundial de papel de imprensa e alguns de seus reflexos na linguagem do jornalismo impresso brasileiro*. Rio de Janeiro, dissertação de mestrado, ECO/UFRJ, 1976.
- HCNS, André Séguin des. *Os diários do Rio de Janeiro: 1945-82*. Rio de Janeiro, dissertação de mestrado, IFCS/UFRJ, 1982.
- LATTMAN-WELTMAN, Fernando. *Jornalistas: agenciando a cidadania, publicizando o privado*. Rio de Janeiro, dissertação de mestrado, IFCS/UFRJ, 1992.
- LISBOA, Márcia Rodrigues. *Jornalista, profissão passageira: as relações de trabalho dos profissionais da notícia na grande imprensa brasileira atual*. Rio de Janeiro, dissertação de mestrado, ECO/UFRJ, 1994.
- LOPES, Merival Julio. *A Influência Estrangeira no Jornalismo Brasileiro*. Niterói, tese de concurso para professor livre docente, IACS/UFF, 1979.
- MACHADO, Vera Beatriz Stolte. *A imprensa em crise*. São Leopoldo, Unisinos, 1980.
- RONCHON, Joelle R. *Samuel: as duas vozes de Wainer*. Rio de Janeiro, dissertação de mestrado, ECO/UFRJ, 1996.
- TRAVANCA, Isabel Siqueira. *O mundo dos jornalistas: um estudo antropológico sobre identidade e carreira em camadas médias*. Rio de Janeiro, dissertação de mestrado, Museu Nacional/UFRJ, 1991.

## ANEXOS

### Legislação de Imprensa:

- Decreto n. 910, de 30/12/1938 (regulamenta a profissão e exige o registro)
- Decreto-lei n. 5.480, de 13/5/1943 (criação dos cursos de jornalismo)
- Decreto n. 7037, de 10/11/1944 (tabela de remuneração mínima)
- Decreto-lei n. 7.858, de 13/8/1945 (modifica o decreto 7037)
- Decreto-lei n. 8.644, de 11/1/1946 (isenta de tarifas alfandegárias o papel de imprensa)
- Lei n. 262, art.1, de 23/2/1948 (subordina o papel de jornal à licença prévia)
- Lei n. 842, art. 2, de 04/10/1949 (prorroga o prazo da lei n. 262)
- Lei n. 1.386, de 18/6/1951 (exclui o papel de jornal do regime de licença prévia)
- Lei de Imprensa n. 2083, de 12/11/1953
- Lei n. 3.244, de 14/8/1957 (estabeleceu aumentos parcelados no custo do dólar)
- Decreto-lei n. 3529, de 13/1/1959 (aposentadoria aos 30 anos)
- Decreto n. 51.218, 22/8/1961 (sobre registro)
- Decreto n. 1.177, de 12/06/1962 (modifica o decreto 51218)
- Decreto-lei n. 972, de 17/10/69 (exige o diploma para o exercício da profissão)
- Decreto n. 910, de 30/12/1938 (regulamenta a profissão e exige o registro)

**Resolução 313, da Câmara dos Deputados, 27/5/1953**

Sr. Presidente,

Considerando que a existência de uma imprensa e de um rádio independentes é condição essencial do funcionamento do sistema democrático de governo;

Considerando que não pode haver imprensa nem rádio independentes sem que exista, em toda a plenitude, a livre concorrência entre jornais e rádio emissoras, em perfeita igualdade de condições;

Considerando que o financiamento maciço a determinada empresa editora de jornais, ou de estações de rádio, efetuado por entidades do governo representa no mínimo constrangimento à liberdade de imprensa, pois cria intolerável designação de situação entre concorrentes;

Considerando que a empresa “Érica S.A.”, que edita os jornais “Última Hora” e “Flan”, segundo o noticiário de alguns órgãos, vem sendo contempladas num regime de notório privilégio, com financiamentos maciços do Banco do Brasil, entidade de que é maior acionista o Tesouro Nacional;

Considerando que é dever da Câmara dos Deputados, como vigilante sentinela da democracia, proceder a investigação sobre fatos que possam constituir parte da preparação de atentados contra os princípios fundamentais do Regime Constitucional vigente;

Requeremos, com base na Constituição da República e no Regimento Interno, e conforme a lei ordinária em vigor, a instituição de uma Comissão Parlamentar de Inquérito, composta de sete membros, para, no prazo de 45 dias, efetuar uma ampla investigação no Banco do Brasil, a fim de apurar, em todos os seus detalhes, as transações realizadas entre o instituto oficial de crédito e as empresas jornalísticas “Érica S.A.”, “Editora Última Hora” e “Rádio Clube do Brasil”, bem como relativamente a quaisquer outras sobre as quais há denúncias fundadas da existência de negócios semelhantes no citado Banco.

Sala das Sessões em 27 de maio de 1953.

## Resolução 314, da Câmara dos Deputados,

Exmo Sr. Presidente da Câmara de Deputados,

A liberdade de pensamento e a independência econômica das empresas de publicidade são essenciais para que as imprensas falada e escrita possam preencher os elevados objetivos que lhe cabem na evolução social, espiritual e política dos povos. Dentro desses pressupostos que encerram a verdade irretorquível não há quem possa negar as empresas jornalísticas como entidades comerciais que são o direito de recorrerem ao instituto de crédito em busca de recursos financeiros de que carecem para se organizarem em padrão que as habilite a um bom desempenho da importante missão que lhes será reservada na vida da sociedade.

Do mesmo modo, se o Banco do Brasil, como qualquer outro estabelecimento de crédito, concorda com a operação e concede o financiamento exercita um direito que lhe assiste, não merecendo qualquer censura, desde que a transação se comporte dentro dos preceitos de leis e regulamentos que o regem.

Quando, porém, o negócio se afasta das normas que regulam as relações comerciais e pelo favoritismo ou qualquer outro sentimento subalterno se realiza sem as garantias normalmente exigíveis, o que é muito grave, e chega a altura de preterir, ou de algum modo prejudicar o financiamento de atividades mais diretamente ligadas aos interesses da coletividade, aí sim a operação além de irregular e detrimetosa desses mesmos interesses justificando-se e, mais do que isso, impondo-se a intervenção do Congresso Nacional em qualquer uma de suas casas no exercício de alta função política que lhe assiste os regimes democráticos de fiscal dos assuntos dos atos dos órgãos do poder executivo.

Ora, segundo se depreende do noticiário da imprensa nos últimos dias, já sendo mesmo objeto de um requerimento de inquérito parlamentar de iniciativa do ilustre deputado Armando Falcão, a ser apresentado a esta casa, o Banco do Brasil, do qual o Tesouro Nacional é o maior acionista, estaria operando de forma irregular com determinada empresa jornalística desta capital.

Nessas condições parece-nos evidente em declinável conveniência para que a Câmara possa formar em torno do assunto um juízo tão exato quanto reclama a elevação de propósitos das suas deliberações, que as investigações do nosso principal estabelecimento de crédito não se restrinja ao exame de financiamento de uma só entidade, mas ao contrário, se ampliem as operações ao mesmo governo concedidas a toda a empresa jornalística de radiodifusão. Por isso requeremos com fundamentos e preceito da Constituição federal, da lei n. 1579, de 18/03/1952 do regulamento interno, a criação de uma CPI, composta de 7 membros para no prazo de 90 dias investigar e apurar o seguinte:

- a) a quanto montam em cruzeiros as operações de crédito realizadas nos últimos 10 anos em Banco do Brasil S.A. e as empresas de publicidade falada e escrita
- b) quais as empresas que na forma do item anterior se beneficiaram com as referidas transações e quantas e a quanto sobe até 31 do mês findante os compromissos de cada uma delas para com o Banco do Brasil
- c) qual a natureza e o valor das garantias oferecidas pelas empresas e aceitas pelo Banco para a segurança do regular adimplemento das operações
- d) quais as transações dentre as referidas nos itens anteriores que devem ser consideradas regulares, isto é, conforme ou não as leis que regem o Banco do Brasil S.A. e regulam de modo geral as operações bancárias.

## **Regras de Redação do *Diário Carioca***

### **INSTRUÇÕES GERAIS**

Escrever sempre a máquina, de um só lado da folha, no papel padronizado e em espaço dois.

Começar todas as matérias no meio da folha, numerando, no alto, cada folha.

Deixar uma margem de dois centímetros em cada lado da folha, e escrever, em cada folha, 30 linhas.

Escrever uma palavra ou frase representativa do conteúdo da matéria (retranca), no alto da primeira folha e imediatamente abaixo o nome do autor.

Usar a palavra “continua”, entre parênteses, ao fim de todas as folhas exceto a última. Usar o símbolo x para significar conclusão da matéria e acrescentar x ao número da última folha.

Não começar parágrafo novo na última linha da folha.

### **REDACÃO**

Ocupar o primeiro parágrafo das notícias com: a) um resumo conciso das principais e mais recentes informações do texto, esclarecendo o maior número das seguintes perguntas relativas ao acontecimento: que, quem, onde, como, por que; ou: b) um aspecto mais sugestivo e suscetível de interessar o leitor no acontecimento.

Só compor de modo diverso o primeiro parágrafo em casos de matérias muito peculiares, em que o elemento pitoresco, sentimental ou de surpresa o exija.

Ordenar o desenvolvimento do resto da notícia pela hierarquia da importância e atualidade dos pormenores.

Usar parágrafos curtos e evitar palavras desnecessárias, qualificativos, principalmente, tendenciosos, e frases-feitas. Só excepcionalmente usar períodos com mais de quatro linhas datilografadas.

Não começar períodos ou parágrafos sucessivos com a mesma palavra. Não usar repetidamente a mesma estrutura da frase.

Evitar palavras chulas e expressões de gíria; não incorporadas à linguagem geral, assim como termos preciosos e frases de conteúdo puramente sensacionalista.

Ler sempre a própria matéria antes de entregá-la, a menos que o tempo não permita.

Ler a matéria depois de publicada e reparar nas alterações feitas.

Em qualquer dúvida, consultar dicionários, enciclopédias e outras fontes de referência.

Evitar fórmulas expressões genéricas sempre que se disponha de informações e pormenores precisos.

Nos editoriais, partir sempre do acontecimento ou do dado concreto para o comentário.

Comentar, de preferência, em cada editorial, um único assunto ou um aspecto comum de mais de um assunto.

### **CABECAS**

Contar as unidades gráficas dos títulos (em alguns casos, também de certos subtítulos), de acordo com os padrões estabelecidos.

Não cortar palavras, e, de preferência, não cortar frases de uma linha para outra.

De preferência, afirmar ou negar no título, evitando ambigüidades de expressão.

Variar a ordem das sentenças entre os títulos e os subtítulos de uma mesma cabeça e entre os diversos títulos de uma mesma página.

Evitar abreviaturas, exceto de uso muito corrente.

Resumir a matéria ou destacar o seu aspecto principal ou mais sugestivo.

Conter o máximo de informação.

Evitar palavras desnecessárias (especialmente adjetivos) e frases feitas.

Conter um verbo, explícito ou implícito; de preferência, na voz ativa e no presente ou no futuro.

Nunca repetir palavras numa mesma cabeça; a não ser para efeitos especiais.

Reduzir o emprego do artigo ao estritamente necessário.

Evitar fórmulas e expressões genéricas sempre que se disponha de informações e pormenores precisos.

Refletir o tom da matéria.

### NÚMEROS

Escrevê-los com letras de um a dez; com algarismos, de 11 em diante.

Substituir os zeros de números redondos a partir de cem, mil, milhões, bilhões, trilhões, etc...

Usar algarismos para: data, horas, endereços, somas em dinheiro de enunciado muito extenso, resultados de competições esportivas ou eleitorais, telefones, temperaturas, tempo em corridas ou disputas esportiva, licenças de veículos, latitudes e longitudes, votos, rateios de apostas, idades, percentagem, distâncias e dimensões.

Não usar algarismos em começo de período.

Evitar, quando possível, algarismos nas cabeças de matéria.

Quando se trate de uma seriação numérica escrever todos os números com algarismos.

Escrever com algarismos todos os números em estatísticas e tabulações.

Escrever com letras as frações, exceto quando precedidas de algarismos.

### TRATAMENTO

Preceder os nomes próprios de pessoas salvo nas cabeças e legendas apenas nominais e nas exceções autorizadas pelos elementos da direção – das abreviaturas sr, dr, sra e d. Exceção para as figuras históricas e aquelas cuja notoriedade o dispense, a juízo dos elementos da direção.

Omitir estas abreviaturas sempre que o nome venha precedido de algum título honorífico, hierárquico ou de função.

Restringir aos médicos, quando no exercício de função, o título de dr.

Usar por extenso o nome usual das pessoas quando apareçam pela primeira vez numa matéria, permitindo-se, nas vezes subsequentes, o emprego apenas de sua parte mais característica.

Exceção para as figuras históricas e de notoriedade reconhecida pelos elementos da direção.

### MAIÚSCULAS

(Em caso de dúvida, não usá-las)

Usar maiúsculas: nos nomes próprios em geral; nas regiões político-geográficas, quando usadas como nomes próprios; nos títulos de função, apenas quando figuram em vez ou depois dos nomes próprios: “O Presidente da República”, ou “O General Eurico Dutra, o Presidente da República”; mas “o presidente Eurico Dutra”; nas primeiras e principais palavras dos títulos de livros, peças de teatro, fitas de cinema, conferências, artigos de períodos em geral, etc.; nas denominações de atos legislativos: “Código Civil,



Lei de Imprensa, Lei de Segurança”; nos nomes de órgãos do poder público federal, estadual ou municipal, assim como nos das repartições e entidades públicas e particulares em geral; nos pontos cardeais, quando designem regiões do mundo ou do país: “As nações do Ocidente, as secas do Nordeste”; nos nomes de institutos de ensino e de cursos regulares, mas não nos de matérias: “Faculdade de Filosofia”, “Curso de Física”, mas “física”; nos designativos Vice, Sub, etc. – quando ligados a títulos de função em maiúsculas (nunca, porém, o designativo ex) ; no designativo Assistente, quando suceda ao substantivo do título da função: “Secretário de Estado Assistente” , mas “assistente do Secretário Geral”

Não usar maiúsculas : nos nomes auxiliares quando não integrem o nome próprio: “o colégio La-Fayette”, mas o Instituto LaFayette; nas abreviações, exceto quando constituídas por iniciais; nos nomes de estudos em geral; nos nomes científicos de plantas e animais; nos nomes comuns que foram originalmente nomes próprios ou deles derivaram: “ampere-byroniano”; nos nomes de acidentes geográficos, desde que não façam parte do nome próprio: “restinga de Marambaia”, mas “Cabo Frio”; nas expressões “em exercício”, “interino” ou outras que indiquem circunstância eventual do título de função.

### ABREVIACÕES

(Em caso de dúvida, não abreviar)

Abreviar: os títulos dr., prof., Excia., S.S. (Sua Santidade), sr., sra., d., mme., mlle., (os demais, só que em cabeças), apenas quando seguidos do nome próprio respectivo; n.(número) quando seguido imediatamente de algarismos; S. apenas quando a forma for São, nunca quando seja Santo: “S. Paulo”, mas não “S. Agostinho”; & apenas em nomes de firmas comerciais; designações comuns de pesos e medidas quando ocorram repetidamente na matéria; nomes de partidos políticos, de repartições ou entidades que se tenham tornado mais conhecidos pela abreviatura que pelos nomes por extenso; jr quando usado em seguida ao nome; ap. (apartamento) apenas nos endereços.

Não abreviar: a palavra cruzeiro, exceto em tabelas; pontos cardeais, exceto quando integrando uma indicação numérica; nomes de cidades, estados ou países, exceto URSS, EE UU ou EUA, este último apenas em cabeças ou em seguida a um nome de cidade ou estado; Rua, Praça, Avenida – exceto em citações completas de endereço.

Endereços: suprimir a indicação “n.” e indicar, sempre que necessário, o bairro: “Praça Eduardo Rego 28, Grajaú”.

### PONTUAÇÃO

Vírgula:

Usá-la, mesmo em título, sempre que o sentido seja dúbio e a vírgula o esclareça; para separar vocativos, títulos e apelidos, quando estes sucedam o nome; quando um adjunto adverbial inicia uma oração, separá-lo do que se segue com uma vírgula; quando uma oração terminada em verbo venha, imediatamente seguida por outro verbo, ou advérbio modificando verbo, separá-los por uma vírgula: “o que quer que seja, serve”, ou “o que quer que seja, não serve”.

As intercalações em geral serão encerradas entre vírgulas – salvo as muito extensas, nas quais se usarão traços.

Usar vírgulas entre as partes de sentenças compostas que não se liguem por partículas de ligação.

Usá-las nas enumerações em geral. Não usá-las nas expressões numéricas escritas por extenso: “Mil quinhentos e vinte e dois” e não “Mil, quinhentos e vinte e dois”.

Usá-las separando sucessivos adjetivos ou advérbios que modifiquem a mesma palavra na frase.

Usá-las nos resultados de quaisquer pleitos: “Botafogo, 5; Vasco,2”; “Milton Campos 5.235.672; Ademar de Barros, 2.321.473”.

Ponto-e-vírgula:

Usá-lo entre orações coordenadas não separadas por conjunções quando o uso da vírgula se preste a ambigüidades.

Em todas as enumerações em que haja vírgulas no interior das partes enumeradas: “Sr. Otávio Tirso, senhora e filhos; sr. Jacinto de Tormes e senhora”.

Para separar os concorrentes no resultado de uma disputa: “Botafogo,4; Fluminense, 1”.

Dois pontos:

Usá-los para introduzir uma citação direta.

Para introduzir uma enumeração: “Os vitoriosos foram: Botafogo, América, etc.”.

Para introduzir uma resolução: “Resolve: ....”

Traço:

Usá-lo em todas as citações diretas de entrevista. Entre o nome do entrevistado e sua declaração, toda vez que se trate de uma sucessão de entrevistas breves: “José Lira – Nada tenho a declarar”.

Em todas as passagens dialogadas precedidas da indicação nominal do interlocutor apenas e sempre que se trate de mais de dois interlocutores.

Usá-lo para indicar uma expressão interrompida: “Acho que - ...”.

Para interromper uma citação direta: “A questão – prosseguiu o entrevistado – é sobretudo...”.

Para indicar intercalações mais fortes que as das simples vírgulas.

Usá-lo antes da parte final de uma oração longamente interrompida por intercalação: “As forças que combateram a noroeste da cidade e asseguraram a posse da mesma na luta – foram agora retiradas para a retaguarda”.

Parênteses:

Evitar o parênteses. Quando usá-lo, pontuar o restante do trecho como se o parênteses e a expressão nele contida não existissem. Usá-lo para indicar sumariamente o partido, o Estado de um congressista, um político, etc.: “Afonso Arinos (UDN, Minas)”. Para dar indicações explicativas estranhas ao texto de uma citação. Usar meio parênteses: ao enumerar, com algarismos ou letras, as partes de uma enumeração: “os principais assuntos examinados foram: 1) o equilíbrio orçamentário”

Pontos:

Omiti-los nas “cabças”(substituí-los, no caso por ponto-e-vírgula ou por traço), nas legendas de um único período, nos milhares indicativos do ano, nas numerações de parágrafos, nos algarismos romanos, nas letras usadas em fórmulas. Usá-los em todas as abreviaturas, exceto as de instituições mais conhecidas pelas iniciais que pelo nome: SAPS, SESC.

No final de uma expressão entre parênteses, desde que esta represente um período completo: “(Outras notícias na página 5)”. Fora do parênteses quando o período termine por uma expressão entere parênteses: “...uma vez que se tratava de morte natural (de acordo com a versão da polícia)”. Usar reticências para indicar omissão de uma matéria implicitamente citada.

#### Aspas:

Usá-las em todas as citações diretas, salvo quando estas venham indicadas por traços. Nos títulos de livros, quadros, estátuas, peças de teatro, conferências, artigos de periódicos em geral, músicas, etc. Omiti-los, porém, nos nomes de personagens, nos apelidos de pessoas, assim como no nome de animais em geral. No começo de cada parágrafo de uma citação, mas no fim apenas do último parágrafo. No emprego de palavras em significados que não os correntes, nas gírias não incorporadas à linguagem geral, nos apelidos ou e palavras de ocasião pela primeira vez usada na matéria, dispensando-se as aspas nos aparecimentos subsequentes.

Incluir dentro das aspas apenas os sinais de pontuação que pertençam à citação. Quando se cite uma citação, usar aspas simples na citação intercalada.

Usar aspas simples igualmente nas “cabeças”.

Usar aspas sempre que o trecho citado seja composto no mesmo tipo e medida da matéria que o contém. Evitá-las quando a citação seja composta em tipo e medida especiais.

## Normas de Redação da *Tribuna da Imprensa*

1. Escreva á maquina, papel padronizado, dois espaços.
2. Numere, no alto, cada folha. Comece a matéria no meio da primeira folha.
3. Deixe a margem de 2cm em cada lado da folha. Escreva em casa folha 30 linhas.
4. No alto da primeira folha escreva a retranca. Trace uma linha por baixo dessa palavra e sob o traço escreva o seu nome.
5. Entre parênteses, no fim de cada folha, escreva a palavra "continua". Na última, faça um x. E na numeração dessa última folha acresça ao número outro x.

### INTELECTUAIS

1. Quando escrever, pense no leitor.
2. Escreva a notícia com naturalidade, com boa gramática, sem afetação nem pompa.
3. Nunca use duas palavras se pode usar uma.
4. Frases curtas. Duas ou três linhas, no máximo. Parágrafos de cinco a seis linhas, no máximo. Poucas exceções a esta regra.
5. Não empregue palavras difíceis. Evite duas no mesmo parágrafo. Se for inevitável (expressões médicas, judiciárias, etc.), explique o significado entre parênteses. Se tem vontade de comentar, escreva um tópico. O leitor tem o direito de julgar por conta própria.
6. Evite os superlativos, o absoluto, o exagcro.

### MORAIS

1. Pense que não exerce apenas uma função, mas uma missão. Sua função é informar-se. Sua missão é informar.
2. Seja jornalista todo o tempo ou nunca será jornalista.
3. Quem vê no jornal apenas um emprego deve empregar-se na prefeitura.
4. Leia os outros jornais e compare o que você fez com o que os outros fizeram.
5. Quando tiver de prejudicar alguém no interesse público, pense duas vezes. Quando tiver de favorecer alguém, em particular, pense dez vezes. Quando tiver de prejudicar o interesse público, nem precisa pensar. Rasgue o que escreveu.
6. O seu melhor crítico é o editor imediatamente responsável pelo seu trabalho.
7. Não faça gastar tempo e dinheiro com originais mal-escritos, mal-revistos.
8. Não hesite em dar às outras seções, notícias interessantes.

### INSTRUÇÕES DE REDACÃO

A "guia" destina-se a atrair e prender a atenção do leitor, conduzindo-o ao parágrafo seguinte. Comece, pois, a notícia pelo que houver de mais interessante para o leitor. Dê no primeiro parágrafo (ou nos primeiros parágrafos, para não acumular muitas informações num só) uma súmula das principais e mais recentes informações do texto. Responda as perguntas que o leitor imediatamente lhe faria: Que? Quem? Quando? Como? Onde? Por que? . Guarde esta fórmula: 3q + co + p = notícia, ou, desses elementos, destaque o mais sugestivo, capaz de interessar imediatamente o leitor. Esta regra só varia quando se trata de matérias muito inusitadas em que influam o pitoresco, o inusitado, a surpresa. Desenvolva a notícia segundo a ordem decrescente de importância e atualidade de cada pormenor. Escreva o mínimo, dê o máximo de informação. Chame de "mulher do Sr. Fulano" a mulher do Sr. Fulano, e não "a esposa". A mãe é "mãe", e não, "genitora". Quem volta não regressa. Doença

não é enfermidade. Não use expressões como “segundo informou o mesmo”. Abraço não é amplexo. Deitado de costas não é decúbito dorsal. Evite o pernosticismo de expressões do jargão profissional salvo as já correntes na linguagem. Não castigue o estilo. Escreva enxuto como Graciliano e ameno como Eça. Leia os bons autores mas não os imite ao escrever uma notícia, exceto se for intencional a imitação para determinado efeito. Grandes jornalistas. Há diversos que são poucos. Verdadeiros jornalistas, quase nenhum. Seja um destes. O horário legal é de cinco horas. Mas só se é jornalista vinte e quatro horas por dia.

Evite como a peste as palavras desnecessárias. Racione os qualificativos, principalmente os tendenciosos, e as frases feitas, salvo as que economizam muito espaço e vão diretas ao entendimento do leitor. Não comece – salvo casos excepcionais – períodos ou parágrafos para a mesma palavra. Não use repetidamente a mesma estrutura da frase.

Evite palavras chulas e da gíria incorporadas à linguagem geral. Nada de palavras preciosas e frases meramente sensacionalistas.

Leia sempre a matéria que escreveu antes de entregá-la. A não ser quando não houver realmente tempo. Entregue de véspera o que puder mas esteja atento ao que sobrevêm de manhã.

Frequente dicionários, enciclopédias e outras fontes de referência. O catálogo de telefones é uma das melhores. Ajude o arquivo reclamando sobre o que ele não tem. Contribuindo com ele, consultando-o com frequência.

Sempre que disponha de informações precisas, evite fórmulas e expressões genéricas. Nunca generalize a uma classe o que foi feito para uma ou outro indivíduo. No tópico, comente um assunto ou um aspecto comum a mais de um assunto.

Quando tiver dúvidas quanto à responsabilidade que uma matéria acarreta ao jornal, consulte o responsável pela sua seção. Lembre-se de que o jornal não pode pagar pela sua distração ou leviandade.

PRESERVE AS SUAS FONTES DE INFORMAÇÃO SENDO LEAL PARA COM ELAS. Um bom livro de endereços ajuda muito. Classifique os seus informantes por assunto. O telefone é bom mas o contato pessoal é muito melhor.

Observe o aproveitamento da sua matéria. Não hesite em perguntar por que não foi aproveitada e se fizeram tais e quais modificações. Ninguém é infalível mas cada qual é menos infalível do que o outro.

### TÍTULOS E SUBTÍTULOS

Oferecer os títulos como sugestão na sua matéria. No título definitivo contar as unidades gráficas, de acordo com os padrões estabelecidos pela direção. Em certos casos, também, os subtítulos. Faça- os curtos, suficientemente misteriosos para não dizem ao leitor, a fim de que ele se interesse pelo texto.

Não cortar palavras de uma linha para a outra. Quando possível também não cortar as frases.

Perfira no título, afirmar ou negar, nunca pergunte num título ao leitor que compra o jornal para ter respostas. Salvo se a pergunta vier entre aspas. Variar a ordem das sentenças entre o título e o subtítulo de uma mesma cabeça e entre os diversos títulos da mesma página.

Evitar abreviações. Não dar “senhor” a ninguém no título. No texto todos são “senhor” e nada mais. Ninguém é exmo, ilustre, notável, sábio, virtuoso, fioso, aplaudido, festejado, saudoso, conhecido, etc. Título: resumo da matéria destacado o aspecto principal ou mais sugestivo. Mas deixe o leitor interessado em ler o texto.

O título deve conter um verbo, explícito ou implícito, de preferência na voz ativa e no presente ou futuro. (o que aconteceu tem menos importância, o que está acontecendo é o mais importante e o que vai acontecer – quando, de fato, vem a acontecer, é importantíssimo.)

Evite fórmulas e expressões genéricas quando tiver as informações precisas. Não generalize senão quando isto for uma imposição do próprio texto.

O título reflete o tom da matéria: lembre-se que muita gente julga o jornal pelos títulos.

### ESCREVENDO ALGARISMOS

Escreva-os de um a dez com letras: um, dois, etc... De 11 em diante, com algarismos. Os zeros de números redondos a partir de 100, escrevem-se cem, mil, milhão, bilhão, trilhão... Inclusive em dinheiro: cr\$ 1 milhão.

Para datas, horas, endereços, somas em dinheiro de enunciado muito extenso, telefones, temperaturas, latitude/longitude, medidas de peso, volumes e dimensões, use algarismos.

Não use algarismos em começo de período.

Quando se trata de seriação numérica, escrever todos os números com algarismos. Também em estatísticas e tabulações. Separá-las sempre pelo mesmo sinal. Escrever com letras as frações exceto quando precedidas de algarismos.

### TRATAMENTO

Os nomes próprios de pessoas são precedidos de sr, dr, sra e d., salvo nas exceções autorizadas pela direção. Excetuam – se as figuras históricas e as de notoriedade reconhecida pela direção.

### MAIÚSCULAS

Em caso de dúvida, não use.

Usá-las: nos nomes próprios em geral ( iniciais ) . Regiões e divisões político-geográficas, quando usadas como nomes próprios, nos títulos de função, apenas quando figuram em vez ou depois dos nomes- próprios. O presidente da república, o presidente Fulano, o Presidente.

Usá-las também nas primeiras e principais palavras dos títulos de livros, peças, fitas, conferências, artigos de periódicos, etc.

Nas denominações de atos legislativos: código civil, lei de imprensa. Nos nomes de órgãos do poder público, assim como no das repartições e entidades públicas e particulares em geral. Nos pontos cardeais. Nos nomes de institutos de ensino e cursos regulares.

Nos designativos Vice, Sub, etc. Quando ligados a títulos de função em maiúscula (nunca, porém, o designativo ex.)

Não usar maiúsculas: nos nomes auxiliares quando não integrem o nome próprio ( o colégio Laffayet ) . Nas abreviações exceto se constituídas por iniciais. Nos nomes de estudos em geral. Nos nomes científicos de plantas e animais. Nos nomes comuns que foram originalmente nomes próprios: “ampere, byroniano”. Nas expressões “em exercício”, “interino”, ou outras que indiquem circunstância eventual do título.

## ABREVIACÕES

Em caso de dúvida não abreviar.

Abreviar: os títulos dr., prof., excia, s.s ( sua santidade ), sr, sra,.... Apenas quando seguidos dos nomes próprios respectivos. N.(número) quando seguido imediatamente de algarismo. S. apenas quando for São, nunca quando seja Santo. & apenas em nomes de firmas comerciais. Designações comuns de pesos e medidas. Partidos políticos, repartições ou entidades. Jr quando usado em seguida do nome. Ap.(apartamento) apenas nos endereços.

Não abreviar: a palavra cruzado exceto em tabelas. Pontos cardais. Cidades, estados ou países, exceto URSS, EE UU, ou EUA. Rua, Praça ou Avenida – exceto em citações completa de endereço.

## PONTUAÇÃO

Vírgula – usá-la mesmo em título sempre que o sentido seja dúbio e a vírgula o esclareça. Para separar vocativos, títulos e apelidos. Quando um adjunto adverbial inicia uma oração, separá-lo com vírgula. As intercalações em geral são encerradas entre vírgulas. Salvo as muito extensas nas quais se usarão traços.

Usar vírgulas entre as partes de sentenças compostas que não se liguem por partículas de ligação. Nas enumerações em geral. Não usá-las nas expressões numéricas escritas por extenso. Usá-las separando sucessivos adjetivos ou advérbios que modifiquem a mesma frase.

Ponto-e-vírgula - Usá-lo entre orações coordenadas não separadas por conjunções quando o uso das vírgulas se preste a ambigüidades. Em todas as enumerações em que haja vírgula no interior das partes numeradas.

Dois pontos – usá-los para introduzir uma citação direta, uma enumeração ou uma resolução.

Traço – usá-lo em todas as citações diretas de entrevistas. Entre o nome do entrevistado e sua declaração. Toda vez que se trate de uma sucessão de entrevistas breves. Em todas as passagens dialogadas, precedido da indicação nominal do interlocutor apenas e sempre que se trate de mais de dois interlocutores. Usá-lo para indicar uma expressão interrompida : “acho que - ...” Para interromper uma citação direta. Para indicar intercalações mais fortes que as das simples vírgulas. Usá-lo antes da parte final de uma oração longamente interrompida por intercalação.

Parênteses – evitar os parênteses. Quando usá-lo, pontuar o restante do trecho como se os parênteses e a expressão nele contida não existissem. Usá-lo para indicar sumariamente o partido, o Estado de um congressista, um político, etc.: “Afonso Arinos (UDN, Minas)”. Para dar indicações explicativas estranhas ao texto de uma citação. Usar meio parênteses: ao enumerar, com algarismos ou letras, as partes de uma enumeração: “os principais assuntos examinados foram: 1) o equilíbrio orçamentário”

Pontos – Omiti-los nas “cabeças”(substituí-los, nesse caso por ponto-e-vírgula ou por traço), nas legendas de um único período, nos milhares indicativos do ano, nas numerações de parágrafos, nos algarismos romanos, nas letras usadas em fórmulas. Usá-los em todas as abreviaturas, exceto as de instituições mais conhecidas pelas iniciais que pelo nome: SAPS, SESC.

No final de uma expressão entre parênteses, desde que esta represente um período completo: “(Outras notícias na página 5)”. Fora dos parênteses quando o período termine por uma expressão entre parênteses: “...uma vez que se tratava de morte natural (de acordo com a versão da polícia)”. Usar reticências para indicar omissão de uma matéria implicitamente citada.

Aspas – Usá-las em todas as citações diretas, salvo quando estas venham indicadas por traços. Nos títulos de livros, quadros, estátuas, peças de teatro, conferências, artigos de periódicos em geral, músicas, etc. Omiti-los, porém, nos nomes de personagens, nos apelidos de pessoas, assim como no nome de animais em geral. No começo de cada parágrafo de uma citação, mas no fim apenas do último parágrafo. No emprego de palavras em significados que não os correntes, nas gírias não incorporadas à linguagem geral, nos apelidos ou e palavras de ocasião pela primeira vez usada na matéria, dispensando-se as aspas nos aparecimentos subsequentes.

Incluir dentro das aspas apenas os sinais de pontuação que pertençam à citação. Quando se cite uma citação, usar aspas simples na citação intercalada.

Usar aspas simples igualmente nas “cabeças”.

Usar aspas sempre que o trecho citado seja composto no mesmo tipo e medida da matéria que o contém. Evitá-las quando a citação seja composta em tipo e medida especiais.