**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

LUIZ ANTONIO DE PAULA

**As sete mortes do Diário Popular:
117 anos de um jornal à procura de identidade**

Dissertação apresentada
como exigência parcial para a
obtenção do título de Mestre
em Ciências da Comunicação
pelo Programa de Pós-Graduação
em Ciências da Comunicação
da Escola de Comunicações e
Artes da Universidade de São Paulo
(ECA/USP), área de concentração
Estudo dos Meios e da Produção
Mediática, sob orientação
do Prof. Dr. José Luiz Proença

**São Paulo
2008**

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

LUIZ ANTONIO DE PAULA

**As sete mortes do Diário Popular:
117 anos de um jornal à procura de identidade**

Dissertação apresentada
como exigência parcial para a
obtenção do título de Mestre
em Ciências da Comunicação
pelo Programa de Pós-Graduação
em Ciências da Comunicação
da Escola de Comunicações e
Artes da Universidade de São Paulo
(ECA/USP), área de concentração
Estudo dos Meios e da Produção
Mediática, sob orientação
do Prof. Dr. José Luiz Proença

**São Paulo
2008**

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

LUIZ ANTONIO DE PAULA

**As sete mortes do Diário Popular:
117 anos de um jornal à procura de identidade**

COMISSÃO JULGADORA

Orientador e Presidente

Examinador

Examinador

Data da aprovação

Aos homens e mulheres que, ao descobrir que ser jornalista é ter dois patrões – o leitor e a pessoa ou grupo que lhe paga o salário – e que os interesses dos dois, na maioria das vezes, são divergentes, podendo optar a qual servir, optaram pelo primeiro e, não podendo, por necessidade de sobreviver, procuraram todas as brechas que lhes garantissem manter-se profissionalmente dignos.

RESUMO

Esta pesquisa analisa a vida e a morte, aos 117 anos, do jornal paulistano *Diário Popular*, retirado das bancas em 2001, e substituído pelo *Diário de S. Paulo*, numa operação anunciada como troca de título. Resgatando sua trajetória, desde sua fundação como instrumento político, em 1884, destacam-se os períodos de altos e baixos que a publicação viveu. Comparando-se seu conteúdo e estratégia empresarial à dos veículos existentes em cada um desses momentos históricos, é feita uma reflexão sobre jornal popular, a utilização da Imprensa com fins políticos e sua transformação em empresa, e sobre como e quando ocorrem as mortes de jornais. A metodologia utilizada foi a comparação de conteúdo editorial, posicionamento político, receptividade de leitores e resultados econômicos conseguidos, a partir de consulta às páginas das publicações, a trabalhos acadêmicos a respeito da história do jornalismo e a obras sobre teorias da comunicação.

PALAVRAS CHAVES: *Diário Popular*, jornal, jornal impresso, jornal popular, morte de jornal.

ABSTRACT

This research analyses the life and the death, after 117 years of existence, of the newspaper “Diário Popular” from São Paulo city, which was taken out from circulation in 2001 and substituted by the newspaper “Diário de S. Paulo” in an operation as announced to be just an exchange of titles. Bringing back its trajectory since its foundation as a politic instrument, in 1884, the high and low periods of the newspaper are shown. Comparing its contents and business strategy with the ones from other present vehicles, in each one of these historical moments, a reflection is done about popular newspapers, about the utilization of press with political aims, its transformation into enterprise and also about the death of newspapers. The methodology applied in the research was based on the comparison of editorial contents, political postures, reader’s reception and economic results obtained by consulting the pages of the publications, academic researches about journalism history and publications about communication theories.

KEY WORDS: *Diário Popular*, newspaper, press, popular newspaper, death of newspapers.

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS.....	9
INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 A MORTE QUE NÃO FOI ASSUMIDA	17
1.1 QUANDO, COMO E QUANTAS VEZES MORRE UM JORNAL	17
1.1.1 <i>Um nome reúne referenciais avalizados pelos leitores</i>	27
1.2 DEFINIR O “POPULAR” É TOMAR POSIÇÃO.....	31
1.2.1 <i>O jornalismo popular e o “popular” no jornalismo</i>	35
CAPÍTULO 2 O NASCIMENTO E O FINANCIADOR ESQUECIDO	41
2.1 A ESCOLHA DO NOME E A “MAQUIAGEM” DA PRIMEIRA PÁGINA 110 ANOS DEPOIS	41
2.2 UM NOVO ATOR EM UM CENÁRIO ONDE JORNAL SIGNIFICA INSTRUMENTO POLÍTICO.....	45
2.2.1 <i>Antonio Bento, o abolicionista que foi além das palavras</i>	53
2.2.2 <i>Lobo e Campos no Governo e Lisboa desiste de ser constituinte</i>	60
2.3 JORNAL E POLÍTICA SE INTERLIGAM NA HISTÓRIA DAS TRANSFORMAÇÕES SOCIAIS	62
2.3.1 – <i>Usos, manipulação e influência da Imprensa na política brasileira</i>	65
2.3.2 <i>Jornais mantêm poder político, mas diminuem os políticos nos jornais</i>	71
CAPÍTULO 3 DEPOIS DA PRIMEIRA MORTE	75
3.1 A NECESSIDADE DE SER EMPRESA APÓS ATINGIR OS OBJETIVOS POLÍTICOS	75
3.1.1 <i>uso do “popular” se revela no conteúdo dos pioneiros jornais paulistanos</i>	83
3.2 NÃO TER SIDO VÍTIMA DE REPRESSÃO POLÍTICA RELATIVIZA IMPORTÂNCIA HISTÓRICA	90
CAPÍTULO 4 A OPÇÃO POR SER UMA EMPRESA PEQUENA	109
4.1 NA CONTRA-MÃO DO MERCADO EM DOIS MOMENTOS IMPORTANTES	109
4.2 DESENTENDIMENTOS FAMILIARES INFLUENCIAM DESTINO DO JORNAL.....	113
4.3 A PARADOXAL GESTÃO DOS FERRENTINIS MODERNIZOU, MAS VALIDOU O ATRASO	125
4.3.1 <i>O uso dos recursos da linguagem publicitária para atrair leitores</i>	136
4.4 FALTA DE COMANDO LEVA À INEVITABILIDADE DA VENDA	152
CAPÍTULO 5 ASCENSÃO E QUEDA DE UM “REI DAS BANCAS”	164
5.1 UMA MORTE POLÊMICA E A VOLTA DO PARADIGMA ÚLTIMA HORA	164
5.1.1 <i>Equipe de jornalistas lutava para superar falta de recursos</i>	170
5.2 UM PROJETO JORNALÍSTICO AO QUAL NÃO FALTOU RECURSOS FINANCEIROS	176
5.3 MIRANDA JORDÃO E SUAS LIÇÕES DE RESPEITO AO LEITOR	184
5.3.1 <i>Enfim, o jornal local e com características de “popular”</i>	191
5.4 A SAÍDA DE MIRANDA E A “PREPARAÇÃO DA NOIVA”	203
5.5 DIÁRIO DE S. PAULO, O SUCESSOR QUE NÃO SUCEDE.....	208
5.5.1 <i>Sub-segmentação do “popular”, uma tendência paulistana</i>	214
5.5.2 <i>Preço reduzido, anabolizantes e sinergia entre veículos viram receita</i>	220
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	225
BIBLIOGRAFIA	232
RELAÇÃO E CRÉDITOS DAS ILUSTRAÇÕES	239
ANEXOS	241

AGRADECIMENTOS

Este projeto é resultado de muitos apoios e, mesmo com o risco de cometer injustiça por eventual omissão causada por lapsos de memória, agradeço aqui a pessoas fundamentais em sua idealização, estruturação e concretização. Como acredito que tudo que se consegue na vida é cumulativo, procuro, também, registrar a gratidão aos que me ajudaram nos caminhos que me trouxeram até este ponto.

Ao orientador Prof. Dr. José Luiz Proença sou grato pelas defesas constantes da função do jornalista, pela confiança demonstrada durante a pesquisa, por ter compreendido minhas oscilações de foco e ter apontado caminhos que permitiram unir o interesse pessoal de resgatar uma história vivida à necessidade de oferecer uma contribuição à pesquisa da história dos meios de comunicação.

Ao Prof. Dr. Luiz Roberto Alves agradeço por ter mostrado a importância de estudar a cultura popular e ter esclarecido, com exemplos simples, diferenças entre linguagem acadêmica e jornalística. Ao Prof. Dr. Osvaldo Humberto Leonardi Ceschin agradeço pelos ensinamentos sobre como a comunicação evolui em paralelo com a língua e sobre como é fascinante mergulhar na origem das palavras. Ao Prof. Dr. Manuel Carlos Chaparro agradeço por sua crença de que lutar pela ética em jornalismo vale a pena.

Eu não teria chegado a lições de tão destacados acadêmicos sem a base que me deram dedicados professores que tive o privilégio de encontrar nas salas de aula em todos os níveis de aprendizado, aos quais agradeço, destacando as mestras Silvia, Irene, Elizabeth e Lindinalva do curso primário completado com dificuldades na, hoje não mais existente, Escola Municipal da Vila Silveira, em Nova Esperança (PR).

Mas, as lições mais importantes que recebi na vida foram de Dona Lídia, minha mãe, a quem agradeço pelo cuidado e dedicação, por me transmitir forças em todos os momentos e por me ensinar, na sua simplicidade e bondade, a importância de entender a pequenez humana. À Neli, companheira, namorada e mulher, agradeço pelo apoio neste e em outros desafios que enfrentamos em 26 anos juntos, marcados por obstáculos superáveis apenas com a força do amor.

A meu pai, Maurício (in memoriam), agradeço por transmitir-me seu apreço à honestidade. Aos meus irmãos Nádia, Ne (in memoriam), Edson, Francisco e Valéria agradeço pelo incentivo e colaboração e por terem me ajudado em todas as necessidades. Aos sobrinhos Amanda, Rafael (in memoriam), Graziela, Aline Batista, Michel, Alessandra, Nathália, Aline Silva, Nicolas, Kamilla, Bruna, Ana Laura e Vitória agradeço o carinho e apoio. Aos cunhados e cunhadas (Batista, Sônia, Cida e Wanderley, José Carlos e Sílvia), tios e tias – especialmente, tia Ceci (in memoriam), que viabilizou minha vinda a São Paulo –, primos e primas, e sogro (“Seo Benê”, in memoriam, que deu lições de como valorizar a vida) e sogra sou grato por poder festejar o fato de ter uma família unida.

Entre os muitos amigos tenho a obrigação de destacar Márcia Vescovi Fortunato, a responsável maior por eu ter iniciado este projeto e que esteve presente a cada passo, sugerindo, apontando erros e torcendo pelo sucesso. Outro incentivador que preciso destacar é Mauro Ramos, que me apoiou sempre e confiou na minha capacidade de contar

uma história da qual ele também fez parte. Ao Miguel, Ricardo e Horácio agradeço pelas muitas horas de conversas em mais de 30 anos, cujas lições se revelam em vários pontos da linha do projeto. A Girlande, Ricardo Gracia, Mário, José Roberto (“Bola”) e todos os que me receberam em São Paulo com carinho e me deram seguras provas de amizade também registro meus agradecimentos. A Iracema Cidade Nuvens sou grato por ter me ajudado muito em uma das fases que me faltou saúde e, com sua boa-vontade, garantido que eu não perdesse um ano no bacharelado.

Aos amigos que ficaram em Nova Esperança (especialmente a Toninho Xavier, Eduardo, Sueli Pádua, Adérico, Sueli Dacome, Edecir, Miranda, Luiz Carlos e Roberto Mustafa) ou se espalharam pelo mundo, mas que me ajudaram na infância e na juventude também manifesto minha gratidão, assim como aqueles moradores da pequena cidade com quem não pude conviver mais estreitamente e que hoje fazem parte do grupo dos “dinossauros” novaesperancenses e torceram sinceramente pelo êxito dessa empreitada. Também registro minha gratidão a Armando de Lima Uchôa, um homem público exemplo de comportamento ético, pela confiança em me dar o primeiro emprego.

A Edgard de Oliveira Barros, Jorge de Miranda Jordão e Moziul Moreira Lima (in memoriam) agradeço seus conceitos (boa parte divergentes) do que é fazer jornal. Aos companheiros de 17 anos de lutas no Diário Popular agradeço pela colaboração e por terem resistido nos momentos de crise. A Luiz Augusto de Castro, Mario Romano, Odair Rodrigues Alves, Paulo Malfatti e Antonio Quirino agradeço pelos depoimentos. A Nelson Nunes, além do depoimento, agradeço pela colaboração e por ter facilitado o acesso aos dados históricos disponíveis no arquivo do jornal. A Manuel Pereira do Vale Jr agradeço pelas pistas sobre fatos do jornal.

A revisão de Alessandra Batista (com competentes e rígidos olhos acadêmicos) e a de Raphael Ramos (com a visão apaixonada de quem gosta de jornal), bem como a diagramação e produção gráfica de Michel Sousa de Paula contribuíram para melhorar a qualidade do trabalho. Na elaboração do projeto, foram fundamentais a disposição para colaborar dos funcionários do Arquivo Público do Estado, de Jonas Dorival, do Arquivo do Diário de S. Paulo, de Paulo Cesar Buontempi, do serviço de pós-graduação da ECA, de Gilka Teixeira de Souza, responsável pela transcrição entusiasmada das gravações, de Linda Mello, sempre disposta a resolver os imprevistos, e da amiga Socorro por suas diligências no sentido de resgatar documentos na Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro.

Aos colaboradores dos quase onze anos de Ipiranga News e Jabaquara News, tendo à frente a amiga Vera Helena, agradeço por terem se empenhado em viabilizar os jornais geradores dos recursos que deram a tranquilidade para poder me dedicar a este trabalho.

Por fim, agradeço ao Prof. Dr. Antonio Eduardo Benedito da Silva e sua competente e dedicada auxiliar Cecília por estarem comigo na luta contra os vírus da Hepatite C, dando-me condições de desenvolver este trabalho com o fígado funcionando bem, ao Dr. Manoel Miranda, pela disposição em usar até a última gota de antibiótico para acabar com as bactérias que poderiam me colocar diante de uma cirurgia cardíaca de alto risco, e aos amigos do grupo de apoio a portadores do vírus HCV, Unidos Venceremos, pela luta contra o descaso oficial para com essa doença silenciosa e por me incentivarem a cada momento.

INTRODUÇÃO

“Neste ambiente de supermercado, mata-se um jornal com a mesma frieza com que se muda a embalagem do biscoito.[...].. O Diário Popular foi enterrado como indigente, não merecia: sem necrológio, coroa de flores ou lápide. O Diário de S.Paulo renasceu sem loas. O pesquisador do futuro sequer conhecerá sua história” (Alberto Dinnes)”.¹

‘Quem matou o *Diário Popular*?’ e ‘Por que os jornais têm medo do popular?’. A inter-relação entre essas indagações, surgidas em 22 de setembro de 2001, quando, após 117 anos, deixou de circular o *Diário Popular*, substituído, no dia seguinte, pelo *Diário de S. Paulo*, foi a principal fonte inspiradora desta pesquisa. Conceituar como morte uma operação divulgada por seus planejadores como simples troca de títulos foi o primeiro desafio no estabelecimento das linhas do projeto. A análise dos referenciais que se amalgamam na definição do que é um jornal permite a superação desse obstáculo e vai além, viabilizando a interpretação de que esse produto cultural pode morrer mais de uma vez, como o título do trabalho ressalta.

Concentrando-se apenas no fato de que a decisão de retirar das bancas o *Diário Popular* foi tomada pelo grupo empresarial que o comprara havia sete meses, a pergunta inicial pode parecer desprovida de sentido. Porém, ao se trabalhar com o conceito de multiplicidade de mortes é preciso investigar a relação entre elas e se as mesmas aconteceram em função de um processo cumulativo. Além disso, quando se liga a questão inicial à segunda interrogação básica do projeto, surgida a partir da justificativa usada para explicar a última morte, a operação assume uma complexidade que amplia o leque de

---

¹ DINNES, Alberto. “Morte sem necrológio, nascimento sem batismo”. 2001. Disponível em (<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/circo/cir260920011.htm>). Acesso 07 jun. 2008.

possíveis responsáveis por esse final. As causas da substituição, ainda de acordo com seus autores, seriam o desgaste da expressão “popular”, que teria sido detectado em pesquisas, e a rejeição acentuada que ela enfrentava por parte do mercado publicitário.

Durante as primeiras investigações em busca dos caminhos epistemológicos do estudo, sobressaiu-se outro fato que reforça as evidências de que, um jornal pode morrer várias vezes e de que há entre o jornalismo e o “popular” um conflito que deve continuar a ser analisado: trata-se de entrevista ao programa *Roda Viva* da *TV Cultura* de 4 de abril de 2004, concedida pelo jornalista e empresário Ruy Mesquita. Em um lamento paradoxal, ele se dizia frustrado por ver o *Jornal da Tarde*, do qual é diretor-responsável, superar uma crise financeira ao se transformar no que ele definia como “publicação popular”. Ao ser perguntado se o jornal em questão havia de fato “entrado no azul”, respondeu: “Entrou, a custo de uma deterioração terrível da qualidade, virou um jornal popular, mas...”. Depois de um suspiro, emendou “para minha tristeza profunda” (MESQUITA, 2004).

O reconhecimento de Mesquita de que o *Jornal da Tarde* fundado como referência em inovação gráfica e editorial havia morrido, sua concepção de que ser “popular” se associa à perda de qualidade e a justificativa das *Organizações Globo*² para a morte do *Diário Popular* uniram as problematizações iniciais e indicaram os rumos que deveria tomar a pesquisa sobre o desaparecimento do jornal. Apesar da instigação da opinião de Mesquita, não há no projeto a pretensão de ser um libelo em defesa do “popular”, seja em seu aspecto geral como adjetivador de uma cultura específica, seja como diferenciador de um tipo de jornalismo. Diversos pesquisadores, como Proença (1992), Batista (2000) e Bernardes (2004), produziram trabalhos sobre o tema, ressaltando que jornal popular não é antônimo de jornal bem-feito ou de jornal sério.

Porém, em uma análise da trajetória do jornal que está no foco central deste trabalho, torna-se fundamental evidenciar aspectos definidores do conceito de “popular” que, se, para muitos, classifica um segmento jornalístico, também admite ser substantivado como instrumento utilizado pelos meios de comunicação para atrair o público. A exigência se impõe na medida em que se torna necessário esclarecer se o *Diário Popular* foi e (principalmente) quando foi “popular”. Por outro lado, se o seu nome acabou sendo

---

² Apesar de a empresa que comprou o *Diário Popular* ser a *Infoglobo Comunicações Ltda*, subsidiária das *Organizações Globo* para o setor impresso, o projeto vai adotar a denominação do grupo, ao se referir ao atual proprietário do jornal.

anunciado como motivador da morte, não há como negar que esse mesmo nome reuniu referenciais de afinidade que foram preservados em suas várias trocas de perfis (várias mortes), lhe permitindo superar crises e lhe garantindo condições de se transformar em “rei das bancas”, na última década do século passado.

O enigma gerado pelas perguntas que estão na raiz da pesquisa se aprofunda ao se considerar que a retirada do título aconteceu em contexto incomum. Enquanto a memória da imprensa brasileira registra que a quase totalidade dos desaparecimentos de jornais se dá após longas agonias, nas quais tiragens vão se reduzindo e equipes de redação sofrendo cortes, com os profissionais remanescentes enfrentando atrasos de salários e outros constrangimentos, o *Diário* morreu como líder de vendas e com os salários pagos em dia.

Este trabalho, além de refletir sobre as diversas vidas do *Diário Popular* e de propor um debate sobre o “popular” no jornalismo e sobre o conceito de morte de um jornal, visa homenagear os profissionais que se dedicaram a preservar seu nome e suas tradições. Mais de uma centena de jornalistas de várias gerações desempenharam suas funções com dedicação e respeito ao leitor, em todos os momentos de dificuldades, superando limitações impostas pelo desinteresse de administradores que menosprezavam a importância da informação e o preconceito da parte da categoria, que também considera “popular” um adjetivo de conotação negativa. O fato de a equipe que o produzia em 1988 ter sido totalmente aproveitada na implantação do projeto que o transformou, em menos de seis anos, em sucesso de público e referência em conteúdo comprova que as causas da situação difícil que a empresa vivia não estavam na redação.

Essa constatação leva à necessidade de revisar a trajetória do *Diário Popular* como veículo informativo e como empresa, a partir dos personagens que determinaram seus caminhos e dos cenários históricos onde ele atuou. Isto deverá validá-lo como depositário crível de registros da história brasileira e também como parâmetro do desenvolvimento da Imprensa na capital paulistana. O jornal é pouco citado por historiadores. Quintão (2002) e Capelatto (1988 e 1989) são exceções. A situação é mais constrangedora quando se olha a história da Imprensa. É quase total a falta de referências à publicação nas obras sobre a evolução do jornalismo brasileiro. Na grande maioria das pesquisas é apenas mencionada a fundação do *Diário Popular* e só em 2000, com Batista (2000), ele se transforma em objeto de estudo acadêmico devido ao seu sucesso de vendas iniciado no final da década de 1980.

Uma das explicações para esse “esquecimento” pode ser encontrada no fato de que a aceleração do desenvolvimento das pesquisas sobre a história da comunicação no Brasil, verificada a partir do final dos anos 70, coincidiu com períodos problemáticos para o *Diário Popular*, no qual começaram a aflorar equívocos administrativos e a falta de uma orientação editorial. Foi a fase em que se cristalizava a imagem de “jornal de classificados”, rótulo que não atraía interesse dos pesquisadores pioneiros. O *Diário Popular* não conseguiu ser, no momento em que se intensificaram as pesquisas em jornalismo no Brasil, nem tema para especialistas que se dedicavam a estudar títulos catalogados como “populares” (ou sensacionalistas) nem para os que concentravam atenção nas publicações rotuladas como “elitistas” ou “não-populares”. Porém, para permanecer 117 anos em um mercado de alta concorrência e marcado por seguidas crises e muitos desaparecimentos de títulos, é evidente que o *Diário Popular* ofereceu aos leitores atrativos dignos de serem registrados na memória da Imprensa.

A metodologia da pesquisa prioriza a utilização das ferramentas do jornalismo comparado. Para se mostrar que o *Diário Popular* consolidou sua marca, especialmente em suas primeiras vidas, graças a um conteúdo muito próximo ao dos concorrentes, sua descrição dos fatos e sua opinião (e a falta de) sobre eles serão colocadas lado a lado com as de publicações existentes nos momentos históricos destacados. Também será feito o cotejamento de sua própria pauta em épocas diferentes, de forma a mostrar como ele foi vários jornais o que implica na possibilidade de se investigar suas outras mortes, além da registrada a partir da decisão das *Organizações Globo* de retirá-lo das bancas.

Essas duas linhas de ação, ao lado da comparação de sua estratégia empresarial com a dos concorrentes, fornecerão subsídios para o debate de vários aspectos da história do jornalismo brasileiro. O surgimento do jornal como instrumento político, a sua transformação em produto e a necessidade de conciliar as visões do jornalista e do administrador na gerência da empresa são pontos que afloram da investigação sobre os 117 anos do jornal.

A preocupação em não deixar que o envolvimento pessoal de quem vivenciou episódios cruciais da história da publicação influa no desenvolvimento do projeto é outro

motivo para se optar pelo método da comparação³. Confrontado com risco semelhante, Proença (1992), ao analisar o jornal *Notícias Populares*, onde ocupou cargos de comando, encontrou a solução de orientar-se pelas impressões e necessidades do leitor. No caso do *Diário Popular*, esse caminho é inviabilizado pela distância no tempo de fases que são fundamentais serem investigadas para dar sentido de cumulatividade e interdependência entre as rupturas equiparadas a mortes. Assim, o estudo comparado surge como o melhor caminho para se evitar o perigo de superestimar os fatos positivos e negligenciar negativos do *Diário Popular*.

Para atingir seus objetivos, o trabalho será dividido em cinco capítulos e a conclusão. Invertendo a ordem cronológica pela necessidade de fundamentar as razões de se definir como morte do *Diário Popular* a operação de substituição dos títulos, o primeiro capítulo, além de refletir sobre episódios da história da Imprensa que estimulam o debate sobre quando um jornal morre, analisará a importância dos referenciais agregados à marca de um produto jornalístico. Os conflitos gerados na conceituação do termo “popular” e uma compilação dos debates sobre sua aplicação ao jornal e ao jornalismo também estarão nessa parte. O nascimento da publicação constará do segundo capítulo, no qual se revelará também que 110 anos depois foi feita uma operação de “maquiagem” da primeira página de seu número 1, que contribuiu para a consolidação de uma visão distorcida de sua origem. A comparação de seu conteúdo com o dos principais jornais da capital paulistana, à época de sua fundação, a utilização do jornal como instrumento político e um painel histórico sobre a imbricação do jornalismo e da política nas imprensas mundial e brasileira serão outros pontos em debate nessa parte.

O terceiro capítulo destacará o momento em que o jornalismo da capital se vê instado a assumir caráter empresarial, diante de uma nova realidade criada pela vitória das causas pelas quais a Imprensa se empenhara até então (Abolição da Escravatura e Proclamação da República) e da eleição ou designação de seus principais nomes para cargos públicos. No caso do *Diário Popular*, esse é o marcador temporal que o trabalho estabelece como sua primeira morte, pois, apesar de não ter tirado totalmente a política de sua pauta, ele deixou de ser um jornal político.

---

³ O autor trabalhou no *Diário Popular* entre 01/03/1979 e 02/10/1995, tendo sido admitido como repórter plantonista. Em 01/05/1986 foi nomeado secretário de redação e, em 01/02/1988, editor-chefe.

Já a segunda morte do jornal, também destacada nessa divisão do trabalho, ocorre no momento, em que, com o falecimento, em 1943, de José Maria Lisboa Jr (Zeca Lisboa), o filho do fundador, a administração passa para dois de seus sobrinhos. Além de abdicar totalmente do debate político, numa mudança da postura que era adotada por Zeca Lisboa, a publicação se conforma em assumir o perfil de empresa pequena.

O quarto capítulo se inicia com os anos 60, quando a Imprensa da capital enfrentou dificuldades, tendo ocorrido a morte do *Correio Paulistano*, a decadência da *Última Hora*, o início da derrocada dos *Diários Associados* e a mudança de proprietários da *Folha de S. Paulo*. Para o *Diário Popular* esse é o momento em que ele deixa de ser dirigido por membros da Família Lisboa, sua terceira morte. Sob a administração do ex-linotipista Nello Ferrentini, o jornal se propõe a ampliar seu espaço no mercado e mudar, com a utilização de uma linguagem próxima da publicitária, a imagem de “jornal de classificados, mas vive uma fase de euforia marcada pela explosão do faturamento com os anúncios pequenos. A reversão dessa curva ascendente se dá na entrada dos anos 80, se agudiza com desentendimentos entre o proprietário e os dirigentes e culmina na quarta morte. Ainda nesse capítulo estará a quinta morte, que, após uma crise de identidade provocada por uma administração inexperiente, se revela na venda da empresa pelo bisneto do fundador.

O quinto capítulo abordará como se deu a transformação do jornal, sob o risco de falir e comprado pelo ex-governador Orestes Quécia, em “rei das bancas”. As circunstâncias políticas e financeiras que permitiram a reforma editorial, comandada por Jorge de Miranda Jordão que levou o jornal a ser referência em jornalismo popular estarão em destaque junto com o debate sobre a relação entre as verbas publicitárias oficiais e o desempenho de publicações jornalísticas. A sexta morte do jornal será considerada a saída de Miranda, que foi seguida pela modernização tecnológica e a adoção dos instrumentos estimuladores de venda, rotulados pelo jargão jornalístico como “anabolizantes”, na tentativa frustrada de concorrer com *Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*. A sétima e última morte será considerada a decisão das *Organizações Globo* de substituir o jornal pelo *Diário de S. Paulo*, que não consegue herdar a coroa de “rei das bancas”. Este último capítulo também trará um painel da posição atual do mercado dos jornais “populares”, no qual está inserido o sucessor do *Diário Popular*, analisando a intensificação da utilização dos “anabolizantes” e o surgimento de publicações com preços de capa reduzidos.

CAPÍTULO 1 A morte que não foi assumida

1.1 Quando, como e quantas vezes morre um jornal

As pessoas que foram às bancas em 22 de setembro de 2001 encontraram o *Diário Popular* com o número 38.926, ano 117, e o aviso acima da manchete: “A partir de amanhã, o *Diário Popular* passa a se chamar *Diário de S. Paulo*. Veja nesta edição o suplemento com todos os detalhes do seu novo jornal”. No dia seguinte, surgiu o novo jornal, como o próprio comunicado enfatizava, trazendo o número 38.927 e o Ano 117 e o nome *Diário de S. Paulo*. Na página 2, estava a seção “Há 100 anos”, na qual se via um logotipo do *Diário Popular*, em letras góticas e sem acento, como foi usado de sua fundação até 17 de novembro de 1988, medindo uma coluna por um centímetro de altura. Em 9 de julho de 2008, quem comprou o *Diário de S. Paulo* encontrou na capa a

numeração 41.408 e o ano 124, e viu na Página 2 o mesmo logotipo do antigo *Diário Popular*, acima de algumas notas publicadas em 9 de julho de 1908.

A estratégia de retirar das bancas o *Diário Popular*, depois de 117 anos de circulação, substituindo-o pelo *Diário de S. Paulo*, cujo título, segundo Oliveira, J. (1978), já havia sido utilizado cinco vezes na imprensa paulistana⁴, mas tentando estabelecer um significado de continuidade, indica que as *Organizações Globo* ambicionavam transferir ao novo produto valores positivos agregados pelo nome original e livrar-se das conotações negativas que foram impostas ao conceito de “popular” durante os tempos. Nelson Nunes, atualmente editor executivo do jornal e que participou da transição, relembra que os responsáveis pelo projeto garantiam dispor de pesquisas que apontavam a rejeição à palavra “popular” e acreditavam haver um grande contingente de possíveis leitores a ser conquistado, sem perder os que eram fiéis (NUNES, 2008).

Essa crença levou a empresa a investir na estratégia de indicar sequência dos títulos, de maneira a insinuar que falar em morte da publicação seria uma imprecisão histórica ou uma interpretação esquizofrênica do processo. Afinal, a palavra morte, no ensinamento dos dicionaristas e filólogos, conduz a significados relacionados a fim ou desaparecimento, admitindo seu uso figurado. Essa concessão permite se utilizar a palavra com múltiplos patamares denotativos. Nessa linha, Motta (2004) lembra da possibilidade de se estabelecer um acordo e criar um código de significantes:

Os atos de comunicação são regidos por acordos implícitos entre os interlocutores (inclusive o ato de comunicação jornalística), que tornam possível não apenas compreender o significado literal das palavras, mas também inferir outras significações a partir da força do enunciado. Esse acordo [...] revela as intenções de quem fala e sugere, cooperativamente, interpretações para quem lê, vê ou ouve (MOTTA, 2004, Vol. 1, n. 2, p. 117-134)

Considerando que um jornal é a soma dos referenciais agregados ao seu nome, dos conceitos humanos, sociais e profissionais dos jornalistas que o produzem, da

---

⁴ OLIVEIRA (1978, p.105,107,114,121 e 122) cita o *Diário de São Paulo*, fundado em 1865 por Pedro Taques de Almeida Alvim, um que circulou em 1883, sob direção de Augusto de Souza Queiroz, outro que circulou em 1898, sob direção de Eugênio Leonel, o quarto em 1909, dirigido por Augusto de Castilho e o quinto fundado em 1929 por Assis Chateaubriand, que foi o terceiro título da cadeia de jornais *Diários Associados*, circulou até 1979). SODRÉ (1999, p.463) cita apenas dois: o jornal de Chateaubriand e o fundado em 1865, colocando ao lado de Taques, os fundadores Delfino Pinheiro de Ulhoa Cintra Junior e Henrique Schroeder. Em DUARTE (1972, p.16 e 32), também se encontra esses dois periódicos com o nome escolhido para substituir o *Diário Popular*.

ideologização do conjunto de seus leitores e dos interesses políticos e/ou comerciais de seus proprietários, emerge a evidência de que a perda de um desses pilares também tem características de uma morte. Essa premissa é um fator de relativização do registro cronológico como marcador efetivo ou único da vida de um jornal. Apesar de as estratégias de marketing valorizarem a longevidade de um título como sinônimo de qualidade e o senso comum admitir esse posicionamento, não há como fugir das evidências de que a inconstância na trajetória de qualquer publicação relativiza esse parâmetro. (Senso comum aqui é usado de acordo com o entendimento de Silverstone (2002, p.21) “tanto expressão como precondição da experiência”).

Se a análise dos 117 anos do *Diário Popular* permite falar de suas várias mortes, estabelecendo como datadores do evento as transformações de perfil e de responsáveis pelo seu comando, essa multiplicidade de vidas não é fato raro na história da imprensa paulistana. Entre os exemplos mais contundentes destaca-se o emblemático processo vivido pelo *Jornal da Tarde*. A decepção manifestada por seu diretor Ruy Mesquita na entrevista citada na introdução deste trabalho equivale ao lamento por uma morte e essa analogia não é exagerada: evidentemente, o jornal idealizado e lançado em 4 de janeiro de 1966 por um grupo de jornalistas defensores de uma visão vanguardista da Imprensa morreu. Dos pilares citados como essenciais para se definir um jornal, ele perdeu os valores culturais dos profissionais que o criaram, a malha de leitores que avalizavam seu modelo e a imagem que esses lhes garantiram. Restou o nome⁵, que o proprietário lamenta ver abarcando um conteúdo que ele rejeita e não se assemelha em nada ao do período do lançamento.

Dentre os jornais mais antigos do Brasil, são muitos os que admitem análise similar, quando se reflete sobre morte de veículos. O caso mais recente, ainda em implantação e que depende de acompanhamento dos pesquisadores para se consumir a caracterização do processo de morte, envolve outro título do qual Mesquita é diretor responsável. Trata-se de *O Estado de S. Paulo*, em fase de aprofundamento de transição administrativa que acontece algum tempo depois de uma mudança gráfica e editorial. Um dos mais tradicionais jornais

---

⁵ A história da imprensa paulistana registra que a cidade teve um outro *Jornal da Tarde*, quase 88 anos antes de a família Mesquita lançar seu segundo título. Trata-se de uma publicação que viveu três anos, com tiragem inicial de 1.600 exemplares, que chegou a 2 mil, conforme informava em sua primeira página. O jornal, vendido a 60 reis, se orgulhava de ser o único que era publicado “todos os dias do ano, inclusive domingos e dias santos” e tinha como editor Antonio Elias da Silva, que era sócio de João Benedicto da Veiga Cabral, João Baptista Paes, Carlos Augusto Pereira de Andrade e João Raymundo de Oliveira.

do país, o *Estadão*, como passou a ser conhecido do público e que comemorou 133 anos de existência e 128 de vida livre⁶ em janeiro de 2008, viu-se obrigado a retirar dos cargos de comando os herdeiros da família Mesquita e dar lugar na direção a pessoas indicadas por seus credores. Na entrevista à *TV Cultura*, Mesquita revelou que foi voto vencido entre os acionistas na decisão de entregar a uma consultoria (*Galeazzi & Associados*) a reestruturação da empresa. Garantia que a opção não era definitiva e o processo tivera sucesso, mas fora traumático.

Eu sou minoritário dentro do jornal não acho que essa questão esteja decidida de fato [...] depois da intervenção lá da empresa que saneou lá (sic), fez o trabalho que um Mesquita não seria capaz de fazer, porque é um trabalho extremamente desumano, de dispensa de emprego e tudo isso e pôs ordem nas finanças do jornal, com a ajuda de convidados nossos como o Tapias (MESQUITA, 2004).

Sandro Vaia, jornalista da empresa por mais de 40 anos, que estava no cargo de diretor de redação desde agosto de 2000, quando substituiu Antonio Marcos Pimenta Neves, que acabara de matar a ex-namorada Sandra Gomide, lembra em artigo na revista *Piauí* de setembro de 2007, da primeira parte da intervenção dos credores:

Por pressão dos bancos credores, preocupados com a solvência da empresa, e com as conseqüências que um eventual calote teria em seus balanços, foi planejada uma operação de “reengenharia” – ou qualquer outro nome que se queira dar – cujo objetivo era resgatar a dívida a médio prazo. Na prática, a reengenharia significava afastar a família controladora dos cargos executivos (havia nove Mesquitas trabalhando na empresa) e, para cortar custos, demitir algumas centenas de funcionários. (VAIA, 2007)

Vaia, que formara, com Célio Virgínio Santos Filho e Elói Gertel, o trio escolhido para ser o comitê de comando da empresa nessa primeira etapa, acabou sendo vítima na segunda, quando o controle se intensificou com a contratação de Cláudio Galeazzi, sócio da *Galeazzi & Associados*, para ser o principal executivo do grupo. Vaia foi substituído por Ricardo Gandour, ex-diretor responsável e diretor superintendente do *Diário de S. Paulo*, escolhido por “Carlos Alberto Di Franco, que dá aulas e escreve sobre ética no jornalismo, um inabalável cavalheiro que representa no Brasil a Universidade de Navarra, pertencente à prelazia da Opus Dei” (VAIA, 2007). As revelações de quem conviveu muito próximo dos

---

⁶ O jornal não conta o período em que ficou sob intervenção da Ditadura Vargas de 25 de março de 1940 a 7 de dezembro de 1945 (DUARTE, 1972, p.34-35).

detentores do poder sobre as divisões entre membros da família, que deságuam na ruptura com um modelo, que Ruy, em abril de 2004, ainda não dava por superado, contribuem para se concluir que se já não ocorreu, está ocorrendo a morte do *Estadão* dos Mesquita.

A retrospectiva histórica da publicação colabora com a idéia de que ela teve mais de uma vida, estabelecendo-se como marcadores temporais disso o momento em que Julio Mesquita se tornou único proprietário da empresa que a editava, bem como o ano de sua morte (1927), quando houve a assunção ao comando da empresa de seu genro Armando Salles de Oliveira, ficando o filho Julio Mesquita Filho responsável pela direção editorial.

O raciocínio que autoriza a interpretação sobre quando um jornal morre, apesar de seu título continuar circulando, se reforça se a linha de raciocínio desvincula seus parâmetros definidores daqueles utilizados para caracterizar a empresa que o edita. A mudança de proprietários, como as duas acontecidas em doze anos no *Diário Popular*, rompe inevitavelmente a cadeia de referenciais que conceituam um jornal. Nesse sentido, outra publicação tradicional da capital deve ser citada como paradigma da multiplicidade das mortes de um jornal: a *Folha de S.Paulo*, que exhibe, em sua edição de 9 de dezembro de 2007, abaixo de seu logotipo, a informação “ano 87, nº 28.739”.

Mota e Capelato (1981) e Taschner (1992) subsidiam a afirmação de que esse é um exemplo de empresa que passou por vários controladores, tendo cada um deles implantado uma diretriz específica, tanto nas questões administrativas, como editoriais, que resultaram em uma publicação que assumiu perfis diversos capazes de permitir ao pesquisador estabelecer que em cada uma dessas fases ela editou um jornal. Até mesmo, sob o controle seus atuais proprietários, é válido dizer que existiu mais de uma *Folha*.

A *Folha de S.Paulo* se originou na *Folha da Noite* criada em 1921 por Olival Costa e Pedro Cunha, e que começou a circular em 19 de fevereiro de 1921, e na *Folha da Manhã* nascida em 1 de julho de 1925, sendo ainda, que, em 1 de julho de 1949, foi fundada a *Folha da Tarde*. Esses títulos foram unificados em 1960, tendo o último voltado a circular em 1967. Não está na alteração de títulos a evidência concreta da afirmação acima, mas sim nas características do jornal. Não há como negar que a *Folha* de Olival, que pretendia ser “popular”, morreu ao ser empastelada em 1930, por assumir claras posições políticas.

Os autores do ataque foram paulistanos adeptos da Aliança Liberal⁷, grupo político que promoveu a revolução e impediu a posse de Julio Prestes. Os agressores se mostraram extremamente irados por o jornal ter se colocado ao lado do Governo. A respeito dessa morte, Mota e Capelato (1981) lembram:

A Folha da Noite e a Folha da Manhã se caracterizavam pelo oposicionismo ao Governo. No entanto, essa posição não foi mantida até o final do período – a partir de 1929 (momento em que Pedro Cunha se retirou da Sociedade) as Folhas passaram a ser governistas. Com a ‘Revolução de 30’, os jornais foram empastelados. A empresa se modificou completamente a partir de então, dando início à segunda fase de sua existência. (MOTA ; CAPELATO, 1981, p.VI-VIII)

O que os autores definem como segunda fase da empresa, quando se pensa em jornal, se adequa à idéia de um segundo jornal, propriedade de Octaviano Alves de Lima, cujo desiderato era defender os interesses da cafeicultura. Essa publicação morre em 1945 e dá lugar a um jornal comandado por José Nabantino Ramos. Ele teve como sócios Alcides Ribeiro Meirelles e Clóvis Medeiros de Queiroga, que, segundo Moraes (1994, p.445) era considerado representante do Conde Francisco Matarazzo Júnior, o italiano dono do maior império industrial do país na época, que desejava possuir um veículo para defendê-lo dos ataques dos *Diários Associados* de Assis Chateaubriand. Após a tentativa frustrada de Matarazzo no ramo, Nabantino passou a ter controle total do jornal e implantou conceitos administrativos voltados para a viabilização do projeto como empresa. Dezesete anos depois, a *Folha* inicia sua quarta vida, quando, em 4 de novembro de 1962, passa a ser controlada por Octávio Frias de Oliveira. Esse momento, na visão de Taschner (1992), representa a instauração na imprensa brasileira dos padrões empresariais definidos, a partir dos quais o jornal passa a se amoldar aos conceitos preconizados pela Escola de Frankfurt⁸ e se transforma em produto de uma nascente indústria cultural brasileira.

Além das mortes acima citadas que se caracterizaram pela mudança de proprietários, ocorrência que avaliza a afirmação do surgimento de um novo jornal, a

⁷ A Aliança Liberal foi uma coligação política formada a partir de Minas Gerais e Rio Grande do Sul que apoiou a candidatura do então ex-ministro da Fazenda, Getúlio Vargas, contra o preferido do presidente Washington Luis. Em São Paulo, a coligação foi apoiada pelo Partido Democrático (recém fundado), que tinha a simpatia de *O Estado de S. Paulo*.

⁸ Ficou conhecido como Escola de Frankfurt o grupo de sociólogos e filósofos reunidos em torno de Theodor Adorno e Max Horkheimer e que estabeleceu os primeiros parâmetros para a conceituação de indústria cultural.

Folha, já sob o comando de Frias e seu sócio Carlos Caldeira Filho experimentou alternâncias de modelos e de estilos passíveis de se enquadrar no critério de morte de uma publicação, fundamentando-se nos pressupostos de que a vida de um jornal sustenta-se também a partir dos princípios de sua linha editorial, conduzida por pessoas que possuem referenciais profissionais e ideológicos próprios. A retirada do comando da redação de Cláudio Abramo, que havia dado um caráter político participativo ao jornal, correspondeu à perda desse pilar definidor. O episódio, ocorrido em 1977, teve origem na prisão de Lourenço Diaféria, em 15 de setembro, pela publicação no dia 1º de uma crônica considerada ofensiva aos militares que estavam no poder. O jornal no dia seguinte trouxe o espaço ocupado pelo colunista em branco o que levou uma reação do Governo militar, com o general Hugo Abreu, chefe da Casa Militar ameaçando fechar o jornal se o protesto se repetisse no dia seguinte. Julgando-se impotentes para manter o posicionamento do jornal, Frias e seu sócio decidiram retirar seus nomes da primeira página e do expediente, afastar Cláudio Abramo, do comando da redação e Alberto Dines, da principal coluna política, além de deixar de publicar editoriais (PASCHOAL, 2007, p.161).

A morte da *Folha* “de Abramo” foi um dos momentos mais trágicos da história do jornalismo brasileiro. Para cristalizar a constatação de ter sido ela a publicação que mais vidas teve na história da imprensa paulistana, é importante citar a *Folha* do Projeto Folha (ou *Folha* do Otavinho), uma das maiores revoluções empreendidas em jornais brasileiros que consistiu em estabelecer um padrão de operação baseado em conceitos da moderna administração e na sistematização de procedimentos. Também deve ser citada a *Folha* dos “anabolizantes”⁹, que, aproveitando a euforia do Plano Cruzado, atingiu tiragens recordes, graças à distribuição de livros e fascículos e não à venda de um produto informativo.

Fora do mercado paulistano de mídia impressa, área priorizada neste trabalho, também são possíveis prospectar exemplos de jornais que morreram uma ou mais vezes, porém continuam circulando com o mesmo título e tentando se aproveitar do valor agregado por sua trajetória. É emblemático o caso do *Jornal do Brasil*, uma das publicações mais tradicionais do país, fundada em 1891 com o objetivo político de defender a restauração da monarquia. Esse veículo mudou sua orientação dois anos depois com a

---

⁹ Essa expressão foi incorporada ao jargão jornalístico para denominar os fascículos para colecionar, os brindes conseguidos ao se juntar selos e os cupons para sorteio utilizados largamente para estimular a venda de jornais. Essa ferramenta permitiu a *Folha de S. Paulo* superar a marca de 1,5 milhão em sua tiragem.

entrada de Ruy Barbosa na redação, mas chegou ao século XX como jornal empresa que vivia de classificados e assim continuou até 1956, quando, sob a direção da condessa Pereira Carneiro e de seu genro Manoel Francisco do Nascimento Brito, iniciou uma transformação editorial comandada por Odilo Costa, filho e Jânio de Freitas e gráfica, a partir de projeto de Amílcar de Castro. Contando com a participação de Ferreira Gullar e outros nomes de expressão do jornalismo brasileiro, o novo *JB* passou em 1962 a ser dirigido por Alberto Dines que o comandou por 12 anos. Curiosamente nenhum dos nomes que estavam à frente da remodelação ficou como referência da publicação, sendo mais comum se ouvir falar em *JB da Condessa* ou *JB do Dines*, certamente devido à forte personalidade deste jornalista que passou por diversas publicações no eixo Rio-São Paulo.

Afundado em uma dívida calculada em 750 milhões de dólares, o jornal que tanto orgulhou a classe jornalística carioca, caiu nas mãos do polêmico empresário Nelson Tanure. Esta transação, ainda nebulosa por envolver uma separação de passivos que prejudicou a Previdência Social e outros credores, pode ser considerada como a quarta morte do jornal. Ele continua nas bancas, com sua redação diminuída e uma versão on line dinâmica, e Tanure, que não tinha nenhuma relação com o meio jornalístico, já é dono da *Gazeta Mercantil* e da rede de *TV CNT*. O *JB* do Tanure tem sido alvo do acompanhamento de pesquisadores por ter adotado um novo formato, denominado berliner¹⁰, que em várias partes do mundo está se impondo como uma saída para amenizar o impacto do alto custo do papel.

O mercado mundial acompanha a transferência de controle acionário do tradicional *Wall Street Journal*. Mais importante publicação econômica dos Estados Unidos, o jornal foi adquirido pelo magnata multimídia australiano Rudolph Murdoch. Os membros de sua redação, entidades que defendem a qualidade jornalística e parcelas importantes dos leitores estão preocupados com o futuro do *WSJ*. O temor de que ele perca os referenciais de excelência e que isto implique em uma morte sem sepultamento do título se baseia na tradição de Murdoch, que, por seus métodos administrativos que usam a pasteurização de seus títulos para alavancar lucros inspirou a criação do neologismo “murdoquização”. Caso

---

¹⁰ O formato berliner, que tem sido adotado com sucesso em tradicionais jornais europeus, tem seu tamanho entre o Standard e o Tablóide, 47 cm de altura por 31,4 de largura, com área de mancha para redação e publicidade de 40 cm de altura por 24,6 de largura.

se confirme a implantação desse estilo, o *WSJ* será mais um jornal morto, cujo título continuará circulando sem nada transmitir dos valores que o transformaram em referência.

A constatação da multiplicidade de mortes não se restringe a jornais ainda em circulação. Também entre os que sobrevivem apenas em acervos de arquivos públicos e no imaginário dos antigos leitores o fenômeno pode ser detectado. O *Correio Paulistano* e as constantes mudanças nas suas linhas editoriais partidarizadas é o caso mais

antigo, porém a determinação do início e fim de cada uma de suas vidas é muito complexa, pois, além das trocas de proprietários, ele experimentou fases em que alterava sua orientação por conveniência política, como na reviravolta em que passou de conservador e monarquista para republicano, logo após a instauração do novo regime.

Já quando se analisa a *Última Hora* é evidente que o jornal morreu quando Samuel Wainer o vendeu. A afirmação vale tanto para a edição paulista que em 1965 passou a fazer parte do conglomerado de Octavio Frias, quanto para a carioca comprada por um grupo liderado por Mauricio Lacerda em 1972 (alguns anos depois o jornal passaria a ser dirigido por Ary Carvalho que compraria a marca). Esses jornais se despojaram de praticamente todos os dogmas estabelecidos por Wainer e sua equipe e, como o próprio fundador relembrou em auto-biografia, editada por Augusto Nunes, isso equivalia à morte:

Às 12 horas do dia 21 de abril de 1972, quando saí do escritório de Maurício Alencar, a *Última Hora* já não era minha. A próxima edição seria rodada nas oficinas do Correio da Manhã, com outra linha editorial, outra equipe, outra alma. Fui para o prédio da *Última Hora* e convoquei meu pessoal para comunicar-lhe o desfecho de um capítulo importantíssimo da história do jornalismo brasileiro. (WAINER, 2005, p. 363)

Também tendo feito parte do conglomerado criado por Octavio Frias, a *Folha da Tarde*, relançada em 1967, antes de ser retirada de circulação e substituída pelo *Agora*, teve fases bem nítidas em sua trajetória. A primeira foi logo após voltar às bancas, quando era produzida por equipe composta por profissionais considerados de esquerda, sob a liderança de Jorge Antonio de Miranda Jordão. Em 1969, ela se transformou em veículo destinado ao

público que apoiava a ditadura militar implantada em 1964 e, sob o comando de Antonio Aggio Jr, assumiu o discurso dos setores mais radicais da sociedade, sendo ilustrativo desta opção seu comportamento diante do assassinato do jornalista Wladimir Herzog em 1977. Com a distensão política, este jornal morreu e o título deu uma guinada ideológica expressiva, assumindo um papel crítico e irreverente sob o comando de Carlos Brickmann e Adilson Laranjeira. Um dos recursos utilizados para mudar o perfil foi a criação do personagem Toninho Malvadeza, alter-ego de Brickman, que comentava de maneira jocosa os fatos políticos e econômicos. Toda essa irreverência não foi suficiente para consolidar a nova *Folha da Tarde*, que acabou saindo de cena em 1999.

Essa enumeração de jornais que tiveram mais de uma vida usada para fundamentar a argumentação de que o *Diário Popular* teve sua última morte em setembro de 2001 pode ser fechada com a citação do *Notícias Populares*, não só por seu título também ligar-se à expressão rejeitada pelo mercado, segundo as *Organizações Globo*, mas também devido à publicação ter conseguido viver dois modelos de jornalismo popular ou sensacionalista. Criado como instrumento político, bancado por um grupo liderado por Herbert Levy, em contraposição à *Última Hora*, o *NP* marcou a história do jornalismo brasileiro e, antes de ser retirado das bancas, foi um jornal de forte viés policial, ao ponto de ter sua imagem ligada a expressão “espreme que sai sangue”. Seu modelo, concebido por Jean Mellé¹¹ e consolidado por Ebrahim Ramadan, acabou dando lugar a uma publicação comandada por Laura Capriglione, onde o principal apelo estava na linguagem assumidamente chula e nas matérias de conteúdo erótico e, muitas vezes, próximo do pornográfico. Apesar de o *NP* de Ebrahim também utilizar matérias que procuravam atizar a libido do público, o *NP* de Laura e seus seguidores se caracterizou pelo exagero, de forma a permitir a afirmação de que foram dois jornais¹².

Outro validador da visão de que jornais podem ter vidas múltiplas se encontra no discurso publicitário, onde a cada reforma gráfica ou editorial de uma publicação, as campanhas de divulgação apostam na expressão “novo” ou “nova”. Os momentos em que é lançado “o novo jornal A ou B” não necessariamente coincidem com a delimitação de uma

¹¹ O nome de Jean Mellé era Ittik Mellé, um jornalista profissional considerado especializado em jornal popular. Ele fora proprietário de um jornal policial em seu país natal, a Romênia (PROENÇA, 1992, p.35).

¹² Sobre a história do *Notícias Populares* da fundação ao início dos anos 90 cf. PROENÇA (1992) e sobre suas demais outras fases até a saída de circulação cf. CAMPOS Jr et al (2002).

fase distinta da publicação A ou B. Porém, ao se utilizar desse recurso semântico o mercado parte da constatação de que o novo existe porque existiu um velho e, por ilação inevitável, esse velho morreu para dar lugar ao novo.

Ainda sobre a posição das *Organizações Globo* com relação ao título *Diário Popular* destaca-se que o grupo tem se preocupado em evitar que a marca caia em outras mãos. Para impedir a caducidade do direito de publicar, que, segundo a legislação, acontece se o jornal deixa de circular, a cada cinco ou seis meses é feita uma edição de oito páginas com as mesmas características gráficas da publicação encerrada em 22 de setembro de 2001. Assim, leitores de pontos distantes do centro podem se surpreender ao ver expostos os dois jornais em alguma banca. Em 18 de agosto de 2006, uma sexta-feira, foram impressas a edição normal do *Diário de S. Paulo*, número 40.717 e preço de capa de R\$ 1,50, com a manchete “Caixa muda regra para compra de imóvel usado com o FGTS” e edição do *Diário Popular*, sem numeração e com preço de R\$ 1,00, na qual a manchete foi “Moto popular é arma de paulistano contra o rodízio”

1.1.1 Um nome reúne referenciais avalizados pelos leitores

A partir dos parâmetros utilizados na definição de um jornal, a relação de mortes de publicações analisadas na primeira parte deste capítulo mostra uma variada gama de “causas-mortis”. Há os casos em que a perda se deu no estoque de referências agregado pelos profissionais que orientaram suas linhas editoriais, tenham sido eles donos ou não, onde se enquadrariam, entre outros, o *Diário Popular* de Américo de Campos (proprietário), dos irmãos Ferrentini, e o de Miranda Jordão, o *Estado* de Júlio Mesquita (gerente e depois proprietário), a *Folha* de Olival Costa (proprietário) e Cláudio Abramo (editor), a *Última Hora* de Samuel Wainer (proprietário), o *Jornal do Brasil* de Alberto Dines (editor), a *Folha da Tarde* de Antonio Aggio (editor) e o *Notícias Populares* de Ebrahim Ramadan e o de Laura Capriglione (editores em períodos diferentes).

A desvinculação com o público que avalizou seus valores explica os fins de vidas originados em fugas de leitores como no caso do *Jornal da Tarde* engajado politicamente, quando assumiu o perfil popular. A *Folha* de Abramo e a dos “anabolizantes” se enquadram neste parâmetro, apesar dos motivos totalmente diversos para a perda de

tiragem. O *Diário Popular* enterrado pelas *Organizações Globo* é outro exemplo desta desvinculação com o público. Também a alternância ideológica de conteúdo na busca de novo nicho de mercado (a *Folha da Tarde* na abertura política nos anos 80 e o *Notícias Populares* da linguagem chula) e a troca de proprietários (as várias vendas da *Folha*, as duas do *Diário Popular* e a do *Jornal do Brasil*, por exemplo) foram fatores enumerados como marcas do fim de vida de um jornal. Na grande maioria dos casos, dois ou mais desses pilares foram demolidos, nem sempre simultaneamente. Porém, em todas as mudanças, inclusive as que o *Diário Popular* experimentou antes de se transformar em mais um veículo das *Organizações Globo* o nome do jornal acabou sendo preservado.

Haveria uma exceção se fosse aceita como coerente a visão do *Agora* como sucessor da *Folha da Tarde*, retirada do mercado pelo *Grupo Folha*, pois não houve alterações na equipe que passou a produzir o novo título. No entanto, nesse caso, diferentemente da substituição do *Diário Popular* pelo *Diário de S. Paulo*, a intenção dos idealizadores da troca era claramente apagar da memória do público os referenciais da marca suprimida, tendo inclusive sido adotada uma nova numeração. Curiosamente, a estratégia desse lançamento vinculou o jornal ao “popular”, com a mensagem “*Agora, o novo jornal popular de São Paulo*” e a campanha coincidiu com um momento em que o então proprietário do *Diário Popular*, o ex-governador Orestes Quércia, almejava mudar a imagem do jornal e competir com os que dominavam o mercado: *Folha e Estado*.

Quércia, cinco anos após o fracasso da operação promovida pelas *Organizações Globo* garante que nunca pensou em mudar o nome do jornal. (QUÉRCIA, 2006). No entanto, em depoimento a Marcela Batista, o então diretor de anúncios classificados, Antonio Carlos de Souza Machado, garantia no auge do sucesso de vendas do jornal que a medida era estudada pela diretoria. “Só que nós já registramos mais três marcas registradas (sic). Uma delas *Diário de São Paulo*, porque existe um projeto futuro de mudar por causa da palavra popular que encontra uma rejeição, não nos classificados, mas nos anúncios inseridos na parte editorial” (BATISTA, 2000, p. 94).

A respeito da importância do nome como catalisador dos referenciais de afetividade conquistados por um produto, Kapferer (2004) afirma: “Um nome é uma força coesiva dentro de sua clientela, o signo de uma confiança construída com paciência” (KAPFERER, 2004, p.37). No caso do jornal, isso fica bem patenteado pela manutenção dos títulos por

maior que seja a guinada dada à publicação e pela exploração sistemática das chamadas datas redondas, como centenários e décadas. No caso do *Diário Popular* sua edição de 100 anos, em 8 de novembro de 1984, funcionou como revigorante em momento extremamente delicado da empresa, permitindo-lhe iniciar lentamente o processo de melhoria de equipamentos, com a compra das antigas rotativas dos *Diários Associados*, aquisição, em um leilão judicial, no qual a marca *Diário de S. Paulo* fazia parte do pacote.

A sinergia marca-leitor também se comprova com a constatação de que pessoas ou grupos ao decidirem investir no mercado de mídia optam pela compra de um título já existente, em vez de lançar um novo. A estratégia das *Organizações Globo* de ressuscitar um título para substituir o *Diário Popular*, tem um precedente clássico na história do jornalismo brasileiro, que é o caso do *Correio Brasiliense*, fundado em 1960, na capital federal por Assis Chateaubriand, dentro de seu complexo de comunicação denominado *Diários Associados*. Até hoje, a publicação traz, abaixo do logotipo, a referência “Londres, 1808, Hipólito José da Costa. Brasília, 1960, Assis Chateaubriand”, procurando se legitimar como herdeiro daquele que é considerado por grande parte dos pesquisadores o primeiro jornal brasileiro, mesmo tendo sido publicado em Londres. A mais simples análise histórica, porém, comprova que nada une os dois jornais além da coincidência de títulos.

Outra evidência fundamental de que o jornal vive é seu público. Nesse sentido, a diferença entre a circulação do *Diário Popular* e a do *Diário de S. Paulo* é indicador visível de que houve a morte do primeiro. Em 2000, ainda tendo no logotipo o “popular”, a publicação teve venda média, nas bancas da Grande São Paulo de 129.479 exemplares, em 2001 circulou 106 dias como *Diário de S. Paulo*, e esse número teve queda para 117.696 (variação negativa de -9,08%). Nesse período a soma da venda média em bancas da Grande São Paulo, dos jornais paulistanos (*Agora*, *Diário*, *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *Jornal da Tarde* e *Notícias Populares* – deixou de circular em janeiro de 2001 -) caiu 12,85%, mas as publicações que se colocaram como herdeiras do “popular” tiveram redução menor: o *Agora* perdeu 3,56% (de 104.739 para 101.007) e o *Jornal da Tarde* 4,72% (de 19.234 para 18.325)¹³. As variações revelam um início de migração de leitores.

O Diário de S. Paulo, segundo dados do *Instituto Verificador de Circulação (IVC)* divulgados pela *Folha de S. Paulo*, seguiu em queda, fechando 2002 com venda média total

---

¹³ Dados do *Instituto de Verificação de Circulação (IVC)*.

de 99,6 mil, indo a 81,1 mil em 2003, 78,9 mil em 2004 e 72,8 mil em 2005. Na troca, as *Organizações Globo*, que se vangloriam de ser líder de mercado na grande maioria dos segmentos onde atuam, viram o *Agora* lhe tomar a posição em 2004 com circulação média de 80,2 mil, que passou a 80,6 mil em 2005. (CIRCULAÇÃO...,2006)

A discrepância entre a queda total (-14%) dos jornais brasileiros auditados pelo IVC entre 2000 e 2005 e a perda (-44%)¹⁴ do *Diário de S. Paulo* permite afirmar que o *Diário Popular* teve sua última morte quando lhe privaram do estoque de referências acumulado por seu nome em mais de um século. Kapferer (2004) adverte sobre mudança de marca: “Com ela, evaporam-se todas as emoções associadas a esse nome, tanto interna, como externamente [...] Cada mudança de marca é, portanto, um decréscimo de energia, uma diminuição da prestação de serviço” (KAPFERER, 2004, p.37).

O depoimento de Ricardo Gandour, diretor responsável e diretor superintendente do *Diário de S.Paulo* entre abril de 2002 e outubro de 2006, reforça a constatação. Encarregado de estabelecer um plano de recuperação do novo título, ele revelou, cinco meses antes de trocar de empresa, a certeza de que a operação de substituição aconteceu em hora errada e em ritmo errado:

Quando eu cheguei aqui em abril de 2002, oito meses depois da mudança, eu encontrei toda a cadeia de valor traumatizada. A cadeia se sentia dona do *Diário Popular*, tinha uma relação de afetividade muito grande, o distribuidor, o jornalista, o leitor, primeiramente, e até o anunciante. A empresa, no momento em que oferta algo ao mercado ela quase que não é mais dona daquilo porque passa algum tempo, aquilo se entranha, você mexe em um produto, a comunidade reclama. (GANDOUR, 2006).

Nelson Nunes, que entrou na empresa em 1989 como chefe de reportagem do caderno Esportes e foi um dos que elaboraram a última edição do *Diário Popular* e a

¹⁴ Variação da venda total dos veículos auditados pelo IVC, e a variação do *Diário Popular/de São Paulo*:

Período	Total Auditado	Diário
2001/2000	-2,7%	-9,08%
2002/2001	-9,1%	-22,81%
2003/2002	-7,2%	-18,57%
2004/2003	+0,8%	-2,77%
2005/2004	+3,9%	-9,22%

primeira do *Diário de S. Paulo*, lembra que o clima na redação naqueles dias era de desânimo e que a equipe entendia que se tratava da morte de um jornal.

Confesso que quando a gente fechou a última edição do Diário Popular, eu me senti meio órfão. A redação sentiu demais. A redação do Diário tinha uma característica de uma redação de “vestir camisa” de que se tivesse que trabalhar 14 horas, trabalhava, se tivesse que trabalhar sábado e domingo se trabalhava, não era um jornalismo com estrelismo, era uma redação, uma redação horizontal, as pessoas têm quase a mesma formação, o mesmo padrão de vida, os mesmos salários, você não tinha essa coisa de ter uma estrela aqui, uma estrela ali. [...] e para nós, era uma coisa meio paradoxal porque, inegavelmente, a gente via que o produto estava dando um salto de qualidade, com a modernização da redação [...] então a gente sabia que estava fazendo um produto melhor mas que, romanticamente, você estava enterrando uma marca do passado. (NUNES, 2008).

1.2 Definir o “popular” é tomar posição

Ao justificar a morte do *Diário Popular* pela rejeição do mercado publicitário à expressão “popular”, as *Organizações Globo* contribuem para reforçar uma das conotações mais polêmicas agregadas a esse adjetivo: aquela que o coloca em conflito com o conceito de “elitista” ou “não popular” ao qual reserva características positivas. O quadro teórico de referências a respeito de cultura popular, gosto popular ou comunicação popular ressalta, historicamente, o desafio enfrentado por pesquisadores na hora de conceituar o termo. Revel (1989), na procura de uma trilha segura para a definição, prospecta diversos estudiosos do tema e destaca uma constatação perturbadora: “O que é popular? No seu estudo sobre ‘popular e povo’, Marcel Maget fala da ‘impossibilidade de definir’ e de ‘aporias¹⁵ lógicas’. Soma e multiplica os critérios que a sua crítica remete para outros, indefinidamente, até a vertigem”(REVEL, 1989, p. 59).

Bourdieu (1990, p. 182 e 185) também ressalta a sensação de “andar em círculos” ao falar das formas de uso do povo por parte de intelectuais, religiosos e políticos. Ele lembra que povo e popular são os alvos no jogo entre intelectuais e que as classificações se inserem na questão de forma e conteúdo da produção cultural. Depois se pergunta: “mas tudo o que dizem as pessoas comumente designadas como “o povo” é realmente “popular”?

¹⁵ Aporia, segundo o dicionário de Antonio Huiass, disponível no portal *UOL* é definida por Aristóteles (384 a.C.-322 a.C.), problema lógico, contradição, paradoxo nascido da existência de raciocínios igualmente coerentes e plausíveis que alcançam conclusões contrárias. O mesmo dicionarista se refere às aporias formuladas pelo filósofo grego Zenão de Eléia (sV a.C.), que tinham por objetivo provar que as idéias de multiplicidade e movimento conduzem o pensamento a impasses e contradições lógicas insuperáveis.

e conclui que volta ao ponto de partida, apesar de “longe da concepção populista de povo”. Finalmente, desabafa “em suma , a “cultura popular” é um saco de gatos”. (BOURDIEU, 1990, p. 186)

Stuart Hall é outro pesquisador que tem se empenhado na busca de caminhos viáveis para conceituar “popular”. Ele se aproxima de Revel e Bordieu ao revelar a complexidade da questão: “Tenho quase tanta dificuldade com ‘popular’ como tenho com ‘cultura’. Quando colocamos os dois termos juntos, as dificuldades podem se tornar tremendas” (HALL, 2003, p. 253). O sociólogo jamaicano radicado na Inglaterra lembra: “o significado que mais corresponde ao senso comum: algo é popular porque as massas o escutam, compram, lêem, consomem e parecem apreciar imensamente”. Ele prefere não utilizar essa opção, que chama de comercial ou de “mercado”. (HALL, 2003, p. 253).

No entanto, Hall (2003) não descarta totalmente a opção por duas razões opostas: ao mesmo tempo em que reconhece a força de manipulação da indústria cultural, ele não aceita a idéia de as pessoas que consomem seus produtos serem consideradas como vivendo em permanente estado de “falsa consciência”. O pesquisador também descarta a segunda possibilidade que seria ver a cultura popular como “todas essas coisas que o ‘povo’ faz ou fez” por a considerar essencialmente descritiva e abranger um inventário que se expande infinitamente. Sua opção é por uma terceira via que leva a definição de cultura popular para uma posição de “tensão contínua (de relacionamento, influência e antagonismo) com a cultura dominante”. (HALL, 2003, p. 253).

A amplitude do leque de opções para se interpretar a expressão justifica o alerta feito por Ecléa Bosi, em sua análise sobre cultura popular: “a definição de cultura popular não é tarefa simples; depende da escolha de um ponto de vista e, em geral, implica tomada de posição” (BOSI, 1972, p.53). Essa obrigatoriedade de se definir em qual patamar semântico ou ideológico o observador vai se colocar é premissa básica na análise de qualquer fenômeno social ou produto adjetivado como popular.

Apesar das várias recomendações sobre o cuidado na utilização de dicionários como referência em trabalhos científicos, no caso do termo “popular” a consulta a dois importantes pesquisadores das palavras no Brasil se constitui recurso epistemológico válido, por trazer exemplos emblemáticos de como até a imparcialidade exigida de quem se propõe a dicionarizar deixa espaço para tomadas de posição.

Holanda (1986, p.1365), enumera significados que denotam participação: “do ou próprio do povo”, submissão: “feito para o povo”, capacidade de julgar: “agradável ao povo, que tem a simpatia dele, democrático”, além de alguns que, através dos tempos, agregaram denotação de caráter preconceituoso: “vulgar, trivial, ordinário, plebeu” Essa pluralidade de interpretação dos significados propostos cede lugar a uma opção opinativa do autor, quando remete a outros verbetes.

Seguindo a ordem alfabética temos: aura popular significando estima pública, casa popular como “a que é construída por órgão de assistência social, para moradia de famílias de baixo poder aquisitivo” (nessa acepção, observa-se a ligação do “popular” com pobreza), edição popular, como “edição compacta, em papel barato, de certos textos publicados para grande divulgação” (aqui reforça-se a referência ao baixo poder aquisitivo do “popular” pela citação do “papel barato” e permite-se a analogia entre popularização e grandes números).

No verbete nome, encontramos o reforço, enfatizado pela repetição, da ligação do “popular” com vulgar. Nesse sentido, o autor do dicionário que passou a ser conhecido popularmente ou vulgarmente como “*Aurelião*”, registra: nome popular: “Bot e Zool: o nome dado à planta ou animal pelo povo, tendo em vista, geralmente o aspecto, a qualidade ou o emprego de uma ou de outra; nome vulgar” e “nome vulgar”: “nome popular”. É interessante notar que essa equivalência se dá em um plano pragmático, como a feita por Morin (2005, p.53): “os processos elementares de um processo de vulgarização são, simplificação, modernização, maniqueização, atualização”. Em um de seus exemplos que permite extrair significado positivo da vulgarização, Morin cita a transformação do clássico da literatura francesa, “O Vermelho e o Negro” de Stendhal, em filme e folhetim.

Na referência que envolve de maneira mais visível a questão política do popular, o dicionarista conceitua república popular: “Ciênc Pol. Designação dada aos Estados constituídos por uma Frente Popular¹⁶ formada por todas as correntes democráticas do país, com hegemonia do proletariado e de seu Partido Comunista”. Nesse item, verifica-se a referência à democracia popular: “Ciênc Pol. Designação comum aos regimes políticos monopartidários dominantes nos países da área socialista”. Em democracia, encontra-se a remissão à vulgocracia: “preponderância das classes populares”. A última indicação no

---

¹⁶ No verbete frente, HOLANDA (1986) não registra “frente popular”.

verbetes “popular” é “sabedoria popular”: “sabedoria das nações”, sendo que a essa confere-se a definição “moral corrente expressa em provérbios, sabedoria popular”. No Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, temos como principais definições:

1 - relativo ou pertencente ao povo, esp. à gente comum. Ex.: indignação p., 2 - feito pelas pessoas simples, sem muita instrução Ex.: arte p., 3- relativo às pessoas como um todo, esp. aos cidadãos de um país qualificados para participar de uma eleição Ex.: voto p, 4 - encarado com aprovação ou afeto pelo público em geral Ex.: político p. artista p. santo p. no Nordeste do Brasil, 5- aprovado ou querido por uma ou mais pessoas; famoso ex.: ser p. junto à garotada, 6-que prevalece junto ao grande público, esp. às massas menos instruídas Ex.: credence p, 7- dirigido às massas consumidoras Ex.: música p. 8-adaptado ao nível cultural ou ao gosto das massas Ex.: edição p. de um clássico da literatura, espetáculo p. 9- ao alcance dos não ricos; barato Ex.: ingressos a preços p..) (HOUAISS, 2008, versão digital)

Note-se a contradição entre o primeiro significado que coloca a “gente comum” como uma parte do povo e o quarto que fala em aprovação pelo “público em geral”. A sexta definição faz nova restrição de foco ao ressaltar “massas menos instruídas” exemplificando com credence popular. A oitava possibilidade também fala em massas, repetindo o exemplo de Holanda da edição popular e permitindo a mesma correlação com o conceito de processo de vulgarização definido por Morin (2005). Por fim, a nona acepção revela a preocupação em não ser preconceituoso ao tomar a posição de registrar “não ricos” em vez de pobres.

Ao se referir a sinônimos de “popular”, Houaiss remete à antonímia de arbitrário e à sinonímia de comum. Nesse caminho, encontramos “popular” no final de uma sequência alfabética composta por: “benevolente, benigno, democrata, democrático, humano, justo e liberal” . Na lista de sinônimos de comum, “popular” está entre 52 definições das quais podem se destacar: “igual, normal, ordinário, simples, trivial e vulgar”. (HOUAISS, 2008) .

Das acepções cristalizadas nos dicionários consultados e das propostas de definição encontráveis no quadro teórico de referências, emerge uma questão desafiadora: O “popular” é o “feito pelo povo” ou o “feito para o povo”? As duas alternativas são defensáveis (característica de aporia proposta por Maget), dependendo do lugar de observação onde se coloca o pesquisador. A primeira se fundamentaria em um dogmatismo histórico, garantindo ao povo o papel de sujeito das transformações de suas preferências e a segunda em argumentos pragmáticos da economia e do marketing, encarando o povo como consumidor de produtos, inclusive culturais, que possuem características específicas.

Como a primeira encontra dificuldade para se viabilizar em um momento econômico onde a competitividade é acirrada e implanta modelos globalizados de produtos e a segunda, dentro de seu viés capitalista-mercadológico, só é facilmente aplicável quando se vê o “popular” como adjetivo de produtos individualizados, a opção que o projeto adota é a de seguir pelo meio termo, num ponto em que as duas vertentes confluem. Assim, o “popular” seria “feito para e pelo o povo”, reservando-se ao povo o papel de contribuinte na “feitura” (produção) dos parâmetros do produto, ao validar por sua preferência o que os produtores culturais decidiram fazer para ele.

1.2.1 O jornalismo popular e o “popular” no jornalismo

Todas as considerações e condicionantes explicitadas na análise da conceituação de “popular” quando se refere à cultura são cabíveis no debate sobre o jornalismo popular. A contraposição entre o “feito pelo povo” e “feito para o povo”, se revela até mais ideologizada, como se depreende do artigo “Jornalismo da Exclusão”, do conceituado professor e pesquisador Carlos Chaparro veiculado pelo portal *Comunique-se*:

Durante alguns dias comprei, em São Paulo, jornais daqueles que se auto-rotulam de “populares”. E é impressionante como até nesses jornais o discurso preponderante é o das elites. De um desses jornais, o Agora São Paulo, guardo manchete exemplar, da edição de 30 de novembro: “Veja como escolher a previdência privada”. Que operário, que trabalhador, que morador de Capão Redondo terá condições financeiras e perspectivas de vida para pensar em previdência privada?... Jornalismo popular é aquele que capta, compreende e relata a atualidade na perspectiva oposta à das elites.(CHAPARRO, 2003)

Em 3 de fevereiro de 2003 Gisela Taschner, em entrevista a Leda Letra da Faculdade de Comunicação Cásper Líbero, seguia na mesma linha:

Nunca vi o povão fazendo jornal para si mesmo. Então não podemos falar em jornalismo popular e sim em jornalismo popularesco. A partir disso, passamos à cultura de massa. Nos anos 60, apenas 15% dos operários paulistas liam jornal. O primeiro jornal popularesco foi Última Hora (UH), que tinha antes de tudo uma mensagem política com o intuito de divulgar as idéias de Getúlio Vargas(...). Depois apareceu o Notícias Populares, que difere do UH por não ter lado político (TASCHNER, 2003, entrevista).

É importante ressaltar que Taschner olha o jornal com a visão de administradora, tendo, inclusive, produzido uma obra clássica no assunto (GOLDENSTEIN, 1987). Sua inclusão como referência ao se buscar um ponto de observação para determinar qual a vertente adequada para se debater o “popular” no jornalismo tem como objetivo mostrar como o conceito se flexibiliza. Ela, que foi peremptória na afirmação acima, em seu livro havia definido a *Última Hora* como “popular”, tendo inclusive enquadrado o *Notícias Populares* na mesma categoria, mas com concepções diferentes. Baseada na distribuição de vendas em banca dos jornais envolvidos em seu estudo pelos bairros da capital, a pesquisadora conclui: “além de Notícias Populares e Última Hora, podem ser considerados populares os jornais; O Dia (com as limitações assinaladas), O Esporte, A Hora (já finada quando do lançamento do Notícias Populares), A Gazeta Esportiva e o Diário da Noite” (GOLDENSTEIN, 1987, p. 93 e 114)

A mudança de sua posição, inclusive colocando na argumentação mais recente a questão da cultura de massa serve também para enfatizar a amplitude do leque de opiniões. Na área da linguagem, por exemplo, observa-se a utilização de dois rótulos para publicações que, do ponto de vista de conteúdo, tinham perfis semelhantes. Pedroso (2001) analisa o discurso de *A Luta*, extinto jornal carioca que define como “sensacionalista” e Dias (2003) prefere a classificação “popular” ao colocar o *Notícias Populares* como objeto de seu estudo sobre a utilização da oralidade no discurso do jornal. É importante lembrar que esse segundo título se tornou exemplo emblemático de publicação feita para o povo, mas também “feita a partir do povo”, como comprovado em Proença (1992).

Na tentativa de resolver os dilemas gerados pela dificuldade de definir “popular” e, por extensão jornalismo popular e jornal popular, os pesquisadores deste campo se empenharam na busca de uma válvula de escape. A opção que vem dando sinais de ter mais chances de se impor é a de usar a classificação “popular-massivo” ou simplesmente “massivo”. A classificação utilizada por Lopes (2003) e Bernardes (2004) afasta-se da inferência ideológica do “popular” e, ao privilegiar a abrangência do público atingido por veículos nela enquadrados, remete ao conceito de “cultura de massa” e de homegeinização.

O conceito “cultura de massa”, principalmente nos anos 70, se colocou no centro de estimulantes polêmicas acadêmicas, com intelectuais de expressão reduzindo-o à condição de “indústria”, principalmente a partir do destaque conseguido pelos teóricos da Escola de

Frankfurt. A homogeneização foi usada pelo sociólogo francês Edgar Morin, em sua análise sobre a tendência do conteúdo dos jornais e produtos culturais europeus e norte-americanos no final da década de 60. Seu diagnóstico referenda a classificação de “indústria cultural”.

Diz ele que os meios de comunicação e de entretenimento começaram a padronizar seus produtos na tentativa de satisfazer “um público universal”, “se destinando a todos e a ninguém” (MORIN, 2005, p. 35). Em Lopes (2003), verifica-se uma visão mais branda do fenômeno e a explicitação do massivo como alternativa aos que não desejam aprofundar-se na delimitação do espaço da cultura popular e da cultura erudita, ou “elitista”, ou “não-popular”. A pesquisadora frisa a abrangência maior do massivo, que pode comportar o “popular” e o “não-popular”:

A cultura de massas, por ser a forma histórica em que a cultura se organiza no capitalismo atual, concomitantemente às fortes tendências de homogeneização que põe em marcha, repõe as distinções sociais em outro patamar, reproduzindo e produzindo novos hábitos de classe. Portanto, o enfoque macroestrutural e histórico da cultura de massas permitiria falar do massivo como um dos modos de existência do popular e também do não popular (elementos culturais de outras classes) numa sociedade hoje. (LOPES, 2003, p. 53)

A opção de se direcionar o debate para uma nova vertente envolve dois riscos. O primeiro é o de se estabelecer apenas uma mudança de rótulo. O segundo (mais grave) é o de cristalizar o preconceito de que o “popular” não se transforma ou evolui. Assim, para cumprir uma exigência ideológica de manter o termo como conceito puro, os defensores da preservação do “popular”, paradoxalmente, podem cair na armadilha de dar argumentos aos que Canclini (2006) chama de modernizadores, quando esses ligam o culto e o “não-popular” ao moderno e hegemônico e o “popular” ao tradicional e subalterno.

A bibliografia sobre cultura costuma supor que existe um interesse intrínseco dos setores hegemônicos em promover a modernidade e um destino fatídico dos populares que os arraiga às tradições. Os modernizadores extraem dessa oposição a moral de que seu interesse pelos avanços, pelas promessas da história, justifica sua posição hegemônica, enquanto o atraso das classes populares às condena à subalternidade. (CANCLINI, 2006 P. 206)

Evidentemente é essa visão que justifica o inconformismo de Ruy Mesquita ao admitir que o *Jornal da Tarde* precisou popularizar-se. Por outro lado, não há dúvida que os “modernizadores” definidos por Canclini são maioria no mercado publicitário que as

Organizações Globo alegam ter pesquisado e que a inspiraram a tirar das bancas o *Diário Popular*. Ainda parece prematuro, no caso específico do jornalismo, se criar a classificação “massivo” distinguindo-a da “popular”. Mais adequado é, lembrando-se a linha definidora de “feito para e pelo povo”, notar que o “popular” também é reflexo da evolução da sociedade e, por isso, não é conceito estático. Além disso, sempre focando o jornalismo como objeto de análise, há sinais evidentes no conteúdo das publicações “elitistas” ou “não-populares” de que elas também experimentam uma ampliação de sua pauta de interesses, cedendo espaço em suas páginas a temas que já foram quase exclusivos do segmento popular.

Na mídia impressa diária paulistana, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* têm dado seguidas demonstrações de que a utilização do repertório de assuntos “populares”, principalmente nas notícias envolvendo crimes, celebridades, esportes e ocorrências pitorescas se transformou em atrativo para seus leitores. A partir dessa constatação, que significa o reconhecimento de uma conquista de espaço do “popular”, seria injusta a criação de um novo adjetivo para definir o local onde se amalgamam as preferências do povo.

Na verdade, o que se observa na trajetória da Imprensa é que a discussão sobre jornalismo popular já pode perfeitamente ser substituída pelo debate sobre o “popular” no jornalismo. E o caso do *Diário Popular* serve adequadamente a esse objetivo, tornando-se, inclusive, mais fascinante pelo complicador de ter a polêmica característica em seu logotipo, o que teria motivado seu desaparecimento. Com relação à argumentação das *Organizações Globo* também é importante lembrar que são muitas as publicações no Brasil que se mostram sólidas no mercado tendo a expressão “popular” ou “povo” em seus logotipos. A capital do estado de Goiás, Goiânia, tem como líder de mercado o jornal *O Popular*, fundado em 1938 e que segundo o IVC teve, em abril de 2007, circulação média de 31.135 exemplares nos dias úteis e 49.882, aos domingos¹⁷. Em Fortaleza, *O Povo*, que existe há 80 anos, disputa espaço junto às classes A e B com o *Diário do Nordeste* e seu conteúdo se assemelha em muito ao dos jornais chamados “não-populares” do Rio e São Paulo, especialmente por reproduzir colunas compradas das agências *Globo* e *Estado*. Um dos orgulhos de seus dirigentes é ser o segundo jornal do país a ter *ombudsman*¹⁸.

¹⁷Dados em http://portalimprensa.uol.com.br/mapa/velhos/tabela_jornal_resultado.asp. Acesso 08 jun.2008.

¹⁸ *Ombudsman* é uma palavra sueca que significa representante dos cidadãos, na Imprensa designa o representante dos leitores na redação dos órgãos de comunicação.

Na região Sul, duas capitais têm veículos com nomes relacionados a povo. Porto Alegre tem o *Correio do Povo*, uma das publicações mais tradicionais do país, que enfrentou sérias dificuldades financeiras, mas sempre primou por ter seu noticiário e seu público-alvo enquadrados na classificação “não-popular”. Também a *Gazeta do Povo* de Curitiba, fundada em 1919, pode ter seu perfil enquadrado em definição similar. Nessa cidade, desde 1963, circula o *Diário Popular* de pequena tiragem, mas que não vê seu desempenho comprometido pelo nome. Na gaúcha de Pelotas, circula um jornal centenário (fundado em 1896) com o nome de *Diário Popular* e cuja história não mostra nenhum momento em que assumiu característica de “popular”.

A paulista Campinas, com cerca de um milhão de habitantes, registra fenômeno curioso: seus dois principais jornais são o *Correio Popular* e o *Diário do Povo*, atualmente, propriedade da mesma empresa. O ex-governador Orestes Quércia, que foi proprietário do *Diário Popular*, também foi dono do *Diário do Povo* e conta que, diversas vezes, ouviu dos responsáveis pelo departamento comercial que o jornal era rejeitado pela elite da cidade e por grandes anunciantes, devido à palavra “povo” no logotipo. Segundo ele, a resposta quando se indagava qual o jornal da elite era o *Correio Popular* (QUÉRCIA, 2006)

Vale lembrar que diversos autores ligam o conceito de “popular” ao produto que vende mais, e, em todo mundo, cristalizou-se o dogma de que jornal popular implica em grande tiragem. Porém no universo deste projeto (mídia impressa diária na capital paulistana), descartados os especializados em economia, temos três títulos “populares” (*Agora S.Paulo*, *Diário de S.Paulo* e *Jornal da Tarde*) contra dois “não-populares” (*O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo*), sendo que a circulação desses é o triplo dos “populares”, segundo os dados do IVC de 2005. Essa inversão de posições, que não ocorre em outras grandes capitais como Rio de Janeiro, Porto Alegre e Belo Horizonte, não parece se relacionar apenas à diminuição do poder aquisitivo da população, porém também à aproximação de conteúdos dos dois segmentos.

E a aproximação continua com o advento da chamada cibercultura. Hoje, os principais portais informativos da internet oferecem ampla cobertura dos assuntos ligados à vida de celebridades, incluindo as aventuras dos personagens da ficção, aos variados esportes e aos casos policiais, temas preponderantes no repertório do jornalismo popular.

Além disso, oferecem espaço expressivo a notícias curiosas que também se enquadram na definição de *faits divers*, da maneira como Barthes (2003) conceitua estas informações:

O fait divers é uma informação total, ou mais exatamente, imanente (grifo de Barthes), ele contém em si todo seu saber, não é preciso conhecer nada do mundo para consumir um fait divers, ele não remete a nada além dele próprio, evidentemente seu conteúdo não é estranho ao mundo: desastres, assassinios, raptos, agressões, acidentes, roubos, esquisitices, tudo isto remete ao homem, a sua história, a sua alienação, a seus fantasmas, a seus sonhos [...] ele constitui um ser imediato total, que não remete, pelo menos formalmente, a nada de implícito. (BARTHES, 2003, p. 58-59)

CAPÍTULO 2 O nascimento e o financiador esquecido

2.1 A escolha do nome e a “maquiagem” da primeira página 110 anos depois

A escolha do nome *Diário Popular*, que acabaria se transformando em motivo de sua morte, não é explicada em nenhum dos vários relatos sobre o nascimento do jornal encontrados em suas páginas. A despreocupação dos fundadores em abordar esse ponto mostra que o termo “popular”, no Brasil de então, não estava impregnado das

características conflituosas que veio agregando com o passar do tempo. Era auto-explicativo em seu significado etimológico estrito de “relacionado ao povo”.

Por outro lado, apesar de o país, no fim do século XIX, possuir uma divisão de classes marcadamente estabelecida, o conceito de povo depreendido dos textos dos jornais que circulavam na capital e dos discursos políticos reproduzidos em suas páginas, se conectava à definição dos dicionaristas de “conjunto de indivíduos que falam a mesma língua, têm costumes e hábitos idênticos, afinidade de interesses, uma história e tradições comuns”. A conotação restritiva de “o conjunto de pessoas pertencentes às classes menos favorecidas, plebe” (HOLANDA, 1986, p.1375), só se manifesta a partir da aceleração do processo de urbanização e industrialização no início do século XX, devida à intensificação da chegada de estrangeiros ao país e à migração da população rural para as cidades.

Nesse sentido, é ilustrativo registrar a preocupação dos jornais da época em evocar o povo como bloco único. Ao noticiar, em estilo festivo, o fim da escravidão, tanto *A Província de São Paulo*, que aderiu efetivamente à causa apenas às vésperas da Lei Áurea, quanto o *Diário Popular*, que tinha entre os envolvidos em sua fundação abolicionistas históricos, fizeram referência à vontade popular e mesmo o *Correio Paulistano*, contrário à abolição, saúda a mudança, referindo-se à unidade da população. Capelato (1988) reproduz trecho de *A Província* ressaltando a participação do povo e do *Correio* propondo o esquecimento das lutas e a unificação do corpo social:

Ignoram-se aqui as lágrimas, suor e sangue dos negros no cativeiro e suas lutas pela liberdade. O *Correio* propõe, em seu lugar, “lágrimas de benção e redenção”, o esquecimento, enfim. O conflito entre escravagistas e abolicionistas também desaparece na festa: “Não há vencidos nem vencedores, há brasileiros filhos da mesma terra. [...] Os dizeres de *A Província de S. Paulo* são significativos ‘O general que dirigiu a batalha e conquistou a vitória foi esse grande anônimo que se chama povo [...] Glória a pátria que se engrandece libertando os pacientes cooperadores de seu *progresso* (15/5/1888)’ (CAPELATO, 1988, p. 41, grifo do original)

O *Diário* também se preocupou em dar crédito ao povo: “No dia 14 de maio, o *Diário Popular* dá na primeira página íntegra da Lei Áurea, com comentários diversos e um parágrafo editorial bem interessante: ‘Bem raro, em nossa terra, o poder executivo é, como agora, mero executor de um decreto do povo’”(O PAÍS..., 1984).

A proximidade entre as três publicações na contextualização do povo como o todo social torna improvável a ilação feita em alguns textos comemorativos mais recentes encontrados nas páginas do *Diário Popular* de que a opção pelo título implicava em posicionamento político. Também não há como se aceitar que a escolha visava atingir um novo nicho do mercado. Essa conclusão indevida sobressaiu-se em 2004, quando, já com o nome *Diário de S. Paulo*, foi produzido um livro comemorativo dos 120 anos do jornal, com as primeiras páginas consideradas mais importantes pelos organizadores, em cuja apresentação, lê-se:

O Diário nasceu com o nome de Popular e isso não era apenas uma marca, mas o compromisso de uma publicação que não queria ‘perder de vista os interesses municipais’ como escreveu um dos fundadores Américo de Campos, na primeira página da edição de número 1, de 8 de novembro de 1884. ‘Podem ver aí o desejo de fazer popularidade ou meio de ter à mão assunto fácil’, acrescentou ele, sem receio, referindo-se a temas que outras publicações consideravam menores, inconvenientes ou até escandalosos. (LEITE ; NUNES, 2004)

A conclusão indevida de que o jornal iria dar espaço a assuntos desprezados pelos concorrentes se origina na falta de comparação com as edições dos outros dois jornais de destaques na cidade, na época e em uma operação de “maquiagem” da primeira página do jornal número 1, ordenada, em 1994, pela diretoria da empresa, comandada pelo superintendente Ricardo Saboya. Como o original da página estava em avançado estado de deterioração e com vários trechos perdidos, para conseguir melhor efeito estético em livro comemorativo dos 110 anos do *Diário Popular* (OLIVEIRA, S., 1994), distribuído como brinde a clientes de destaques, agências publicitárias e formadores de opinião, foi feita uma montagem de nova página. Com a operação de lesa-memória, desapareceram os trechos ainda legíveis do verdadeiro editorial de apresentação do jornal.

O texto citado, 10 anos depois, como base para a ilação de que a publicação seria “popular” em um dos sentidos do termo atualmente em debate, na verdade, saiu no número 2, que circulou em 10 de novembro de 1884. E o problema, que poderia ser definido apenas como um erro de data, é mais complexo, quando se descobre que o texto, assinado por A. Campos, teve vários parágrafos suprimidos o que prejudica a interpretação do que ele pretendia ao valorizar os “assuntos municipais”, especialmente o fundo político de sua

reflexão. Um dos trechos deste artigo revela sua crença na educação política da população para se atingir seu objetivo de estabelecer um regime republicano no país.

E nada melhor para, além do mais, para fazer *republicanismo* ensaiando *democracia pratica* no proprio¹⁹ estudo e coordenação do actual e desordenado viver municipal, imaginando no municipio um pequeno Estado estudando em escala minima e de mais accessivel comprehensão os vicios que temos, as virtudes que nos faltam ou sobram, aprendendo, assim, ao vivo, a ver como o governante é em summa a imagem e o producto do governado; como um pelo outro modificam-se, transformam-se e completam-se e por último como é profundamente verdade que os governados são cúmplices e os melhores responsáveis do governo que tem e mantem. (CAMPOS, 1884, grifos do original)

Batista (2000) reproduz o texto mutilado, após afirmar “Isso tudo aconteceu em outubro de 1884 e um mês depois começava a circular o *Diário Popular*. No editorial de estréia, o título já dizia tudo, ‘Uma promessa’” (BATISTA, 2000, p.52). A pesquisadora, por ver o texto como editorial de estréia²⁰ e sem ter acesso à sua versão completa, também deduziu que havia uma orientação diferenciada no novo jornal. Ela, inclusive, colocou a reprodução da página adulterada como anexo de sua dissertação. A descaracterização da página foi praticamente total. Apenas o logotipo, tendo ao lado a discriminação de preços e o endereço do jornal, o expediente e o comunicado pedindo a quem, recebendo o jornal e não desejando assiná-lo que o devolve são iguais aos da página verdadeira²¹. Não fazem parte da verdadeira página: as colunas “*Lettras e Artes*”, “*Um pouco de tudo*”, onde se vê informações sobre um Congresso de Medicina em Copenhague e orientações para “evitar as convulsões das creanças” e “Notícias”, miscelânea de informações que iam de um torneio de xadrez a um caso de loucura em Paris onde um comerciante assassinou o sócio.

Na página original, além do editorial assinado por A. de Campos e José Maria Lisboa, iniciado com a frase “São necessárias duas palavras para explicar nosso aparecimento á frente deste jornal”, estão legíveis a matéria sobre três exposições industriais que aconteceriam pelo mundo nos dois anos seguintes e a seção “*Cartas do Rio*”. O capítulo do folhetim “Os dois maridos de Martha” de Gabriel Ferry, com tradução

¹⁹ Com o objetivo ilustrativo de mostrar a evolução ortográfica verificada desde a fundação do *Diário Popular*, optou-se pela transcrição fiel dos textos dos jornais pesquisados usados em citações.

²⁰ Além de o texto não constar da primeira edição, não pode ser considerado como editorial, pois teve apenas a assinatura de Américo de Campos. Já a apresentação feita na primeira página correta é assinada por Campos e José Maria Lisboa se aproximando do conceito de editorial que é a opinião do veículo e de seus donos.

²¹ Ver anexos A1 e A2.

de Horácio de Carvalho, que está na página montada, em vez de ser o início da trama é a parte que saiu na edição de número 3. Felizmente, a perda não foi total, graças ao cuidado do responsável pelo arquivo do jornal, na época da montagem, Manuel Pereira do Valle Jr, que se preocupou em conservar num cofre do departamento as duas versões. Ele afirma que a página original se encontra em microfilme no acervo da *Biblioteca Nacional*, no Rio de Janeiro, porém a instituição fornece a quem solicita o número 1 do jornal, a página montada. A leitura do editorial de apresentação dos fundadores também é possível consultando-se a página 2 da edição de 11 de novembro de 1.884 do *Correio Paulistano* que saudou o surgimento do novo jornal e reproduziu as palavras de Campos e Lisboa. Esse exemplar encontra-se em microfilme na hemeroteca do *Arquivo Público do Estado de São Paulo*. Ironicamente, o livro onde se reproduziu a montagem que induziu a seguidos erros tem como introdução uma crônica de Lourenço Diaféria, então colunista do jornal, onde se registra no primeiro parágrafo;

Mais que rosto, a Primeira Página de um jornal reflete sua personalidade. E com frequência, suas intenções. Vale isto para os jornais que nascem por instinto e para os que nascem por vocação. [...] A Primeira Página é o editorial da vida. Nesse espaço, onde o leitor é o primeiro donatário, o argumento mais válido e irrefutável são os fatos. Os fatos grandes e pequenos de todos os dias. No caso de alguns raros jornais, os fatos que marcam mais de um século. Um poeta diria, como disse, que a Primeira Página do jornal se funde e se confunde com os sustos do cotidiano. O resto do jornal, às vezes, é mera seqüela (DIAFÉRIA, 1994).

2.2 Um novo ator em um cenário onde jornal significa instrumento político

As biografias dos envolvidos no lançamento do *Diário Popular*, Américo de Campos e José Maria Lisboa, considerados historicamente como fundadores do jornal²², Antonio Bento de Souza e Castro, incentivador e responsável pela viabilização da empreitada, e Aristides Lobo, o mentor político, indicam que o projeto foi um amálgama de interesses comerciais, pessoais e ideológicos. Entre os motivos pessoais, se destacavam a necessidade de suprir a própria subsistência, especialmente no caso de Lisboa, e provar a capacidade profissional. O editorial publicado na primeira página do número 1, mostrava que continuar no ramo era a melhor maneira de perseguir este objetivo: “experimentados

²² Além dele e de Américo de Campos, Lisboa cita, em 10 de junho de 1895, Hipólito Junior como sócio.

nestes labores, tendo-lhes já um certo amor, e ao mesmo tempo, diga-se com franqueza pouco preparados para abraçar nova vida;-que fazer?”.

Sobre a saída dos dois de *A Província de São Paulo*, o jornal que tinham ajudado a fundar em 1875, existem versões controversas a respeito das circunstâncias em que ela ocorreu. Sodré (1999, p. 228) assinala que: “Em 1884, *A Província de São Paulo* assumia posição francamente republicana. Nesse ano, José Maria Lisboa abandonava a gerência do jornal para fundar com Américo de Campos, o *Diário Popular*”. Duarte (1972, p.20) registra: “o único jornal realmente de importância surgido na época foi o *Diário Popular*, cuja fundação se deve ao fato de Alberto Sales haver despedido de *A Província de São Paulo*, Américo de Campos e José Maria Lisboa”. Batista (2000, p. 52) ressalta “Mas em 1884 a chefia de *A Província* foi mudada. Um novo sócio apareceu. Alberto Salles, que dispensou os serviços de Américo de Campos, Horácio de Carvalho e outros. Lisboa não chegou a ser demitido, mas saiu por estar insatisfeito com os novos rumos tomados”.

A versão da saída voluntária, inclusive consta da cronologia histórica do *Grupo Estado*, disponível em seu portal da internet, onde registra-se: “1884- Alberto Salles, irmão de Manuel Campos Salles, entra na sociedade injetando capital, tornando-se diretor-gerente. Américo de Campos e José Maria Lisboa saem contrariados com a campanha antilusitana empreendida pelo novo sócio e fundam o *Diário Popular*” (CRONOLOGIA, [199-?). Porém no editorial do primeiro número, citado acima, assinado pelos dois sócios, encontra-se claramente “Postos inesperadamente á margem pela nova empresa da *A Província*, como é sabido, pôde-se dizer que ressurgimos de um mergulho”(CAMPOS ; LISBOA, 1884 p.1)

Lisboa ainda, no dia 10 de junho de 1895, em texto de primeira página no qual lembra estar completando 39 anos de sua chegada a São Paulo, faz um resumo de sua trajetória na cidade e deixa claro ter sido demitido: Escreveu ele: “A 9 de outubro de 1884, tendo entrado como sócio para a *Província de São Paulo* o dr Alberto Salles, nesse mesmo dia, esse senhor dispensou os serviços do dr Américo de Campos, Horácio de Carvalho e os meus” (ASSUMPTOS..., 1895) No aniversário de 11 anos do jornal, um

artigo, sem título e ilustrado pelas fotos de Lobo, Lisboa e Campos, assinado por Furtado Filho, que se transformara em responsável pela publicação diante de problemas de saúde de Lisboa (então único proprietário do veículo), reforça ter sido a dispensa uma surpresa e expõe a mágoa dos atingidos:

Um desgosto grande, sem duvida causou um facto desta ordem. [...].Compreende-se facilmente o que vai de magoa num espírito, quando um homem se sente exausto e se vê inopinadamente sujeito a recommençar a vida porque um superior passa a esponja num passado de serviços e sacrificios, no prurido de reformar, apertando os cordões da bolsa. (FILHO, 1895).

Aliado ao interesse pessoal da dupla de provar a capacidade de iniciar uma nova empresa, havia a perspectiva de se aproveitar comercialmente da simpatia que Lisboa desfrutava entre os portugueses, que se sentiriam ofendidos com o preconceito do novo diretor da Província. Na saudação ao novo jornal, o *Correio Paulistano* se refere a esta ligação entre o ex-gerente da *Província* e seus conterrâneos:

Mas o Diário vae ter, tambem, no sr. José Maria Lisboa um valioso factor de bom êxito. Gozando de bem conquistada reputação de honestidade, dotado de inexcédível actividade, profundamente conhecedor da organização dos jornaes nacionaes e de todas as questões administrativas, technicas e economicas relativas a publicidade, o sr José Maria Lisboa tem direito de esperar do publico e sobretudo do commercio a animação que lhe desejamos. Entre os commerciantes desta cidade são numerosos os amigos do laborioso ex-administrador da Província de S. Paulo, cumprindo destacarmos principalmente, os commerciantes portugueses á cujos interesses o sr José Maria Lisboa tem consagrado longa e inteligente dedicação” (DIÁRIO..., 1884).

Assim, o fator pessoal do orgulho profissional ferido e a possibilidade de atrair leitores e, especialmente, anunciantes ligados à colônia portuguesa se uniram à motivação política. Dos quatro envolvidos na empreitada, Lisboa era o que tinha a mais discreta atuação na vida partidária, apesar de defensor dos ideais republicanos e abolicionistas. Aristides Lobo, que seria o correspondente no Rio, estava envolvido desde 1870, em campanhas pela Proclamação da República e Campos, além de militante dessa causa e importante participante da fundação do Partido Republicano em São Paulo, também tinha se empenhado na luta abolicionista. Antonio Bento, por sua vez, era defensor apaixonado e radical do fim da escravidão e já se mostrava convencido de que seria impossível atingir esse objetivo, lutando apenas através das páginas de jornais e discursos políticos.

Utilizando-se parâmetros conceituais da atualidade, é certo afirmar que estar ligado à defesa da Abolição significava ser mais “popular”, na medida em que o movimento, mesmo contando com o apoio de alguns membros da aristocracia, era liderado por intelectuais (poetas, jornalistas, etc) e profissionais liberais e comerciantes. Já a luta pela República, apesar de agregar o amplo apoio dos intelectuais (a grande maioria deles era adepta das duas reivindicações), era financiada por pessoas destacadas da elite do final do século XIX. Além disso, é importante ressaltar que as duas causas, apesar de se confluírem nos últimos anos do Império, não conviveram harmonicamente nas suas origens. Os jornais de expressão que defendiam a república, mesmo contando com abolicionistas notórios entre os colaboradores, hesitavam em colocar o fim da escravidão como destaque em suas páginas, pois não podiam afastar os fazendeiros a quem procuravam atrair para a luta contra a monarquia e que viam na libertação dos escravos uma forte ameaça para seus negócios.

Essa condicionante levou a que *A Província de São Paulo* só tenha ampliado seu espaço para o tema quando era irreversível a libertação e após o Partido Republicano se posicionar favoravelmente à medida. Sobre esse tema, Costa (1982) assinala:

Durante o ano de 1887, o Partido Republicano paulista, que receoso de perder o apoio dos fazendeiros evitara se definir em relação à questão da emancipação dos escravos alegando sempre que era uma questão de responsabilidade dos partidos monarquistas mudou de tática. Decidiu-se a apoiar, publicamente, um projeto-de-lei libertando os escravos em 14 de julho de 1889, ocasião do centenário da Tomada de Bastilha, símbolo da Revolução Francesa (COSTA, 1982, p. 91).

Dilema semelhante marcou os primeiros dias de vida do *Diário Popular*, tendo esse choque de interesses sido determinante para que fosse empregado tom bem menos contundente na defesa da Abolição se comparado com a firmeza das críticas à Monarquia. Apesar da falta de registro claro de que essa posição política foi necessária para a viabilidade econômica do jornal, é fácil encontrar-se indícios de que não lhe convinha ser claramente vinculado ao abolicionismo. Percebe-se isto pelo distanciamento de suas páginas do polêmico Antonio Bento, que, além de não ser citado nas primeiras edições, não assina nenhuma colaboração no jornal. O número 2 do *Diário Popular* traz um artigo de primeira página, cuja assinatura B (iniciais eram muito usadas na época como crédito a textos) pode ser considerada uma pista de autoria, porém se o tom incisivo do conteúdo permite a ligação, a qualidade da redação indicaria que, no mínimo, ele foi revisado por

alguém mais hábil com o manejo das palavras e da gramática. A esse respeito, Duarte (1972) observa: “Conheciam-se os artigos de Antonio Bento não apenas por esse característico de vigor, mas também pela má redação e falta de gramática com o que pouco se importava o seu autor” (DUARTE, 1972, p.21).

O indicador mais claro da vinculação do jornal com a questão abolicionista se revela na ausência em suas páginas de anúncios sobre escravos fugidos, que eram normais em *A Província* e no *Correio*. Por outro lado, reforça a constatação de que não era conveniente a um jornal que desejasse angariar leitores e anunciantes ter sua linha editorial estigmatizada como abolicionista, a forma encontrada pela *Província* para a se referir à fundação do novo jornal. Inserida na rubrica “*Chronica Local*”, na primeira página da publicação, em 8 de novembro de 1884, aparece a informação: “Os abolicionistas da capital, precedidos da banda de musica da N.S. dos Remédios, foram cumprimentar o dr Bittencourt Sampaio Filho, que hontem recebeu o gráu de bacharel em sciencias jurídicas e sociaes. Ao passarem pelo escriptorio do Diario Popular, levantaram entusiasticos vivas á imprensa abolicionista e ao dr Américo de Campos, redactor daquella folha” (CHRONICA...,1884)

A nota é inusitada por ter saído em um jornal matutino no dia em que circularia à tarde o primeiro número do novo jornal e por procurar adiantar ou denunciar a posição ideológica do *Diário Popular*. Posição esta que não é claramente definida no editorial de apresentação, assinado por Campos e Lisboa, cujos nomes aparecem na primeira edição sob o logotipo e com as funções de redator chefe e gerente, respectivamente. A preocupação dos dois, além de explicar o aparecimento do jornal é de ressaltar a desvinculação com grupos políticos ou econômicos, como se depreende do trecho:

Eis-nos, pois de novo na imprensa: não na imprensa fundada á custa de muitos, assente em fortes capitaes e cercada de abastados protectores...Só precisamos do favor publico, e tudo faremos para o merecer. Não temos programma; nada valem compromissos que podem falhar e ao demais são bem conhecidas as ideas dos fundadores do Diario Popular e não há exagero em dizer que suas individualidades valem bem um programma (CAMPOS ; LISBOA, 1884 p.1).

A referência a “imprensa fundada a custas de muitos” evidentemente lembra o fato de *A Província de São Paulo* ter sido lançada graças à união de um grupo de republicanos ricos que formaram uma sociedade comanditária e reuniram 50 contos de réis para viabilizá-la. A característica de possuir “abastados protetores” se applicava facilmente ao

Correio Paulistano, que, como porta-voz dos grandes fazendeiros, entre eles Antonio Prado, era um órgão ligado ao Partido Conservador.

As edições de 8 de novembro de 1884 dos dois jornais que se destacavam na época, mostram claramente sua orientação partidária. O *Correio*, no lado direito de sua primeira página, como fez nos dias anteriores e continuaria fazendo nos seguintes, trazia a relação dos candidatos conservadores para a eleição a ser realizada em 1º de dezembro, que escolheria os nove representantes da província no Congresso. A lista começava pelo pretendente a representante do 1º distrito, Antonio da Silva Prado, definido como fazendeiro, residente na capital. O candidato do 3º distrito era o advogado de Taubaté Francisco de Paula Rodrigues Alves, que viria a ser presidente com a República. A informação frisava, que os candidatos conservadores eram:

[...] adversos, ao projecto do Governo reformando tão profundamente a lei de 28 de setembro de 1871²³, cujo systema parecia geralmente aceito...filiados a um partido, cujas idéas, tendencias e tradições para a resolução dos problemas políticos e sociaes não podem prescindir da collaboração do direito e do tempo, os candidatos da UNIÃO CONSERVADORA –absolutamente adversos ao projecto do governo- sel-o-ão igualmente a quaesquer reformas, que attendem contra a propriedade ou envolvam elementos desorganizadores do trabalho agrícola (ELEIÇÃO..., 1884)

A relação de candidatos do Partido Republicano foi publicada em A Província sendo que Francisco Rangel Pestana seu redator surge como concorrente em dois distritos o 1º e o 3º. O partido não indicou pretendente ao 2º Distrito e o entre os nomes propostos havia dois futuros presidentes: Manoel Ferraz de Campos Sales e Prudente José de Moraes Barros. Além de Campos Sales e Rangel, mais dois candidatos - Francisco Glicério e Martinho Prado Junior - estavam na relação dos que participaram da fundação do jornal, sendo que a comissão permanente do partido contava com mais dois daqueles nomes José Alves de Cerqueira César, sogro de Julio Mesquita, e Rafael Paes de Barros (BOLETIM...,1884). A presença de tantos personagens ligados ao jornal no comando da legenda evidencia a característica de instrumento político que o veículo tinha, enquanto a

²³ O projeto referido é a Lei do Ventre Livre, que tornara livres os filhos de escravas nascidos a partir daquela data. Porém, segundo Emilia Viotti da Costa, a lei dava ao proprietário do escravo a opção de entregar a criança quando ela atingisse 8 anos ao Estado sendo indenizado em 600\$000 ou continuar com a criança até os 21 anos, período em que ela ficava obrigada a prestar serviços gratuitos em retribuição a seu sustento. (COSTA, 1982, p.47)

opção conservadora do *Correio* deixa nítido o ambiente de polarização que dominava a imprensa paulistana na época da fundação do *Diário Popular*.

Porém, se o antagonismo partidário era claro, no plano ideológico o país vivia em um cenário indefinido, como se via na mesma página de *A Província* que trazia a relação de candidatos republicanos. Ela destacava artigo de Rangel Pestana, com críticas às inconstâncias e incoerências do quadro partidário. No texto, o jornalista e político que, ao lado de Américo de Campos, comandou a primeira fase da *Província*, condena vigorosamente a posição de um influente líder do Partido Liberal (Ambrosio Machado, de Pernambuco), que se alinhava com a facção da legenda classificada como “democrata”. Esta subdivisão dos liberais se opunha à que era chamada de “aristocrata”, mais conservadora e representante de oligarquias, porém Machado, diante da indicação consensual das duas alas da candidatura de Joaquim Nabuco, havia se posicionado contra o nome do destacado abolicionista, por ser ele defensor da aceleração do processo de libertação dos escravos. A incoerência indignava Rangel que concluía:

Os Ambrosios políticos abundam em todos os partidos; é raro haver quem não se apregoe democrata no Brasil. Não se dão ao trabalho de saber o que o termo exprime em sociologia. São democratas conservadores, liberaes, republicanos, ultramontanos e escravocratas! Podem mesmo ser tudo dependendo da ocasião... E por isso também que não há opiniões definidas e tudo vai em plena anarchia moral (DEMOCRACIA..., 1884)

Esse quadro explica a postura dos fundadores do *Diário Popular* de ressaltar que o jornal não tinha programa e que suas individualidades valiam por um. A afirmação não continha exagero. Os dois lembravam sua experiência na Imprensa da capital; “um como typographo, administrador, etc, durante 34 annos, o outro dedicando-se ao jornalismo ha cerca de 20” (CAMPOS ; LISBOA, 1884, p.1), para concluir que tinham suas idéias já bem conhecidas. Lisboa chegara de Portugal em 10 de junho de 1856 tendo entrado, sete dias depois, para o *Correio Paulistano*. Participou da fundação da *Gazeta de Campinas* e de *A Província de São Paulo*, desempenhando em ambas as empresas o cargo de gerente, sem participação acionária.

Campos entrara para a vida jornalística em 1864, ao lado do irmão Bernardino, colaborando com o *Diabo Coxo*, fundado por Ângelo Agostini (precursor da ilustração no jornalismo), em parceria com Sizenando Nabuco e Luis Gama. Tratava-se de uma

publicação de caráter abolicionista, assim como o *Cabrião*, que Américo lançaria em 1866, junto com Agostini e Antonio Manoel dos Reis. Essa publicação dominical e humorística, além de abolicionista e republicana, se caracterizava por ser anti-clerical tendo se envolvido em polêmicas com o *Diário de S. Paulo* da época que chegou a processá-la pela veiculação de uma ilustração referente ao dia dos mortos, considerada ofensiva à Igreja.

Os dois veículos lançados por Campos, antes de se dedicar exclusivamente ao seu trabalho no *Correio Paulistano*, onde estava desde 1865, eram simpáticos ao Partido Liberal²⁴, na época, de oposição. Como diretor do *Correio*, Campos em 1869 foi fundamental para colocar o jornal ao lado dos liberais. Alguns anos depois, ele abriu as páginas do jornal aos republicanos, porém teve de recuar quando a publicação passou a ser controlada financeiramente por membros do Partido Liberal, que era monarquista.

Esse movimento ideológico do *Correio*, que passou a ser praticamente o órgão oficial do partido, levou Campos a ser um dos financiadores da empresa que lançaria *A Província* para lutar pela república. Inclusive, por investir uma cota maior do que a dos demais participantes da sociedade foi escolhido, junto com Rangel Pestana, para dirigir o jornal do qual, após várias mudanças no controle da empresa, seria demitido nove anos depois. Ter Campos como responsável pela linha editorial era um sinal claro de que o *Diário Popular* tinha posição claramente favorável à República. Já transformado em conservador, *Correio Paulistano*²⁵ ressalta isso na saudação que faz ao novo jornal:

Já não estão por se contarem tão numerosas são ellas, as diferenças de opiniões políticas e sóciaes que nos separam do provecto redactor do Diario Popular, o sr dr Américo de Campos...Saudando a nova folha, reproduzimos fielmente o geral sentimento do publico da capital e da província ambos habituados a contar o dr Américo de Campos como jornalista notável por mais de um título..."(DIARIO..., 1884)

²⁴ ALVES (1986, p.48) observa a respeito dos partidos existentes antes da República: "Os partidos políticos –Conservador e Liberal– também se mostravam de certa forma manietados, pois o imperador, muito inteligentemente, os alternava no poder, isto é, formava o gabinete com elementos conservadores uma vez e na seguinte com liberais, a não ser que um dos partidos se rebelasse e caísse em seu desagrado" Ele ressalta ainda como a situação gerou incoerências. "É o caso da escravidão negra tão combatida pelos liberais sendo abolida pelo gabinete conservador de João Alfredo, ao passo que a República, combatida pelos liberais, foi proclamada quando eles se encontravam no poder (gabinete do conde de Ouro Preto) (ALVES, 1986, p.49)

²⁵O *Correio Paulistano* teve como principal característica a alta volatilidade de posicionamento político devido a seguidas mudanças de proprietário e acordos por eles mantidos. Alternou-se entre os liberais e os conservadores antes da proclamação da republicana, para depois, transformar-se em órgão do Partido Republicano Paulista- PRP, que tanto havia combatido.

2.2.1 Antonio Bento, o abolicionista que foi além das palavras

A história do *Diário Popular* tem sido escrita a partir de Lisboa e Campos, reservando-se a Aristides Lobo o mérito de transformar o jornal em símbolo da luta republicana. Ao homem que viabilizou financeiramente o projeto restaram rápidas citações e algum mistério sobre sua participação na vida do jornal. Esse ator praticamente esquecido é Antonio Bento de Souza e Castro, cunhado de Lisboa. Católico fervoroso, enquanto os outros três envolvidos eram membros atuantes da Maçonaria, e filiado ao Partido Conservador, que não queria a República, ele doou as oficinas de uma publicação que havia fundado um ano antes (*O Jornal do Comércio*), conforme conta Lisboa, lembrando a demissão da *Província* ocorrida em 8 de outubro de 1884:

A 10 do mesmo mez, o dr Antonio Bento, meu cunhado, procurou-me, offerecendo-me a transferência do Jornal do Commercio e respectivas officinas, tudo de sua propriedade. Depois de certa reluctancia, acceitei a offerta e a 25 do mesmo tornava-me proprietário daquela folha e seu effetivo material. Entendendo que devia associar Américo de Campos á minha sorte, isto lhe propuz e ele acceitou e a 8 de novembro, isto é, antes de um mez, o Diario Popular fazia sua apparição, dando occupação aos dispensados (ASSUMPTOS..., 1895)

A expressão “transferir”, pelo que se nota, em textos da época, tanto poderia significar “vender” como “doar”, porém no caso é possível inferir que se trata do segundo sentido. Corresponde a evidências disso, em primeiro lugar, outra expressão do texto, qual seja, “acceitei a offerta”, (na época, se fosse uma venda a palavra usada seria proposta, pois o termo “oferta” era empregado no sentido de “dar sem receber algo em troca”) e da personalidade inquieta de Antonio Bento, que, segundo relatos de amigos, confessara várias vezes ter desistido de usar as palavras como instrumento de luta pela libertação dos escravos. Em segundo lugar, não se depreende da biografia de Lisboa nenhum elemento que permita acreditar que tinha ele condições financeiras de adquirir os equipamentos necessários à fundação de um jornal, especialmente com oficina própria.

Desde sua chegada ao Brasil, vindo de Portugal, sempre fora assalariado. Publicou um jornal literário *A Esperança* que teve 17 números, saindo o primeiro em 1º de junho de 1862 e o último em 26 de novembro do mesmo ano. Trabalhou um longo período no *Correio Paulistano* (assim como Américo de Campos), onde, como descreveu no texto

citado, fez de tudo na parte administrativa e de arrecadação de anúncios chegando a escrever textos quando estes faltavam para fechar a edição. Essa produção foi reunida em janeiro de 1866 em uma publicação que ele, com humildade, assim definiu:

Um livrinho de 162 páginas, collecção de diversas variedades publicadas no Correio, sob vários pseudonymos e que intitulei Cousas e lousas por nada exprimir o titulo que ia abrigar meus modestos rabiscos, escriptos, quasi sempre, em falta de outros originaes (ASSUMPTOS..., 1895)

Em artigo publicado em 18 de março de 1938, quando se comemorou o centenário de nascimento de Lisboa, Assis Cintra revelou outro fato que confirma sua falta de recursos para o empreendimento:

Trabalhador incansável, orientado por um providencial espírito de economia, José Maria Lisboa conseguiu após vários annos, um pecúlio de trinta contos de réis. Era essa toda a sua fortuna. Collocou-a no Banco Mauá, a espera de trasformal-a em uma empreza que lhe desse lucros. Uma tarde quando ia pra casa recebeu de um amigo a notícia do fechamento do banco. Fallira o Visconde de Mauá. Não havia fundos para o pagamento dos depositantes do Banco (CINTRA, 1938).

Além dessas evidências, há ainda o depoimento de um sobrinho-neto de Antonio Bento, que, apesar de ter nascido 26 anos após a morte desse herói abolicionista quase esquecido, tem na memória diversas histórias ouvidas a respeito. Trata-se de Antonio Quirino Souza e Castro, hoje com 83 anos, neto de Antonio Quirino Souza e Castro²⁶, irmão mais velho de Antonio Bento. Também jornalista, tendo iniciado carreira no *Diário Popular* em 1941, aos 17 anos, Antonio Quirino conviveu com o primo em segundo grau José Maria Lisboa Jr, então com 70 anos, e com outros herdeiros do fundador. Ele conta que muitas vezes ouviu parentes criticarem o comportamento de Bento, especialmente por ter ele gasto grande parte das posses da família na luta contra a escravidão. A revolta era maior, segundo, ele, entre os descendentes de Clementino Souza e Castro, outro irmão de Bento e que deu nome à Vila Clementino na Zona Sul da capital paulistana. Desses, Quirino conta ter ouvido muitas vezes lamentações sobre o fato do tio idealista e filantropo ter “dado um jornal ao cunhado” (CASTRO, A., 2007).

---

²⁶ O jornalista autor do depoimento foi registrado sem a expressão “neto” normal em pessoas que têm o mesmo nome em homenagem ao avô.

A explicação para o afastamento de Antonio Bento do *Diário Popular* desde seu início está na rejeição que seus métodos radicais de luta sofria da sociedade da época. Uma boa noção de seu estilo se encontra nas edições dos jornais de 9 de dezembro de 1898, no dia seguinte à sua morte. Apesar de reconhecer que a atuação radical de Bento e seus “Caifazes”²⁷, foi fundamental para apressar a abolição, *O Estado de S. Paulo*²⁸ faz um necrológio com algumas referências depreciativas, lembrando fracassos em tentativas de eleger-se a cargos públicos e enfatizando:

Não era um brasileiro ilustre [...] formou-se na em nossa Faculdade de Direito [...]dedicou-se por vezes ao jornalismo...mas nem na Faculdade, nem na magistratura, nem no jornalismo conseguiu salientar-se. Não revelou jamais dotes superiores de intelligencia e seu espírito era notavelmente inculto. A ouvil-o fallar (fallava como um homem rude do sertão) ou a lêr o que elle publicava em seus ephemeros jornaes de combate (era deploravelmente incorrecto e quasi sempre nunca subia alem da aggressão verbal ao adversário) ninguem diria que era elle um homem que havia sentado cinco anos nos bancos de um estabelecimento de ensino superior (ANTONIO...,1898)

Após esse parágrafo, que poderia ser classificado como deselegante, o jornal ressaltava; “E entretanto seu nome fez-se celebre e glorioso em todo Pais e justamente celebre e justamente glorioso”(ANTONIO...,1898). O texto todo é marcado pela dicotomia entre os elogios à atuação política e as depreciações a seu modo de vida. Um dado interessante é que o texto se não foi escrito por Julio Mesquita companheiro de Antonio Bento nas idéias abolicionistas e que era o redator do jornal à época, muito provavelmente, foi por ele lido antes da publicação. O nome de Mesquita ainda não constava nas páginas do jornal que informava ser propriedade de J. Filinto e Comp, sendo gerente José Filinto da Silva. Na cronologia histórica do jornal, disponível no portal *Estadão*, informa-se que o pai de Júlio, Francisco Mesquita, entrara como sócio da empresa em 1897 e que este se transformou em único proprietário da publicação em 1902.

---

²⁷ Caifazes era como se chamavam os membros de um grupo organizado por Antonio Bento que, além da defesa da abolição através de panfletos, discursos e atos públicos, agia, secretamente estimulando as fugas de escravos das fazendas paulistas. Historiadores como COSTA (1982) e Quintão (2002) ressaltam que a desorganização do sistema de produção agrícola provocada por essas fugas foi fundamental para a aceleração da abolição. A denominação faz associação com uma passagem bíblica na qual Caifaz entrega Jesus a Pilatos, depois de afirmar; “Vós nada sabeis, não compreendeis que convém que um homem morra pelo povo para que o povo todo não pereça”. (QUINTÃO, 2002, P.79)

²⁸ Com a Proclamação da República, *A Província de São Paulo*, mudou seu nome para *O Estado de S. Paulo*.

A morte de Antonio Bento foi noticiada também pelo *Correio Paulistano*, que ao contrário do *Estado* não se preocupou em destacar pontos negativos de sua biografia. Na verdade, foi além, ao reconhecer que sua posição radical era a única saída para apressar a abolição e ao ressaltar sua coragem e a maneira como encarou ou adversários:

Objecto de todos os odios que desperta sempre o interesse offendido, o dr Antonio Bento affrontou todos os perigos, consagrando se com inexcusável denodo e inexcusável lealmente á preocupação absorvente do ideal político-social, que tinha, tão perto de si e tão intenso a contaminar-o o sentimento da humanidade e protecção aos mais fracos (DR ANTONIO...,1898).

O texto do *Diário Popular* sobre a morte de Antonio Bento foi caracterizado em todos os parágrafos pela mágoa contra quem ainda criticava o abolicionista radical. Além de contar episódios marcantes da vida do falecido, como sua decisão de recusar-se a agradecer aos professores na formatura do curso de Direito, o que lhe valeu a suspensão do diploma e a cassação do cargo de promotor, o necrológio pedia compreensão por seu estilo e justificava seu radicalismo: “seria um violento, mas foi um útil, o que elle não teria sido se usasse a brandura da acção, que só dá victoria ao convencionalismo da facção, que não utiliza ao geral” (DR ANTONIO BENTO...,1898). Enquanto *Estado* e *Correio* não fizeram menção aos caifazes, o *Diário* repetiu texto publicado dois anos antes, assinado por Hipólito da Silva, que fora membro da associação secreta, contando detalhes das ações do grupo, no sentido de libertar escravos e enviá-los ao Quilombo do Jabaquara, onde, segundo pesquisadores, chegou-se a reunir 10 mil fugidos. Hipólito ressaltava a característica supra-partidária do grupo, lembrando que Bento era conservador, ele republicado e Fernandes Coelho liberal, mas os três escreviam em a *Redenção*, jornal fundado por Bento, defendendo a abolição. Sobre o grupo dizia:

Trabalhavam todos secretamente, com esse fim: subtrahir escravizados ao senhor...O cocheiro da praça, o carregador, o caixeiro, o negociante, o acadêmico, o jornalista, o advogado, o médico, todos, todos, que não tinham escravos queriam fazer jus ao titulo de caiphaz, subtrahindo um escravo: ao irmão, ao pae, a sogra, a quem quer fosse, contanto que o dono perdesse a cabeça a procural-o sem saber como se deu a fuga e indo queixar-se a polícia para pedir providencia. A polícia, indignada, fazia cercar a casa de Antonio Bento, que cautelosamente já os havia feito fugir...Choviam as cartas anonymas, as ameaças, as tentativas de agressão, os caiphazes dedicados, temendo as arremetidas cobardes do escravismo, não mais abandonavam o chefe (DR ANTONIO BENTO..., 1898).

A descrição da revolta dos donos de escravos contra Antonio Bento explica seu afastamento do *Diário Popular* e a necessidade que ele teve de lançar uma nova publicação que não precisava se preocupar em colher anúncios ou defender outra causa que não fosse o fim da escravidão. Este jornal foi a *Redenção*, que circulou em 1887 e 1888 e que, nas palavras de Hipólito Silva no artigo citado, todos liam, uns por curiosidade, outros por medo, já que suas páginas eram repletas de denúncias sobre violência praticada contra escravos Duarte (1972) ressalta: “Fundada a “Redenção” por Antonio Bento não podia deixar de ser redigida como realmente era, com linguagem violenta e inteligente contra os escravagistas.” (DUARTE, 1972, p. 21).

O perfil de Bento, por mais que fosse decisiva a doação das oficinas e instalações do *Jornal do Commercio*, não permitiria que o *Diário Popular* sobrevivesse tendo-o como sócio. Nesse sentido, o necrológio que o homenageia assumia um caráter de reparação, apesar de não repetir a revelação da doação como José Maria Lisboa fizera antes. Aliás, na linha da conciliação há uma notícia publicada em 29 de novembro de 1888, quando, com o pretexto de comemorar os 20 anos de sua recusa em agradecer aos professores, durante a formatura, Antonio Bento, “revolucionário de então quiz tornar-se o anjo da paz de hoje congrassando diversos cavalheiros, intrigados entre si, entre os quaes avultam o da imprensa” (VINTE...,1888). Entre os convidados que o abolicionista histórico desejava harmonizar estavam José Maria Lisboa e Julio Mesquita, já redator de *A Província*.

Outro ponto que impedia a participação de Bento no jornal era a presença de Américo de Campos como redator-chefe e sócio, pois, esse, por mais que tivesse se destacado como defensor da abolição da escravidão, colocava a luta pela Proclamação da República como prioridade. Nota-se isso, claramente, na edição de 13 de maio de 1889, quando se comemorava o primeiro aniversário da Abolição da Escravidão, com a notícia de que libertos realizavam uma manifestação pelas ruas que confluíam para a residência de Antonio Bento sendo colocada sem destaque na página 2, enquanto na primeira página, entre vários artigos, sobressaía-se um de Campos homenageando e apontando como fundamentais para a conquista Ferreira Menezes e Luiz Gama, que foi antecessor de Bento na liderança campanha abolicionista mais radical. Registre-se que o líder dos caifazes lembrou a data editando um número especial de *A Redenção*.

Assim, o *Diário Popular*, inspirado em uma causa popular e com interesses comerciais definidos pela necessidade de gerar recursos para se manter a empresa e um de seus sócios, começa sua vida como um instrumento político, como eram seus concorrentes, mas centrado no fim da Monarquia e procurando disputar o mesmo público dos concorrentes, notadamente da republicana *A Província*. A configuração social de São Paulo quando o *Diário Popular* foi fundado, com pequenas concentrações urbanas espalhadas pelo interior da então província, e a grande maioria da população analfabeta, além de atrapalhar o próprio desenvolvimento da Imprensa, não permite imaginar o nascimento de um jornal destinado a um público diferente e de menor poder aquisitivo do que o que consumia as publicações existentes.

Nenhum veículo que investisse nessa possibilidade, sem ter o respaldo financeiro de algum grupo político forte, poderia ambicionar ter vida longa. É importante lembrar que a época foi caracterizada pelo surgimento de muitas publicações de existência efêmera e de conteúdo marcadamente político. A inviabilidade desses veículos é outro indicador da limitação da fatia do público que podia adquirir jornais. Para ampliar este espaço seria necessário ter preço menor, conforme se verifica na análise da evolução da imprensa européia e em alguns exemplos do Rio de Janeiro de então, com destaque para o *Diário do Rio de Janeiro*, que entrou para a história como o “*Diário do Vintém*” pelo preço reduzido.

O *Diário Popular* não se diferenciou dos seus principais concorrentes pelo preço. Assim como *A Província de São Paulo* e o *Correio Paulistano*, em 8 de novembro de 1884 custava 60 réis o exemplar

ANNO X

Assinaturas para a capital

Anno : 140000
Semestre : 70000

Todos os pagamentos adiantados

Numero avulso do dia—60 réis ; atrasado 200 réis

Typographia e escriptorio—Rua da Imperatriz, 53

PROPRIEDADE DE ALBERTO SALLES & C.

PELO TREM

A 5 do corrente expediram de Washington um telegramma dizendo que

Consultaram em lingua fr
\$63, hespanhola 48, ingleza 43,
na 32, latina 48, portugueza 30

Receberam o grau em scienc
eidiacs a sociadcs.

avulso²⁹. Nas assinaturas, havia uma diferenciação, enquanto *Correio e Província* cobravam, pela anual, 14\$000 (quatorze mil réis), o *Diário* cobrava 12\$000, mas não circulava aos domingos, como os outros. Sobre o preço como referencial na caracterização do jornal, Proença (1992) assinala “O barateamento no preço do exemplar tem um papel tão importante no desenvolvimento da imprensa que o lançamento do *Le Petit Journal*, em 1º de fevereiro de 1863 é considerado como data do nascimento da chamada imprensa popular. Era o mais barato dos jornais do mundo, custava cinco centimos, e era vendido por número. Antes dele, as vendas eram feitas só por assinatura”(PROENÇA, 1992, p. 21).

A certeza de que o público a ser disputado era o mesmo levou os fundadores do *Diário Popular* a lançá-lo como vespertino, visando fugir de uma concorrência direta e ser lido também por quem consumia os matutinos. Citações de matérias publicadas em outros títulos e constantes respostas a críticas aparecidas nas páginas dos concorrentes mostram que a superposição de leitura era característica da época. Esse fenômeno também explica o forte viés político que os jornais de São Paulo dos anos pré-República ostentavam, pois a consciência de que as mensagens dos adversários ideológicos também atingiam o público a ser doutrinado exigia um posicionamento claro ou até radical. Esse confronto, na capital paulistana, se dava claramente entre o *Correio Paulistano*, porta-voz do Partido Conservador, legenda monarquista, e *A Província de S. Paulo*, criada com o objetivo específico de lutar pela Proclamação da República. Nesse ambiente polarizado, o *Diário Popular* se destacou por não se ligar a nenhum partido, apesar de defender de forma entusiasmada a República.

---

²⁹ Tanto *O Estado* (que foi lançado em 1875 a 200 réis, o número avulso), quanto *Correio e Diário*, do dia 8/11/1884 ostentavam o valor de 60 réis para o número do dia. Para atrasados, o *Estado* cobrava 200 réis e o *Correio e Diário*, 100 réis. Duarte (1972) faz um resumo dos preços de jornais paulistanos sem citar fonte que contém um equívoco. “Há um dado curioso na vida dos jornais de S. Paulo. É preço de venda avulsa. O primeiro jornal impresso aqui aparecido, ‘*O Farol Paulistano*’ custava 80 réis o exemplar. Já em 1853 passara a 120 réis, preço de venda avulsa do primeiro jornal diário *O Constitucional*. O *Correio Paulistano* manteve esse preço, que vigorou para *A Província de S. Paulo*, para o *Diário Popular*, até a República. O mais esquisito é que o preço dos jornais voltava anos depois para 100 réis, preço que vigorou até 1915 (DUARTE, 1972, p.23) Também em Batista (2000), há um equívoco no preço do *Diário Popular*: “O primeiro exemplar do *Diário Popular* tinha seis páginas e foi vendido a 40 réis.” (Batista, 2000, p.53). Os valores citados neste trabalho são os constantes nos exemplares disponíveis no *Arquivo Público do Estado de São Paulo*.

2.2.2 Lobo e Campos no Governo e Lisboa desiste de ser constituinte

Entre os efeitos imediatos da Proclamação da República sobre a Imprensa destaca-se a migração da maioria de seus militantes mais destacados para a vida pública. O *Diário Popular* registrou a retirada de Aristides Lobo, designado Ministro do Interior do Governo Provisório, e de Américo de Campos nomeado cônsul em Nápoles. Em *A Província*, que se transformou em *O Estado de S. Paulo*, o proprietário Rangel Pestana foi fazer parte do Governo Provisório do estado, da mesma forma que o redator Julio Mesquita, porém esse continuou na empresa e passou a acumular a função de gerente

Embora cidadão português, José Maria Lisboa foi eleito com expressiva votação para a Assembléia Constituinte paulista, em 1890, porém logo renunciou a fim de dedicar-se exclusivamente ao jornal. A esse respeito, na edição que comemorou seu centenário de nascimento, um dos textos em sua homenagem ressaltava:

A política, certa vez, no alvorecer do regimen democrático, chamou-o para o seu regimento. Attendendo ao appello lá se foi José Maria, eleito deputado á Assembléia Constituinte de S. Paulo, em 1890. Poz-se em contacto mais directo, mais intimo, com os homens da política. O seu atilado bom senso, que sempre lhe foi admiravel guia, aconselhou-o a renunciar o mandato de deputado. E renunciou, para continuar a ser exclusivamente jornalista. (CINTRA, 1938)

O *Estado* (ex-*A Província*) e o *Diário*, em razão das vocações distintas de Mesquita e Lisboa, passam a ter trajetórias diferentes, apesar de não diferir no conteúdo de seus noticiários. Em 1891, Rangel Pestana, então senador, desgostoso com a política vende sua participação acionária majoritária em *O Estado* à *Cia Impressora Paulista*, controlada pelo Coronel Teixeira de Carvalho. O jornal, com Júlio Mesquita como o mais votado deputado constituinte estadual, intensificou a participação política, que se reafirmaria vigorosa em 1901, no rompimento com o terceiro presidente civil do Brasil, Campos Salles, um dos

fundadores da publicação, devido à chamada política dos governadores³⁰ e, posteriormente, na campanha civilista a partir de 1909.³¹

José Maria Lisboa, como único proprietário do *Diário*, optou por uma posição próxima da neutralidade. Em 8 de novembro de 1895, um artigo de primeira página, assinado por A. Barjona (muito provavelmente um pseudônimo, pois na mesma página o jornal trazia a relação de seus funcionários e colaboradores, sem nenhum que tivesse o sobrenome), resume esse posicionamento. Depois de lembrar que dos três envolvidos no lançamento do jornal, apenas Lisboa estava na ativa, o texto relatava que Américo de Campos continuava “sob o céu puríssimo de Nápoles, aquele dolce far niente, aquella despreocupação das materialidades da vida” (BARJONA, 1895).

De Aristides Lobo falava que “alquebrado por doença pertinaz, não mais illumina as paginas do jornal com os fulgores do seu estylo, com a violencia dos seus argumentos. A irritabilidade nervosa, traduzida na causticidade e a ironia quase ferina dos seus discursos, exgottou-lhe as forças” (BARJONA, 1895, p.1). Ao falar do único que continua em seu posto, em dos seis parágrafos elogiosos, o artigo justificava a posição de Lisboa:

José Maria Lisboa é o único que continua no posto. Compreendendo perfeitamente que a política de hoje não se arregimenta em partidos definidos deu ao seu jornal uma forma conciliadora e sem os excessos do radicalismo, sem os extravassamentos da bilis partidaria. Deste modo de encarar a missão jornalística, conseguiu dar elle a seu jornal uma feição conservadora e assim realizou muito aproximadamente esse ideal da imprensa neutra”. (BARJONA, 1895).

Assim, o jornal, depois de dar espaço às críticas de Aristides Lobo decepcionado com a forma como a República era conduzida em seu início e de elogiar a intervenção do Marechal Floriano Peixoto que deu o golpe contra o Marechal Deodoro da Fonseca e reabriu o Congresso, reduziu drasticamente suas manifestações opinativas. A volta de uma participação maior só se verificou quando o filho de Lisboa, José Maria Lisboa Jr (Zeca Lisboa), passou a comandar efetivamente o jornal. Mesmo a posição declarada do *Diário*

³⁰ Ficou conhecida como política dos governadores, a estratégia de Campos Salles de aceitar que os partidos estaduais agissem de forma autônoma desde que elessem representantes fiéis ao governo central. A prática permitia a continuidade dos famigerados “currais eleitorais” mantidos pelas oligarquias regionais.

³¹ A campanha civilista representou uma ruptura no acordo denominado “política do café com leite”, que garantia a alternância de representantes de São Paulo e Minas Gerais na presidência da República. Diante do lançamento do Marechal Hermes da Fonseca, do Rio Grande do Sul, com apoio mineiro, os paulistas passaram a apoiar o Ruy Barbosa, um baiano e civil - daí a denominação.

pró-Florianos, no movimento que ficou conhecido como a Revolta da Armada, já tinha a inspiração de Zeca, na época morando no Rio, onde foi jornalista em vários veículos, iniciando a carreira em *O País*. Ele, ainda muito jovem, se revelara admirador do vice-presidente como se depreende de texto com dados biográficos publicado no dia de sua morte (27 de julho de 1943).

Por ocasião da Revolta da Armada, Lisboa Junior se colocou ao lado da causa legal, defendida pelo Marechal Floriano Peixoto, do qual sempre foi um grande e sincero admirador e cujo governo serviu como auditor de guerra em S. Paulo e com o posto de capitão honorário do Exército Nacional (JOSÉ MARIA..., 1943)

2.3 Jornal e política se interligam na história das transformações sociais

A relação entre jornalismo e política se liga à própria gênese desse meio de comunicação. Aceitando-se a tese dos pesquisadores que consideram as “Acta Diurna”, comunicados distribuídos na Roma Antiga, como precursoras dos informativos periódicos já se constata a existência do interesse dos detentores do poder em divulgar seus atos e, principalmente, sua versão desses atos. Albert e Terrou (1990) apontam as “folhas volantes” dos séculos XV e XVI como a uma das primeiras formas de circulação de notícias dividindo-as entre as gazzetas³², pasquins e libelos. As primeiras descreviam grandes acontecimentos como batalhas, festas e fatos da vida de príncipes e os segundos se concentravam em fatos sobrenaturais, crimes e catástrofes, remetendo ao jornalismo popular baseado em *fait divers* que se consolidaria quase cem anos depois. Se os pasquins permitem estabelecer um paralelo com esse segmento de jornalismo, chamado por muitos de sensacionalista, os libelos fazem a correlação com o jornal político ou de causa:

No início do século XVI, o movimento da Reforma e, posteriormente, o da Contra-Reforma suscitaram a publicação de uma considerável massa de folhas volantes que alimentavam as polêmicas religiosas e, depois, políticas. Esses libelos, injúrias, boatos...suscitaram em todos os Estados europeus um endurecimento da legislação repressiva e da censura dos impressos” (ALBERT E TERROU, 1990 , p. 5)

³² Esta denominação era a adotada na Itália, onde também se usava “coranta”. Em latim, eram chamadas *relationes*, na França *occasionnels*, na Alemanha *zeitungen* (Albert, P, Terrou F, 1990, p. 5).

O fato de ter sua trajetória desenvolvida paralelamente ao crescimento do instituto da censura é um indicador de como, desde seu início, o jornal era reconhecido como eficiente instrumento político. Albert e Terrou (1990) descrevem a situação da Inglaterra como a mais complicada no período entre 1621 e 1791. Sob a dinastia Tudor e Stuart, as folhas só podiam publicar acontecimentos do reino enquadrados como notícias oficiais. Entre 1632 e 1641, a proibição se ampliou, com o veto atingindo também às informações vindas do Exterior, sobre qualquer tema. Esse excesso de controle torna difícil a enumeração histórica dos títulos que circulavam, pois, na maioria, eram publicações efêmeras. A censura foi amenizada após 1668, mas em 1712, o Parlamento inglês encontrou uma nova maneira de restringir a ação da Imprensa, estabelecendo uma opressão econômica. Foram criadas pesadas taxas de selos que eram cobrados sobre os exemplares e os anúncios. Deste período, sobreviveu a *London Gazette*, um órgão de característica oficiosa que nasceu em Oxford, quando o Rei Charles II, em 1665, transferiu sua corte para aquela cidade fugindo da peste que assolava a capital.

A Alemanha foi uma das nações onde os jornais, no formato dos libelos, foram mais usados como instrumento político por partidos que lutavam pelo poder, nas guerras da primeira metade do século XVII. O restabelecimento da paz possibilitou a criação de várias folhas, mas submetidas a um regime muito severo de autorização e censura, especialmente na Prússia sob Frederico II, e ao arbítrio das autoridades. Diante dessas limitações tiveram “tiveram vida medíocre e seu conteúdo apresentava pouco interesse” (ALBERT; TERROU, 1990, p.19)

Responsável pelo movimento social – A Revolução de 1789 – que estabeleceu como um direito humano, a informação, a França viveu períodos distintos no desenvolvimento de sua Imprensa. Durante o chamado Ancien Regime (Antigo Regime), havia um sistema de autorização prévia que permitia às autoridades ter um controle dos veículos ao mesmo tempo em que concedia aos órgãos autorizados privilégios que lhes garantia estabilidade. O controle era centrado nos jornalistas, sendo que só as folhas oficiais podiam tocar em assuntos políticos. A *Gazette de France* (um dos três jornais controlados pelo Ministério do Exterior) tinha o monopólio do tema tanto no que se referia ao reino quanto ao Exterior.

Esse panorama, segundo Albert e Terrou (1990), fez com que o conteúdo dos jornais fosse mais literário e de reflexão destinada a um público culto. A liberdade possibilitada pela Revolução mudou este perfil e o jornal como instrumento político revelou sua força.

Houve uma florescência extraordinária de folhas dos mais variados tipos, desde o panfleto periódico com publicação irregular, inteiramente escrito por um único homem, até o verdadeiro diário de informação redigido por uma equipe já numerosa...todas as tendências estavam representadas e tanto a concorrência obstinada como a virulência das paixões políticas deram a muitas delas um tom de extrema violência e às vezes, pois, também se dirigiam a um público popular, de surpreendente grosseria. A vida da maioria dessas folhas foi breve. (ALBERT; TERROU, 1990, p,22)

A postura editorial ao comemorar os 100 anos da Revolução Francesa, adotada pelos dois jornais paulistanos que lutavam pela República mostra que os fundadores tanto de *A Província de S. Paulo* quanto do *Diário Popular* viam o movimento como um paradigma a ser seguido no Brasil. Os eventos promovidos em Paris foram destaques das primeiras páginas de ambas as publicações e editoriais e artigos enalteciam os ideais de liberdade, sem as ressalvas de que foram pouco mais de três anos de liberdade de Imprensa.

A pujança da imprensa francesa, descrita por Albert e Terrou (1990). acabou em 10 de agosto de 1792, quando o Governo Revolucionário proibiu as publicações de oposição e executou os principais jornalistas contrários a sua orientação. Sob Napoleão, a imprensa francesa continuou sentindo o peso da censura, apesar do surgimento de várias publicações políticas. Após a derrota de Napoleão na Batalha de Waterloo, a imprensa francesa lutou várias décadas para recuperar a liberdade desfrutada entre 1789 e 1792.

Em 1870, ainda segundo Albert e Terrou (1990), a França já multiplicara sua tiragem passando dos 36 mil exemplares para um milhão, atingidos em 1903. O progresso da Imprensa era visível também na Inglaterra e na Alemanha (em menor escala), impulsionado pela melhora do nível de educação das populações, pelo crescimento do interesse por temas políticos e pelo barateamento do produto jornal, sendo esse último fator fundamental para o sucesso da imprensa popular de grande tiragem na Europa.

Também foi o custo baixo o principal responsável por fenômeno equivalente verificado, também na virada dos séculos XIX para XX, nos Estados Unidos. Nesse país, onde, nas palavras de Albert e Terrou, (1990) predominava entre a população “uma massa

de novos imigrantes de mentalidade rude e cultura primária”, dois nomes se transformaram em ícones do jornalismo popular, graças à criação de publicações baratas que exploravam assuntos que interessavam a esse público. Foram eles Joseph Pulitzer e Willian Randolph Hearst os pais do que se convencionou chamar de “imprensa amarela”, sinônimo, para muitos pesquisadores, de jornalismo popular. Pulitzer transformou o *New York World* em recordista de vendas, cobrando *1 cent* o exemplar, e Hearst seguiu a mesma trilha, lançando o *New York Journal*, que tinha o mesmo preço e mesma linha editorial. Nos dois jornais, com tiragens acima dos 700 mil exemplares, verificava-se a embricação do “político” e do “popular”. Tanto Pulitzer, quanto Hearst empenharam seus veículos em campanhas políticas, especialmente o segundo a quem se atribui a responsabilidade por ter colocado os Estados Unidos em guerra contra a Espanha.

2.3.1 – Usos, manipulação e influência da Imprensa na política brasileira

Também no Brasil, o jornal surgiu como instrumento político. Em seus tempos de Colônia portuguesa o país não registra, até a chegada da Família Real ao Rio de Janeiro, nenhum movimento digno de nota nesse campo. Sodré (1999) usa o fato de mesmo durante o período de domínio holandês em Recife, caracterizado por um surto de desenvolvimento em várias áreas, não ter se verificado progresso no setor para argumentar que a pobreza não se originava em ações repressivas de Portugal, mas na configuração social vigente. Duarte (1972) também registra o espanto por não ter um personagem esclarecido como Mauricio de Nassau³³ patrocinado a instalação de nenhuma tipografia nas terras em que dominava e cita relatos controversos sobre a instalação de um estabelecimento desse tipo em 1634, em Recife, por um holandês chamado Brown (DUARTE, 1972, p. 3). Já Capelato (1988) não isenta a corte pelo atraso.

A imprensa surge tardiamente no Brasil. Há razões internas e externas a explicar a sua ausência na Colônia. A Coroa Portuguesa sempre criou obstáculos ao seu desenvolvimento para impedir que as críticas à dominação metropolitana se propagassem através das folhas impressas. Além disso, os núcleos urbanos eram

³³ Maurício de Nassau é o nome “abrasileirado” do conde Johann Moritz of Nassau-Siegen, que comandou uma república holandesa instalada no Nordeste brasileiro entre 1637 e 1644, cuja capital foi Recife. Ficou conhecido por ser um incentivador das atividades culturais e por ter implantado um projeto urbanístico para a cidade arrojado para os padrões da época.

poucos significativos na sociedade colonial havendo predominância de uma população do campo, analfabeta, constituída na sua maioria por escravos, dispersa em áreas distantes (CAPELATO, 1988, p.38)

O descompasso, no entanto, não implicou em diferença sobre a característica das publicações surgidas nos primórdios da história da imprensa brasileira se comparada com as pioneiras européias datadas de até 300 anos antes. Como aquelas, as surgidas no Brasil também revelavam ter uma missão política específica. Qualquer que seja o lado escolhido na polêmica a respeito do nome do primeiro jornal do país, estará confirmada a constatação. Se a conclusão for dar razão aos pesquisadores que colocam nessa posição a *Gazeta do Rio de Janeiro* que começou a circular em 10 de setembro de 1808 há que se registrar que ela era impressa em tipografia trazida pelo Rei D. João VI e seu objetivo era enumerar e enaltecer feitos oficiais.

No caso de se dar tal primazia ao *Correio Braziliense*, que circulava com o subtítulo “*Armazém Literário*” e cujo primeiro número foi impresso em Londres em 1º de junho de 1808, por iniciativa de Hipólito José da Costa, a conclusão será a mesma. Essa publicação e seu responsável são um dos pontos mais polêmicos da história da Imprensa no Brasil. A primeira controvérsia é se o seu formato e a periodicidade mensal não se aplicariam melhor dentro das características que definem uma revista. Sodré (1999) descreve assim as duas publicações:

Representavam, sem a menor dúvida, tipos diversos de periodismo: a Gazeta era embrião de jornal, com a periodicidade curta, intenção informativa mais que doutrinária, formato peculiar aos órgãos impressos do tempo, poucas folhas, preço baixo; o Correio era brochura de mais de cem páginas, geralmente 140, de capa azul escuro, mensal, doutrinário muito mais do que informativo, preço muito mais alto...Em tudo o Correio Brasiliense se aproximava do tipo de periodismo que hoje conhecemos como revista doutrinária, e não jornal: em tudo a Gazeta se aproximava do tipo de periodismo que hoje conhecemos como jornal – embora fosse exemplo rudimentar desse tipo (SODRÉ, 1990, p. 22)

Melo (2003, p.31 e p. 228) registra a disparidade de opiniões sobre esse jornal e, especialmente sobre seu criador, citando a admiração expressa na opinião de Barbosa Lima Sobrinho para quem Hipólito foi “o mais brasileiro dos jornalistas” e a decisão de VII Congresso Nacional de Jornalistas, realizado no Rio de Janeiro em 1957, que execrou o fundador do *Correio* aprovando uma moção de Fernando Segismundo considerando-o jornalista venal.. Essa pecha é atribuída a Hipólito a partir da história contada por Mecenas

Dourado (1957), considerado por Sodré (1999) seu melhor biógrafo, sobre as evidências de que o fundador do *Correio Brasiliense* recebia, através de seu amigo, Heliodoro Jacinto de Araújo Carneiro Alvelos, dinheiro de D. João VI para preservá-lo de críticas e reivindicar mudanças que o rei desejava implantar.

Chaparro (1998) é outro importante pesquisador da história do jornalismo que se preocupa em esclarecer como era mantida a publicação que chegava de Londres aos principais portos brasileiros em navios a um custo elevado. Ele cita a hipótese levantada em Tangarrinha (1989) de que o governo inglês poderia ser o financiador, lembra a proteção que Hipólito recebia da Maçonaria para permanecer em Londres e destaca a revelação de Dourado (1957), concluindo: “Pode-se pensar, então, que D. João, apesar de respeitado por Hipólito (o rei nunca foi atacado ou desrespeitado pelo jornalista), preferiu não arriscar e fechou um acordo com o editor do *Correio Brasiliense*” (CHAPARRO, 1998, p. 26-27)

Bahia (1990) não se preocupa com o aspecto econômico do *Correio Brasiliense* e se revela no mais entusiasmado admirador de Hipólito entre os pesquisadores consultados como suporte a este projeto. Diz ele:

Hipólito da Costa luta no Correio por princípios liberais e democráticos, contra as práticas obscurantistas e despóticas. Defende mudanças substanciais no sistema político, administrativo, econômico e social vigentes no Brasil e em Portugal. Quer a emancipação de seu país, não por métodos violentos, mas por meios legais (BAHIA 1992 p.27).

Enquanto Duarte (1972) se alinha a Bahia (1990), ao enaltecer o brasileiro que fugiu da prisão em Portugal, onde estava por ser maçom, e foi a Londres fundar um jornal que influenciou o pensamento das pessoas mais esclarecidas da colônia, Oliveira, J. (1978) adiciona mais um fato a dar argumento aos que põem em dúvida suas convicções. Depois de opinar que Hipólito pertencia ao número dos jornalistas pouco seguros de sua missão e disposto a negociar com os adversários, ele relata:

Na verdade, Hipólito José da Costa, que residia em Londres, já transigira com o Governo de Lisboa. Domingos Antônio de Souza Coutinho, ministro português na Inglaterra, numa carta ao Conde de Linhares, datada de 7 de março de 1810 comunica-lhe a aproximação do diretor do Correio Braziliense com aqueles a quem, historicamente, combatia. Esse caso, aliás foi referido pelo Visconde de Porto Seguro, em sua História Geral do Brasil. (OLIVEIRA, J., 1978, p.34).

Se a respeito da firmeza de caráter de Hipólito encontram-se versões conflitantes entre os pesquisadores, há consenso de que o jornal sofreu censura não só no Brasil como em Portugal como ressalta Bahia: “O jornal é proibido, apreendido, censurado, processado. Não só no Brasil. Em Portugal a leitura do *Correio Brasiliense* é violação da lei. A administração do Reino edita avisos e mobiliza a polícia para impedir a sua circulação” (BAHIA, 1990, p.25). Também todos concordam que Portugal, através de seu embaixador em Londres, Conde Funchal, financiou a publicação entre 1811 e 1819, do jornal *Investigador Português*, que tinha como missão rebater denúncias do jornal de Hipólito.

O *Correio Brasiliense* teve 175 números e circulou até dezembro de 1822. Hipólito foi nomeado cônsul do Império em Londres onde morreu antes de assumir o cargo. A polêmica sobre qual foi o primeiro jornal brasileiro acabou provocando um episódio insólito na vida nacional que foi a mudança da data considerada o Dia da Imprensa. A decisão, tomada em 1945 por Getúlio Vargas, de considerar 10 de setembro, fundação da *Gazeta do Rio de Janeiro*, como mais adequado para a homenagem foi mudada, em 2000 no Governo Fernando Henrique Cardoso, após o Congresso Nacional ter considerado o 1º de junho, quando circulou o número 1 do jornal fundado por Hipólito Costa, como o nascimento do jornalismo no Brasil.

As dúvidas sobre quem bancava o *Correio Brasiliense* são difíceis de serem dirimidas, mas esta questão não atrapalha a constatação de que o jornal como instrumento político está na origem da história da imprensa brasileira. A possibilidade de ele ter sido mantido graças a uma ajuda prestada de maneira escondida por D João VI, aliada ao férreo controle das publicações exercido pelos homens de destaque do Reino, inclusive, contribui para ressaltar sua importância.

Neste sentido, não há dúvida de que a decisão, em 1821, de D Pedro I de extinguir a censura prévia às publicações, após assumir a Regência com a volta da corte a Portugal, foi decisiva para o desenvolvimento da Imprensa no Brasil. Após a Independência, o país viu surgir uma série de publicações de caráter extremamente político Bahia (1990) assinala:

Na regência de D Pedro e durante o Primeiro reinado, no entanto, condições políticas e sociais peculiares exacerbam a militância, a participação e a retaliação, e é por aí que se movem muitos jornais e revistas. Entre 1822 e 1831 – um ano antes da Independência caíra a censura prévia- há um surto de pequenos veículos, de jornais radicais e de panfletos (BAHIA, 1990, p.43).

O exemplo mais característico do jornal dessa época chamava-se *A Malagueta*, fundado por um ex-funcionário português Luís Augusto May. Esse é também um personagem polêmico da história do jornalismo brasileiro. Tendo lançado o jornal em 18 de dezembro de 1821, sob a liberdade proporcionada pelo fim da censura prévia, May se vangloriava de ter sido a sua primeira publicação a noticiar a decisão de D. Pedro de ignorar as ordens de Portugal e permanecer no Brasil, no que se transformou em “dia do Fico” (9 de janeiro de 1822), saindo à frente do *Reverbero Constitucional Fluminense* e do *Espelho*, os dois defensores da medida e aliados do príncipe. Segundo Bahia (1990, p. 49), May poupava e adulava D. Pedro, com quem se correspondia e atacava o ministério, principalmente José Bonifácio de Andrada e Silva.

Sodré (1999, p.61) assinala que, depois de uma interrupção de circulação, *A Malagueta* voltou em 1823 como oposição ao Governo. O pesquisador externa a suposição de que May ficara aborrecido por não ter conseguido um cargo no exterior e reeditou o jornal, como vingança. A linha contrária ao imperador valeu ao jornalista ataques do *Espelho*, sendo que atribui-se ao próprio D. Pedro I a autoria dos textos mais virulentos divulgados pelo jornal. May também acabou sendo vítima de violenta agressão física em 6 de junho de 1823 que o deixou com uma mão aleijada. Também nesse episódio, são fortes os indícios de que o imperador, patrono do fim da censura prévia, estava entre os agressores e que May poderia tê-lo reconhecido, tendo se aproveitado para tirar vantagem, pois só relatou o ataque covarde em março de 1824. A notoriedade ganha ao denunciar o fato lhe facilitou a eleição para deputado da primeira legislatura brasileira, em 1826, transformando-se no primeiro jornalista brasileiro a ser eleito, graças à profissão.

Em 1827, surge a *Aurora Fluminense*, de propriedade de José Apolinário de Moraes, Francisco Valdetaro e José Francisco Sigald, que teve logo como colaborador e em seguida único proprietário Evaristo da Veiga, que Bahia (1990, p.45) considera o primeiro brasileiro a ter o jornalismo como fonte de sustento, que nunca fez parte do Governo e morreu pobre. A afirmação merece ser analisada com cautela, quando se vê que Veiga foi eleito deputado por Minas, assim como May, graças à atuação jornalística, tendo exercido o cargo entre 1830 e 1837. Também a biografia constante do portal da *Academia Brasileira*

de Letras coloca a informação em xeque, ao revelar que ele teve uma livraria que lhe garantiu viver confortavelmente e patrocinar estudos de dois jovens jornalistas de Niterói³⁴.

Os pesquisadores apontam importante exceção nesse cenário de jornais com linhas editoriais ideologizadas. Trata-se do *Diário do Rio de Janeiro* de Zeferino Vito Meirelles, surgido em 1821, que fazia questão de se dizer apenas informativo. O detalhe ressaltado por todos é sua preocupação de mostrar-se tão distante da política que chegou a não dar notícia da independência do Brasil. O que, para os padrões atuais, é uma gravíssima falha no cumprimento da missão jornalística de informar, por ironia, acaba sendo registrado historicamente como principal indício do surgimento da imparcialidade no jornalismo brasileiro.

O diferencial estabelecido pelo *Diário do Rio de Janeiro*, que circulou até 1878, reforçado pelo lançamento, também na Corte, em 1827, do *Jornal do Commercio* não encontra paralelo na imprensa paulistana, que se mostrou sempre muito mais engajada. A explicação para isto vem do boicote da Corte à principal província que se encontrava em fase de franco desenvolvimento cultural. Produzir um jornal em São Paulo, na época, só seria possível com vontade política e dedicação a determinada causa. Baseando-se em estudos de Afonso E. De Freitas, Oliveira, J. (1990) conclui ter:

A Corte envidado todos os esforços para que São Paulo não viesse a ter uma imprensa, já existentes nos principais centros do país. E tal não se deu por falta do desejo de se fundar jornais. Muito menos para ausência de homens arrojados e capazes que quisessem tomar iniciativa nesse particular. Prova disso é ter-se publicado em São Paulo O Paulista folha manuscrita, com organização invejável, mas de vida efêmera em vista das descabidas exigências do Governo (OLIVEIRA, J., 1990, p.37)

Assim, apenas em 1827, surge em São Paulo, o *Farol Paulistano*, o primeiro jornal impresso da cidade que foi fundado por José da Costa Carvalho e tinha entre seus redatores Antonio Mariano de Azevedo Marques, conhecido como Mestrinho, e responsável pelo manuscrito, *O Paulista*. Se a movimentação política pela Independência e as brigas pelo poder entre liberais e conservadores foram os principais motivadores da expansão do jornalismo no Rio, as questões da Abolição e da República se concentraram em São Paulo e impulsionaram sua Imprensa. Duarte (1972) assinala, referindo-se ao período entre 1860 e

---

³⁴ Biografia cedida pela Academia Brasileira de Letras ao site www.biblio.com.br. Link disponível em <http://www.biblio.com.br/conteudo/EvaristodaVeiga/EvaristodaVeiga.htm>. Acesso. 10.jun. 2008.

1870, que “começaram a pulular os jornais republicanos e abolicionistas, confundindo-se os dois matizes em quase todos eles” (DUARTE, p 21). O principal fato desse período foi a histórica Convenção de Itu, quando representantes dos fazendeiros paulistas se reuniram e decidiram fundar o Partido Republicano e de criar um jornal para divulgar suas idéias. Fracassado o plano inicial de comprar o *Correio Paulistano*, surge *A Província de São Paulo*.

2.3.2 Jornais mantêm poder político, mas diminuem os políticos nos jornais

Os primeiros anos pós-República na imprensa paulistana, segundo Duarte (1972), foram marcados pelo surgimento de vários jornais monarquistas de vida curta e de alguns de oposição aos rumos do novo regime, entre os quais se sobressaíam os orientados por Américo Brasiliense que fora pressionado a deixar o cargo de presidente do estado por ter apoiado Deodoro. Também foi o período em que se desenvolveu o jornalismo ligado aos trabalhadores, a maioria de orientação socialista e alguns anarquistas.

Depois de *A Gazeta*, fundada, em 1906, por Adolfo Araújo e que se transformou em propriedade de Cásper Líbero em 1918, São Paulo viu nascer um jornal bem estruturado e com conteúdo fortemente político em 1921. Nesse ano, liderado por Olival Costa, um grupo de jornalistas que havia trabalhado na edição vespertina de *O Estado de S. Paulo*, que havia circulado desde 1916 e era conhecida como *Estadinho*, forma uma empresa e lança a *Folha da Noite* que se propõe a ser um jornal popular.

Outra publicação criada especificamente com fins políticos foi o *Diário de S. Paulo*, que começou a circular em 5 de janeiro de 1929. De propriedade de Assis

Chateaubriand, que viria a ser o dono do maior império de comunicação brasileiro nos anos 50 e 60 (o conglomerado *Diários Associados*), o jornal tinha como objetivo apoiar a Aliança Liberal, formada em torno de Getúlio Vargas para fazer oposição ao presidente Washington Luis e ao candidato a sucedê-lo, Julio Prestes. Assis já possuía, no Rio, *O*

Jornal e, em São Paulo, o *Diário da Noite*. O lançamento do *Diário de S. Paulo* foi baseado em uma estratégia agressiva de marketing, com distribuição de assinaturas gratuitas, pois o objetivo era disseminar as idéias da oposição. Duas curiosidades ressaltam-se na trajetória da publicação. A primeira é ter sido ela, assim como o *Estado de S. Paulo*, apoiadora de Getúlio para depois virar oposição e ser perseguida. A segunda é que sua marca, após a falência da parte paulista dos *Associados*, foi comprada em leilão, junto com uma de suas rotativas, pelo *Diário Popular* e acabou utilizada pelas *Organizações Globo* em 2001.

A constatação de que o objetivo político está na origem dos grandes jornais brasileiros e de que esse meio de comunicação se mostrou uma arma eficiente na guerra partidário-ideológica se reforça quando se analisa um dos maiores fenômenos da imprensa nacional: a *Última Hora*, lançada por Samuel Wainer em 12 de junho de 1951. Esta foi uma das publicações mais estudadas da história brasileira e um dos modelos jornalísticos de maior sucesso. Criada com o fim específico de abrir espaço para o então presidente Getúlio Vargas, que, depois de governar 15 anos como ditador, havia sido eleito pelo voto direto, a *Última Hora* foi acusado de receber ajuda oficial para sua sobrevivência.

Wainer foi atacado violentamente pelos demais jornais, tendo se envolvido em uma verdadeira guerra contra a *Tribuna da Imprensa*, jornal carioca de pequena tiragem, porém de grande influência, fundado por Carlos Lacerda, político de destaque no cenário nacional que chegou a ser governador do antigo estado da Guanabara³⁵. Entre os efeitos gerados pelo projeto da *Última Hora*, destaca-se o fato de sua concepção editorial ter explicitado, no Brasil, a embricação entre o “político” e o “popular”.

O sucesso da *Última Hora* também explica o surgimento de um jornal que se caracterizou pela intenção de ser um “jornal político sem política”. Trata-se do *Notícias Populares*, fundado por um grupo liderado pelo político conservador Herbert Levy com a finalidade de anular ou minimizar a influência do jornal de Wainer. O objetivo explicitamente político deveria ser atingido através da eliminação dos temas políticos com a preponderância da cobertura dos assuntos que começavam a ser rotulados como de interesse popular.

O fim da *Última Hora* e a adoção pelo *Notícias Populares* de um caráter popular, que para muitos pesquisadores é melhor definido como sensacionalista, se dão em um

---

³⁵ A respeito da disputa entre Wainer e Lacerda cf. Laurenza (1998).

cenário em que o jornal no Brasil deixa de ser expressamente um instrumento político, mas não abre mão do papel de ser um influente ator político. A compra da *Folha de S. Paulo* por Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho, empresários vindos de setores alheios aos meios de comunicação, e a absorção da *Última Hora* e *Notícias Populares* pelo mesmo grupo havia sido o sinalizador desse novo tempo, no qual as empresas jornalísticas, principalmente na região Sul e Sudeste, já não têm no seu quadro de acionistas detentores de mandatos e dirigentes partidários.

Isto não impediu que a Imprensa desempenhasse papel fundamental em episódios importantes da História, como a derrubada do presidente João Goulart e o estabelecimento de uma ditadura militar que durou 20 anos. O combate a esse regime autoritário também se deu, em parte significativa, nas páginas de vários jornais que denunciaram torturas, ilegalidades e fizeram de tudo para driblar a censura.

O movimento “Diretas Já” foi outro episódio onde a Imprensa foi fundamental, destacando-se a atuação dos meios impressos, notadamente da *Folha de S. Paulo* e *Jornal da Tarde*, e a entrada tardia da mídia eletrônica que começava a ser vista como suporte noticioso mais utilizado pela população. A televisão funcionou como aliada do meio impresso (jornais e revistas) na campanha pelo impeachment do presidente Fernando Collor de Melo, em 1992.

Atualmente, a análise da composição acionária dos principais grupos proprietários de veículos impressos mostra que nas regiões Sul e Sudeste do Brasil o modelo de jornal que tem o político como dono deixou de existir. O *Diário Popular*, que teve envolvidos em sua fundação militantes de causas partidárias, acabou sendo o último veículo da capital paulistana a ser propriedade de um líder partidário, quando o ex-governador Orestes Quércia o comprou em 1988. Durante os doze anos em que o controlou, este político, que amealhou uma grande fortuna após entrar na vida pública e foi alvo de várias denúncias de irregularidades, durante os mandatos que cumpriu, se diferenciou de paradigmas históricos ao, praticamente, não usar a publicação como arma na luta por poder.

Com exceção da eleição municipal de 1988, quando ele ainda não assumia ser proprietário da empresa e tentou fazer prefeito seu Secretário de Obras, João Oswaldo Leiva, e na reta final do segundo turno da disputa estadual de 1994 entre Mário Covas (PSDB) e Francisco Rossi (PDT), quando ele orientou a redação a abrir espaço para o

segundo, Quércia não estigmatizou o jornal como instrumento político. No depoimento dado ao autor, o ex-governador repetiu várias vezes que sempre se preocupou em separar as atividades políticas dos negócios e frisou que a transferência do *Diário Popular* para as *Organizações Globo*, em 2001, foi o fechamento de uma operação lucrativa.

Se na cidade de São Paulo, a saída de Quércia do setor significou a despolitização personalística completa do controle dos jornais, nas regiões Norte e Nordeste, o mercado de mídia impressa ainda tem publicações cujos acionistas são caciques políticos. Os exemplos mais notórios por se tratar de propriedades das antigas oligarquias regionais se encontram no Maranhão, onde a Família Sarney é proprietária de *O Estado do Maranhão*, de São Luís, e na Bahia, onde o clã do recém falecido Antonio Carlos Magalhães tem entre seus veículos o jornal *A Tarde*, de Salvador. Valem ser destacados também o caso do Pará no qual a família do ex-governador e ex-presidente do Congresso Nacional, Jader Barbalho é dona do *Diário do Pará*, de Belém, o do Rio Grande do Norte, com a Família Alves, que tem entre seus membros os primos Garibaldi, atual presidente do Senado, e Henrique Eduardo, líder do PMDB na Câmara Federal, sendo proprietária da *Tribuna do Norte* e de Alagoas, cujo destaque é a Organização Arnon de Melo, que tem o ex-presidente e atual senador Fernando Collor de Melo como principal acionista e detém o controle da *Gazeta de Alagoas*, de Maceió, e o de Sergipe, onde em Aracaju circula o *Correio de Sergipe* de propriedade do ex-governador João Alves Filho.

CAPÍTULO 3 Depois da primeira morte

3.1 A necessidade de ser empresa após atingir os objetivos políticos

Um dos fatos marcantes da trajetória do *Diário Popular* ainda não registrado com relevância merecida pela história da imprensa brasileira foi como ele, ao ver vitoriosas suas lutas ideológicas, ajustou rapidamente seu perfil, invertendo a posição de seus objetivos. Assim, se, na fundação, preponderava o interesse político, vindo a seguir as necessidades pessoais, tão logo as bandeiras da Abolição da Escravidura e da Proclamação da República saíram das páginas das publicações na última década do século XIX, ele priorizou seu desenvolvimento como negócio, passando a tratar a política como mais um item de sua pauta noticiosa e afastando-se do partidarismo.

Esse momento, no qual ele deixa de ser instrumento de uma causa, é considerado como a primeira morte do *Diário Popular* e acontece nas saídas do sócio Américo de Campos e do correspondente no Rio, Aristides Lobo. José Maria Lisboa, o remanescente do grupo idealizador do jornal, passa a ser o único dono e sua experiência administrativa, adquirida como gerente de três grandes publicações (*Correio Paulistano*, *Gazeta de Campinas* e *A Província de S. Paulo*), foi fundamental na transformação e contribuiu para

dar ao *Diário Popular* o direito de ser pretendente à posição de um dos precursores do jornal empresa no país, notadamente na capital paulistana.

A datação do surgimento do jornal como empresa, no Brasil, assim como os parâmetros definidores dela como organização são pontos teóricos que dividem os estudiosos. A bibliografia disponível tanto pode apontar, como em Sodré (1999) e Duarte (1972), a fundação de *A Província de São Paulo*, em 1875, como esse momento ou considerar, como em Taschner (1992), a consolidação do *Grupo Folha*, já na década de 1960, o fato que reúne os parâmetros necessários para se estabelecer esse divisor de águas.

Entre datas tão distantes, Bahia (1990) aponta o *Jornal do Brasil*, como um veículo fundado em 1891 dentro de conceitos empresariais e Sodré (1999) destaca também o surgimento da *Folha da Noite* (embrião da atual *Folha de S. Paulo*), em 1921, que para ele foi uma publicação criada com a finalidade de dar lucro. O lançamento da *Última Hora*, por Samuel Wainer em 1951, é descrito por vários autores, incluindo seu fundador –Wainer (2005)–, como baseado em uma estrutura empresarial, mesmo tendo o objetivo político claramente definido de apoiar Getúlio Vargas. Diante da diversidade de paradigmas, é fundamental analisar os elementos utilizados na classificação para se debater quais dos exemplos propostos os abrangem, bem como quais, por falta de um ou mais desses definidores, sofreriam restrições ou teriam sua inclusão no modelo inviabilizada.

Os nascimentos citados se referem a jornais juridicamente definidos como propriedades de empresas. Essa constatação poderia levar ao simplismo de se definir cronologicamente qual dos eventos merece a primazia de ser considerado o surgimento do jornal empresa no Brasil. Porém, os critérios epistemológicos confluem para dois requisitos fundamentais para o enquadramento na definição: a finalidade lucrativa e a estrutura disponível para se atingir o objetivo. Assim, a *Província* de 1875 satisfazia a segunda exigência, mas são vários os indicadores de que seus fundadores não almejavam retorno financeiro do investimento, mas sim o sucesso de seu projeto político. No caso da *Folha da Noite*, a situação seria inversa, como aponta Taschner (1992), ao analisar sua fundação.

A pesquisadora ressalta que a publicação nasceu da decisão de um grupo de jornalistas que trabalhava na edição vespertina de *O Estado de S. Paulo* e teve apoio integral dos proprietários desse, principalmente do superintendente, o genro de Julio

Mesquita, Armando Salles de Oliveira³⁶, os quais facilitaram a impressão dos primeiros números, além de terem permitido que os donos do jornal que viria a se transformar em concorrente continuassem seus funcionários. Além disso, Julio de Mesquita Filho, que começara a carreira jornalística no *Estadinho* e que com o fim deste assumira a secretaria do jornal da família, escreveu para a *Folha*, sendo autor de seu artigo de apresentação.

Os motivos dessa inusitada condescendência não ficam esclarecidos nos relatos reproduzidos pela pesquisadora, mas é significativo lembrar as movimentações políticas de Salles, do sogro e dos cunhados Julio e Francisco. Os quatro estiveram entre os incentivadores de uma tentativa de reordenamento partidário na época, que acabaria propiciando a fundação do Partido Democrático, por Antonio Prado, ao qual Francisco se filiaria. Em sua cronologia histórica disponibilizada em seu portal na internet, o jornal destaca o discurso desse Mesquita na fundação da legenda. Tomando-se como referência a estratégia usada pelo chefe do clã após a proclamação da República de viabilizar a transformação do Correio Paulistano em órgão oficial do Partido Republicano para preservar o *Estado* como veículo descompromissado partidariamente, é possível se visualizar uma tentativa de repetir a operação.

O fato de a *Folha* ter opinião editorial semelhante à do *Estado* desde seu primeiro número e se notabilizar por elogiar seguidamente o PD reforça a impressão. Outro detalhe indicativo dessa tendência é a necessidade de o novo partido falar com um segmento mais amplo e “popular” da capital, como pretendiam seus líderes, público semelhante ao visado pela *Folha*. O PD chegou a ter seu próprio jornal, o *Diário Nacional*, mas sem dúvida seu ideário esteve bem veiculado pela *Folha*, que só divergiria dos Mesquita na Revolução de 1930, quando houve a separação dos sócios Pedro Cunha e Olival Costa. O primeiro fundou *A Platéia* que ficou ao lado da Aliança Liberal, seguindo o *Estado*, enquanto o segundo, como proprietário único da *Folha* alinhou-se ao Governo, o que lhe custaria o empastelamento do jornal em ação de adeptos da revolução que levou Vargas ao poder.

O interesse financeiro em repor a renda perdida com o fechamento do *Estadinho* permite a conclusão de que os criadores da *Folha da Noite* pensavam em ter uma estrutura

---

³⁶ Casado com Raquel de Mesquita, filha de Júlio Mesquita, o engenheiro Armando Salles de Oliveira foi interventor federal no Estado, governador eleito indiretamente pela Assembléia Estadual Constituinte e candidato a presidente, na eleição que não houve em 1937. Em sua administração foi criada a Universidade de São Paulo-USP.

empresarial, mas a precariedade de seus recursos materiais, na opinião de Taschner, impede que se enquadre o projeto inicial na definição de jornal empresa. Nesse aspecto, o caso da *Última Hora*, no início da década de 50, se adaptaria mais ao conceito, pois, sua organização foi cuidadosamente planejada e as ações administrativas se mostraram bastante concatenadas. Porém o objetivo confesso de Samuel Wainer de criar um veículo de apoio ao presidente Getúlio Vargas e o fato de sua fundação ter sido financiada por entidades e personalidades ligadas ao poder, tornariam o jornal um produto de classificação hibridizada.

Diante desse painel, conclui-se ser mais adequado pensar no aparecimento do jornal empresa no Brasil como um processo evolutivo/cumulativo e a melhor época para ser estabelecida como sua primeira fase é a imediatamente posterior à República. Essa realidade garante ao *Diário Popular* o crédito, até por necessidade de sobrevivência, de ter se organizado como empresa antes dos concorrentes paulistanos. *O Estado*, sob a administração de Júlio Mesquita (gerente), passou primeiramente por um processo que pode ser chamado de profissionalização da administração, acelerado quando seu pai Francisco Mesquita se tornou sócio da empresa em 1897, vindo a sedimentar suas características de empresa no rompimento com o presidente Campos Salles em 1901.

Medina (2003) faz uma análise da situação da imprensa brasileira (com ênfase nas publicações cariocas) no final do século XIX na qual conclui que a empresa jornalística montada com fins lucrativos produz veículos com conteúdo “sensivelmente diferente” do oferecido pelos jornais do período anterior ligados a grupos políticos, aos quais ela chama de jornais de causa:

Objetivando a maior circulação possível (em função da qual gira, grosso modo, o valor do espaço vendido), o jornal empresa passa a considerar preferencialmente o gosto do leitor. A ênfase recai sobre o que o público quer e não sobre a opinião do grupo que manipula o jornal. Surge, então, pouco a pouco, o jornal noticioso, que logo se transforma em sensacionalista, surge também a crônica esportiva, policial e social (MEDINA, 2003, p. 47).

Essa descrição baseia-se em títulos editados no Rio de Janeiro, *Gazeta de Notícias*, *Jornal do Comércio*, *Jornal do Brasil* e *Correio da Manhã*, sendo que os dois últimos a pesquisadora considera que nasceram estruturados como empresa e com o objetivo principal de gerar lucro. Sua interpretação sobre mudança no conteúdo é similar ao que se

relata, em Albert e Terrou (1990), sobre a evolução dos mercados europeu e norte-americano, também no final do Século XIX. São muitos os autores que associam este momento da história da imprensa mundial à intensificação do oferecimento de uma forma de jornalismo que por muitos é definida como “popular”. É um momento em que publicações registram explosões em suas tiragens, como no caso da chamada “imprensa amarela”, nos Estados Unidos, destacando temas mais ligados ao interesse humano (*fait-divers*), com uma construção visual de forte apelo e a preços bastante baixos, uma receita que vale para qualquer tipo de empresa ou mercadoria.

Apesar de Medina (2003) colocar entre os títulos que considera lançados com interesses comerciais específicos, ao lado do portoalegrense *Correio do Povo*, o paulistano *Diário Mercantil*, o desenvolvimento dos jornais da capital de São Paulo se deu de maneira menos brusca. Uma transformação que se enquadre em um dos significados do neologismo “popularização”, no conteúdo dos jornais *Correio Paulistano*, *Diário Popular* e *O Estado de S. Paulo* não é sentida, ao se ver seus exemplares da passagem do século XIX para o XX. O primeiro manteve a sina de volúvel instrumento político, passando a ser o órgão oficial do Partido Republicano, graças à manobra de Júlio Mesquita, então com muita influência na legenda e que se revelava incomodado em ver o jornal que dirigia e do qual se tornaria dono desempenhando esse papel. Já *Diário* e *Estado* se empenharam em alternativas para garantir sua subsistência, implantando estratégias de cunho empresarial. Porém, nenhum dos três modificou, sensivelmente, a tendência das pautas que destacavam nos tempos de defensores de causas.

Ao se propor a análise dos rumos diversos tomados pelos jornais de Lisboa e de Mesquita, é válido frisar o ponto central da argumentação que permite ao *Diário Popular* reivindicar a posição de precursor do jornal empresa em São Paulo, que é a diferença no perfil profissional dos homens que o comandavam. Enquanto Lisboa tinha a necessidade de manter a família com rendimentos gerados pela publicação e, após a proclamação da República, preocupou-se em pensar o jornal como negócio, atenuando, o tom político do noticiário, no *Estado*, como relata Caldeira (2002), Júlio Mesquita ainda contou por algum tempo com recursos vindos do Governo em pagamento pela publicação dos debates na Constituinte Estadual. Além disso, era ele próprio um político com mandatos tendo sido secretário do primeiro Governo republicano paulista, deputado estadual constituinte e

senador estadual (da Proclamação da República até 1932, os estados tinham um Congresso Estadual composto por deputados e senadores). O jornal de Mesquita não abriu mão de sua atuação política, que na verdade, se confundiu com partidarismo, no início, com o próprio Júlio e, nas décadas de 20 e 30, com seu genro Armando de Salles Oliveira e o filho Júlio Mesquita Filho.

É evidente que ter receitas geradas por publicações oficiais ou mesmo por propaganda de governos não implica na impossibilidade de um jornal se caracterizar como empresa. Nos dias atuais, os recursos vindos destas fontes são fundamentais para a sustentação dos grandes grupos de comunicação e não há nenhuma dúvida que eles são conglomerados empresariais. Mesmo a presença de políticos com mandato no comando dos veículos, como nos casos citados que persistem em estados do Norte e Nordeste brasileiro, não é elemento impedidor dessa classificação. Na retrospectiva histórica, a ressalva no paralelo que se traça entre os primeiros anos do *Diário Popular* e de *O Estado de S. Paulo*, visa mostrar que o jornal de Lisboa teve menos facilidades de se consolidar no novo momento. Visando o mesmo objetivo, qual seja o de fortalecer economicamente suas empresas, Lisboa e Mesquita adotaram estratégias diferentes. O primeiro optou por investir na ampliação da área de publicidade, conforme relata Batista (2000), ao mostrar como o dono de jornal formado dentro dos princípios de um especialista em administração, percebeu rapidamente que, com a República, havia mudado o perfil econômico do país e da cidade, devido à falência de muitas fazendas de café e a conseqüente aceleração da urbanização e a criação de novos tipos de negócios.

Lisboa percebeu que as mudanças tinham criado uma nova preocupação na cabeça de patrões e empregados. Como encontrar trabalho, no caso dos empregados, e para os patrões, onde buscar mão-de-obra adequada para o negócios. Lisboa então começou a publicar pequenos anúncios para a colocação de candidatos a empregos. A novidade foi um estouro e fez do jornal, no fim do século, um precursor dos classificados (BATISTA (2000, p. 58).

Já Mesquita preferiu concentrar suas ações no aumento da tiragem, investindo na distribuição avulsa nas ruas e disciplinando a assinatura. Essa forma de venda, no período em que a publicação estava em campanha pela República, era encarada como uma maneira de ampliar o público atingido pela mensagem política. No intuito de ampliar o número de assinantes, o jornal, na sua primeira década de existência, costumava sortear prêmios em

dinheiro, entre as pessoas que efetuassem o pagamento de suas assinaturas até o último dia de outubro do ano anterior a vigorar da assinatura. Junto com o anúncio da promoção, o jornal diariamente informava o número de pessoas que estavam concorrendo. Em 31 de outubro de 1884, o jornal detalhava a promoção, sob o título “*Vantagens aos srs assignantes*”

Os srs assignantes d'esta folha que satisfizerem a importância de sua assinatura POR UM ANNO, aqui em nosso escriptorio, ate 31 de outubro próximo, ficarão com direito ás vantagens que nos annos anteriores temos offerecidos e conforme as condições já conhecidos. Prevenimos, porém, que ficam com direito a taes vantagens UNICAMENTE aquellles que effectuarem o pagamento em nosso escriptorio, não podendo ser inscripto o que fizer o pagamento em outra parte, mesmo em maos de nossos agentes, ao menos emquanto as respectivas quantias não chegarem ao nosso poder. O numero dos srs. Assignantes que se acham

inscriptos até hoje com direito ás vantagens, eleva-se a **1430**

Prêmios a distribuir: um de 600\$, outro de 400\$000. Prevenimos igualmente que suspenderemos a folha aos que se acharem em atrazo.(VANTAGENS..., 1889, destaque para o número do original)

O fato de 1430 pessoas terem pago suas assinaturas, num universo de aproximadamente 3000 compradores³⁷, é importante amostragem de como a empresa não se importava muito com a receita gerada desta forma. Mesquita, que entrara como jornalista para *A Província* em 1885, no meio da desastrosa administração de Alberto Salles, e se tornara gerente em 1888, quando ela passou a pertencer a Rangel Pestana & Cia, apostou na regularização deste setor. Caldeira (2002) assinala:

Quando assumiu o jornal, Julio Mesquita encontrou uma média histórica de 45% de inadimplência entre assinantes – e esta era uma das mais baixas da cidade, num momento em que os leitores não estavam no centro da preocupação de jornais políticos. Somente oito anos depois de assumir ele foi capaz de cortar assinaturas dos que não pagavam – e de anunciantes que faziam o mesmo –, acabando com o último resquício administrativo do jornalismo partidário (CALDEIRA, 2002)

As estratégias adotadas pelos dois jornais se mostraram eficientes e ambos puderam comemorar a elevação das tiragens e a consolidação das empresas. Essa similaridade de

³⁷ Este número é estimado nas referências de vários pesquisadores que apontam que a tiragem do jornal girava em torno de 4 mil exemplares, dos quais 800 eram vendidos de forma avulsa. O portal *Estadão*, em seu resumo histórico, aponta que a tiragem chegou aos 4 mil em 1888. Em 1889, o jornal, já sob a direção de Julio Mesquita coloca em sua primeira página a tiragem, sendo que no dia 13 de janeiro, um domingo, o número estampado era de 4.200, enquanto em 12 de maio do mesmo ano (também domingo) a informação era de 4600 exemplares.

resultados ressalta o enigma sobre o porquê de as duas publicações terem se desenvolvido de maneiras opostas e, ao superar os 100 anos de existência, desfrutarem de imagens diferentes: uma transformada em referência em jornalismo, se esforçando para se conservar no topo das maiores tiragens do país, e a outra se arrastando com inexplicáveis dificuldades financeiras, envolvida em brigas familiares que a levaram a acabar nas mãos de um grupo que renegou os valores agregados por seu nome. A comparação desfavorável ao *Diário* é feita com base nas realidades encontradas no final dos anos 80, quando o jornal acabou vendido pelo último herdeiro de Lisboa ao ex-governador Orestes Quércia, enquanto o *Estado* se permitia pensar em ampliar sua área de atuação e ganhar muito dinheiro com a privatização da telefonia. O fracasso deste plano e o arrependimento da família por ter entrado no setor são explicitados por Ruy Mesquita.

Acreditávamos que estávamos fazendo um grande negócio, fomos convidados a participar da licitação [...] pela Bell South, e Banco Safra [...] como uma garantia de honestidade na licitação, que eles desconfiavam que pudesse haver um favorecimento da Globo naquela ocasião, e nos achamos que era um negócio muito interessante [...] , nossa intenção era em pouco tempo ter um lucro enorme com a participação que nós tivemos e para nós enorme, mas, era coisa de 6% inicialmente depois chegou a oito, enfim. Foi uma coisa de 100 milhões de dólares a participação nossa. Nós esperávamos que, em quatro ou cinco anos nós podíamos vender isso por dez vezes [...] começou errado o lance que a Bell South deu, como eu ia imaginar que esses gênios de ganhar dinheiro, coisa que Mesquita nunca soube fazer (sic). Eles deram um lance que era de 2 bilhões de dólares, quando podiam ter ganho a licitação com 1 bilhão e 100 milhões de dólares. Começou por aí (MESQUITA, 2004).

Assim se vê que os problemas econômicos que afetaram nos últimos tempos o *Estado*, levando ao afastamento dos herdeiros de Mesquita da direção executiva do grupo, são de natureza diversa dos acumulados pelo *Diário Popular*. Por isso e por terem se tornados agudos em épocas diferentes, devem ser desconsiderados quando se investiga as razões de o crescimento das duas empresas, após a República, ter se dado em ritmo desigual. A análise dessa disparidade remete a um outro aspecto diferenciador na formação dos homens que tiveram a missão de conduzir as duas publicações a partir da virada do século XIX, que é a prática profissional.

O *Diário Popular*, com a saída de Américo de Campos, deixou de contar com a orientação jornalística do projeto inicial e se transformou então em uma exceção no mercado da época, por ser o único jornal, cujo proprietário (José Maria Lisboa), apesar de

ser autor de raros textos, não era jornalista. Essa realidade o jornal enfrentaria novamente, a partir de 1943, situação que se agravaria nos anos 60, quando os condutores do projeto, além de não ter ligação com o jornalismo não faziam parte da estirpe do fundador. Por outro lado, o *Estado* se beneficiou do ecletismo de Julio Mesquita, que aliou a implantação de preceitos empresariais no jornal à preservação da qualidade jornalística, por entender que a notícia era o produto a ser vendido. Seus herdeiros seguiram sua filosofia o que torna injusta a afirmação do atual diretor-responsável de que “Mesquita não sabe ganhar dinheiro” (MESQUITA, 2004).

3.1.1 uso do “popular” se revela no conteúdo dos pioneiros jornais paulistanos

O uso dos temas definidos como de “interesse humano” (*fait-divers*), destacado como um dos requisitos fundamentais para se caracterizar o jornalismo popular, é um dos pontos merecedores de análise quando se objetiva entender a consolidação da empresa jornalística no mercado paulistano. Enquanto o surgimento dos grupos nas imprensas européia e norte-americana guarda relação estreita com a exploração deste recurso e o desenvolvimento do jornalismo no Rio se acentuou no momento em que a pauta de seus veículos trocou a defesa de causas por assuntos que atraíam o público – conforme Medina (2003) –, São Paulo registrou um processo peculiar.

Ao escolher estratégias capazes de gerar lucro, tanto *Diário Popular* quanto *O Estado de S. Paulo* não tiveram entre as opções a possibilidade de mudar os temas que destacavam em suas páginas, utilizando recursos do “popular” porque esses já estavam sendo explorados. Na verdade, a confluência verificada na Europa entre o “popular” e o jornal como produto oferecido por uma empresa, se deu em São Paulo entre o “popular” e o jornal instrumento político que tinha uma mensagem ideológica a divulgar e aconteceu ainda na época das lutas pela Abolição da Escravatura e Proclamação da República. O noticiário de interesse humano, antes de ser motivador de venda do produto jornal na imprensa paulistana do fim do século XIX, foi chamariz para artigos em defesa de causas, conceitos, valores e posições políticas.

Isso se evidencia no cotejamento das páginas publicadas pelos dois jornais, antes das transformações na vida política do país, com as editadas após essas mudanças, onde não se verifica incremento significativo no espaço destinado a assuntos gerados fora da esfera política. A explicação para o Rio de Janeiro ter testemunhado uma diferenciação mais rápida e visível entre os conteúdos dos jornais, como apontam Medina (2003) e Bahia (1990), está no fato de ser a cidade, como sede do Império, o centro da efervescência política, além de contar com uma população mais engajada. Assim, os jornais de causa contavam com um número de leitores adeptos de suas idéias e a manifestação editorial ideologizada se dirigia mais aos adversários ou visava, em muitos casos, conseguir recursos de financiadores com interesses partidários. Além disso, contou a cidade até o fechamento, em 1878, do *Diário do Rio de Janeiro*, o “*Diário do Vintém*”, com uma opção para aqueles que desejassem informações de caráter geral, com destaque para os *fait-divers*.

A utilização de elementos do “popular” como suporte para veicular mensagens políticas, prática observada no processo evolutivo do jornalismo em São Paulo no pré e pós-República, se assemelha à estratégia do magnata norte-americano Hearst em seu jornal “imprensa amarela”, evidentemente sem os exageros e nem o preço reduzido. Também possui similaridade com o projeto da *Folha da Noite* e *Folha da Manhã*, em sua primeira fase sob o comando de Olival Costa, sendo que a *Última Hora* de Samuel Wainer foi a publicação que, em 1951, aperfeiçoou essa sinergia e revelou a melhor receita para unir o “popular” e o político. Essas comparações são admitidas definindo-se o “popular” a partir do conceito do que “é feito para o povo, mas também é feito pelo povo”, que é o parâmetro deste estudo.

A opção por essa vertente da classificação do “popular” não se invalida pelo fato de que, especialmente ao se focar a luta pelo fim da Monarquia, o contingente a quem os jornais da época procuravam conscientizar para a necessidade de mudança estava longe do que viria a ser rotulado, décadas depois, nos estudos sociológicos, como “povo”. Ao contrário, a transposição de conceitos recentes para a comparação entre os jornais existentes no fim do século XIX, serve para fundamentar a argumentação de que se nos primeiros tempos da imprensa paulistana não existia o jornal popular, existia, indubitavelmente, o “popular” no jornal.

Outro ponto a reforçar a constatação de que São Paulo entrou no século XX sem nenhuma evidência de contar com um jornal popular é a inexistência de um antípoda desse perfil. Seus jornais apresentavam um repertório de pautas parecido e tinham público-alvo semelhante. Considerando-se que a contraposição de características de um modelo é um dos mais expressivos sinais de sua existência, o cenário norte-americano foi paradigmático ou abrir espaço para o surgimento do *New York Times*, que se apresentava como o oposto dos jornais da “imprensa amarela”, usando como suportes da diferenciação a seriedade e o estilo sóbrio.

O exemplo norte-americano permite entender as razões pelas quais as pesquisas sobre jornalismo popular, inclusive no Brasil, seguiram a tendência de contrapor modelos e definições, enfatizando diferenças. Com a predominância desta metodologia, foram criados paradigmas que consolidaram estereótipos carregados de preconceitos e capazes de induzir à crença de que o “popular” só agrega defeitos e o “não-popular” só tem virtudes. O

primeiro é acusado de sensacionalista, o segundo é classificado como sério. O primeiro se utilizaria do vulgar, o segundo expressaria o culto. O primeiro se contentaria em oferecer amenidades, o segundo seria formador de opinião. Muitos outros parâmetros foram utilizados durante as últimas décadas para estabelecer distâncias entre os dois conceitos e a grande maioria deles contribuiu para transformar “popular” em adjetivo com o significado implícito de má-qualidade.

Se esta visão é contestável no Brasil, mesmo a partir das décadas de 60 e 70, nos primórdios da empresa jornalística paulistana ela é inaceitável, principalmente por estarem os elementos do “popular” presentes em todos os jornais. A existência (sempre efêmera) de publicações dedicadas a veicular ofensas políticas e pessoais e de alguns títulos satíricos, de gosto duvidoso, e até pornográficos não compromete a afirmação de que o nível dos principais jornais era elevado. As diferenças de posicionamento político, revelada em troca de citações, algumas vezes agressivas, eram parte de campanhas, mas na grande maioria dos casos eram explicitadas de forma educada e fundamentadas em argumentações coerentes, onde o leitor encontrava base para decidir a quem dar razão ou mesmo aderir.

O posicionamento político definido se juntava à prestação de serviços, como cotações de produtos agrícolas e câmbio, ao destaque aos fatos internacionais e ao noticiário sobre os temas de interesse humano para formar um perfil similar dos conteúdos dos três jornais de destaque na época. Sobre essas informações variadas, é importante detalhar os aspectos levantados por Barthes (2003) sobre os *fait-divers* para se enumerar exemplos desta similitude. O pesquisador francês faz a mais utilizada e uma das mais respeitadas análises desse tipo de notícia, ressaltando não só o fascínio que ele exerce sobre o leitor, mas sua facilidade de entendimento e absorção.

Um estudo comparativo do conteúdo de algumas primeiras páginas dos jornais paulistanos que circularam nos anos que precederam a mudança do poder no país com as publicadas depois comprova a ampla utilização dos *fait-divers* e de outros elementos do “popular”, como a publicação de folhetins em capítulos. Essa constatação contribui para esclarecer que o surgimento do jornal empresa em São Paulo não foi alavancado pelo tom do conteúdo jornalístico, mas sim por estratégias administrativas, quais sejam, o investimento nos pequenos anúncios, no caso do *Diário Popular*, e a elevação da tiragem, opção de *O Estado* que teve como consequência o crescimento do faturamento com

grandes anunciantes. A diferenciação que se verificaria na primeira década do século XX, com o primeiro deixando de priorizar o posicionamento político e com o segundo se envolvendo diretamente nas disputas partidárias ocorreu apenas em virtude dos interesses pessoais e das características próprias das personalidades de seus proprietários.

As primeiras páginas dos jornais de 8 de novembro de 1884, quando circulou o número 1 do *Diário Popular*, são exemplos de como a variedade de assuntos e a mistura de temas políticos e de interesse popular era normal. O *Correio Paulistano* reservava o espaço mais nobre de sua primeira página a relação de candidatos do Partido Conservador, enquanto o *A Província de São Paulo* colocava os nomes dos pretendentes do Partido Republicano na página 2. Dois fatos foram noticiados simultaneamente nas duas publicações, o que não era corriqueiro quando se tratavam de temas da cidade, pois não se percebe nas pautas, na época, a preocupação de noticiar antes do concorrente. A primeira nota comum foi sobre a quantidade de frequentadores da Biblioteca da Faculdade de Direito, com a enumeração de temas mais consultados e em que línguas eram as obras. A segunda era de caráter policial e falava da tentativa de assassinato a tiro, ocorrida na cidade de Descalvado, que teve como vítima o comerciante José Monteiro, tendo sido o autor do disparo preso, no entanto, seu nome não era informado por nenhum dos jornais.

A *Província* trazia ainda em sua página 2, com assinaturas que não permitiam saber se eram matérias pagas ou de responsabilidade da redação, a denúncia da existência na rua da Consolação de uma casa de prostituição (a palavra utilizada era corrupção, mas a referências a casamentos desfeitos e a mulheres que atraem homens nas janelas mostram que o termos se equivaliam) e de falhas no acendimento da iluminação pública das ruas da Quitanda e do Comércio. O *Correio* ainda tinha na primeira página, entre os assuntos da cidade, a prisão por embriaguez de Manoel Bertola e a liberação da mesma estação (delegacia) de Santa Iphigenia de Maria Ferreira de Godoy. Informava-se ainda que Henrique Destimido, “hóspede habitual das estações da guarda urbana” fora posto em liberdade “ante-hontem”. A primeira página do jornal trazia o capítulo 30, último da primeira página do folhetim “Um drama de família” de Emilio de Richebourg. Esse instrumento de atração de leitores era utilizado pelas três publicações.

A edição de *A Província* de 9 de julho de 1884, quando ainda apareciam, como redactores, F. Rangel Pestana e Américo de Campos e, como administrador, José Maria

Lisboa, tinha em sua primeira página um artigo assinado por Pestana com o título “O Ministério e os liberaes”, analisando e criticando a posição dos políticos liberais diante do novo gabinete ministerial. A parte política se evidenciava também na reprodução de artigo da *Gazeta de Notícias* condenando a indefinição ideológica dos partidos existentes e a economia estava representada pelo balanço do Banco Mercantil de Santos. A parte de *fait-divers* era representada por uma nota vinda do Ceará, contando da tragédia de um seminarista de 14 anos que fora levado pelas ondas do mar de Fortaleza, cujo corpo foi encontrado alguns dias depois. Havia também destaque para a carta de um senhorio afirmando ser mentirosa a informação publicada no dia 4 daquele mês dando conta de que ele expulsara o juiz da cidade de casa, jogando “seus trensinhos no olho da rua”. O autor da carta garantia que o inquilino saíra porque a casa era pequena para ele e a família e que tinha recebido todos os alugueres.

Em 10 de outubro de 1884, tendo, como redactor político, F Rangel Pestana e, como redactor e gerente Alberto Salles, o jornal misturava em sua primeira página notícias da Itália sobre o controle da epidemia de cólera, constava uma reparação à nota publicada no dia 4 sobre um juiz de São João da Boa Vista. Relatava uma caçada a fugitivos das cadeias e que “dormiram no chilindró por ebrios” Benedicto Alfredo Jacahuna e Estevam Pulheus. Na mesma primeira página, destaca-se o alerta “É com o sr. fiscal – Existe na travessa do Rosário ha dous dias uma gallinha morta. O cheiro que exalla é desagradável... Pois não bastam as boccas de lobo?..”

Nas vésperas da proclamação da República, *A Província* de 1 de novembro de 1889 em sua primeira página – que continha a informação da tiragem de 4900

À carteira da pollela.—Dia 8 :
—Dormiram no chilindró por ebrios e desordeiros : Benedicto Alfredo Jacahuna, Emilia Maria Antonia e Estevam Pulheis.

Estevam estava armado de navalha.

—Benedicta Maria da Conceição furtou 75\$000 ao Italiano Henrique Casale.

Recolheram-na ao xadrez da Consolação.

—Foram postos em liberdade Brândão da Costa Junior e Raphael Medichi.

Commissão Inspector. — Por acto de 8 de corrente, foram nomeados para compor a commissão inspectora, determinada pelo regulamento da casa de correção, os seguintes senhores :

Presidente, conselheiro André Augusto de Padua Fleury.

Secretario, dr. Francisco Rangel Pestana.

Conselheiro Manoel Antonio Duarte de Azevedo, conselheiro Joaquim Pedro Villaga e dr. Antonio Pinto do Rego Freitas.

É com o sr. fiscal.—Existe na travessa do Rosario ha dous dias uma gallinha morta.

O cheiro que exalla é desagradavel....

Pois não bastam as boccas de lobo ?

exemplares e no expediente, além do nome e função de Rangel, bem como o de Julio Mesquita como redactor gerente – trazia dois exemplos de assuntos que seriam classificáveis de “populares”: uma piada “machista”, na coluna denominada *Fogo Fátuo*, e

informações sobre a autópsia do cadáver de Paulina Augusta de Almeida, com detalhes que, guardadas as devidas proporções, lembram o *Notícias Populares* da fase na qual ele se ligava à expressão “espreme que sai sangue”. No dia da proclamação da República, A *Província* colocou, na primeira página, um editorial forte contra a monarquia e a informação do assassinato de Feliciano de Tal, “uma mulher parda”.

Esses tipos de notícias podem ser encontrados facilmente nas páginas dos três jornais. Na verdade, pela análise das páginas das edições iniciais do *Diário Popular* é possível até se falar que os assuntos por ele enfocados eram mais elitistas, como se percebe em sua verdadeira primeira página verdadeira, onde se comentam exposições internacionais e se destacam assuntos científicos e jogos de xadrez. A edição de 29 de novembro de 1888 é emblemática. Na primeira página, há as “*Cartas do Rio*”, nas quais Aristides Lobo ataca o Governo Imperial, um artigo científico sobre a utilidade das abelhas, um outro sobre as vantagens da manteiga fresca, diversas notícias internacionais e a coluna “*Humorismo*”. Na página 2, há as cotações do câmbio, mais algumas informações relativas ao exterior e, entre os assuntos locais, destacam-se a colisão entre um bonde e uma carroça, a morte de dois cavalos atingidos por um trem no Bom Retiro e a exposição na redação de uma abóbora de 44,5 quilos, colhida no quintal da casa “do sr. dr Domingos Corrêa de Moraes, residente a rua dos Bambus”, que foi parabenizado pelo cultivo do “monstro vegetal”.

A similaridade do conteúdo dos jornais da capital paulistana no fim do século XIX demonstra a inconsistência do pressuposto de que o nome *Diário Popular* significava a idealização de um modelo diferente. Isso amplia a gravidade da desastrada operação de maquiagem da primeira página do número 1, que culminou na mutilação do artigo de Américo de Campos induzindo pesquisadores, como Batista (2000), e organizadores de edições comemorativas, como Leite e Nunes (2004), a considerarem que a promessa de destacar “assuntos municipais” seria abrir espaço para as ocorrências locais. Seguindo essa linha Batista (2000) analisa a gestão de José Maria Lisboa Jr como aprofundadora da opção.

O *Diário Popular* passou a ser comandado exclusivamente por Zeca Lisboa. E foi evoluindo. A primeira página sem fotos e com diagramação pesada, sem variação grande nos títulos foi mudando aos poucos. As notícias internacionais aos poucos vão perdendo espaço e ganham destaque os fatos do Brasil. Em especial de São Paulo. Característica que marca o jornal até hoje. Em 9 de outubro de 1928, a manchete foi: Em 24 horas a polícia esclarece o crime da mala. O texto ocupa

quase toda a primeira página e narra com riqueza de detalhes a prisão de José Pistone, um italiano de 31 anos, recém-chegado ao Brasil, que é acusado de matar a mulher, Maria Fea Mercedes Pistone, e esconder o corpo dentro de uma mala (BATISTA, 2000, p.59)

O trecho acima destacado, referente ao crime, adapta-se perfeitamente ao que se encontra no *Correio Paulistano*, *Folha da Manhã* e *O Estado de S. Paulo* da mesma data. Com relação ao último, a diferença seria apenas de página, pois a notícia com o título “A sinistra descoberta a bordo do Massilia” está na página 7. O destaque dado por toda a Imprensa da época ao caso é mais um indicativo de que não havia se instituído a compartimentação do mercado.

Com relação ao fim do século XIX percebe-se também que a distribuição dos anúncios era um elemento padronizador. O *Correio Paulistano* destinava espaço menor a seus anúncios, mas os clientes eram, praticamente os mesmos dos dois concorrentes. Um exemplo comprobatório de que essa proximidade também se dava na área publicitária, está na campanha feita em 1889 pelo distribuidor do óleo Valvoline, após o produto ter ganhado um prêmio em uma feira nos Estados Unidos. O anúncio de página inteira aparecia tanto no *Diário Popular* quanto em *O Estado de São Paulo*. Em exemplares consultados no *Arquivo Público do Estado* foi encontrada a mensagem nas páginas 3 do *Diário* de 7 de fevereiro de 1889 e de *O Estado* de 3 de março do mesmo ano. Na década de 20, se nota a concentração dos anúncios maiores no jornal dos Mesquita, sendo comum a própria primeira página estar toda tomada.

3.2 Não ter sido vítima de repressão política relativiza importância histórica

Consagrado como bem inalienável do ser humano, o direito de expressar opinião e ser informado elevou a Imprensa à posição de um dos agentes fundamentais na consolidação da democracia. Esse papel, se lhe garantiu uma capacidade de influir que chegou a lhe dar a denominação de “Quarto Poder”, implicou também em transformá-la em alvo de perseguições por parte de regimes autoritários e de grupos econômicos e políticos aos quais não interessa a circulação livre de informações. Esse confronto, que se observa na trajetória dos meios de comunicação em todas as partes do mundo, acabou cristalizando um

silogismo que progrediu para senso comum, segundo o qual, se a grande maioria dos jornais independentes sofreu ou sofre qualquer tipo de agressão dos detentores do poder, ter sido ou ser vítima destes atos é pré-requisito para comprovação de independência.

O Brasil assistiu várias reviravoltas políticas nos 95 anos entre a Proclamação da República e o fim da ditadura militar em 1984, onde se destacaram períodos de governos autoritários. Foram muitos os jornais que sentiram os efeitos das violências oficial e oficiosa, que foram além da simples censura de conteúdo. A história do *Diário Popular* registra que ele foi vítima do cerceamento da liberdade de informar em várias oportunidades tendo, inclusive, em algumas delas, avisado aos leitores sobre o que não podia noticiar, como em 26 de janeiro de 1926, quando o assunto proibido era a movimentação da Coluna Prestes ou em 25 de outubro de 1930, ocasião em que o jornal informou que não podia dar detalhes sobre a deposição de Washington Luis, o presidente que impusera a censura em 1926 (A EPOPEIA...1984; OS MILITARES..., 1984).

Apesar dos diversos momentos em que sofreu com a censura e da disposição de mostrar que isto ocorria, faltam na trajetória do *Diário Popular* passagens traumáticas como as registradas na história de outras publicações que viveram os mesmos episódios políticos que ele, notadamente *O Estado de S. Paulo*. Essa comparação retoma as reflexões sobre jornalismo político, mais especificamente a respeito do jornalismo partidário, fazendo lembrar do artigo assinado por A. Barjona, em 8 de novembro de 1895 no *Diário Popular*, enaltecendo a opção de José Maria Lisboa de perseguir o ideal da neutralidade jornalística, e de como é tênue a distinção entre os conceitos de neutralidade e omissão. A dificuldade de se observar esse limite e a opção dos dirigentes, que assumiram o jornal após sua segunda morte, em 1943, explicam, em grande parte, o porquê de quase 50 anos de vida da publicação terem sido menosprezados pelos pesquisadores da evolução da imprensa brasileira.

No entanto, mesmo após a morte do jornal político, orientado por Américo de Campos e estimulado pelo radicalismo de Aristides Lobo, e apesar da preocupação explícita com a meta da neutralidade, visando possibilitar a geração de lucro, é perfeitamente possível, a partir de suas páginas, resgatar provas de que o jornal não descuidou do noticiário político e, deixou clara sua opinião, em momentos cruciais da vida nacional. É possível se discordar de alguns posicionamentos, especialmente na relação com

a ditadura de Getúlio Vargas, na fase mais dura do Estado Novo, porém, neste caso é importante lembrar que o período foi de censura rígida o que compromete a análise através do conteúdo das páginas. Além disso, o relacionamento entre os jornais paulistanos e o caudilho gaúcho que comandou o Brasil por 15 anos como ditador e voltou ao poder pelo voto foi marcado por alternâncias de comportamento, como se vê nas trajetórias de veículos como *A Gazeta*, *Diário de S. Paulo* e o próprio *Estado*.

Com relação a esse último título, que se transformou em paradigma do jornal que luta pela democracia, não se pode citá-lo sem, além de registrar sua participação política bem mais contundente que a do *Diário Popular*, ter em mente seu profundo envolvimento em questões partidárias. Além dos episódios já mencionados do rompimento com o presidente Campos Salles, em 1901, e do engajamento nas tentativas fracassadas de eleger Ruy Barbosa presidente, na chamada campanha civilista, há a participação efetiva do jornal na vida partidária do estado, nas décadas de 20 e 30, primeiro se colocando ao lado dos dissidentes republicanos que fundariam o Partido Democrático, que teve a publicação como eficiente divulgador, e depois tendo Armando de Salles Oliveira candidato a presidente.

A fase oposicionista dos anos 20 acabou levando à prisão de Julio Mesquita durante a Revolução de 1924. O movimento eclodiu em 5 de julho, foi dominado no dia 28, o jornal teve seu diretor detido no dia 29 e foi impedido de circular até 16 de agosto, segundo o histórico disponível no portal *Estadao.com* (CRONOLOGIA, 199-?). Uma evidência de que a represália se ligava à atuação prática dos diretores do jornal no jogo partidário, além de a ofensiva ter acontecido depois de debelada a rebelião, é o fato de que o veículo, apesar de concordar com os preceitos do movimento comandado pelo general reformado Isidoro Dias Lopes, condenava a via armada como instrumento de luta contra o estado de sítio decretado pelo presidente Arthur Bernardes.

A Folha da Noite e o *Diário Popular* não sofreram retaliação oficial equivalente, apesar de também serem críticos do Governo. O *Diário* demonstrara sua posição contrária aos métodos do grupo político que se instalava no poder desde o noticiário sobre a eleição, onde destacavam-se denúncias de fraudes e críticas ao clima de terror que imperava no país, patrocinado pelos “bernardistas”. As edições dos três primeiros dias de março de 1922 (a eleição aconteceu em 1º de março, uma quarta-feira de cinzas) estavam repletas de informações neste sentido. No dia da posse (15 de novembro de 1922) o jornal, ao contrário

do que fez nas outras mudanças de Governo, não publicou nenhum prognóstico sobre a gestão que se iniciava nem analisou a que se findava. Além disso, 50 dias depois sua posição de condenação aos desmandos do Governo que dava seus primeiros passos fica bem clara no editorial de 6 de janeiro de 1923, contra a prorrogação do estado de sítio:

O Governo Federal, amarfanhando a Constituição, espalhou em larga zona brasileira, a cortina de fumaça de um sitio illegal, dentro de cuja penumbra propicia a todas as violências e a mais commoda irresponsabilidade, e aperta a garganta dos jornaes independentes, effectua prisões inexplicáveis [...] exaggera impostos, trama planos financeiros contra os quaes se insurgem os mais abalizados banqueiros, exige uma temerosa causa orçamentaria e vae desenvolvendo, desembaraçadamente, uma politicagem sombria, interesseira e pessoal...(Diário Popular – 6-1-1923) (ARTHUR...,1984)

A maneira como Arthur Bernardes aparece nas páginas do jornal comprova que a neutralidade pretendida por José Maria Lisboa, ao ficar como único dono da publicação, foi seguida, por seu filho Zeca Lisboa, em seus primeiros anos no comando. Ainda presidente de Minas Gerais, Bernardes, que se transformara em candidato imbatível da máquina política viciada que dominava a política nacional, foi vítima de uma manobra de baixo nível de seus adversários. Na tentativa de intrigá-lo com os militares, foi forjada uma carta dele ao senador mineiro Raul Soares, na qual se fazia referência ao Marechal Hermes da Fonseca em termos altamente ofensivos. O *Diário Popular* se posicionou imediatamente pela necessidade de se esclarecer se o documento era verdadeiro. “a carta que appareceu publicada no ‘Correio da Manhan’ em reproducção photographica e assignada pelo dr. Arthur Bernardes [...] é um desses documentos terríveis [...], mas a carta é verdadeira? É necessário, em primeiro lugar, responder a esta pergunta para se chegar depois a uma conclusão (Diário Popular -11.10.1921)” (CARTAS..., 1984)

No mesmo dia, o jornal noticiava a disposição do Clube Militar de tomar atitude contra Bernardes e, dois dias depois, contava a história da carta forjada, cujo responsável só confessaria o crime após a posse de Bernardes. A seção Cartas do Rio de 13 de outubro de 1921 levantava detalhes, como a diferença de estilo de Bernardes e as formas de tratamento inusual que se via no texto, que convergiam para a conclusão de que houvera uma fraude.

Um retorno ao início conturbado da República, também contribui fortemente para se entender a noção de neutralidade do fundador do jornal. A edição de 7 de novembro de 1891, traz um artigo de Aristides Lobo, que ficou no ministério do Interior do Governo

Provisório apenas até março daquele ano. Seu estilo continuava contundente frisando “esta política é o maior despotismo que conheço...”, ao repudiar as ações arbitrárias de Deodoro, porém o texto não refletia a opinião do jornal como nos tempos pré-República de Américo de Campos. Essa fora externada de forma amena no dia 3, 48 horas após o golpe, em editorial que dizia: “cumpre nos lembrar que é preciso que haja prudência e calma”. Apenas em 30 de novembro de 1891, sete dias após a posse do vice Marechal Floriano Peixoto, o jornal elogiava “É preciso render homenagens aos denonados auctores do contragolpe que restaurou a legalidade”.

Essa demora em se posicionar indica as dificuldades de acomodação que enfrentava o jornal, diante do quadro político instável que não aconselharia a uma publicação que precisava gerar recursos para se manter correr o risco de ter problemas políticos que a impedissem de circular. A linha editorial, nos anos seguintes, manteve-se na proposta de noticiar todos os eventos e opinar apenas em momentos cruciais. Até 1910, o fundador do jornal participava da administração e da orientação de seu posicionamento diante dos fatos políticos apesar de estar muito doente. Desse ano em diante, o agravamento da enfermidade o leva a transferir todo o controle ao filho José Maria Lisboa Jr. O fundador do jornal, que morreu em 20 de novembro de 1918, teve também as filhas Leonor Lisboa Caldas, Mariana Lisboa Soares e Mercedes Lisboa Seng e o filho Amadeu de Castro Lisboa. Esse não aparece como herdeiro do jornal, condição desfrutada pelas irmãs e o irmão que ficou no comando da empresa³⁸.

Com o pai moribundo, Zeca Lisboa coloca a publicação em um nível mais avançado no debate sobre questões sociais, se posicionando, principalmente, com relação a problemas que afligem o dia-a-dia da cidade, como se depreende de sua opinião sobre os conflitos durante a greve de 1917 que paralisou a capital.

---

³⁸ Sobre Amadeu de Castro Lisboa, as citações são desconstruídas. Em 9 de novembro de 1964, o jornal fala “Por volta de 1906[...] foi atacado por insidiosa enfermidade que inopinadamente derrubou o jovem de 27 anos e dele fez um inválido” (COMO É..., 1964). No necrológico de José Maria Lisboa Junior, (em julho de 1943) ele é citado como residente no Rio e casado com Palmira Lisboa. Em 17 de agosto de 1956, quando da morte de Mariana Lisboa, informa-se que ele já era falecido. De qualquer forma, ele não foi herdeiro do fundador do *Diário Popular*, como se vê na Escritura de Sociedade Anônima de 31/12/1947 de transformação da empresa J. M. Lisboa & Cia Ltda em Empresa Jornalística Diário Popular S/A lavrada no 21º Tabelião da capital e registrada sob número 35.355 na Junta Comercial do Estado de São Paulo.

Os deploráveis excessos de hontem que tão desagradavel impressão estão causando no espírito público são o desenlace fatal de uma situação difficilima para as classes proletarias, situação que podia e devia ter sido remedeada em tempo conveniente se os poderes competentes tivessem demonstrado maior cuidado em se interessar pela sorte dos que trabalham e luctam Nada se fez para travar efficazmente o preço ascencional das substancias alimentares (...) Os homens do governo estão ainda convictos de que mediante uma manifestação de força, mandando sahir para as ruas batalhões de soldados diminuirão o movimento (Diário Popular 10-07-1917) (JULHO..., 1984)

O tom incisivo da crítica à truculência policial e à falta de capacidade de diálogo do Governo, assim como a cobertura ampla dada ao movimento que dividia as primeiras páginas com o noticiário sobre a primeira guerra mundial que agitava e ensanguentava a Europa, deve ser cotejada com o comportamento do *Correio Paulistano*, então defensor do PRP no Governo, e do *Estado*. Segundo Capelato (1989), os dois flutuavam entre o reconhecimento da justeza das reivindicações e críticas duras ao que consideravam excessos dos grevistas. O impasse entre trabalhadores e patrões levou a que a Imprensa fosse alçada ao posto de intermediadora das negociações. Quem consulta a cronologia histórica do portal *Estadão* citada acima encontra em sua referência ao ano 1917:

Durante a grande greve na cidade de São Paulo, Júlio de Mesquita Filho é convidado pelos operários para ser o mediador entre estes e seus intransigentes patrões nas suas justas reivindicações : jornada de oito horas, proibição do trabalho noturno para mulheres e crianças e melhores salários. (CRONOLOGIA...[199-?])

Essa citação não se adequa à versão dos historiadores, cuja maioria destaca que a mediação foi feita por uma comissão de imprensa, sendo que Capelato (1989) cita J F Dulles que atribui a idéia a Miguel Costa, capitão da Força Pública e encarregado de reprimir os grevistas, mas que era simpático a causa dos trabalhadores. Ele teria sugerido a um diretor de *O Combate* que a Imprensa fizesse o papel de mediadora. Corroborar com essa versão o fato de Mesquita nem assinar o documento redigido pela “comissão de imprensa diária de São Paulo”, como a chama o *Diário*. Os signatários pelo *Estado* são Nestor Pestana e Amadeu Amaral. Pelo *Diário*, assinou J. M. Lisboa Junior (o Zeca Lisboa).

A posição do *Diário* na greve de 1917 e sua postura durante o Governo Bernardes mostram que sua linha editorial não pecava pela omissão, mas andava no fio da navalha que tão bem metaforiza a neutralidade. Vale lembrar ainda que, se no seu noticiário se mesclavam os temas internacionais, nacionais e locais, como se percebe na divisão do espaço entre as informações sobre a primeira guerra mundial e a paralisação dos trabalhadores na indústria paulistana, na hora de opinar o jornal dava prioridade aos assuntos da cidade. Capelato (1989) dá um exemplo dessa linha ao analisar o comportamento da Imprensa diante da questão da pobreza que se via nas ruas da capital na transição entre a República Velha e a Era Vargas, ressaltando mais uma vez a proximidade de opinião entre os veículos.

A imprensa paulista não acreditava na eficácia da ação caritativa para resolver o grave problema da pobreza. Havia constantes acusações contra os ‘falsos mendigos’ e denúncias de ‘exploração da caridade pública...O Diário Popular alertou contra o perigo da ‘legião de mendigos –mulheres com crianças no colo, menores e sem trabalho – que atuavam em São Paulo’ A Prefeitura, com o auxílio da polícia, deveria estabelecer ‘rigorosa vigilância de modo a poder separar os que não podem trabalhar dos que podem.O jornal propôs que os primeiros fossem internados nos abrigos e os segundo processados nos termos do código penal que prescreve a mendicância como contravenção....(28-11-1930) (CAPELATO, 1989 p.131) .

Essa visão, além de assinalar um dos efeitos colaterais mais graves da rápida urbanização da cidade, mostra uma das principais distinções entre o fundador José Maria Lisboa e seu filho. O primeiro tinha uma tendência forte para a caridade e transformava a redação em um local de recepção de ajuda para os pobres³⁹. A unidade de opinião na Imprensa também é reforçada por Capelato (1989) ao lembrar que Armando Salles de Oliveira ao assumir a interventoria de São Paulo proibiu a mendicância, atitude elogiada pelo jornal do qual era diretor e seu cunhado responsável pela redação.

O OESP aplaudiu a iniciativa, argumentando: ‘Assim cessará uma das mais sórdidas chagas sociais que é a exploração da caridade pública em benefício da vagabundagem criminosa... A solução proposta para o problema foi semelhante à do Diário Popular: internação em ‘hospício ou asilos’ dos que não tivessem saúde ao aptidão para o trabalho e punição para os que abusassem do sentimentalismo público. Assim, a repressão à mendicância pela polícia foi considerada ‘ato

³⁹ Notas sobre o recebimento de donativos para os necessitados eram comuns nas páginas do jornal. Em 8 de novembro de 1888, via-se “Recebemos 10\$ para os pobres do Diário”. A maioria das vezes os doadores eram anônimos. José Maria Lisboa também foi um dos colaboradores que conseguiram fundar a Sociedade de Beneficência Portuguesa, hoje mantenedora de um dos mais importantes hospitais da capital paulistana.

heróico que mostra que somos uma terra de gente civilizada` (OESP, 1.10.1933) (CAPELATO, 1989, p.132/3).

Também com relação ao tumultuado período de governo de Getúlio Vargas, não se pode dizer que as incoerências do *Diário Popular* tenham sido diferentes das dos demais veículos. Se a Revolução de 1932 foi marcada pelo apoio irrestrito e militante do Estado, que teve seus diretores exilados, o *Diário* também estava ao lado dos paulistas que se insurgiram contra a ditadura implantada. Capelato (1989, p.33) assinala: “Durante a Revolução de 1932, a imprensa paulista invocou as ‘qualidades ancestrais’ do povo desse estado sua ‘energia férrea’ e a ‘abnegação dos pioneiros de antanho’ (Diário Popular, 4.10.1932). A posição do jornal ficou clara na matéria “São Paulo viveu horas de intenso civismo” de 26 de janeiro de 1932, sobre o comício feito na comemoração dos 378 anos da cidade onde se destaca:

O Brasil e São Paulo carecem urgentemente de um regime [...] com a possibilidade de se garantir a mais livre representação de todas as correntes de opinião, terminados de uma vez por todas os métodos deploráveis de auctoritarismo dictatorial de emergencia quer o auctoritarismo definitivo, consagrado numa constituição que fez de cada Estado uma satrapia de algumas famílias, e a republica uma vasta mesa de banquete para todo os piratas e capadocios. São Paulo deu hontem no comício promovido para exaltar a sua grandeza, a demonstração iniludível de seu cansaço (Diário Popular, 26.01.1932) (SEM A CONSTITUINTE..., 1984).

A clareza das críticas ao regime desautoriza que se considere o jornal como sem opinião, porém, assim como em 1924, o *Diário* não sofreu represálias. Mais uma vez é possível se encontrar no posicionamento partidário de *O Estado* a diferença de tratamento repressivo. Assim como a prisão de Mesquita pai em 1924, a prisão e exílio de seus filhos Júlio e Francisco em 1932, a extrema violência da ditadura do Estado Novo que exilou novamente Júlio, agora ao lado de Armando de Salles Oliveira, e o ápice das retaliações com a intervenção de 1940, quando o jornal passou a ser comandado por profissionais nomeados por Vargas, se transformaram em validadores da classificação de *O Estado* como defensor dos valores democráticos liberais e símbolo de Imprensa independente. Esse reconhecimento histórico é feito, na maioria das vezes, sem que se mencione as oscilações de posicionamento do jornal, inspiradas por interesses partidários.

O veículo apoiou a Aliança Liberal, movimento oposicionista que colocou no poder Getúlio Vargas que viria a se tornar ditador. Após a vitória do grupo, seu redator chefe Plínio Barreto foi nomeado para um secretariado que dirigiu São Paulo por 40 dias. Depois de discordâncias com o comportamento do novo Governo, o *Estado* engajou-se no movimento constitucionalista de 1932, com seus proprietários chegando a pegar em armas e, após a derrota do movimento, sendo mandados a Lisboa. O jornal se reconciliaria com Vargas, sendo que Salles de Oliveira foi interventor de São Paulo de 21 de agosto de 1933 a 11 de abril de 1935, e eleito primeiro governador civil paulista pós República Velha⁴⁰. Para assumir o cargo, ele exigiu a anistia dos revoltosos, o que significa a volta dos cunhados ao país. Sobre esse fato, Capelato (1989) registra a reação de *A Gazeta*, que ela define como adepta do PRP, criticando a Constituição de 1934 e atacando o jornal dos Mesquita:

Camarilha que há 20 anos vinha agindo para conseguir o que agora conseguiu (a interventoria do Estado), não em pleito livre, via voto secreto, que lhe merece tantos louvores, mas por meio da felonía mais vil, transações indecorosas, agachando-se diante do Sr. Getulio Vargas'. O representante do periódico lembrava que 'após a Revolução de 1932, na prisão, em companhia do mesmo Julinho (homem de inteligência curta) ouvira, como os demais prisioneiros, sair de sua boca a exclamação; ah quando eu tomar conta do Brasil [...] imaginem o Brasil entregue a esse cretino...(25.7.1934) (CAPELATO, 1989, p.188)

Ainda em Capelato (1989, p.189), a autora ressalva que a *Gazeta* acabou se compondo com o ditador e, no período mais tenebroso de seu comando, “Durante o Estado Novo, *A Gazeta* viveu em paz com o chefe do Governo. Cásper Libero e Vargas trocaram elogios: as mágoas de 1932 pareciam esquecidas”. Já em Capelato (1980), ela reforçava a ambiguidade de *O Estado*:

Armando de Sales Oliveira foi nomeado interventor em agosto de 1933. Esse ato do presidente (agora Getúlio já não era considerado pelo jornal ditador e sim presidente provisório) foi saudado pelo ‘O ESP’ como uma homenagem à ‘opinião pública’ e à autonomia de São Paulo. Segundo o jornal, o que São Paulo sempre quis foi apenas ‘o direito de ser governado por seus filhos, respeito de sua autonomia e o restabelecimento rápido da ordem legal (18-8-1933) (CAPELATO, 1980, p.53)

O rompimento de *O Estado* com a ditadura se deu quando Salles, que havia deixado o cargo de governador para se candidatar a presidente, teve seus planos frustrados pelo

---

⁴⁰ Sobre a alternância no comando do Estado no período pós-Vargas cf. Alves (2006).

golpe de 1937, que instaurou o Estado Novo, com uma nova Constituição de cunho fascista e iniciou um período de opressão, com o aprofundamento da ditadura e o cancelamento da eleição presidencial que Sales disputaria. Apesar da censura rígida que sofreu, o *Estado* representava uma ameaça a Getúlio e isso motivou a intervenção em 1940, que teve como pretexto uma denúncia de que existiram armas na redação do jornal que seriam usadas para derrubar o governo. (DUARTE, 1972, p.34).

É viável fazer um paralelo entre o posicionamento do *Estado* em relação à Era Vargas e o adotado em outro período ditatorial brasileiro no qual o jornal dos Mesquita chegou a defender medidas de exceção e depois deve de combater os efeitos da ruptura democrática. Trata-se do golpe militar de 1964, no qual a participação da Imprensa foi fundamental e que acabou instaurando uma ditadura, em cujos momentos mais rígidos, *O Estado* chegou a ser impedido de circular em dois dias e depois publicou trechos dos *Lusíadas*, de Camões, no lugar de matérias censuradas. A diferença fundamental entre os dois momentos é que em 1964 a publicação agia por ideologia e seguia o pensamento da grande maioria de seus leitores, sem interesse particularmente partidário, como nas décadas de 20 a 40. De qualquer maneira, sem dúvida, os episódios pós 64, contribuíram emblematicamente na cristalização do conceito de um jornal defensor dos ideais democráticos que a publicação ostenta até hoje.

O período ditatorial de Vargas possibilitou outro exemplo de como a truculência oficial pode se transformar em “certificado” de boa conduta a veículos de posições não claramente definidas. A prisão de Assis Chateaubriand, opositor de Getúlio, é usada como indício de que a rede *Diários Associados* seria formada por jornais livres e combativos. A repercussão da truculência oficial na primeira fase da ditadura getulista acaba deixando em segundo plano a simpatia do jornalista pelas idéias nazistas e o uso feito por ele das páginas de suas publicações para pedir, após a instalação do Estado Novo, a Getúlio Vargas que aqui implantasse as medidas adotadas por Adolf Hitler na Alemanha. Capelato (1989, p.224- 226), depois de transcrever trechos de vários textos do *Diário de São Paulo*, é taxativa: “No período inicial do Estado Novo, Chateaubriand aderiu completamente ao nazismo. A exaustiva exposição de seus textos revela o quanto o diretor dos *Diários* se identificava com a teoria organicista do Estado totalitário”.

Morais (1994) também enfatiza a adesão do todo-poderoso dono dos *Diários Associados* às idéias do Fascismo e comenta como sua defesa do estado forte, usada para elogiar o novo golpe de Getúlio, foi explicitada desbragadamente “Dos artigos de Chateaubriand emanava tamanha e tão convicta louvação das virtudes da ditadura recém-implantada que o Governo decidiu que a oficial Agência Nacional passaria a distribuí-los em seu serviço gratuito despachado diariamente para jornais de todo o país” (MORAIS, 1994, p.376). Segundo Moraes (1994, p. 376) ao explicar ao amigo Dario de Almeida Magalhães a guinada ideológica de seus veículos, Assis disse “Os homens públicos passam, seu Dario, mas os jornais são permanentes. [...]. Vamos ter que apoiar o Estado Novo para que nossos jornais possam sobreviver”.

Além da comparação do tratamento dado ao *Diário Popular* com o recebido pelas publicações que alternaram seu posicionamento favorável e contrário a Getúlio, é esclarecedor fazer também um paralelo com aquelas que não se alinharam à Aliança Liberal, especialmente a *Folha da Noite* e *Folha da Manhã*, de Olival Costa, que deram origem à *Folha de S. Paulo*. Os dois veículos foram empastelados em 1930 por terem ficado ao lado do Governo. Capelato (1989, p. 26) registra: “No fim da Primeira República, o governo contava com seus tradicionais aliados; O *Correio Paulistano*, órgão do Partido Republicano Paulista, dirigido por Abner Mourão; A *Gazeta*, de Cásper Líbero; o Jornal do Comércio, dirigido por Mário Guastini, e o *Diário Popular*, de José Maria Lisboa (sic)”. Essa relação, com o *Diário* na classificação de situacionista, também se vê em Sodré (1999, p.371), porém o teor das páginas da publicação não permitem afirmação tão enfática.

Após a vitória dos revolucionários, os jornais de Olival foram destruídos por populares adeptos de Getúlio e o *Correio*, que teve suas oficinas confiscadas. O *Diário Popular* não sofreu represálias nem oficial nem da população e registrou o episódio em suas páginas em 25 de outubro de 1930:

O ataque ao ‘Correio Paulistano’ assumiu num relance de olhos o aspecto de um assalto...Das janellas principiou então uma projecção ininterrupta de objectos de toda espécie: mesas, cadeiras, secretarias, poltronas, machinas de escrever, cortinas, pedaços de janella, quadros e retratos, tapetes e por fim um piano de cauda que ruiu fragorosamente do 1 andar e se esphacelou com estrondo na calçada...Formaram-se grupos diversos que assaltaram os edificios de ‘A Gazeta’, ‘Correio Paulistano’, ‘São Paulo Jornal’, ‘Combate’ e ‘Folha da Noite’, destruindo o mobiliário, jogando-o à rua e queimando tudo (OS MILITARES..., 1984).

O fato de o *Diário Popular* ter passado incólume por esse traumático período da história da imprensa brasileira motiva reflexões sobre seu comportamento. Ter sido poupado pelos populares que atacaram os jornais considerados governistas sinaliza que ele não era visto como de situação. Diversos editoriais criticando atos do Governo Washington Luis e do Congresso reforçam essa impressão. No dia da posse, o editorial lembrava, depois de lamentar “quatro annos de odios” do período Bernardes, que o presidente que assumia “na sua carreira politica nem sempre acertou. S.S praticou erros na gestão da Secretaria da Justiça e Segurança Pública, da Prefeitura e na Presidência de São Paulo, mas nunca sofreu ataques á sua integridade de character e á sua probidade de administrador [...]. É muito mas não é o bastante para um homem público...Diário Popular 15/11/1926 (A REPÚBLICA..., 1984)

Já em 8 de junho de 1927, o jornal condena a não aprovação da anistia aos militares que participaram do movimento tenentista e da Coluna Prestes e em 1 de agosto do mesmo ano mostra sua indignação com a antecipação da discussão do processo sucessório, para, quatro dias depois, criticar com veemência a fraqueza dos membros do Congresso:

Os defensores do Governo não estão nem em dia com os factos e os acontecimentos contemporaneos. (Mesmo os mais brilhantes) continuam a votar com o Governo porque sabem como foram eleitos e sabem que perderão o emprego...E emprego com seis contos por mês está cada vez mais seductor. Diário Popular 05/08/1927). (A REPÚBLICA...,1984).

Entre 1927 e 1930, o jornal continua criticando o Governo, especialmente nas questões econômicas, alertando para as dificuldades enfrentadas pela agricultura, pelo comércio e pelos assalariados, como em 27 de novembro de 1929 ao noticiar, ao lado de outros indicadores da crise, que “a crise vem extendendo seus tentáculos, ferindo o commercio em geral, as industrias e o operariado...10 mil casas tiveram suas ligações electricas cortadas por falta de pagamento” (SUCESSÃO:...,1984). Também as manobras do presidente para fazer do governador paulista, Julio Prestes, seu sucessor, desrespeitado o acordo “café-com-leite” que previa a eleição de um mineiro era alvo de comentários reprovadores.

Já a colocação do jornal entre os que davam apoio ao Governo, como fazem Sodré (1999) e Capelato (1989) poderia ser explicada pela falta de reação contra a censura imposta pelo Governo após a eclosão da Revolução de 30, mas a própria notícia de que estava sob censura, conforme publicado em 30/03/1930, além de servir como uma prestação de contas aos leitores, indicaria uma maneira de protesto. Assim, também nesse momento conturbado da vida nacional, vale afirmar que o melhor rótulo para o comportamento do jornal diante dos fatos é o da neutralidade. Essa classificação se adequa, por exemplo, à cobertura do assassinato do governador da Paraíba, João Pessoa, que foi usado como pretexto para o desencadeamento da revolução comandada por Getúlio Vargas. O jornal se preocupou em mostrar que a causa do crime era passional (conforme a história comprovaria) e na sua edição de 28 de julho de 1930, publicava essa visão, ressaltando, no entanto, que o estado nordestino vivia uma ferrenha disputa política.⁴¹

A possibilidade de se tachar de situacionista a maneira cautelosa como eram redigidas as notícias do *Diário Popular* diminui significativamente quando se vê que os irados vencedores da disputa de 1930, no calor da comemoração, não deram ao *Diário Popular* o mesmo tratamento dispensado aos demais órgãos enumerados por historiadores como governistas. Ressalte-se que a localização das publicações, todas no centro da cidade e em ruas próximas, contribuiria para a generalização dos ataques. A interpretação mais viável seria de que os autores da represália não reconheciam o jornal como adversário da Aliança Liberal. Já o entusiasmo da manchete “Vitória da Revolução Brasileira”, de 25 de outubro de 1930, serviria para se questionar a possibilidade de ter o jornal feito uma adesão oportunista aos vencedores. Também é válido indagar se a falta de repressão não se relacionava a uma imagem de desimportância. Isso o descredenciaria como formador de opinião, não exigindo também por parte do novo Governo a adoção de reprimendas.

O consenso de que um jornal constrói sua tradição de maneira cumulativa não avaliza essa análise, pois o *Diário Popular* nessa altura de sua trajetória se consolidava como referência, o que prova sua própria sobrevivência em um mercado em que grande parte das publicações dava sinais de debilidade e de despreparo para as crises que viriam, as

---

⁴¹ A morte de João Pessoa foi assumida por João Dantas, adversário político do governador que dizia ter vingado sua honra, uma vez que o governador havia mandado invadir sua casa para se apropriar de documentos que comprovavam o envolvimento amoroso de Dantas com a professora Anayde Beiriz.

quais reduziriam sensivelmente o número de títulos em circulação, nos anos 50 e 60, período no qual a industrialização se tornaria um processo acelerado no Brasil.

Também desautorizam a ilação de ser a publicação comandada por Zeca Lisboa um veículo que não era levado em conta, tanto pelos revolucionários quanto pelo Governo, sua participação na divisão do bolo publicitário destinado aos jornais da época e o conceito de seu proprietário na categoria jornalística e na sociedade paulistana. O *Diário Popular* que continuava investindo nos pequenos anúncios classificados também tinha em suas páginas mensagens de grandes lojas, de lançamentos imobiliários (na época, loteamentos que começam a marcar os novos limites da capital) e empresas importantes em vários segmentos. Sua carteira de clientes não se diferenciava das exibidas por seus concorrentes. Símbolo da utilização da mídia impressa como veiculadora de suas mensagens, o tradicional *Mappin Store* colocava seus anúncios em vários jornais, incluindo o *Diário*.

Assim, é mais plausível afirmar que a passagem incólume pelos dias de violência contra a Imprensa em 1930 se explica pela percepção do público de que o jornal não se alinhava politicamente a nenhuma facção. Sua importância, inclusive, foi reconhecida pelos novos detentores do poder que se aproximaram do jornal e ganharam a simpatia de José Maria Lisboa Jr. Determinar se a adesão do *Diário Popular* ao Governo ditatorial foi uma imposição da censura ou estava sustentada na crença de seu proprietário é tarefa complicada. A primeira dificuldade surge ao se lembrar da habilidade maquiavélica com que Getúlio desenvolveu o jogo de relacionamento com a Imprensa que lhe permitiu transformar inimigos em amigos e vice-versa constantemente, como prova o conturbado relacionamento de seu Governo com o *Estado de S. Paulo*, o *Diário de S. Paulo* e os demais títulos pertencentes à rede *Diários Associados* de Assis Chateaubriand. Com relação ao *Diário Popular* e, especialmente a seu proprietário e diretor, é necessário fazer-se justiça a posicionamentos claros assumidos em editoriais publicados durante os períodos em que a censura getulista foi mais condescendente. Neles, vê-se a opinião clara do jornal favorável à restauração da normalidade institucional, como o texto veiculado em um momento em que se gestava o golpe que estabeleceria o Estado Novo.

O que necessitamos desde já é saber ler nas entrelinhas (dias antes, Getúlio pronunciara um discurso em que sugeria o continuísmo pessoal ou a indicação de um nome de sua confiança). Precisamos declarar bem alto não concordamos que o novo Presidente seja indicado e sim queremos que seja eleito. Leiam o discurso

recente (de Vargas). Não se fala em sucessão. Repete-se a velha forma, nos moldes de uma indicação (...) Estamos diante de um dilemma cada vez mais grave. Duas simples palavras “meu sucessor”, num discurso mudariam o ambiente político e essas duas palavras não foram pronunciadas. Por que? (Diário Popular – 07.01.1937) (NA ‘CAÇA...’, 1984)

Das pessoas que conviveram com Zeca Lisboa, ainda vive o seu primo em segundo grau Antonio Quirino de Souza e Castro, sobrinho neto de Antonio Bento (doador dos equipamentos que viabilizaram a fundação do *Diário Popular*). Ele lembra das histórias contadas por sua família sobre os negócios dos “parentes ricos”, como seu pai definia os proprietários do jornal, e de seu trabalho na empresa. “Eu entrei no *Diário Popular* aos 17 anos no setor de publicidade na coleta de anúncios. Lá trabalhei seis anos. Depois passei para revisão onde fiquei mais alguns anos e finalmente fui para a redação de esportes” (CASTRO, A., 2007, entrevista).

Era o ano de 1941, Zeca Lisboa já estava com 70 anos e preparava dois sobrinhos para sucedê-lo. Politicamente, o Brasil vivia o auge da repressão do Estado Novo de Getúlio Vargas, *O Estado de S. Paulo* circulava sob o comando dos interventores nomeados pela ditadura e as demais publicações da cidade haviam se submetido à censura do temível DIP (*Departamento de Imprensa e Propaganda*). Quirino lembra do diretor do jornal como um homem que tinha um relacionamento cordial com o interventor federal Adhemar de Barros e a saúde abalada pelo diabetes, arrogante e habituado a esbravejar e a usar palavras chulas. “E o Zeca Lisboa só falava palavrão. Realmente, se dizia do Zeca que ele falava duas palavras e três eram palavrões, ele era desbocado”.

À imagem preservada na memória de quem presenciou o dia-a-dia do jornal nos últimos dois anos do comando de Zeca Lisboa, Quirino acrescenta referências ouvidas de parentes que traçam um perfil muito menos positivo do dono do jornal, do que o depreendido de citações de fatos históricos e depoimentos encontrados em páginas do *Diário Popular*, do *Correio Paulistano* e de outras publicações. Diferentemente da visão familiar, o conceito desfrutado por ele no mercado era o de um profissional bem relacionado entre os jornalistas e os proprietários de jornais. Sua já citada participação na negociação da greve de 1917 alia-se a outro evento importante para a imprensa paulista, acontecido dez anos depois, como prova de seu bom trânsito no setor e de que o jornal tinha um papel significativo no cenário de então. Em 1927, com a morte do proprietário de *O*

Estado de S. Paulo, Julio Mesquita, decidiu-se que os jornais deveriam homenageá-lo com um monumento, tendo sido o *Diário Popular* o escolhido para centralizar as contribuições, como se vê na nota, que circulou sob o título Dr. Julio Mesquita:

Está aberta nesta folha a subscrição popular para erecção de um monumento ao grande e saudoso jornalista dr. Julio Mesquita. Por decisão dos orgams da imprensa paulista , que assumiram a iniciativa dessa homenagem, em seguida á idéa lançada pelo `Jornal do Commercio` foi escolhida esta folha para receber as quantias subscriptas, afim de não se dispersar o trabalho de recepção das contribuições. O monumento ao dr. Julio Mesquita, levantado pelo povo, representará uma justa consagração do nobre jornalista, por quem sempre foram defendidos as boas causas e advogados os diretos e aspirações da população brasileira” (UM GESTO..., 1984)

Essas citações comprovam que a consolidação do *Diário Popular* como ator importante na história da imprensa paulistana se deu de forma cumulativa e que o ponto alto desse processo foi a eleição de Zeca Lisboa para presidir a *Associação Paulista de Imprensa (API)* em abril de 1939. A entidade, atualmente, ressenete-se de falta de reconhecimento entre os profissionais da Imprensa e a opinião pública, seja porque, ao contrário de sua congênere no plano nacional (a *ABI - Associação Brasileira de Imprensa*), não teve uma atuação política notável nos últimos tempos, seja porque a categoria dos jornalistas do estado sente-se mais bem representada pelo seu sindicato. No entanto, em seus primeiros anos de vida, ela foi considerada de significativa importância para o desenvolvimento da imprensa estadual e seu comando foi sempre muito disputado. A eleição na qual, com 510 votos contra 422, a chapa encabeçada por José Maria Lisboa Jr venceu a de oposição liderada por Ayres Martins Torres foi uma das mais acirradas da história da API.

O pleito teve como característica principal o envolvimento dos jornais na campanha, ressaltando-se o entusiasmo do *Correio Paulistano*, que ficou ao lado do *Diário Popular*, cujo proprietário encabeçava a chapa de situação apoiada pelo presidente da entidade Guilherme de Almeida. Do outro lado o destaque foi a participação também radical do *Diário de S. Paulo*, ao lado do outro título pertencente aos Diários Associados, o *Diário da Noite*. as *Folhas da Manhã* e da *Noite* também se alinharam à oposição, tendo *O Estado de S. Paulo* dado pouca importância ao evento, apesar de seu redator Mario Sergio Cardim, diretor do sindicato dos jornalistas, ter sido um dos mais inflamados oradores no último dia de propaganda. Seu discurso e os de outros apoiadores, além do feito pelo candidato, foram

transmitidos pela *Rádio Record*, enquanto a *Rádio Tupi*, pertencente aos *Diários Associados* de Assis Chateaubriand, deu espaço à oposição.

O tema central da campanha foi a participação de um dono de jornal como candidato. A chapa de oposição era denominada “A A.P.I. para os trabalhadores em jornais” e seu apelo aos associados com direito a voto era no sentido de transformar a entidade em órgão dos empregados. Nesse sentido, o *Correio Paulistano*, que dedicou toda sua página 5 e parte da 2 para o assunto ressaltou o discurso do presidente que deixava o cargo Guilherme de Almeida, que fazia-se um trocadilho com as expressões “patrão de jornalista” e “padrão de jornalista”.

O estúdio da Radio Record, ontem, às 21 horas, estava literalmente repleto de jornalistas que ali foram ouvir os discursos dos srs dr. José Maria Lisboa Junior, director do Diário Popular e candidato a presidencia da Associação Paulista de Imprensa e dr Guilherme de Almeida presidente daquela associação [...] Em seguida, emocionado, falou o candidato da presidencia da A.P.I. A sua bella oração que deixou no auditorio a melhor impressão reafirmou bem alto os altos predicados de espirito e de coração do velho jornalista que na phrase feliz de Guilherme de Almeida não é patrão, mas, sim padrão de jornalista”.(EM 54 ANOS...,1939)

A vitória de Zeca Lisboa ocupou grande espaço, no dia 16 de abril de 1939, nas páginas de seu jornal e nas do *Correio*, sendo ignorada pelo *Diário de São Paulo* que noticiou apenas, na primeira página de seu segundo caderno a eleição indireta da diretoria do sindicato dos jornalistas comandada por Arsenio Tavoglieri. A grafia usada difere da encontrada na *Folha* (Tavolieri), publicação que deu em sua página 20, as informações sobre as duas eleições, frisando que a escolha de Arsenio tinha sido muito comemorada no jornal onde “a noite o pessoal lhe prestou significativa homenagem bebendo uma chopada pela sua vitória” (TEM NOVO..., 1939). Outro detalhe que desperta a atenção na cobertura da *Folha* é o tratamento dado ao vencedor: no lugar de “doutor” José Maria Lisboa Jr, como fazia o *Correio*, ela o chamava de “senhor”. Por outro lado, numa evidência de que havia um distanciamento entre as duas entidades da classe jornalística, não se encontra no *Diário Popular* e *Correio Paulistano* a notícia sobre a eleição no sindicato, que aconteceu, segundo Ribeiro, J. (1998, p.206), após a categoria decidir não aceitar a suspensão das atividades da entidade determinada pelo decreto 1.402.

Zeca Lisboa não teve um período calmo no comando da *API*. O início de sua gestão indicava que tinham razão os que consideraram sua chapa como defensora dos interesses do governo ditatorial. A primeira página de 19 de maio de 1939, do *Diário Popular* trazia como destaque principal a visita que o interventor federal Adhemar de Barros fizera no dia anterior a residência de Lisboa, com um texto marcado por elogios recíprocos, assim concluído: ...”Saudado pelo dr Lisboa Junior, num brinde de agradecimento pela distinção que lhe era feita, o dr. Adhemar de Barros declarou que prazer maior era o seu em poder cumprimentar um jornalista authenticico de São Paulo, absolutamente dedicado, um uma existencia utilissima, ás causas populares”(VISITA..., 1939)

Na mesma página e também com bastante destaque o jornal trazia notícia com o título “Redução, aos jornalistas, no preço das passagens de estradas de ferro”. A informação se referia a um decreto do interventor disciplinando a concessão do desconto nas passagens aos jornalistas filiados à *API* e ao sindicato da categoria. O texto reproduzia telegramas de Lisboa Jr. agradecendo ao interventor e ao secretário de viação, Guilherme Winter, pela medida. Vale registrar a convergência de interesses das duas entidades de classe no benefício aos profissionais e lembrar que foi uma praxe do governo Getúlio tentar cooptar jornalistas com este tipo de tratamento diferenciado.

Mas nem só telegramas de agradecimento marcaram a gestão Lisboa na *API*. Os grandes desafios se colocaram diante dele ainda antes de completar o primeiro ano no cargo. Getúlio decidiu apertar ainda mais o cerco à imprensa e além de criar, nos últimos dias de 1939, o famigerado DIP que colocou os jornais sob controle total, incluindo a presença de censores nas redações, suspendeu a isenção do imposto de importação sobre o papel imprensa. Essa medida representou um pesado ônus para as empresas que, assim como hoje, dependiam em muito da compra no exterior de sua principal matéria prima.

A publicação no dia 4 de janeiro de 1940 da íntegra do telegrama enviado a Getúlio pedindo a revisão da medida foi uma das últimas informações que o jornal conseguiu dar revelando o caráter autoritário do Governo. Falando em nome da *API*, Lisboa mostrava a surpresa do setor e as dificuldades que seriam geradas com o fim da isenção:

A Associação Paulista de Imprensa, reflectindo pensamento unanime, jornaes de São Paulo, por seus representantes reunidos, toma liberdade ponderar V. Excia. Decreto-lei 1.938, hoje divulgado, vem crear situação insustentavel para manutenção jornaes, em virtude suppressão a isenção concedida decreto 300 e

restabelecimento taxas sobre importação papel, cujo valor sera superior ao próprio custo papel. Decreto ora promulgado causou grande surpresa jornaes, tanto mais que veio antecedida de considerados que, enaltecendo imprensa, faziam prever desfecho justamente opposto (...) (a) José Maria Lisboa Junior Presidente – Diário Popular – 04-01-1940” (CENSURA..., 1984)

O telegrama caiu no vazio e essa represália econômica atrapalhou em muito a vida dos jornais. O ano de 1940 também entrou para a história da imprensa brasileira pelo ato mais violento da ditadura Vargas que foi a intervenção no *O Estado de S. Paulo*. Numa ação descrita em Duarte (1972, p.34) como armação de uma “polícia cheia de torpeza”, metralhadoras foram “descobertas” no forro da redação do jornal e como punição o jornal foi ocupado e passou cinco anos sob domínio de administradores nomeados pela ditadura. Sobre esse episódio, Quirino conta que circulavam na redação do *Diário Popular*, quando ele passou a ser funcionário, comentários de que Zeca Lisboa teria servido como uma das testemunhas do “encontro” das armas. Essa versão colide frontalmente com o relato de Duarte (1972) que pode ser considerado insuspeito por ser um dos jornalistas mais destacados do *Estado* e amigo pessoal de Julio Mesquita Filho. Diz ele:

..Assim, o Estado passou à posse da ditadura, que teve o cinismo de convidar José Maria Lisboa Júnior, homem de bem, para dirigi-lo, por encargo do DIP. O íntegro jornalista negou-se energicamente a representar aquele papel torpe. Mas há sempre indivíduos, principalmente jornalistas neste Brasil, capazes de todos os papéis. Assim, encontrados os necessários testas de ferro, voltou o jornal a sair a 7 de abril de 1940, 13 dias depois do escândalo. (DUARTE, 1972, p. 34)”

A redação do *Estado* foi confiada a Abner Mourão, o diretor-responsável do *Correio Paulistano*, que era ligado a Zeca Lisboa. Esse morreu em 27 de julho de 1943, ainda presidindo a *API* e não viu a queda de Vargas nem a devolução do jornal da Família Mesquita a seus proprietários em 1945.

CAPÍTULO 4 A opção por ser uma empresa pequena

4.1 Na contra-mão do mercado em dois momentos importantes

As alternâncias de perfis experimentadas pelo *Diário Popular* durante os 45 anos entre a morte de Zeca Lisboa e a venda ao ex-governador Orestes Quércia explicitam também diferenças entre o jornal que tem um jornalista como proprietário ou como principal condutor e o que pertence ou segue a orientação de alguém com formação administrativa ou similar. A constatação de que as duas visões têm focos distintos não equivale a descartar a possibilidade de existirem pessoas formadas em uma dessas áreas com capacidade de agregar os conhecimentos e princípios da outra e implantá-los na condução do veículo. São exemplos deste

perfil, Julio de Mesquita, jornalista que gerenciou e impôs conceitos empresariais ao *Estado* na passagem do século XIX para o século XX e, no lado oposto, José Nabantino Ramos, empresário que, segundo suas próprias palavras, quando assumiu o *Grupo Folha*, em março de 1945 “de jornalismo sabia somente o que sabem os leitores” (MOTA ; CAPELATO, 1981, p.107) e deu aos veículos, além da administração direcionada a resultados econômicos, padrão editorial que obedecia os princípios caros aos jornalistas.

Com relação à *Folha*, há também o caso do sucessor de Nabantino, Octavio Frias de Oliveira, falecido em 29 de abril de 2007, aos 94 anos, que tinha sua formação empresarial desenvolvida em outros setores e adotou, além de um modelo eficaz de gestão, um padrão editorial que permitiu à publicação inserir seu nome na história da Imprensa como referência de jornalismo de qualidade, baseado na imparcialidade. As obras que têm a *Folha* como tema não permitem concluir se ele fez esta opção por convicção ou por visão empresarial. O já citado recuo diante da repressão militar em 1977, após o episódio

Diaféria, ainda suscita dúvidas sobre se houve excesso de pragmatismo. O fato de o Grupo ser proprietário da *Folha da Tarde*, que assumiu orientação claramente pró-ditadura militar e ideologicamente à direita do espectro político, reforça esta dúvida.

Ao se analisar a trajetória do *Diário Popular*, a comparação entre a publicação que tinha Américo de Campos como redator chefe e a que ficou sob o comando exclusivo de José Maria Lisboa faz aflorar distinções nos assuntos destacados em primeira página e no estilo dos textos, assim como no incremento do número de anúncios, principalmente os classificados. Nas outras mudanças dos detentores do poder decisório, que se sucederam após a morte do filho do fundador, essa distância conceitual dos modelos editoriais e empresariais se torna mais nítida. Cotejar os veículos que circularam na capital paulista no período imediatamente posterior à ditadura Vargas, em sua quase totalidade com posições ideológicas e interesses políticos definidos que se evidenciavam na administração orientada por jornalistas, com o *Diário Popular* reforça a constatação de que o jornal assumiu, em uma fase de efervescência política, posição secundária e priorizou, na destinação de seu espaço, os anúncios.

O filho do fundador tinha um perfil que se adequava à definição de híbrido por ser um dirigente de formação jornalística que se viu diante da necessidade de dominar técnicas inerentes ao especialista em administração. Nesse sentido, e por ter acontecido uma direção compartilhada durante vários anos entre ele e o pai, não é obrigatória a classificação desta sucessão como uma das mortes do jornal, dentro das premissas deste trabalho, pois ela implicou em transformação insignificante na filosofia da empresa. Apesar de ter retomado com mais ênfase o interesse pelos temas políticos, Zeca Lisboa manteve a estratégia de procurar receitas dos classificados, o que valida a rotulação de sua condução como um amálgama dos modelos debatidos. Sobre este período, Batista (2000) reforça a impressão de que houve falta de percepção das possibilidades geradas pelos novos tempos e das mudanças no mercado.

Ainda na gestão de Zeca Lisboa eram os classificados que garantiam a independência do jornal, mas outros veículos já haviam percebido o trunfo dos Lisboa e também investiram nos anúncios. Zeca Lisboa, no entanto, esqueceu de modernizar o departamento comercial. Erro que seria percebido anos mais tarde, talvez tarde demais (BATISTA, 2000, p.64)

A ressalva não anula a constatação de que o jornal mantinha suas características de empresa voltada para a geração de lucro, pois, em nenhum movimento do jornal, são encontrados sinais de que o veículo teria objetivos políticos, especialmente partidário. Os posicionamentos diante de fatos relevantes da vida nacional que foram relatados no capítulo anterior se constituíam em defesa de princípios que eram de interesse da população. A disposição de Zeca Lisboa de ser presidente da *API* liga-se à realização de uma ambição pessoal, tendo a campanha assumido o efeito colateral de destacar entre os apoiadores das chapas adversárias jornais que viam o Governo Vargas de maneira diferente. Se o *Diário de S. Paulo* (adepto da chapa contrária) vivia sua fase de anti-getulismo e o *Correio Paulistano* (principal cabo eleitoral de Zeca) tinha simpatia pelo regime autoritário, a ponto de seu diretor assumir o *Estado de S. Paulo* em nome da ditadura, com relação ao *Diário Popular* pode se dizer que a convivência amigável com o interventor Adhemar de Barros também era uma posição pessoal do dono do jornal.

Diante dessa análise, referendada pelas lembranças de Antonio Quirino Souza e Castro e pela maneira personalista como foi noticiada a visita do interventor à residência do dono do jornal (e não à redação, o que enfatiza a diferença) é possível se estabelecer como segunda morte do jornal o momento em que assumem os sobrinhos de Zeca Lisboa (ele não teve filhos). Comandada por esses herdeiros indiretos, a publicação renuncia à pretensão de desempenhar papel influente no cenário político e, assim como no pós-República, parecia estar à frente na implantação de padrões empresariais no setor, pois os concorrentes só passaram a valorizar com destaque essa necessidade a partir dos anos 60. No entanto, o jornal não aproveitou a oportunidade de se consolidar e absorver uma parcela maior do mercado em função de sua posição descompromissada politicamente e optou por ser uma empresa pequena.

Esse aspecto da ruptura merece ser destacado: enquanto a primeira morte encerrava a vida de um jornal político para o surgimento do jornal empresa, a segunda não representou mudança de foco, mas de porte, abandonando a possibilidade de tentar ser grande para conformar-se em ser uma empresa pequena. Seus novos controladores colocaram em segundo plano o noticiário de conteúdo político, mesmo após a normalização democrática com a derrubada de Vargas em 1945. Essa vida abrangeu 20 anos, tendo a

terceira morte ocorrido quando, em uma reviravolta nas relações familiares, surgiu o jornal administrado por pessoas que não tinham o sobrenome Lisboa.

O “Diário dos irmãos Ferrentini” durou até 1982, quando se iniciou a mais efêmera das vidas do *Diário Popular*, que tinha como objetivo principal conseguir que a publicação completasse um século ou fosse vendida. A falta de diretrizes administrativas claras, a inexperiência dos escalados para dirigir a empresa, a descapitalização acelerada e o fracasso na tentativa de se conseguir uma identidade, ao lado de mudanças econômicas provocadas por uma crise no país, se alinham entre as causas-mortis deste *Diário* de difícil adjetivação. As possibilidades “*Diário do centenário*”, “*Diário do Rodriguinho*”, “*Diário do Waltinho*”, apesar de marcarem detalhes destacados deste período, não expressariam totalmente a realidade, sendo aceitável a versão “*Diário à venda*” como a mais próxima de cumprir esse papel.

Se faltam rótulo a esse jornal, que viu o conflito do herdeiro Rodrigo Lisboa Soares (Rodriguinho) com os irmãos Ferrentini e depois com Walter Luiz Soares Holz (Waltinho)⁴², namorado de Marina Lisboa Soares, filha de Rodriguinho, ao que surgiu do fim desse período caótico, e existiu até as *Organizações Globo* resolverem retirá-lo das bancas, sobram possibilidades de denominação. Pode-se chamá-lo de “*Diário rei das bancas*”, “*Diário do Quércia*” ou “*Diário do Miranda*”, dependendo do patamar escolhido para se estabelecer a definição. A primeira se justifica pelos resultados alcançados, a segunda pelo fato de que foi fundamental para o êxito a injeção de recursos vindos do grupo do ex-governador, especialmente, aqueles gerados pelo incremento da utilização do espaço publicitário pelos órgãos públicos e empresas estatais paulistas, enquanto a terceira se liga ao debate proposto no início do capítulo.

Por estratégia política (evitar a visibilidade do favorecimento na distribuição de verbas publicitárias oficiais em uma publicação de sua propriedade) e empresarial (não veicular o jornal como produto a seu nome desgastado junto à opinião pública), Quércia delegou amplos poderes a Jorge Antonio de Miranda Jordão para conduzir o jornal e definir seu modelo. A carta-branca recebida por Miranda, inclusive com relação aos custos do

---

⁴² Este trabalho vai utilizar os nomes Rodrigão e Rodriguinho (como eram citados entre os funcionários) quando se referir, respectivamente a Rodrigo Soares Jr (sobrinho de Zeca Lisboa) e seu filho Rodrigo Lisboa Soares. Walter Luiz Soares Holz (o Soares é apenas coincidência), namorado da filha de Rodriguinho será citado como Waltinho, tratamento que lhe era dado pelos funcionários.

projeto, permite afirmar que o *Diário Popular* voltou, 45 anos depois da morte de Zeca Lisboa, a ter um jornalista em seu comando. Ironicamente, mais uma vez o jornal se colocava na “contra-mão” do mercado. Se com a assunção dos sobrinhos de Zeca Lisboa a publicação se transformou na participante do mercado que menos valorizava a redação, Miranda Jordão comandou um jornal cujo grande diferencial era estar fora do padrão vigente que previa a modernização e a implantação de conceitos industriais. O *Diário Popular* chegou a “rei das bancas” (BATISTA, 2000), impresso em preto e branco (atraso tecnológico herdado da administração Ferrentini) quando os concorrentes utilizavam a cor e com prioridade para a redação na questão dos prazos de fechamento, enquanto os demais operavam “engessados” pelos cronogramas de horários estabelecidos pela área industrial.

4.2 Desentendimentos familiares influenciam destino do jornal

A reconstrução e análise da vida do jornal a partir da segunda metade do século passado são facilitadas pela possibilidade de agregar depoimentos de profissionais que participaram em variados níveis de sua elaboração. O cruzamento dessas informações traça um painel que explica as oscilações de posicionamento no mercado que a publicação experimentou. Os episódios marcantes dessa terceira vida ainda estão presentes na memória não só de Antonio Quirino, o já citado primo em segundo grau de Zeca Lisboa, mas também nas de Paulo Malfatti, Mario Romano e Odair Rodrigues Alves. À visão desses profissionais se somam à de Luiz Augusto de Castro, que foi diretor da empresa durante toda a gestão dos irmãos Ferrentini e na transição desses para Waltinho, e de Edgard de Oliveira Barros, secretário de redação⁴³ da fase em que a publicação, assumindo um modelo de jornalismo publicitário, fez a mais importante tentativa de recuperar a imagem que tinha entre os paulistanos e fora perdida com a opção dos sobrinhos de Zeca Lisboa de se conformar em atuar em segundo plano.

---

⁴³ Na estrutura da redação do *Diário Popular*, até 1979, o cargo de secretário de redação era o mais importante, reportando-se apenas ao diretor-gerente e aos proprietários. Em 1979, a função foi dividida com a nomeação de um diretor de redação, o general reformado Moziul Moreira Lima, que já era o editorialista do jornal e passou a cuidar da parte administrativa da redação, especialmente do controle de pessoal. Em 1986, foi criado o cargo de editor-chefe, cabendo ao secretário de redação, a execução do fechamento das edições segundo as diretrizes do editor e diretor. A nomeação de Miranda Jordão como diretor de redação mudou o perfil do cargo, passando ele a cuidar, com apoio do editor-chefe, do conteúdo, estilo e pauta do jornal.

Zeca Lisboa não tinha filhos e havia preparado seus sucessores prevendo uma divisão de tarefas: a Jose Maria Lisboa Walter Seng, filho de sua irmã Mercedes e do médico Walter Seng, um dos fundadores do Hospital Santa Catarina, caberia a administração, enquanto a Rodrigo Soares Júnior (que passou a ser chamado de Rodrigão, após o início da participação do filho na empresa), filho de Mariana Lisboa Soares e Rodrigo Soares, um pintor português de grande expressão na sociedade paulistana, estava destinado o comando da redação. Isso não aconteceu. José Walter centralizou o comando de todas as áreas da empresa, apesar de ter 5,33% da empresa, percentual que mesmo somado aos de suas irmãs, atingia apenas 26,66%, contra 46,66% de Rodrigão.

Na escritura de transformação da empresa “*J. M. Lisbôa & Cia. Ltda*” em “*Empresa Jornalística Diario Popular S/A*”, lavrada em 31/12/1947, no 21º Tabelião da capital, e registrada sob número 35.355 na Junta Comercial do Estado de São Paulo, é contada a evolução societária a partir de 31 de maio de 1919, após a morte do fundador José Maria Lisboa. A divisão da sociedade feita entre Zeca Lisboa e suas três irmãs (Amadeu nada herdou) previu que os casais Zeca e Amélia de Abreu Lisboa, Walter Seng e Mercedes Lisboa Seng e Rodrigo Soares e Mariana Lisboa Soares teriam 4/15 avos do capital. Viúva, Leonor Lisboa Caldas, ficou com 3/15 avos.

Em 11 de maio de 1932 houve nova alteração contratual devido às mortes de Walter Seng e Leonor Lisboa Caldas. A participação do primeiro passou à sua mulher Mercedes, enquanto Leonor deixou sua parte para o sobrinho Rodrigo Soares Junior (neste trabalho citado como Rodrigão). Em 27 de outubro de 1934, os sócios registraram que a empresa tinha um capital de Cr. 200.000,00 (duzentos mil cruzeiros), cabendo a Zeca, Mercedes e Rodrigo Soares cotas iguais de Cr. 53.333,33 (cinquenta e três mil, trezentos e trinta e três cruzeiros e trinta e três centavos) cada um e a Rodrigão a cota de Cr. 40.000,00 (quarenta mil cruzeiros).

As mortes de José Maria Lisboa Jr e de sua irmã Mercedes implicaram em nova alteração na composição do capital. A viúva Amélia de Abreu Lisboa herdou totalmente a parte do marido e a cota de Mercedes foi dividida entre seus filhos, Antonia Seng das Neves, José Maria Lisboa Walter Seng, Mercedes Seng da Silva, Leonor Seng do Amaral e Ruth Seng Pacheco Chaves. Das 3.000 ações que passaram a representar o capital, Rodrigão ficou com 1.400, a viúva com 800 e os cinco filhos de Mercedes com 160 cada

um. A morte de Amélia aumentou o número de acionistas, pois sua parte foi dividida entre seus sobrinhos: Carlos Abreu Costa, Marina D'Abreu Costa, Alice D'Abreu Costa e Irene Costa Pereira Almeida, conforme consta da Ata da Assembléia Extraordinária realizada em 14 de julho de 1956.

A explicação para o fato de o minoritário José Walter se transformar em comandante da empresa pode ser encontrada nas características da personalidade do primo. Rodrigo é descrito por todos que o conheceram como um homem de cultura elevada, mas a quem não agradava ter responsabilidades e compromissos com o trabalho. Batista (2000) registra o depoimento de Manoel Pereira do Vale Júnior, que, na época em que foi ouvido pela pesquisadora, era responsável pelo arquivo do jornal. Ele revelou que entrou no jornal em dezembro de 1963 e conviveu com os dois netos do fundador que, teoricamente, dividiam na administração da empresa. Apesar de ressaltar a cultura do “Dr. Rodrigo”, como fez questão de chamá-lo na entrevista num sinal de admiração, e, depois de lembrar que o patrão fora filho único, teve toda sua formação escolar na Europa, inclusive cursando Direito na Universidade Sorbonne em Paris e que falava oito idiomas, Vale Jr. lembra:

O Dr Rodrigo não queria muito aquele negócio de trabalhar, levantar cedo. Ele vinha à tarde, fazia o artigo dele, conversava na redação. Mas saber se funcionário veio e cuidar dos outros problemas ficava por conta do primo dele, Walter Seng. Que aliás foi quem mudou o jornal da rua João Brícola para a rua do Carmo, comprou equipamentos e o montou, era engenheiro. (BATISTA, 2000, p.81)

Esses reparos à personalidade de Rodrigo feitos por Vale Jr. são idênticos aos manifestados por Paulo Malfatti (também admirador), Mario Romano, Odair Rodrigues Alves e Luiz Augusto de Castro. Esses três são mais adequadamente classificados como neutros ao falar do patrão. Já Antonio Quirino, que não esconde a mágoa por não ter sido ouvido pelo parente longínquo em denúncias que fez contra Nello Ferrentini, é mais cáustico:

O *Diário* não evoluiu jornalisticamente e faltou ousadia porque o Rodrigo era muito fechado. O José Walter trabalhava, o Rodrigo não trabalhava. Era um jornalista que de vez em quando escrevia alguma coisa, era inteligente, foi orador na turma da faculdade, mas ele não era trabalhador e não era um jornalista competente. Tinha alguns artigos muito bons, mas não era constante, como o Zeca também não era. (CASTRO, A. , 2006)

Explicitar comentários sobre a personalidade do sobrinho de Zeca Lisboa que se absteve de participar da condução do jornal não é fazer uma mera coletânea de aspectos pitorescos da vida do *Diário Popular*. O que poderia ser encarado como a abertura de espaço para revelação de mágoas ou de simples fofocas, quando fruto do cruzamento de opiniões e reforçado por fatos verificáveis, se transforma em pistas que contribuem para elucidar as causas de a publicação não ter conquistado a relevância que indicava sua participação na história brasileira nas décadas anteriores. Além disso, serve como elemento para o debate sobre a simbiose entre a pessoa física que comanda um jornal e a imagem da publicação. Essa personalização, atualmente, é considerada dispensável segundo padrões administrativos globalizados que demandam a profissionalização dos gerenciadores, porém, nos anos 50, era requisito básico a presença de um nome forte à frente de um jornal para definir seu estilo. Rodrigão tem em sua biografia o mérito de ter conseguido uma entrevista exclusiva com Luiz Carlos Prestes, o lendário líder comunista que, com sua Coluna Prestes, foi determinante na história do país. Porém, sua ausência na condução do jornal lhe tirou o direito de ter o nome na galeria dos grandes jornalistas que foram donos de jornal.

Dois depoimentos são ilustrativos de como José Maria Lisboa Walter Seng centralizava o comando. Tanto Mario Romano, que entrou em 1951 como revisor e no mesmo ano se transformou em redator, quanto Paulo Malfatti, contratado como office-boy em 1954, foram entrevistados, tiveram salários definidos e se reportaram a José Walter. Os dois ainda estão vinculados ao *Diário Popular* por serem os últimos funcionários estáveis que a empresa não conseguiu demitir. Em 2004, as *Organizações Globo* decidiram demitir aqueles que tinham seus contratos assinados antes da lei que instituiu o FGTS e haviam se aposentado. A decisão gerou inúmeras ações trabalhistas, mas a empresa já ganhou a maioria delas em primeira e segunda instâncias. Romano seguiu a orientação do amigo e ex-ministro do Tribunal Superior do Trabalho, Almir Pazzianotto e não requereu a aposentadoria e hoje recebe o salário em casa. Malfatti, que viu lógica na argumentação de Romano e fracassou na tentativa de convencer Vale Jr. a não se aposentar, cumpre a jornada diária no prédio da redação sem ter uma função definida.

Malfatti se orgulha de ser sobrinho da pintora Anita Malfatti, um dos expoentes do modernismo brasileiro, e de ter trabalhado, na década de 50, na agência noticiosa *France*

Presse com Patrícia Galvão (a Pagu), musa do movimento. Ele desempenhou diversas funções no jornal, cujas características lhe permitiram conhecer todas as áreas. De office-boy chegou ao cargo de coordenador, que envolvia a ligação entre redação, gráfica e distribuição, tornando-se homem de total confiança dos irmãos Ferrentini. Sua descrição de José Walter enfatiza a o caráter centralizador e de empresa pequena do jornal nos anos 50:

Ele não era jornalista, era aquele dirigente empresarial que acompanhava o jornal o tempo todo, desde a entrada do funcionário até a rodagem do jornal. Era ele quem admitia todos os funcionários, conversava com todo mundo, era um cara que, independente da área que ele fosse, ele conhecia todo mundo. Em 54 o *Diário Popular* tinha 97 funcionários, dava pra conhecer todo mundo. (MALFATTI, 2005)

Sobre a opção de mercado feita pelo jornal é emblemática a citação feita por Malfatti de um episódio envolvendo o Mappin que até a década de 90 era a principal loja de departamentos da cidade e grande anunciante dos jornais.

Em uma ocasião nós tivemos um problema com o Mappin, que queria fazer um anúncio de página inteira. O José Walter se negou a aceitar, inclusive ele queria que quando fizesse um anúncio de página inteira, avisasse com três dias de antecedência. Então, nós ficamos sem relacionamento com o Mappin durante muitos anos e depois o Armando conseguiu restabelecer esse relacionamento. O Mappin era o magazine da época e o *Diário Popular* se dava ao luxo de não aceitar seus anúncios (MALFATTI, 2005).

Esse tipo de restrição é característico do período de comando de Walter Seng. Em fases anteriores, o jornal inseria normalmente mensagens publicitárias de página inteira, como se comprova vendo que, na edição de 7 de fevereiro de 1889, o jornal trazia uma anúncio deste tipo da Valvoline ou que, na de 18 de maio de 1939, a Drogasil também ocupava uma página. Além disso, o Mappin era anunciante freqüente do jornal nos anos anteriores. Armando Ferrentini, (o Armando citado por Malfatti), que implantou o departamento comercial do jornal na década de 60, lembra de consulta da agência de publicidade *MPM Propaganda* sobre as condições para colocar um anúncio da Ford comunicando sua chegada ao país que deveria sair em todos os jornais, sendo que o *Diário*

Popular não aceitou a inserção, pois não tinha conta corrente das agências e exigia pagamento à vista.⁴⁴

Romano é outro a destacar a característica de jornal que não queria expandir sua participação no mercado, mas ressalta a preocupação do comandante da empresa em garantir bons salários aos funcionários “quando chegava a época de reajuste de salário, por exemplo, tinha o Sindicato, mas ele mandava ver quanto o *Estadão* estava pagando e o *Diário Oficial* e ele sempre pagava acima” (ROMANO, 2005). Esse lado “bom patrão” também é destacado por (ALVES, 2008), que lembra que, na greve dos jornalistas de 1961, José Walter além de liberar quem quisesse aderir ao movimento não descontou nenhum dia daqueles que o fizeram.

Sobre o perfil pessoal de José Walter, Antonio Quirino é quem dá mais detalhes, por ter entrado no jornal quase ao mesmo tempo que ele. A opinião não esconde o fato de o depoente ter uma afinidade maior com José Walter e colocar a culpa pelo atraso no crescimento da empresa em Rodrigo.

O José Walter foi um playboy, fazia sucesso com as mulheres e o Rodrigo tinha uma inveja danada dele. Ele gostaria de ser aquilo que o José Walter era. O José Walter casou-se na Suíça muito moço, mas foi anulado o casamento porque eles eram menores. Mais tarde, ele veio a casar-se com Carmita Azevedo Marques. Antes da Camita ele casou com a filha de um político. Ele casou-se e teve um filho que foi sua grande paixão e morreu de fogo selvagem. Ele ia todo ano ao Rio no aniversário do filho, de carro, dirigindo para levar flores no túmulo. Foi sua grande paixão e sua grande frustração (CASTRO, A., 2006).

Quirino é incisivo em defender a sua opinião de que José Walter não é responsável pelo fato de a empresa não ter assumido papel de destaque no mercado e não ter fixado uma imagem positiva como jornal. Ele se fundamenta no fato de Rodrigo ter a maior parte do controle acionário e ser formalmente o responsável pela redação. Credita a José Walter o resultado positivo que permitiu a construção de uma nova sede própria e a compra de uma rotativa moderna Marinoni. Luiz Augusto de Castro, que entrou na empresa em 1964,

---

⁴⁴ Depoimento ao autor não gravado em 12 de setembro de 2005, durante almoço na Editora Referência. Na oportunidade, Armando Ferrentini disse que falaria em nome do irmão Nello e se comprometeu a marcar uma data para gravar as declarações feitas e acrescentar detalhes sobre a passagem dos dois pelo *Diário Popular*. Depois de seguras trocas de e-mails, em 9 de junho de 2008, ele solicitou que fossem enviadas as questões por mensagem eletrônica. Em 11 de julho de 2008, foram enviadas 25 perguntas sobre os pontos em que os irmãos Ferrentini são citados. Às 09:16, do mesmo dia, foi recebida a confirmação de que a mensagem fora exibida no computador do destinatário: aferrentni@editorareferencia.com.br, porém não foram dadas respostas até 25 de julho de 2008, prazo máximo para encadernação e entrega deste trabalho.

reconhece a importância desse equipamento, mas ressalta a ociosidade do novo prédio, localizado na antiga rua do Carmo, em local desapropriado anos depois para a construção do Metrô.

O jornal funcionava em um prédio de seis andares na rua do Carmo que nessa ocasião estava absolutamente vazio. Nós tínhamos pouca gente na redação, uma bonita sala de diretoria, o 4º andar era redação, o 3º andar era linotipia, o 2º andar a tipografia, no 1º andar a administração, no 5º andar não tinha ninguém, no 6º andar também não (CASTRO, L., 2006).

Malfatti também se recorda do prédio, da infra-estrutura da empresa e do sucesso dos anúncios classificados:

Entrei no *Diário* como office-boy em 54, eu trabalhava no balcão, o *Diário* mudou (da rua João Brícola) para a rua do Carmo em janeiro de 54 e eu entrei em agosto de 54, estavam fazendo os últimos retoques no prédio, mas o interessante da rua do Carmo é que só tinha aquele balcão de anúncio, era em formato de ferradura, tínhamos 5 balconistas e 2 caixas e formavam-se filas de anunciantes. Em 54 o *Diário Popular* tinha 3 carros de distribuição. O jornal era distribuído no Largo da Concórdia, Praça da Sé e na Praça Roosevelt. Os jornalheiros iam buscar nesses locais (MALFATTI, 2005).

Romano lembra que o prédio da João Brícola também era próprio e foi vendido a um banco, que, no final dos anos 50, existiam apenas duas peruas Kombi para a distribuição e que, logo após a mudança, o jornal chegou a publicar 4 mil anúncios. A maioria desses era chamada, segundo ele, de “anúncio de letra”, por ter como destaque apenas a primeira letra em caixa alta e corpo maior. Cita também que o jornal era vespertino, circulando por volta das 14 horas, e que o mercado, com *O Estado de S. Paulo* se destacando, estava sendo muito disputado pelo *Diário da Noite* e *Diário de S. Paulo*, de Assis Chateaubriand, e pela *Folha da Noite* e *Folha da Manhã*, de José Nabantino Ramos.

Ao se refletir sobre o comando de José Walter no *Diário Popular* é necessário ressaltar que o saldo representado pela construção de uma nova sede e a compra de uma impressora mais moderna em pouco mais de dez anos de gestão é positivo. O reparo à sua estratégia é que ela, ao colocar o conteúdo jornalístico como acessório, impediu a consolidação desse crescimento, enquanto a opção por privilegiar os pequenos anúncios não lhe permitiu preparar-se para os tempos de custo alto do papel que coincidiram com o

“boom desenvolvimentista” do país. Esses equívocos levaram a empresa a entrar nos anos 60 com as finanças fragilizadas e a imagem do jornal comprometida.

A retomada do cenário em que José Walter assumiu, após a morte de Zeca Lisboa, e a análise da posição dos concorrentes do *Diário Popular* que, de maneiras diferentes, ao lado dele conseguiram entrar no terceiro milênio permitem uma avaliação mais exata da oportunidade perdida. Enquanto nos dois primeiros anos da gestão dos primos ainda imperava a censura rígida da ditadura Vargas, com os veículos concentrando sua atenção na Segunda Guerra Mundial, o que garantia a atração de leitores sem grande esforço, o panorama se transformou totalmente em 1945.

A derrubada de Getúlio e a volta do *Estado de S. Paulo* às mãos de seus proprietários fizeram com que voltasse à disputa um concorrente forte. Por ironia, o jornal devolvido, estava ferido pelo longo período em que foi colocado a serviço da divulgação da ditadura, porém a empresa estava em excelente situação graças à boa administração realizada pelos interventores. Ruy Mesquita conta que as pessoas colocadas na gerência pelo interventor demonstraram competência e garantiram uma boa situação à empresa.

Quando o Estado foi devolvido [...], em 1945, foi a fase mais próspera do jornal, porque a gestão financeira da ditadura no Estado foi muito boa. Os homens que o Getúlio pôs lá para gerir a parte comercial e a parte financeira do jornal eram homens que não tinham nada de político, tanto que foram mantidos lá por meu tio Francisco que era o diretor da administração do jornal, e ficaram lá até o fim da carreira deles e o jornal atravessou a fase mais próspera da vida dele. (MESQUITA, 2004)

A *Folha* também experimentou grandes mudanças em 1945, com a transferência de seu controle acionário. O jornal deixou de ser o porta-voz dos agricultores, como relatam Mota e Capelato (1981), e Nabantino Ramos, que tomou a frente do negócio, se preocupou em procurar um equilíbrio entre a racionalização da atividade jornalística e a liberdade de expressão. Os autores ressaltam que sua passagem pela Folha “deixará a marca de seu estilo jacobino, de seus esforços para reestruturar a empresa, dentro de padrões modernos e procurando diminuir o alto grau de improvisação que caracterizava a atividade jornalista (MOTA ; CAPELATO, 1981, p.99).

A consolidação de *O Estado*, a partir de sua reordenação como empresa feita pelos prepostos da ditadura, a estratégia de Nabantino de investir na modernização da *Folha* e o

surgimento da *Última Hora* em 1951, baseado em um planejamento empresarial, indicam que José Walter, com aval de Rodrigo e dos demais acionistas, cometeu um equívoco ao optar por se retrair. O *Diário Popular*, tendo garantida uma receita expressiva com os anúncios classificados, estava em condições de disputar uma fatia maior dos anúncios do grande comércio e dos lançamentos imobiliários, além de ter a possibilidade de aumentar sua tiragem melhorando a qualidade do conteúdo jornalístico.

Nesse aspecto, salienta-se o consenso de que os anúncios classificados foram sempre considerados o recurso mais viável para garantir independência a uma publicação. Falando sobre a importância deste tipo de anúncio para a viabilidade do jornal, o professor Antonio Costela ressalta:

Assim como nosso corpo, além do ar, precisa de comida, assim também o jornal, além de liberdade, necessita de dinheiro. Sua produção tem um custo. Ora, quem detiver o controle do ingresso desse dinheiro terá em suas mãos o próprio destino do jornal... Quanto mais anúncio classificado o jornal tiver, quanto mais sua receita dele depender, tanto mais independente será o jornal. Os pequenos anunciantes jamais se poderiam reunir e impor sua ortodoxia ao jornal. De mais a mais, devido a seu grande número, eles são em si mesmo necessariamente heterogêneos (COSTELA, 1984).

O trunfo de poder ter implantado um projeto de desenvolvimento alavancado pelo volume de classificados não foi usado pela administração José Walter, que se caracterizou pela negligência com a redação, apesar de não excluí-la da política de bons salários. Esse abandono, aparentemente, no curto prazo, não influía na tiragem, devido ao atrativo de vendas representado pelos classificados, especialmente os de emprego. Porém, no médio e longo prazos se mostrou determinante para colocar o jornal em posição secundária no cenário da imprensa paulistana e o tornou mais vulnerável à crise do setor provocada pelo descontrole da inflação no início dos anos 60. José Walter mantinha um quadro muito reduzido de jornalistas. Romano lembra que em 1951, eram 10 profissionais, número que não se alterou até 1954, como confirma Malfatti, acrescentando apenas que havia dois fotógrafos. As editorias não eram bem definidas, com exceção do Esportes que contava, em 1957, com dois redatores, um deles Joelmir Beting, recém chegado de Tambaú e iniciando-se no jornalismo. As demais páginas eram preenchidas pelo secretário de redação (cargo equivalente a editor chefe), por um sub-secretário, por um editorialista, por um responsável

pelas notícias gerais, um crítico de teatro e um setorista na assembléia legislativa e outro no aeroporto.

Essa limitação de pessoal, aliada ao fato de o jornal ser vespertino, acabou estabelecendo uma prática que transformou o *Diário Popular* em “jornal das cozinheiras”. São muitas as pessoas que relacionam essa expressão pejorativa que predominou entre os profissionais do setor com o tipo de anúncio classificado em busca de trabalhadores de menor qualificação, mas Romano (2005) esclarece: “Entre os colegas nossos, se falava que o *Diário Popular* era o jornal das cozinheiras, não por causa dos anúncios, mas porque tinha pouca gente, você pegava outro jornal, lia a notícia e refazia. Era chamado de “cozinha”, você pegava o que saía de manhã e reescrevia com outro estilo”

Encontram-se acusações contra o jornal pela prática de reescrever matérias aproveitando-se do horário de circulação, também no final do século XIX, quando o *Diário Popular* era alvo de ironias por parte do *Correio Paulistano*. Esse jornal, que defendia a Monarquia, tinha uma seção dedicada a analisar o conteúdo dos concorrentes, chamada “*Revista dos Jornaes*”. O espaço não perdoava os veículos republicanos e abrigava respostas aos ataques recebidos. Na edição de 12 de março de 1889, via-se elogios a *Chronica da Assembléia* por ter condenado discurso de Campos Salles, tachado de anarquista, e ao Federalista. Referências depreciativas sobraram para *A Província de São Paulo* e *Diário Popular*, sendo que com relação a esse era citado com acentuada animosidade Aristides Lobo, o ferrenho republicano, e ressaltado que as demais seções continuavam produzidas “á tesoura e grude”.

Mas circular somente à tarde, em um tempo em que não havia a instantaneidade das coberturas televisivas e da informação on line podia representar também um diferenciador. Romano cita o caso do suicídio do presidente Getúlio Vargas em 1954 para ressaltar esse fato: “O *Diário Popular* foi o único que saiu com edição extra. O Walter Fontenele era o secretário e tivemos a notícia às 8 horas ou 8h20 e quando era 10 horas o jornal estava na rua com duas ou três páginas sobre o assunto. Foi o único jornal que saiu uma hora e meia depois de chegar a notícia.” (ROMANO, 2005).

O experiente Romano também faz questão de esclarecer uma declaração que circulava na redação, nos anos 70 e 80, sobre a participação do jornal na histórica greve de 1961. Em tom de deboche, muitos jornalistas da própria publicação comentavam que a

desimportância do jornal era tamanha que haviam esquecido de comunicar sobre a paralisação e que o jornal circulou enquanto os demais foram impedidos de sair às ruas e deixou de sair quando esses decidiram voltar ao trabalho. Essa versão tem sido atribuída a Romano, sem que ele saiba como se originou. Na verdade, pouco antes da assembléia que decidiu que a categoria não deixaria circular os jornais do sábado, 2 de dezembro, o *Diário* acabara de enviar às bancas sua edição de 1 de dezembro de 1961, com um pequeno texto, na primeira página, falando da paralisação e relacionando-a com a aceleração do processo de aumento de preços por falhas do governo. Informava ainda que havia concedido antecipação de 30% e instava os jornalistas a demonstrarem sua lealdade à empresa. Ribeiro, J. (1998, p. 91) informa “Sábado, 2 de dezembro, 2 de dezembro de 1961. Nenhum jornal circulou em São Paulo nesse dia. Nem no domingo, dia 3. Imaginou um ‘Estadão’ de domingo, com aquele mundo de cadernos e de anúncios, ficar preso na oficina?” Na página 14, do seu 2º caderno, o *Diário* informava no sábado (dia 2) que a greve era parcial:

Jornalistas de vários órgãos da imprensa desta Capital se encontram em greve. A categoria exige aumento de 60% de aumento com mínimo de 26 mil cruzeiros. No dia de ontem, o movimento decorreu em clima de calma, não se registrando incidentes. Piquetes de grevistas foram destacados para a porta de jornais, a fim de impedir que companheiros entrassem em serviço. Apesar disso, porém, a greve não foi total, e vários jornais, como o “Diário Popular”, puderam circular hoje. Nas salas de imprensa do Palácio da Polícia e do plantão da Zona Centro, jornalistas cortaram os fios dos telefones. [...] As agências telegráficas “UPI” e “AFP” funcionaram somente até a tarde. Na agência “Asapress” não houve expediente. Em consequência, o nosso serviço se apresentá bastante falho. Já em nota ontem inserida, o “Diário Popular” salientou a sua posição em face da greve dos jornalistas, cuja reivindicações esta folha vem atendendo, disposta a acatar a decisão da Justiça Trabalhista. (MOVIMENTO...,1994).

O jornal não circulava aos domingos e a segunda-feira, dia 4, foi o único dia em que não foi as bancas em virtude da paralisação. Na terça-feira (dia 5), publicou na página 12 do 2º caderno, a informação sobre o fim da greve, agradecendo a lealdade dos funcionários. Nesse dia, na primeira página, saiu um manifesto dos jornais paulistas à Nação denunciando a violência dos piquetes, falando das diferenças entre empresas que podiam dar reajustes maiores e as menores e, numa referência política, alertando para o perigo de a ideologização do movimento contribuir para o acirramento dos ânimos do país e levar à uma ditadura.

O texto criticava duramente o Governo do estado por não ter determinado à polícia que garantisse o direito de quem queria trabalhar. O documento não foi assinado pelo *O Estado de S. Paulo*, jornal que havia concedido o aumento próximo do reivindicado pelos jornalistas, nem por *Correio Paulistano* e *Última Hora* (onde a paralisação atingiu um dos mais altos índices de adesão). A circulação de *O Estado* foi motivo de discussão entre a categoria, pois na assembléia que aprovou a paralisação prevaleceu a linha do presidente do Sindicato Ewaldo Dantas e dos membros do Partido Comunista Brasileiro de que o jornal devia sair às ruas não tanto pelo ter concedido o aumento, mas porque sua presença nas bancas seria uma forma de pressão contra as demais empresas.

Um grupo significativo de jornalistas não concordou com a decisão e o jornal também foi impedido de circular no sábado, graças a solidariedade dos gráficos da empresa. A descrição do cenário em que aconteceu a paralisação, com a constatação de que os relatos e análises do movimento não fazem referência ao jornal, é mais um indicador de que o *Diário Popular* entrava na década de 60 com uma imagem bastante negativa junto à categoria.

A greve além de ter sido um divisor de águas na história do sindicalismo no jornalismo também contribuiu para uma mudança importante no cenário da imprensa paulistana. Mota e Capelatto (1981) falam da decepção de Nabantino Ramos que encarou o movimento como uma traição pessoal dos profissionais que ele considerava, inclusive do chefe da redação Mario Mazzei. Isto reforçaria sua decisão de vender o *Grupo Folha* em 1962 para Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho, que iniciaram um processo de modernização e profissionalização do grupo, passando a geri-lo dentro de parâmetros de conglomerado. Além da frustração pessoal, Nabantino também culpou os problemas econômicos que o país enfrentava com a aceleração da inflação pela sua desistência de seguir com a empresa. O quadro era de dificuldade geral no setor, especialmente para os administrados com visão de empresa pequena. No entanto, Mota e Capelatto (1981, p.186) citam análise de Nabantino onde ele defende, anos depois, que a inflação chegou a ser benéfica para as empresas jornalísticas bem estruturadas, pois o preço de capa dos veículos subiu mais que o custo do papel, invertendo a equação que apontava a venda em banca como geradora de prejuízo.

Para o *Diário Popular* essa possibilidade de lucrar com a venda em banca era menos viável devido à sua reduzida tiragem. Além disso, a emergência desse cenário econômico complicado coincidiu com o surgimento de uma questão familiar que viria a determinar transformações no comando da empresa. Rodrigão, pressionado pela mulher Leontina, desejava agregar o filho à condução da empresa. A primeira medida foi a realização de uma assembléia extraordinária em 8 de maio de 1964, onde foi criado mais um cargo de diretor, para o qual Rodriguinho foi nomeado. Esse estabeleceu como condição para participar da vida da empresa ter o controle da administração. Mesmo possuindo a maior participação acionária, Rodrigão não tentou disputar do poder diretamente com José Walter, optando por dar força a outros dirigentes, especialmente a um ex-linotipista que já era diretor-gerente da empresa e que se intitulava jornalista e professor universitário. Era ele, Nello Ferrentini, que gostava de estudar economia e gozava da amizade dos dois Rodrigues.

4.3 A paradoxal gestão dos Ferrentinis modernizou, mas validou o atraso

Entre as personalidades polêmicas que influíram no destino do *Diário Popular* destacam-se os irmãos Nello e Armando Ferrentini. De um lado, eles são citados como os heróis que salvaram o jornal da falência, no início dos anos 60, e o fizeram crescer e voltar a desfrutar de visibilidade no mercado. Em compensação, ficaram estigmatizados como vilões que atrasaram o desenvolvimento tecnológico do jornal. As duas interpretações são baseadas em fatos e evidências e se sustentam em conclusões lógicas, na medida em que se considera que eles pegaram o jornal em situação financeira difícil e com a imagem deteriorada, o transformaram em uma empresa sólida e em um título revigorado, porém acabaram entregando-o em situação pior do que a que a dos anos 60, pois além dos indícios da volta dos problemas de caixa e da imagem despersonalizada, havia a urgência de significativos aportes de recursos para revigorá-lo. Ressaltando-se que os dois exerceram a administração do jornal com plenos poderes - a ponto de serem considerados como “donos de fato” - fazem jus ao crédito pelo crescimento da empresa, mas arcam com a responsabilidade por não tê-la preparado para a modernização.

A chegada dos Ferrentinis ao comando se deu em duas etapas: a primeira como uma manobra para desestabilizar José Maria Lisboa Walter Seng, quando Nello foi nomeado gerente encarregado de cuidar da parte administrativa e Vitor Jandalia da parte financeira. Essas nomeações, impostas por Rodrigão a pedido de Rodriguinho, segundo relato de Antonio Quirino, incomodaram José Walter que estava acostumado a centralizar as decisões. Além disso, orientado por Nello, Rodrigão adquiriu a participação na sociedade que estava em mãos da família Abreu Costa. Luiz Augusto de Castro lembra que a compra teve uma parte quitada em dinheiro e o saldo com a transferência de um prédio na rua Aurora, centro de São Paulo, que na época não era uma parte da cidade deteriorada como o é atualmente. Pouco depois desta mudança acionária, pela qual Rodrigão e sua esposa se tornaram donos de aproximadamente 70% do capital, aconteceu o suicídio de José Walter. A causa, na versão oficial difundida na empresa, teria sido a descoberta de estar com câncer, mas Luiz Augusto, que fazia parte da equipe contratada por Nello e era amigo de infância de Armando Ferrentini tem outra versão:

Essa estória do câncer, eu nunca soube, ouvi falar depois. Foi a versão que ficou. Eu sei que ele entrou em uma profunda depressão com essa estória toda, sentiu que perdia poder, sabia que ia sair, que não tinha mais espaço pra ele, tanto é que ele saiu e quatro ou cinco meses depois os familiares venderam tudo. O que demorou para vender foram as ações do Walter por causa do inventário. (CASTRO, L., 2006)

Antonio Quirino, que antipatizava com Rodrigão e viria a entrar em sério atrito com os Ferrentini, acrescenta um elemento familiar que teria agravado a depressão do suicida lembrando que, à época, ele estava vivendo com uma norte-americana, o que contrariava as irmãs, inclusive Ruth, casada com um político de expressão no cenário estadual, o ex-deputado federal Pacheco Chaves. Ele relaciona os fatos, do seguinte modo:

E um dia eu estava na redação, na editoria Internacional, e o José Walter me disse: 'Quirino, é muito triste o que está acontecendo por aqui'. Respondi: 'Você tem forças prá mudar isso aqui. Então mude' Ele suicidou-se. Então eu acho que foi mais por frustração o suicídio dele. Essa frustração aumentou quando as irmãs implicaram com a norte-americana com quem ele vivia ali no Jardim. Europa e ela foi embora e ele ficou só. (CASTRO, A., 2006)

Com a saída de cena de José Maria Walter Seng morreu o *Diário Popular* que tinha como objetivo principal ser uma empresa pequena e rentável. Essa terceira morte também

se caracterizou por marcar o fim do jornal administrado por um descendente do fundador que remanesceu após a primeira morte. A chegada ao poder dos irmãos Ferrentini é considerada por todos os que testemunharam aquele momento como a salvação do jornal. As duas primeiras grandes mudanças foram deixar de ser vespertino e passar a circular todos os dias da semana. Malfatti, Romano, Luiz Augusto, Odair, Edgard, que estava então no *Diário da Noite* de Assis Chateaubriand e viria a ser responsável por campanhas publicitárias do jornal e depois por sua redação, e até Quirino ressaltam este fato.

Luiz Augusto, mais ligado à administração, recorda que foi adquirida uma frota de 60 veículos para distribuição também com recursos da família Soares. Esse detalhe é reforçado por Armando Ferrentini (informação verbal)⁴⁵ que lembra do trabalho de convencimento para conseguir que dona Leontina Prado Lobo Soares, a esposa de Rodrigo e herdeira de uma grande fortuna familiar, aceitasse investir mais dinheiro na empresa.

A importância da ampliação pode ser avaliada ao se ver em Mota e Capelato (1981) que, na época em que os veículos do *Diário* se resumiam a três Kombis, a *Folha* tinha uma frota de 24 aumentada progressivamente na administração de Octavio Frias de Oliveira até chegar a 165, em 1965. A tiragem do jornal na época ficava entre oito e 12 mil exemplares dependendo do número de anúncios classificados da edição. Ainda para efeito de comparação os números equivaliam a menos de 10% da circulação das três edições da *Folha* da época, também segundo Mota e Capelato (1981).

Outro ponto digno de ser ressaltado é que o *Diário* estava em meio a um processo de diminuição da tiragem, pois dez anos antes, ela girava em torno de 16 mil exemplares (com pico de 30 mil, nos dias em que publicava notícias de impacto, como o suicídio de Getúlio ou a renúncia de Jânio Quadros). Esses números são informados por Paulo Malfatti, que, sempre circulou entre as várias áreas da empresa. No início, como office-boy, levava anúncios para a linotipia e conseguia ver os números de exemplares que estavam programados para ser impressos e, no ponto máximo da carreira, era um dos poucos a ter acesso aos números definidos por Nello.

Na época da entrada dos Ferrentinis no jornal, o mercado de venda em bancas era disputado, durante a manhã, pelo *Diário de São Paulo*, *Folha 1ª edição*, *Última Hora*, *A Hora* e o *Correio Paulistano*, esse já em estado terminal. À tarde dominava absoluto o

---

⁴⁵ Informação verbal concedida por **Armando Ferrentini** em 12 de setembro de 2005 em entrevista ao autor.

Diário da Noite, o que indicaria haver espaço para publicações vespertinas. Esse fato seria comprovado pelo lançamento do *Jornal da Tarde* em 1966. O sucesso do jornal da Família Mesquita não leva à ilação de ter sido errada e estratégia dos Ferrentinis de mudar o horário de circulação. Para o *Diário*, ela se justificava por ser ele um jornal que se sustentava basicamente de anúncios classificados, onde se destacavam ofertas de emprego, que atraíam mais leitores no início do dia. Além disso, quatro anos depois, quando o *JT* do *Grupo Estado* já estava consolidado, a empresa lançou, para aproveitar-se do início da decadência do *Diário da Noite*, o *Popular da Tarde*, um jornal de esportes que deveria ser vespertino, mas que era distribuído no mesmo horário do *Diário*. A distribuição simultânea também foi adotada anos mais tarde pelo *Grupo Estado* valendo o “da tarde” do título do *JT*, apenas como nome.

A mudança do horário de circulação, a concentração do controle acionário nas mãos de Rodrigo e dona Leontina e a ampliação da frota de distribuição permitiram à administração Ferrentini comemorar um crescimento significativo do jornal. Armando e Luiz Augusto lembram que esse desenvolvimento facilitou o trabalho de revitalização da imagem do jornal, iniciado na festa de 80 anos de fundação. Enquanto Nello fixava novos procedimentos administrativos, valendo-se de seus conhecimentos de economia, Armando ampliava sua rede de contatos no meio publicitário numa tentativa de angariar anunciantes de expressão. É importante notar que as mudanças na administração não equivaliam a profissionalizar o setor. A preocupação de Nello era com a rentabilidade, como esclarece Luiz Augusto, lembrando que o controle de receitas e despesas era feito em um caderno e que eram recebidos anúncios escritos em papel de embrulhar pão.

A redação foi ampliada, porém não era tratada com a devida atenção. Nello preservava as amizades dos tempos de linotipista e dava toda prioridade à gráfica. Romano, que assumiu a secretaria de redação em 1969, é incisivo sobre os Ferrentinis “Se eles pudessem fazer um jornal sem redação, eles fariam, jornalista era considerado só despesa” (ROMANO, 2005). Um detalhe confirmador de como a redação estava relegada a um plano inferior na gestão dos Ferrentinis é que os secretários de redação desta fase que foram fontes de pesquisa neste trabalho (Romano e Edgard) não eram informados da tiragem do jornal. O primeiro ressalta “eles falavam muito pouco”, o segundo alega que não tinha

grande interesse e faz a relação entre tiragem e número de anúncios, enfatizando como Nello definia a tiragem independentemente dos assuntos que eram abordados;

Qualquer coisa que eu te fale, eu vou estar mentindo. Eu ficava preocupado, lógico, que aumentasse, mas não tenho idéia. Uma coisa era definitiva: quanto mais classificado publicasse, mais vendia. E o Nello, inclusive, falava. Quantos anúncios entraram? 10 mil? 50 mil? Então põe a tiragem desse número prá mais. Por que? Porque o cara que publicou o anúncio vai comprar o jornal no dia seguinte. Fatalmente. Pra que? Pra ver se o anúncio dele saiu. Olha que absurdo. É lógico que sai, se você pagou pra sair... Mas o cara quer conferir, sei lá. Então, tinha essa variação na medida do número de anúncios. Mas eu não tenho esses números. Me interessava saber se estava, mas não quanto. (BARROS, 2006)

Com o crescimento da frota de distribuição, o jornal passou a investir na abertura de agências coletoras de anúncios classificados, o que lhe garantiu triplicar a tiragem em dois anos, como lembra Luiz Augusto, ao revelar que o jornal já colocava nas bancas, em média, 30 mil exemplares, em 1967. Ele, pela posição de segundo na hierarquia administrativa, oficialmente no mesmo nível de Armando Ferrentini, tinha acesso aos números de tiragem, mas admite que havia a possibilidade de não se contabilizar corretamente o que se vendia, uma vez que os apontamentos eram feitos manualmente e em cadernos que ficavam em poder de Nello.

Com relação à tiragem, ele ressalta especificamente o salto verificado na mudança para a rua Major Quedinho. Esse momento representou uma importante virada na vida do jornal e aconteceu ainda sob os efeitos do crescimento econômico do país, numa fase que ficou conhecida como “milagre”⁴⁶, fato que, aliado a uma campanha publicitária intensa colaborou para o incremento, como relata ele; “Foi uma campanha publicitária muito feliz. Em 30 mil que estava, estoura para 60 mil, 70 mil exemplares e só venda em banca, nunca houve um esforço de venda de assinatura”. (CASTRO, L. 2006). Além dos testemunhos de Malfatti e Castro, tem-se uma idéia da tiragem do jornal nos tempos dos irmãos Ferrentini por referências de pesquisadores a levantamento do *Instituto Marplan* (Batista, 2000) e *Ibope* (Taschner, 1992). Após a saída dos dois a distribuição de informações sobre tiragem

---

⁴⁶ Sob o comando do ministro Delfim Neto, o chamado “milagre econômico” é considerado o período de 1968 a 1974, quando o Brasil cresceu 10% em média, mas teve uma das maiores concentrações de renda e ampliou significativamente seu endividamento externo. Alguns especialistas, em análise que corrobora a versão de Luiz Augusto, ampliam o período para até o início dos anos 80, quando o mesmo Delfim se transformou em ministro forte do governo do general João Batista Figueiredo e começou a enfrentar a inflação.

foi mais democratizada e, principalmente, a Redação passou a ter acesso aos dados, processo que se completou com a entrada do jornal no *IVC* no ano de 1990.

O primeiro grande equívoco administrativo de Nello, na visão dos diretores que o sucederam, ocorreu em 1967 e acabou criando um problema que comprometeu o desenvolvimento da empresa. Nesse ano, foi instituído no país, através de lei do regime militar que havia assumido o poder com o golpe de 1964, o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), acabando com a possibilidade de quem tinha menos de dez anos de serviço conseguir estabilidade no emprego. A grande maioria das empresas passou a chamar os funcionários que estavam perto de completar esse período e propor acordos, pelo qual ele era demitido e recontratado⁴⁷. Nello não adotou essa tática.

Entre os depoimentos colhidos prevalece a explicação de que essa atitude se ligava à amizade que ele mantinha com o pessoal mais antigo da gráfica a quem preferiu proteger com a estabilidade. Armando rebate e explica que faltavam recursos para arcar com as indenizações. Na verdade, tendo sido por motivos pessoais ou por incapacidade de cobrir o custo ou até mesmo por ser adotada a partir da visão de curto prazo de quem não era dono, a decisão gerou um contingente muito grande de estáveis, especialmente na área gráfica. Isso se transformou em um inibidor do avanço tecnológico, além de gerar expressivo passivo trabalhista. Luiz Augusto que administrou a empresa no momento em que os concorrentes estavam mudando os sistemas de impressão e abandonando a linotipia, apesar de não acreditar que a intenção tenha sido de beneficiar amigos de Nello, pois poderia ser feita de forma seletiva, não tem dúvida de que o erro estratégico trouxe consequências danosas ao jornal. Ele lembra que em muitas áreas, inclusive a redação, com o passar do tempo, foi necessário afastar, sem deixar de pagar salários, muitos profissionais incompatibilizados com chefias ou despreparados para serem reciclados.

A concentração de poderes em mãos dos Ferrentinis e a desconfiança sobre os dados oficiais, divulgados em balanços obrigatórios, aliadas ao que os entrevistados chamaram de “sinais de aumento de patrimônio dos irmãos”, alimentaram a circulação de análises questionando a administração implantada. Enquanto alguns fazem acusações sérias, mas não permitem a gravação, e outros ficam nas insinuações ou citações de revelações de

---

⁴⁷ Os acordos previam o pagamento em dobro de um salário mensal por cada ano trabalhado pelo funcionário, contados a partir do 10º ano na empresa.

outras testemunhas, Quirino conta o episódio que, segundo ele, iniciou uma série de atritos dele com Nello:

Um dia eu subi em uma balança de vender papel e a balança pesou 17 quilos a menos do que eu tinha. Eu cheguei para o Rodrigo e disse [...]. Ele disse está tudo muito controlado. Eu disse, então não está aqui quem falou. Essa balança era onde pesava o material que era vendido como sucata, entre eles o Popular da Tarde que não saía. (CASTRO, A. , 2006)

As explicitações das dúvidas sobre a administração da empresa levantadas pelas pessoas que deram depoimentos sobre a vida do jornal, da mesma forma que as referências a aspectos polêmicos da personalidade dos proprietários da empresa, não implicam em nenhum juízo de valor. O procedimento é necessário por estarem em debate relações de causa e efeito, em que o segundo foi o desaparecimento das bancas de um título tradicional da história do jornalismo paulistano. Especificamente quanto às análises do período de comando dos irmãos Ferrentini, elas foram desconsideradas por Armando, que as classificou como besteiras (informação verbal)⁴⁸. Sem nenhuma pretensão, até por faltarem ferramentas para isso, de realizar investigações contábeis, o trabalho está alicerçado na premissa de que houve erros e omissões dos envolvidos na administração do *Diário Popular* e que apontar as evidências de quando e onde isso ocorreu contribui para o entendimento dos motivos que levaram às suas várias mortes. Assim, além de ressaltar o cenário onde o jornal atuou, com as variáveis econômicas e políticas de cada época, e de mostrar as estratégias utilizadas por seus principais concorrentes, é fundamental colocar em questão a capacidade e o resultado das ações dos responsáveis pelas várias gestões, pelos seus sucessos e pelos seus fracassos.

Uma das principais ferramentas do trabalho acadêmico é a consulta a documentos e quando se enumera entre as razões que levaram uma empresa a ter problemas financeiros a má gerência de sua administração ou mesmo a possibilidade de desvio de recursos, esses são elementos comprobatórios definitivos. Porém, é um consenso que a dificuldade de se encontrar papéis onde se recolham registros de irregularidades é enorme. A instituição do chamado “caixa 2” nas empresas e a “maquiagem” de balanços são denunciadas com frequência mesmo em grupos de grande porte, ainda nos dias atuais, quando sistemas

⁴⁸ Informação verbal concedida por **Armando Ferrentini** em 12 de setembro de 2005 em entrevista ao autor.

informatizados permitem muito maior transparência. Com certeza, em uma empresa de média ou pequena, com o poder decisório concentrado e que os controles eram manuscritos em um caderno, a apuração cabal, depois de décadas, é praticamente impossível.

Outro recurso de muita valia são depoimentos de pessoas que acompanharam o processo. Esses, preferencialmente, devem ser gravados, mas isto não implica em desqualificar as fontes que solicitam anonimato. Nos dois casos exige-se o cruzamento das declarações para se fundamentar raciocínios que apontem incompatibilidade do perfil dos proprietários com a condução de um jornal e a má gerência de terceiros como fatores contribuintes para o fracasso e morte investigados. A coerência entre tais declarações, na determinação de datas, personagens e conseqüências pode evidenciar que aconteceu algo fora da normalidade. Nas obras que podem ser chamadas de “livro-reportagem” ou nas que romanceiam fatos reais, a exposição de intrigas familiares e conflitos pelo poder e até de maneiras condenáveis de se construir patrimônios é admitida com mais facilidade, pois não se está obrigado a emitir conclusões.

Na primeira classificação, está Moraes (1994), onde a vida de Assis Chateaubriand, o fundador do maior império de comunicação que já existiu no Brasil, é contada, sem deixar de lado os detalhes de suas disputas com os filhos e familiares, seus achaques a empresários e a utilização do poder de seus veículos para chantagear políticos. Essa opção é facilitada ainda pela possibilidade de se comprovar com as páginas do jornal, o uso editorial para fins criticáveis.

Na segunda categoria, a dos relatos romanceados, o exemplo mais destacado é Talese (2000), sobre a história do *New York Times*. Esse tipo de obra, apesar de montada basicamente a partir dos relatos das pessoas que conviveram com os detentores do poder e das impressões do autor, deixa no campo de análise do leitor as inferências sobre o grau de influência dos conflitos pessoais, das falhas e fraquezas humanas e dos erros de estratégia no destino da organização. Essa permissão para a subjetividade exime a obra do risco de cometer injustiças.

Mais fácil ainda para se elencar, entre causas de sucesso ou fracasso de um projeto, manobras contestáveis e ajudas facilitadoras que impliquem em concorrência desigual é quando o próprio beneficiário as admite. Nesse tipo inclui-se a história de um outro

---

fenômeno da comunicação impressa brasileira que é uma autobiografia do responsável pelo projeto – Samuel Wainer - editada pelo jornalista Augusto Nunes. Em Wainer (2005), os detalhes da operação são expostos pelo próprio envolvido, inclusive na questão de como conseguiu dinheiro para lançar o jornal. Vale lembrar que ele sempre negara ter lançado o veículo com o objetivo de garantir a Getúlio Vargas, o ex-ditador que voltava ao poder pelo voto, um espaço na mídia e que a origem dos recursos foi investigada por inimigos de Vargas exaustivamente, mas nada pode ser comprovado a ponto de a nacionalidade de Wainer ser o ponto mais atacado pelos que desejavam tirar a *Última Hora* de combate.⁴⁹

No caso de trabalhos científicos, o primeiro desafio do pesquisador é estabelecer o que é relevante para a confirmação de suas premissas, de maneira que o compartilhamento de sua experiência, quando ele tem participação direta no processo, signifique contribuição para a ciência. Carlos Eduardo Lins da Silva, no prefácio da obra, onde reviu seu trabalho sobre o *Projeto Folha*, lembra que se abalou com uma crítica ao trabalho onde o defeito apresentado era ele optado por abster-se de contar *de* “forma engajada, emotiva e detalhada os conflitos humanos, a luta pelo poder, as incoerências, dúvidas e incertezas que certamente haviam feito parte dos acontecimentos da Redação naquele período entre 1984 e 1987 (SILVA, 2005 p. 20). Sua defesa foi de que o que importava era a descrição do processo.

O jornal *Notícias Populares*, um dos maiores sucessos de venda em banca na Grande São Paulo, foi objeto de estudo de um dos mais envolvidos participantes de sua elaboração em sua fase áurea: José Luiz Proença, experiente jornalista que contribuiu com a ciência da comunicação ao mostrar o papel do leitor na definição da linha de uma publicação. Seu trabalho (PROENÇA 1992) dissecou a origem política do jornal e mostrou as razões empresariais que o colocaram como um importante gerador de receitas, permitindo-se a concessão de ressaltar o papel da contribuição do jornal para garantir que o *Grupo Folha* atuasse de forma independente de pressões políticas e econômicas. Esse fato só poderia ser analisado por quem convivia ao lado da direção.

No caso do *Diário Popular*, por suas mortes se originarem em causas que se acumulam nas diversas vidas e por ser impossível separar o desempenho do veículo das estratégias empresariais que se sucederam, a opção mais viável é expor todas as evidências.

---

⁴⁹ Cf. Laurenza (1998).

Essas, na fase iniciada na metade dos anos 50, brotam dos depoimentos de profissionais que vivenciaram seus problemas e, unidas às revelações encontradas nas próprias páginas do jornal, permitem que os elos se encaixam unindo os fatos relatados ao que o próprio autor observou, no período de 1979 a 1995, e a documentos disponibilizados pelos entrevistados (os balanços oficiais publicados não são considerados).

São fontes que permitem questionar os resultados obtidos, mas que se revelam insuficientes para se afirmar se (e quais) irregularidades foram cometidas na administração da empresa. O fato apontado por muitas pessoas indicando que se verificou um o incremento no patrimônio pessoal de responsáveis pela direção pode ser agregado como um alimentador de pistas sobre eventuais problemas, porém, não possui caráter conclusivo.

A solução para se manter a reflexão dentro de um parâmetro científico, sem correr o risco de avalizar suspeitas e acusações contra este ou aquele administrador, é encontrada na utilização das ferramentas do jornalismo comparado. Nesse sentido, ao se comparar o desempenho das várias publicações que atuaram no mesmo cenário que o *Diário Popular*, especialmente nos tempos do “milagre econômico”, torna-se viável afirmar que, pelo volume de anúncios publicados e por ainda não estar sofrendo os efeitos do atraso tecnológico, o jornal, nos anos 70, desfrutava de condições para investir na modernização.

Essa constatação é reforçada quando se recorda que o jornal tinha um volume de vendas atrelado ao volume de classificados que publicava e que seu preço de capa era igual ao dos concorrentes, como lembra Malfatti; “o Nello tinha uma teoria de que o *Diário* tem que custar a mesma coisa que o *Estado* e a *Folha*, ele dizia ‘eles não são melhores do que nós’. O Nello achava que iríamos depreciar o produto se vendêssemos mais barato, então tinha que ser o mesmo preço” (MALFATTI, 2005). Vendendo ao mesmo preço, gastando menos papel, pois seu espaço redacional era menor, apesar de ter um encalhe médio oficial alto (entre 15% e 17%, também segundo Malfatti), e com um custo de mão-de-obra mais baixo, o jornal deveria ter um acúmulo de reservas significativo.

No entanto, os relatos indicam o contrário, convergindo para a necessidade do que Edgard de Oliveira Barros, em seu depoimento, definiu como “segurar o Rodriguinho”, que estaria empolgado com a mudança de prédio em 1976 e tinha iniciado um movimento de valorização da redação que envolveu a troca de Mário Romano, na secretaria, por Nino Cecílio. A compra do prédio e dos equipamentos do *Estado de S. Paulo* na rua Major

Quedinho também foi realizada com recursos dos proprietários da empresa, que se desfizeram de aplicações no mercado de ações, e de um empréstimo bancário junto ao Banco Finasa. Essa operação está preservada na memória de Luiz Augusto de Castro que registra no seu currículo no *Diário Popular* a condução da compra e da venda do prédio.

Luiz Augusto lembra que em 1974, surgiram as notícias de que a área onde o jornal se localizava na rua do Carmo seria desapropriada para a construção da Estação Sé do Metrô. A informação o levou a uma reunião com o prefeito da cidade, à época, Miguel Colassuono que a desmentiu, mas 48 horas depois assinou o decreto tornando a região de interesse público. Além da decisão de proibir a veiculação do nome de Colassuono, que deveria ser chamado de “o alcaide” em matérias que fosse personagem obrigatório, a diretoria comandada por Nello passou a tentar contatos políticos que revertissem a situação. Em 1975, já com Olavo Setúbal na Prefeitura, a mudança se tornou fato consumado e só restou negociar o valor a ser recebido e procurar um novo local para o jornal. Não se tratava de uma tarefa fácil.

Na época, *O Estado de S. Paulo* construía nova sede na Marginal Tietê e Luiz Augusto recorda que a primeira indicação de que seria viável negociar com o jornal dos Mesquita surgiu em uma conversa com José Maria Homem de Montes, diretor do *Estado*.

Eles construíam um prédio grandioso, com expectativa de 700 mil a 1 milhão de exemplares, 500 páginas. Era a época do milagre brasileiro, o país crescia 8 a 10% ao ano e era um crescimento uniforme, então a imprensa também acreditava que aquilo nunca mais iria parar, se projetou para 10, 15 anos tiragens absurdas o que não aconteceu. Mas voltando ao caso específico, nós procuramos nova casa e um dia o José Maria Homem de Montes, numa conversa comigo no Hotel Plaza de Montevideú [...] falou das dificuldades que o *Estado* tinha, da necessidade que ele tinha de vender aquela outra casa pra quitar umas hipotecas junto ao Banco de Boston. Ele não falou isso claramente mas deixou nas entrelinhas. O Montes sempre foi muito sutil. Eu voltei para o jornal, falei com o Nello, o Nello procurou o Montes (CASTRO, L., 2006).

A operação foi interessante para as duas partes, pois o *Estado* precisava receber a metade do valor da negociação para investir no término de sua nova sede, mas só poderia entregar as instalações quando isto acontecesse no ano seguinte. Além disso, o prédio estava hipotecado e o *Diário* corria o risco de perder o que adiantaria se o débito dos Mesquita com o Banco de Boston não fosse quitado. Luiz Augusto explica:

Em uma das reuniões foi colocado pelo dr. Juca Mesquita, que foi nosso interlocutor na negociação ao lado de Paulo de Tarso Nogueira, que tinha um problema, que essa hipoteca existia, que essa hipoteca eles não podiam liquidar, enfim, que eles precisavam do dinheiro de entrada, então o que a gente simplesmente fez foi negociar um prazo de 24 meses pra pagar a metade do prédio. aí houve uma história de que se eles não pagam a hipoteca, nós perdemos o prédio e eu lembro bem que em uma reunião, dr. Rodrigo disse ‘ eu conheço essa gente, tenho a maior confiança neles’, o Nello apoiava a operação e o dr. Rodrigo bancou na verdade. (CASTRO, L. 2006)⁵⁰

4.3.1 O uso dos recursos da linguagem publicitária para atrair leitores

A mudança de prédio representou um melhora muito grande na visibilidade do jornal. Nessa etapa entra em cena Edgard de Oliveira Barros, jornalista que dominava as técnicas da publicidade, atividade que desenvolvia na *MPM* depois de deixar o *Diário da Noite*. Na agência, ele havia conhecido Armando Ferrentini, com quem estabeleceu uma relação de amizade e troca de experiências profissionais. A abertura de sua própria empresa coincidiu com a vontade dos irmãos Ferrentini de tentar entrar no segmento dos anúncios de varejo e institucionais. Edgard desenvolveu diversas campanhas com esse objetivo, até criar a peça que repercutiu fortemente no mercado que era o anúncio da mudança. A frase “*Diário Popular*, o novo jornal da Major Quedinho, com a mesma dignidade de seu antecessor” se transformou em um dos grandes momentos da propaganda de veículos de comunicação. Eficiente para valorizar o *Diário*, a mensagem foi recebida com desconforto por pessoas ligadas ao *Estado* e repelida por muitos profissionais que consideravam muita pretensão a ligação entre as duas publicações.

Esse momento do jornal foi um dos raríssimos que despertaram o interesse de Rodriguinho pela empresa. A ponto de os irmãos Ferrentini desencadearem a operação de contenção de sua participação, que Edgard detalha.

O Rodriguinho se empolgou e resolveu assumir o cargo e começou a encher de gente a redação, além da conta, porque o jornal era pequeno. Quando mudou da rua do Carmo para aquele monstro que era o *Estadão*, ele deslumbrou. E aquilo já estava virando em vermelho. Foi quando o Armando e o irmão dele me falou: fica uns três meses. E eu tinha a agência, mas era botar fogo na gasolina. Eu adorava jornalismo, mas ganhava bem com propaganda (BARROS, 2006)

⁵⁰ O diretor referido como Juca Mesquita é José Mesquita Vieira de Carvalho (já falecido), primo de Ruy Mesquita. O dr Rodrigo citado trata-se de Rodrigão.

Essa visão de perigo financeiro não se coaduna com as análises de Luiz Augusto que lembra do crescimento da tiragem, da abertura de novas agências coletoras de anúncios por toda a cidade, da facilidade como foram pagas as parcelas da metade da compra do prédio e liquidado o financiamento contratado para suprir a outra metade do preço. A visão de Romano (2005) que aponta a nomeação de Edgard como uma ação com o objetivo de ter no comando da redação uma pessoa de confiança e de afastar um profissional que estava se reportando a Rodriguinho tem mais evidência lógica.

Edgard ficou aproximadamente nove anos como secretário de redação do *Diário Popular*. Introduziu, especialmente nas manchetes e títulos principais, uma linguagem híbrida entre o publicitário e o jornalístico, muito próxima das inovações que o *Jornal da Tarde* adotava. Para se afastar uma possível ilação de que havia inspiração ou imitação do jornal caçula dos Mesquita, vale lembrar que seu estilo já era instrumento de atração no *Diário da Noite*, onde foi criador da manchete que, na sua própria opinião, avaliada por muitos jornalistas da época, foi marco do jornalismo esportivo. Na Copa do Mundo de 1966, disputada na Inglaterra, na véspera de um jogo decisivo do Brasil, Pelé se encontrava machucado e o país vivia dias de apreensão com o futuro do futebol então bi-campeão, o que levou Edgard a colocar como manchete do *Diário da Noite*: “Pelé, jogai por nós”. O pedido, manifestado em trocadilho com uma expressão utilizada nas missas católicas, subvertia a prática jornalística de valorizar a informação direta nos títulos, mas trazia subjacente o fato de o jogador ser a grande esperança dos torcedores..

Esse estilo de manchete, em muitos casos utilizando interrogações, foi constante no *Diário Popular* no período comandado por Edgard, que também empregava a “linha fina” como recurso em muitos títulos. Em 10 de dezembro de 1980, o recurso foi usado na notícia da morte do mais famoso ex-beatle: “Afimal, por que morreu John Lennon? (talvez só porque um louco quisesse um autógrafo). Em 14 de janeiro 1981, a manchete foi: “Perdoa, João de Deus” (ele segurava uma criança quando foi alvejado a tiros), ao informar que o Papa João Paulo II fora atingido a tiros pelo turco Mehmet Ali Agca. Em 20 de abril de 1984, diante da grande frustração popular pela rejeição da emenda que reestabeleceria a eleição direta para presidente da República, o título era “Rejeitaram. E agora?”. O outro destaque da página era “Corinthians e Portuguesa se classificaram. Pelas vias diretas”.

Entre junho e julho de 1979, o mundo acompanhava com atenção a desintegração da nave espacial norte-americana Skylab, colocada em órbita em 1973. Os técnicos foram surpreendidos com um problema no artefato e tentaram destruí-lo fora da atmosfera terrestre, mas fracassaram e ficou a dúvida sobre onde cairiam alguns fragmentos que ultrapassaram a atmosfera. Depois de vários dias utilizando o tema como chamariz principal em sua primeira página, o jornal, ao noticiar que o último pedaço tinha caído, publicou em 12 de julho de 1979 a manchete, até então, com menor número de caracteres do jornalismo brasileiro; “Caiu”. Na véspera (o dia previsto para a queda), uma manchete sensacionalista: “Hoje pode ser uma quarta-feira de cinzas”.

Na época do fato a redação já se ressentia do corte radical na equipe, como represália pela greve decretada em 23 de maio de 1979. Edgard, que foi um jovem e atuante piqueteiro na paralisação de 1961, viu-se na obrigação de demitir grande parte do pessoal. Ele lembra do episódio da orientação de Nello e Armando para cortar quem parou, mas afirma não recordar de ter decidido fazer um corte seletivo, onde “entregaria” os profissionais mais destacados, porque eles teriam mais facilidade de se recolocar. “Posso ter feito essas bobagens, a gente fica envolvido emocionalmente”. O autor deste trabalho, que participou da paralisação, testemunhou o processo e foi um dos beneficiados, pois tinha sido registrado em 1º de março como jornalista provisionado. A possibilidade deste tipo de contratação foi extinta 13 dias depois, o que lhe impediria de ser registrado em outro veículo caso fosse demitido.

Nello se aproveitou da greve para mais uma vez mostrar seu desinteresse pela redação, pois, se fosse apenas para punir grevistas, as vagas poderiam ser preenchidas por substitutos, o que não aconteceu. Houve algumas promoções de revisores e raras contratações com salários reduzidos. As lembranças de Luiz Augusto descartam a hipótese de a desvalorização da redação ter se dado por necessidade financeira, pois 1979, na concepção dele, foi considerado o auge da empresa. Boletins do Ibope, analisados em Taschner (1992, p. 150), sobre as vendas em banca da capital de cada grupo de jornais

mostravam sinais evidentes de que o jornal estava em ascensão indicando que a redução não se justificava, a não ser se houvesse algum plano de acumulação para investimentos.

Os boletins apontavam que em 1978, o *Diário Popular* mais o *Popular da Tarde* tinham 17,6% das vendas em bancas da capital e que desde 1971, quando a porcentagem era de 10,5%, a participação vinha subindo. Perdiam significativamente a *Gazeta* (somada a *Gazeta Esportiva*) que caiu de 10,2% para 7,1%, enquanto os *Diários Associados* (*Diário de S. Paulo* e *Diário da Noite*) despencavam de 14,7% para 7,5%. O *Grupo Folha* (*Folha de S. Paulo*, *Folha da Tarde*, *Notícias Populares* e *Última Hora*) teve uma pequena elevação (40,4% para 42,8%), mesmo desempenho do *Grupo Estado* (*Estadão* e *Jornal da Tarde*) que subiu de 22,9% para 24,9%. A análise da variação de 1976, quando o jornal mudou-se para a rua Major Quedinho mostra que, enquanto os dois títulos subiram de 13,9% a 17,6%, os do *Grupo Folha* caíram de 44,9% para 42,8% e os do *Grupo Estado* de 25,3% para 24,9%. Segundo Malfatti, a tiragem, no ano de 1978, chegava a atingir 104 mil exemplares. Batista (2000, p. 64) confirma a curva ascendente mostrando que em 1978, o jornal era lido por 3% dos moradores da capital. Em 1980, o jornal estava em seu ponto mais elevado, em números absolutos, com 240.330 leitores, de terça a sábado, 214.000, aos domingos, e 301.800, na segunda-feira.

Em 1979, pouco antes da greve, a redação passou a ter como diretor, o general da reserva Moziul Moreira Lima, amigo dos Ferrentinis e que esteve na Coluna Prestes, combateu, em 1932, contra os paulistas, e tinha orgulho de citar sua participação na Segunda Guerra, onde esteve ao lado de Rubem Braga, um dos maiores cronistas do jornalismo brasileiro. A nomeação, para o mercado, significava intervenção e a presença de um militar orientando jornalistas contribuiu para piorar a imagem da publicação na categoria. Edgard discorda da interpretação e diz que tinha feito o pedido para deixar de cuidar dos problemas administrativos; “entrou um general pra trabalhar naquele negócio, porque eu era bagunceiro, meu negócio era criação” (BARROS, 2005). O *Diário* foi o terceiro lugar onde Edgard e Moziul trabalharam juntos. Quando entrou nos *Diários Associados*, Edgard era obrigado a prestar contas de seus constantes atrasos ao general, que exercia cargo de diretor no grupo. Sobre esse período, o jornalista recorda que ele e

Margarida Izar eram os únicos repórteres aceitos pelo poderoso Assis Chateaubriand em sua famosa “casa amarela”⁵¹.

Alguns anos depois, o general foi para a *MPM* indicado por Armando Ferrentini e convidou Edgard para entrar na área de publicidade. O passo seguinte da carreira de Moziul foi ser editorialista do *Diário Popular*, num gesto de simpatia de Nello para com o regime militar, pouco depois de Edgard assumir a redação. Como diretor de redação, ele ficou até 1988, quando o jornal foi comprado pelo ex-governador Orestes Quércia, tendo então voltado à posição de editorialista, mas submetido a uma ação de desgaste que o faria se demitir um ano depois.

Nos anos de 1977 e 1978, o *Diário* se empenhou em sua campanha de maior repercussão, a ponto de Edgard não considerar exagerado lhe dar o título de “o jornal que salvou um rio”. Na época, a empresa Braskraft anunciou seu projeto de construir uma fábrica de celulose nas margens do rio Paranapanema. Edgard, nascido na pequena Itaí, banhada pelo rio, e que tinha um sítio em Piraju, uma das cidades que mais se mobilizaram para evitar a poluição, abriu as páginas do jornal para combater a instalação. Durante vários meses foram produzidas matérias, a grande maioria pela repórter Ane do Valle, mostrando os prejuízos que traria a Braskraft.

A forte reação da opinião pública, registrada pelo jornal, fez com que os donos da empresa mudassem seus planos e transferissem o projeto para o Paraná. Edgard reconhece que a campanha se alastrou por outros veículos, mas ressalta o fato de o *Diário* ter saído na frente e o apoio recebido dos Ferrentinis:

A Ane foi brilhante, foi uma luta terrível, eu passei (todo mundo passou) por comunista, outra hora falavam que a gente estava ganhando dinheiro dos fazendeiros. Fazendeiro de onde?, lá do Paranapanema?, os caras não têm onde cair morto até hoje. Toda a mídia descompromissada, jornal e rádio, batalhava bastante. Uma coisa heróica. [...] Eu falava: uma hora vão me mandar parar, aí os caras (*referindo-se a Nello e Armando*) foram comprando a idéia porque estava dando repercussão até que um dia a Braskraft foi lá e comprou 4 ou 5 páginas, eu me lembro que eu cheguei triste porque fiquei sabendo da estória e fui lá na sala do Nello perguntar: os homens vieram aí, né? Vieram. E? Não sei quantas páginas vão pagar. Cada uma que eles pagaram, vocês têm mais duas, foi o que os dois falaram pra mim. Aí nós caímos matando porque os filhos da puta foram

---

⁵¹ A casa amarela, residência de Assis, ficava na Rua Polônia e era onde ele, enquanto se recuperava do problemas de saúde gerados por um AVC, ditava matérias e orientava a linha de seu jornal. A respeito, cf. Morais (1994).

lá, vieram aqui pra comprar a gente, pensam que vão comprar com essa merda? Coisa de carcamano, de italiano. Aí foi maravilhoso, detonou. (BARROS, 2006).

Durante setembro de 1977, a empresa publicou uma série de anúncios de 5 colunas por 45 cm de altura, dando sua versão do projeto. Em uma das peças, o presidente da Braskraft, Mario Barboza Ferraz, prometia tomar água que sairia das máquinas depois de purificada. No dia 29 daquele mês, o jornal publicou duas páginas de um debate entre os diretores da empresa e editores, onde um dos títulos dizia: “Mesmo sendo tratada, a água não sairá tão pura” (de um diretor da Braskraft) (AFINAL...,1977)

Leontina ficava puta com o Rodrigão. Ele estava certo. Se era ele que seria o herdeiro do troço e não queria assumir. (ROMANO, 2005).

A situação também é analisada por Edgard, que, sobre Rodrigão afirma: “ele aparecia lá, mas também já estava velhinho”. Já a respeito de Rodriguinho, ressalta: “tinha quatro ou cinco pessoas com quem ele brincava, jogava dominó, que era a paixão dele, e pronto. O expediente dele era jogar dominó. E irritava muita gente. O Armando queria matar” (BARROS, 2006). Edgard garante que nunca interrompeu o fechamento do jornal para jogar dominó, mas quando Rodriguinho mudou de *hobby*, trazendo dos Estados Unidos, onde passava a maior parte do tempo em sua casa em Miami, um órgão japonês teve de ver algumas demonstrações do proprietário do jornal com o instrumento. A história do órgão se transformou em motivo de piadas na redação, com apostas para ver quem seria o escolhido do dia para subir ao sexto andar. Com o passar do tempo, o editor de Nacional, Marcelo Martini, estável na empresa e que exercia a advocacia antes de chegar à redação por volta das 17 horas, se tornou o ouvinte habitual, o que atrasava rotineiramente o fechamento da página sob sua responsabilidade.

Diante dessa posição de quase inércia do proprietário e do desinteresse de seu herdeiro, o controle de Nello sobre o jornal aumentava na proporção em que se consolidava a confiança depositada em sua administração por Rodrigão. Paralelamente, se intensificavam os comentários na empresa sobre o crescimento da fortuna dos irmãos Ferrentini. Neste momento (início da década de 80), as vendas começam a cair, apesar da redação, mesmo reduzida após a greve, manter um nível de qualidade na informação condizente com o mercado. A linha editorial aprofundava a exploração dos temas locais, o futebol ganhava espaço e Edgard procurava garantir maior proximidade com o leitor, através da seção “*Que fique bem claro*”, publicada na página 2, composta por pequenas notas assinadas pelos jornalistas do veículo, criticando atos do Governo, dando sugestões de programas, etc. O publicitário Carlito Maia era um dos mais assíduos e cáusticos redatores, assinando seus comentários com o pseudônimo Plínio Quartim Penteado, cujas iniciais lembravam um palavrão. Nas edições dominicais, se destacavam duas páginas de entrevista intitulada “*Olho no olho*”, onde personalidades políticas, ídolos da música, TV e teatro e especialistas em assuntos variados eram ouvidos.

O *Asterisco*, que havia surgido como coluna assinada por Armando Ferrentini e se transformado em caderno com o noticiário do mundo da propaganda, se consolidava como leitura habitual entre profissionais do setor. Esse produto fora lançado com a expectativa de fazer o papel de alavancador da venda de anúncios. Edgard e Armando, seus idealizadores, partiam da premissa de que se o jornal era bom para o publicitário sair como personagem de notícias, deveria ser bom para ele indicar como mídia a seus clientes. Mas a prática não validou a teoria e, neste ponto, se evidencia a cristalização do preconceito contra a expressão “popular”. Apesar de os criadores do *Asterisco* relutarem em admitir isso, Luiz Augusto conta que era grande o número de publicitários que sugeriam a mudança de nome do jornal.

No plano político, o comportamento do jornal sob o comando dos Ferrentinis foi marcado por complacência e simpatia com o regime militar. A primeira fase da ditadura transcorreu sob obediência total das regras da censura. Romano, que assumira a secretaria, em 1969, sucedendo a Leonardo Paulino que se aposentava praticamente no mesmo momento da subida ao poder do general Emilio Médici, considerado o mais duro dos presidentes do período, lembra que os irmãos não se importavam com a situação: “o negócio deles não era brigar, era ganhar dinheiro, então um tal de Richard telefonava pra mim, era um agente da censura do governo, depois eu soube que ele era um polonês perseguido. O nome Richard era de guerra e ele telefonava, dizendo: ‘isso não pode sair’ e eu não podia fazer nada”. (ROMANO, 2005). Ele destaca um episódio pitoresco em que o jornal acabou sendo o único a dar uma informação proibida: “Quando o Darci Ribeiro, que foi vice-governador do Rio, foi exilado, ficou com câncer e permitiram que ele voltasse. O Richard me telefonou e disse: ‘ele está voltando, pode dar notícia, o cara está nas últimas’. Só que ele não morreu, foi vice de Brizola e senador”. (ROMANO, 2005).

A ligação do jornal com os detentores do poder se dava não só pela presença na direção da redação de um general da reserva que tinha entre seus amigos militares na ativa o general Ednardo D’Avila Melo, exonerado do comando do II Exército depois das mortes do jornalista Wladimir Herzog e do metalúrgico Manoel Fiel em dependências militares, mas também através do sub-secretário José Ramos. Esse era o único repórter da imprensa paulista setorista no *DOPS* (*Departamento de Ordem Política e Social*), o órgão de repressão responsável por prisões e torturas de militantes da esquerda. Ramos era amigo do

delegado chefe do órgão Romeu Tuma, hoje senador pelo PTB, e de Harry Shibata, o médico legista que, entre outros laudos, atestou que Herzog tinha cometido suicídio nas dependências do DOI-CODI. Essa amizade permitia a Ramos tanto tirar da prisão membros da redação do jornal como ter acesso e divulgar informações sobre ações da polícia política, evidentemente apenas as que interessavam aos líderes da ditadura.

Ramos também tinha ligação de amizade com Antonio Aggio Jr, o diretor de redação da *Folha da Tarde*, considerado, na época, o porta-voz oficioso da direita. Diversas informações sobre eliminação de adversários do regime eram compartilhadas pelos dois veículos a partir da atuação de Ramos. Luiz Augusto também lembra das dificuldades do período “Aí veio o AI-5⁵², a coisa ficou muito difícil. Nossa redação sofreu também, tinha uns quatro ou cinco visados. Tinha um diagramador, o Pantera, que, acontecia qualquer coisa na rua, iam prender o Pantera, tinha que esconder o cara na caixa d’água, tinha que ir na rua tirar gente do DOPS e veio um general pra auxiliar na redação que escrevia uns editoriais” (CASTRO, L., 2006)

Como atenuante da ação de Ramos, Romano, que era um de seus amigos mais íntimos na redação, ressalta que ele sempre estava disposto a interceder pelos jornalistas “da casa”, livrando alguns de investigações e evitando suas prisões, tendo inclusive impedido que uma jovem repórter que participava de uma passeata fosse levada por militares. Gestos como esse, a convivência cordial com membros do Partido Comunista Brasileiro que trabalhavam no jornal e a simpatia pessoal não impediram que Ramos, a partir da abertura do regime, fosse encarado, pelos companheiros mais politizados da redação, como homem capaz de assistir torturas impassivelmente e produzir textos simpáticos aos seus amigos agentes da repressão.

Ainda com relação ao comportamento político do jornal, no período Ferrentini, Edgard, que frisa considerar Armando como um “amigo-irmão” e justifica muitas das ações de Nello, procura passar a imagem de que eles não interferiam na redação. Porém, havia a determinação de um tratamento favorável a Paulo Maluf, que chegou ao Governo do estado numa manobra ousada que pegou desprevenido o regime militar. Maluf, hoje deputado federal pelo PP, tinha a oposição ferrenha dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da*

---

⁵² O AI5 foi como ficou conhecido o Ato Institucional editado em 13 de dezembro de 1968, no governo ditatorial do general Costa e Silva e que suprimiu todas as garantias constitucionais no país e deu todo poder à ditadura. Ele vigorou até 31 de dezembro de 1978.

Tarde e a indiferença do *Grupo Folha*. O jornal de Frias ainda estava vivendo o período no qual tinha optado por abrir mão de posicionamento político.

O alinhamento com o político que desafiou os militares ao impor-se candidato a governador demonstra a tendência dos Ferrentinis de se colocar sempre ao lado de quem estava no poder. Afinal, o derrotado fora Laudo Natel que tentava voltar ao poder e em cuja gestão (1971 a 1974), contou com apoio do jornal, tendo estabelecido uma relação de extrema cordialidade com Nello e Armando. Natel também enfrentou forte oposição do jornal *O Estado de S. Paulo*, com o qual rompeu, porém era personagem constante em matérias positivas no *Diário*. Em 8 de novembro de 1974, foi a mais alta personalidade a visitar o jornal que completava 90 anos e sua foto ao lado de Nello foi publicada na página 3. Em 20 de setembro de 1977, já pensando em voltar a dirigir o estado, Laudo esteve no jornal e, mais uma vez, saiu em foto ao lado de Nello, desta vez na página 21.

Edgard admite que Nello também tinha uma afinidade com as idéias do então todo poderoso ministro Delfim Neto, mas insiste em afirmar que não havia orientação para ser simpático ao governador biônico. Pelo menos dois episódios (um no início e outro no fim da gestão Maluf provam que ela existia. O primeiro aconteceu pouco depois da posse, quando um dos secretários de Maluf dormiu numa reunião e o repórter Amundsen Limeira, setorista no Palácio dos Bandeirantes que registrou o fato, foi demitido por determinação de Nello. O segundo se deu na cobertura do primeiro debate entre candidatos na TV, no início da abertura política. O jornal publicou a íntegra do debate, promovido no *Programa Ferreira Neto*, transmitido pelo atual *SBT*. Franco Montoro, o grande favorito na disputa pelo Governo, se defrontou com Reynaldo de Barros, prefeito que se licenciara para o pleito e candidato apoiado por Maluf. Por determinação dos irmãos Ferrentini, o *Diário Popular* deveria dar que Reynaldo havia se saído melhor, o que contrariava a opinião pública. Edgar procurou a saída em um título vago “Debate: só se fala disso na cidade. E dizem que Reynaldo foi mais objetivo”.

Outro personagem considerado intocável no período de comando dos Ferrentinis foi o administrador regional (o cargo hoje é subprefeito) da Sé por vários anos, Victor David. Esse político exerceu a função durante o regime militar e continuou na administração Maluf. Era também presidente da *Ordem dos Economistas de São Paulo*. Romano lembra que os Ferrentinis “quando queriam dar, eles davam mesmo que fosse um absurdo e quando

eles queriam proibir, proibiam. Naquela época o administrador da Sé era o Victor David que era amigo dele. Eu dei uma notícia uma vez, ele achou ruim, o Nello ficou bravo comigo.(ROMANO, 2005).

Victor David fez parte da folha de pagamentos do *Diário Popular* sem que se encontre qualquer indício de ter desenvolvido alguma atividade na empresa, até por evidente incompatibilidade de tempo⁵³. Outra comprovação de como Nello comandava o jornal de acordo com os seus interesses pessoais e amizades era o espaço garantido a atividades desenvolvidas pela *ESAN (Escola Superior de Administração de Negócios)* onde ele foi professor. Essa ligação permitiu que o jornal se transformasse em um dos pioneiros na divulgação de listas de classificados nos exames vestibulares, afirma Malfatti (2005).

A ingerência de Rodrigão na redação, nos anos 60, foi mínima, Ele não se preocupava com assuntos nacionais, mas acompanhava o noticiário sobre a guerra do Vietnã e reclamava quando havia alguma informação que considerava desfavorável aos norte-americanos. Rodriguinho também se mostrava indiferente à condução da linha editorial do jornal, mas ao lado do pai, apoiou a posição dos Ferrentinis de vetar citações do nome do prefeito do prefeito Miguel Colassuono devido à desapropriação do prédio da rua do Carmo.

O ressurgimento do movimento sindical, tendo à frente o metalúrgico Luiz Inácio da Silva (Lula ainda era um apelido, não incorporado ao nome), teve cobertura sem interferência de Nello, garantindo destaque ao jornal no meio trabalhista. Lula foi um dos entrevistados da série “*Olho no Olho*”. Havia uma restrição velada à divulgação dos atos do arcebispo metropolitano Paulo Evaristo Arns chamado de “comuna” pelo direitista convicto José Ramos e por cuja visão política Edgard não demonstrava simpatia. A derrota do candidato de Maluf, na eleição de 1982, deixou o jornal sem um posicionamento político claro. O setorista no Palácio dos Bandeirantes, Renato Miranda, que substituíra Amundsen Limeira e tinha simpatia por Maluf, ao ponto de ter sido visto aplaudindo discursos de Reynaldo de Barros em comícios, continuou no posto. Depois de um noticiário mais crítico

---

⁵³ No suplemento comemorativo do centenário do jornal, que circulou em 08/11/1984, na página 127 foi publicada a relação de funcionários da empresa, fornecida, pelo Departamento de Pessoal. Victor David constava da lista. Uma das perguntas não respondidas por Armando Ferrentini era sobre sua contratação. Também não foi conseguida junto à empresa até quando ele fez parte do quadro de funcionários.

no episódio das grades derrubadas do Palácio⁵⁴, a linha adotada passou a ser de neutralidade, muito próxima do que se pode definir como oficiosa, com Renato se aproximando dos novos detentores do poder.

A falta de posicionamento político claro no momento em que o país começava a respirar os ares da reabertura democrática, com a população recuperando o interesse pelo tema e os concorrentes abrindo espaço a esse tipo de noticiário, aliada a sinais preocupantes na economia, fizeram o *Diário Popular* entrar nos anos 80 sob o alerta da redução do faturamento. A dependência dos classificados para vender em bancas é apontada por Luiz Augusto como uma das causas de o jornal iniciar a década com tendência a enfrentar problemas. Ele lembra que começou o que ele chama de briga fraticida na disputa pelos classificados com a *Folha de S. Paulo* decidindo entrar no segmento e oferecendo anúncios de graça para cativar consumidores. Ele aponta ainda entre os motivos das dificuldades o efeito do fim do milagre econômico, o custo de não ter se modernizado, problemas internos na família Lisboa Soares, como a doença de Rodrigo, e finaliza admitindo que “teve um problema também de vaidade do Nello e do Rodrigo” (CASTRO, L., 2006).

Ainda na linha de influência das idiossincrasias pessoais na condução da empresa os depoimentos colhidos e o comportamento dos profissionais da área gráfica denotam que Nello resistia à composição “*off-set*” por ter sido linotipista. Essa tendência já havia se revelado na compra do prédio do *Estado*, quando se optou por ficar com uma rotativa antiga do antecessor e adquirir mais quatro unidades e uma dobradeira que estavam sendo substituídas pelo *O Globo*. A análise do mercado de mídia impressa na época aponta que a “guerra dos classificados”, ressaltada por Luiz Augusto, atingiu o *Diário Popular*, mas não foi um fator determinante para se iniciar o período de crise. Ele mantinha a tradição de aglutinar anúncios de empregos para profissionais com nível de qualificação baixo ou médio, enquanto as promoções da *Folha* de ofertas gratuitas se concentravam em anúncios de imóveis de padrão mais elevados e o espaço para ofertas de emprego era aproveitado por agências que buscavam trabalhadores de outro padrão.

---

⁵⁴ O governo Franco Montoro enfrentou em seus primeiros dias manifestações de funcionários públicos que chegaram a derrubar as grades do Palácio. O episódio foi utilizado pelos defensores do regime autoritário, que estava em sua fase final, como argumento contra a abertura política, fundamentado em uma suposto fraqueza de governantes civis para manter a ordem e impor autoridade.

A desaceleração da economia, com a redução do mercado de empregos, prejudicou a trajetória da empresa no mesmo nível que afetou a concorrência, porém seria um problema superável se tivesse acontecido o investimento no aperfeiçoamento tecnológico. Malfatti, que é o maior defensor da administração de Nello, entre os ouvidos para este trabalho, lembra de conversas entre os Ferrentinis e Rodriguinho, no início dos anos 1980, nas quais se aventava a possibilidade de implantação de um sistema informatizado na redação, que eliminaria a linotipo. Seria um salto impressionante se houvesse a concretização daquele “sonho”, que reavivava a megalomania de Rodriguinho revelada na compra do prédio do *Estado*, porém Luiz Augusto e Edgard concordam que as sugestões eram apenas para mostrar a dificuldade e o custo do empreendimento. Malfatti detalha os entraves que deveriam ser enfrentados:

O jornal encontrava um grande problema, pra gente mudar para computador, nós tínhamos no parque industrial mais ou menos 150 funcionários e desses, a metade tinha estabilidade, então para mudar o sistema, seria preciso se desfazer desse pessoal todo, você não teria suporte para pagar indenização para todo mundo, coisa que o Estado teve em 76.. Isso nos atrapalhou muito. Se tivesse mudado na época, o custo para fazer jornal cairia bastante, porque você eliminaria 50% da folha de pagamento, a nossa folha de pagamento era cara porque a mão de obra era cara na época. Então nós ficamos defasados em relação aos outros jornais, não tinha mais ninguém no chumbão, só nós (MALFATTI, 2005).

A qualidade da impressão do jornal também foi muito comprometida por esse atraso. Houve época em que se apelou até para o contrabando de zinco do Chile e Argentina para se confeccionar os clichês⁵⁵, Malfatti lembra que nos últimos anos necessitou reaproveitar o material utilizando o verso dos clichês “As fontes de letras para linotipo íamos buscar na Itália, nós estávamos perdendo as fontes pelo tempo de uso, o chumbo era caro foi uma época terrível” (MALFATTI, 2005). Nesta fase, os Ferrentini já não estavam na direção do jornal.

Romano e Odair são defensores da linha de raciocínio que começou a preponderar na redação, cuja base era a de que, com o agravamento do estado de saúde de Rodrigão, os irmãos Ferrentini não se preocuparam em estancar a crise, chegando a potencializá-la no sentido de “assustar” Rodriguinho e conseguir comprar o jornal. Romano recorda que o

---

⁵⁵ O clichê era uma placa gravada em relevo sobre zinco, a traço ou a meio-tom, para impressão de imagens e textos por meio de prensa tipográfica.

jornal chegou a atrasar os salários por um dia, nessa época, sendo que isto aconteceu apenas uma vez, nos 57 anos em que ele lá trabalhou e que este fato, realmente, apavorou Rodriguinho. Luiz Augusto, alegando sua amizade com os Ferrentini, não entra nessa discussão, mas afirma que houve uma oferta de compra feita por Victor David. Não há evidências de que esse personagem, que aparecia na folha de pagamento do *Diário Popular*, teria recursos para comprar o jornal e isso sugere que, ao fazer a proposta, ele agia em nome de outra pessoa ou de um grupo.

Luiz Augusto também lembra a crise de identidade do jornal “que não assumia que era a classe C e, não podia dar trombada direto contra a *Folha* e o *Estado*” e ressalta que faltou profissionalismo para enfrentar os efeitos da crise do petróleo em 1979:

Não era uma administração profissional, não era mesmo, eu participei dela, não era. A gente tentou profissionalizar aquilo depois. Não tinha um orçamento, não tinha nada que te encaminhasse, tinha algumas idéias, era o jeitão do Nello fazer, o Nello funcionava para o caixa. Agora, era uma empresa que tinha três receitas, basicamente: agência de publicidade, classificados e venda avulsa. 66% da receita era feita na boca do caixa. Daí a possibilidade (sic), então quando diminuiu, quando a *Folha* começou a dar anúncio, chegou a crise de desemprego você começa a ter menos coisa pra fazer, pra vender, veio o momento de exacerbar a inflação. (CASTRO, L., 2006)

Dentro do objetivo central deste trabalho, a individualização da responsabilidade por uma das principais causas dos problemas enfrentados pelo *Diário Popular* nos anos 80, que foi seu atraso tecnológico, assume dois aspectos relevantes. O primeiro é a percepção de que a administração com amplos poderes da empresa por não-proprietários não em função de uma profissionalização da gerência, mas por desinteresse do proprietário, provoca um afastamento das estratégias de longo prazo. Isso fica patente nas opções administrativas de Nello. O outro ponto que conflui para a mesma consequência é o próprio afastamento do proprietário. É nessa segunda vertente que Armando se apóia para eximir o irmão da responsabilidade pelo atraso do jornal que, em sua visão, foi gerado pela vontade sempre constante de Rodriguinho de vender o jornal.

Ele conta que na fase áurea do faturamento do jornal foi convidado, junto com Nello, pelo empresário Mario Garnero, para conversar com um político interessado na compra do jornal. Os dois compareceram à sede da Brasilinvest, na esquina da Avenida Rebouças com a Faria Lima, em São Paulo, onde foram apresentados ao pretendente, o qual era Orestes Quércia, então senador. Voltando ao jornal, relataram a conversa a Rodriguinho

que teria respondido “Para o Quércia nem por um caralho.” (informação verbal)⁵⁶. O ex-governador, no depoimento dado ao autor, confirmou o interesse e o encontro.

Luiz Augusto, além da proposta feita por emissários de Victor David, relembra dois episódios envolvendo as *Organizações Globo* em que o jornal foi oferecido ao grupo carioca. O primeiro, acontecido também na fase de faturamento em alta, durante um encontro de empresários do setor com o ministro da Fazenda do último ano do Governo Geisel, Karlos Richbieter.

O Dr. Roberto Marinho me chamou e perguntou como estávamos. Eu disse: Estamos no auge, vendendo muito, vendemos no domingo 50, 60 páginas de Classificados. “É, vocês estão de parabéns, mesmo. Vocês cresceram tudo isso graças ao *Estado de S. Paulo*”. Eu disse: desculpe, dr. Roberto, a gente cresceu tudo isso graças aos nossos esforços. Aí ele disse: “Olha, me foi oferecido o *Diário Popular*”. Eu perguntei: Quem ofereceu? Ele disse: “Eu nem me preocupei em estudar muito porque eu jamais teria um jornal longe dos meus olhos, que eu não pudesse ver”. Isso ele falou pra mim. (CASTRO, L., 2006).

O segundo episódio ocorreu na fase pós-Ferrentinis. Luiz Augusto conta, sem conseguir recordar a data exata do fato, que Rodriguinho lhe telefonou falando que tinha entrado em contato com João Roberto Marinho, o qual teria manifestado interesse no jornal. “ele me pediu pra ir pra lá pra ver o que os caras queriam. Fui na *Globo*, conversei com o João Roberto, almocei com ele, passei o dia na *Globo*, eu tinha amigos lá, [os diretores Francisco Grael, Artur de Almeida, Luiz Paulo Vasconcelos]. Eles ficaram de ver” (CASTRO, L., 2006).

A vontade de se desfazer do jornal é apontada por Armando como o motivo da pressão exercida para a saída dele e do irmão da empresa. Porém, a versão mais difundida entre diretores e funcionários é a de que de o rompimento teria acontecido em decorrência de uma discussão entre a filha de Rodriguinho e Armando. Ele não confirma o desentendimento e insiste na versão de que tudo estava ligado à vontade de Rodriguinho de se desfazer do jornal., acrescentando que foi determinante a pressão de Francisco Strasburgo Machado de Moura, parente de Rodriguinho e um dos diretores da empresa, que defendia a idéia de que, sem os Ferrentinis, a venda seria mais fácil.

---

⁵⁶ Informação verbal concedida por **Armando Ferrentini** em 12 de setembro de 2005 em entrevista ao autor.

Segundo a lógica que rege um trabalho científico, diante de versões diferentes para um mesmo fato, o caminho epistemológico deve ser apurar qual se revela mais coerente e se concatena com ocorrências anteriores e, principalmente, com as registradas na sequência. Assim, a primeira conclusão é que a ruptura foi intempestiva, uma vez que poucos meses antes dela, a empresa havia realizado uma Assembléia Geral Extraordinária que ampliou o número de diretores e elevou o *status* de Armando, oficializado no cargo de Diretor Comercial. A medida não teria sentido se estivesse em curso uma operação para afastar os dois irmãos do comando.

A constatação de que a saída foi traumática também se verifica na determinação, através do diretor de Redação Moziul Moreira Lima, ao autor deste trabalho, que era responsável pela edição do centenário do jornal, de que o nome dos Ferrentinis deveria ser omitido da história do jornal que o suplemento publicaria. Também a disputa na Justiça pelo título *Asterisco*, criado por Armando para uma coluna que se transformou em caderno, mostrou que Rodriguinho guardava rancor dos irmãos. O dono do jornal determinou que fosse gasto o necessário com advogados para não deixar Armando com a marca e, reforçando a impressão de que havia um sentido de vingança na decisão, ao vencer a disputa, resolveu não utilizá-la. O *Diário* passou a ter um suplemento chamado “*Dipo na Publicidade*”, e Armando foi para a *Folha da Tarde*, onde publicou o caderno “*Propaganda e Marketing*”. Esse evoluiu para uma publicação independente, circulando até hoje, no meio publicitário e empresarial, sendo impressa pela na Editora Referência, localizada no bairro do Cambuci, em São Paulo, de propriedade dos irmãos. A compra dessa empresa⁵⁷, com gráfica própria, se enquadra no conceito de incremento do patrimônio questionado por membros da redação que continuaram no jornal depois da retirada dos irmãos. Antonio Quirino testemunha a raiva de Rodriguinho, lembrando diálogo mantido no enterro de Rodrigão, em 1985.

Passado o tempo, morreu o Rodrigo e no dia do enterro, o Rodriguinho me disse: Papai gostava muito de você. Eu disse: eu também gostava muito do seu pai. O Rodriguinho disse: Você sabe que depois de 20 anos, eu descobri que estava

---

⁵⁷ Nos registros da Junta Comercial do Estado de São Paulo consta que a Editora Referência Ltda, CNPJ 62.630.777/0001-07, foi constituída em 04/02/1971, está localizada na rua François Coty, 228 e tem como sócios Armando Crisostomo Ferrentini e Nello Ferrentini. Seu capital social atual é de R\$ 900.000,00 divididos em partes iguais entre os irmãos (Dados liberados em 26/06/2008, às 14:07).

sendo apunhalado pelas costas? Eu disse: seu pai me contou. Ele falou: o rombo é de 20 milhões. (CASTRO, A., 2006)

Malfatti, ferrenho defensor da imagem de Nello e Armando como salvadores do jornal, tem outra visão da ruptura:

O Rodriguinho nunca se dedicou de corpo e alma ao jornal, ele não vivenciou o trabalho do jornal, como se fazia o jornal, ele deixou na mão de terceiros e sempre procurou levar uma vida mais tranquila, depois quando o jornal entrou em crise, começou a arrumar o culpado e para quem iria sobrar? Iria sobrar para o Nello (MALFATTI, 2005).

As permanências de Edgard e Luiz Augusto no jornal após o rompimento foram encaradas de maneira diferente pelos Ferrentinis. O primeiro relata que, na despedida, eles foram claros em deixar o secretário de redação tranqüilo por continuar no posto. O segundo teve sua decisão vista de maneira diferente. Luiz Augusto acredita que as características da função, o fato de ter tomado a frente na condução da empresa e a amizade que o unia, especialmente a Armando, explicam porque sua permanência não foi bem aceita em um primeiro momento. Ele lembra que teve de explicar que não podia deixar a empresa à deriva e precisava “pensar no sustento dos próprios filhos e dos filhos dos demais funcionários”. Atualmente, as relações são distantes, mas cordiais.

4.4 Falta de comando leva à inevitabilidade da venda

A morte do “Diário dos Ferrentins” se deu em um momento delicado da vida da empresa. O jornal estava a poucos meses de completar seu centenário e a efeméride passou a ser considerada emblemática para as pessoas que estavam no comando. Luiz Augusto, que foi o encarregado da administração, acreditava que investir na edição do aniversário era uma maneira de revigorar a empresa. Ele lembra que conseguiu um financiamento junto ao extinto Banco Comind, que possibilitou uma reestruturação do fornecimento de papel e permitiu manter em dia salários e impostos, além de custear uma campanha publicitária para a edição. Ele assinala: “a gente iria fazer 100 anos e achava-se que era o momento. Se chegasse até lá, virava”. Edgard foi testemunha este sentimento: “Nessa época, eu

encontrava com o Luiz [Augusto de Castro] quase diariamente e ele falava, vamos ver se chegamos até novembro e nós faremos uma festa de 24 horas, a gente vai beber até o fim ou acabar com o resto” (BARROS, 2006).

Luiz Augusto detalha as providências tomadas que envolveram redução de custo, o empréstimo bancário e a mudança no relacionamento com os fornecedores de papel. A empresa comprava o produto das empresas T. Janer e Samab, que importavam uma parte e repassavam o restante da maior fabricante brasileira, a Klabin. Na época houve uma redução do preço do papel no mercado internacional e a Klabin foi obrigada a competir com o importado, vendendo diretamente. O *Diário Popular* ganhou um período de alívio com essa situação, pois seu prazo normal para pagamento que era de 30 dias, foi esticado para 180. Também o estoque foi reforçado.

Quando assumi, a gente trabalhava com 80 toneladas na Klabin e banquei uma cota de 500 toneladas. Como apareceu essa linha de crédito do Comind, com um ano de carência, nós pegamos 2 milhões de dólares de empréstimo, não era bem empréstimo, nós tínhamos uma linha de crédito correspondente a isso. Com isso, a gente comprava a 200 dólares a tonelada de papel. Houve uma redução no consumo, nós reduzimos o número de páginas, passamos a gastar 400, 500 toneladas/mês naquele momento mais difícil. A tiragem estava em 50 mil. (CASTRO, L., entrevista)

Luiz Augusto reforça sua crença de que aquele seria o momento da virada. “Nossa edição de aniversário teve 160 mil de tiragem, foi a maior o jornal até então -172 páginas no total - e demos uma festa no jornal de 24 horas sem parar, com o pessoal comemorando o centenário” (CASTRO, L., 2006). O autor deste trabalho, pouco depois do rompimento entre Rodriguinho e os Ferrentinis, recebeu a incumbência de coordenar a edição dos 100 anos do jornal. Apesar da aposta que a empresa fazia no suplemento e dos investimentos em sua divulgação, os recursos eram reduzidos. A pesquisa e redação foram

divididas entre o próprio editor, uma jornalista experiente, deslocada da reportagem geral, e dois *free-lancers*. Os conhecimentos de outros membros da redação foram utilizados para a

produção de matérias específicas e artigos de especialistas destacados no meio científico e cultural foram publicados. A receptividade encontrada entre essas personalidades e líderes da sociedade civil foi uma das evidências claras de que o nome do *Diário Popular* continuava desfrutando de respeito.

Além dos colaboradores que faziam parte da equipe do jornal, escreveram para a edição do centenário, sem nenhuma remuneração: Antonio Costella, Antonio Soares Amora, Ary Silva, Benedito Lima de Toledo, Beatriz Pardi, Bolívar Lamounier, Cacilda Lanuza, Carlos Gonzalez, Dalmo Dallari, Décio de Almeida Prado, Edgard Carone, Edgard Luiz Gutierrez Alves, Enio Mainardi, Francisco B. Assumpção Jr, Jacob Pinheiro Goldberg, Jair Meneghelli, João Antônio Zuffo, João Batista de Andrade, Joaquim dos Santos Andrade, José Carlos Bruni, Manuel Pereira do Vale, Marco Aurélio Garcia, Maria Cecília Spina Forjaz, Maria Conceição D’Incao, Maria Lucia Montes, Maria Nilde Mascellani, Mauricio Kubrusly, Paulo Sérgio Pinheiro, Paul Singer, Pietro Maria Bardi, Shozo Motoyama, Sobral Pinto, Vladimir Rodrigues dos Santos e Walter Barelli.

Também a relação de anunciantes da edição revela que a marca do jornal ainda tinha apelo no mercado. Além de fornecedores e alguns órgãos governamentais, que eram o que se poderia chamar de “anunciantes obrigatórios”, havia grandes empresas como a Antarctica, cuja mensagem utilizou pequenos anúncios publicados no veículo no final do século XIX, em sua chegada ao Brasil. Além da cervejaria, fizeram inserções publicitárias no suplemento: Varig, Coca-Cola, Philips, Café Seletto, Nestlé, Rhodia, Esso, Ford, e General Motors, entre outros grupos de grande porte que não eram freqüentadores das páginas do jornal no dia-a-dia. Os principais bancos e as lojas de varejo que estavam nas páginas com maior assiduidade também estiveram presentes na edição histórica

A presença de um número expressivo de anunciantes que reconheceram a importância da data, mesmo não tendo o veículo como instrumento de divulgação, e o sucesso da venda em bancas, com os exemplares se esgotando na maioria dos pontos antes das 9 horas, indicavam que a marca continuava forte e justificavam o otimismo de Luiz Augusto, com relação à possibilidade de reerguer a empresa. Esse patrimônio de afinidade acumulado, no entanto, estava em risco devido à situação financeira abalada nos últimos anos dos irmãos Ferrentinis e que se agravava pela coincidência de a crise na empresa

acontecer junto com a decisão de Rodriguinho de oficializar a separação com a ex-mulher Salette, mãe de seus filhos, com quem ele não vivia há mais de 10 anos.

Este ponto é importante para se esclarecer a venda do prédio que havia sido comprado, em 1976, de *O Estado de S. Paulo*. A necessidade de se desfazer do patrimônio não se ligava, exclusivamente, à situação problemática de caixa, mas, em grande parte, às questões familiares. Luiz Augusto comenta:

A empresa estava com dificuldade. Isso era inegável. Nós vendemos o prédio e aquilo alavancou a empresa, pagou vários passivos e fez a empresa se desenvolver porque, a partir da edição de aniversário, você tinha que investir para ir para a frente. A venda do prédio se deu por isso, mas muito mais porque também a família estava se separando. O Rodrigo estava querendo morar no Exterior, ele queria liquidez na mão, ele estava se separando da mulher, ele tinha dado uma garagem para a mulher na separação. Foi uma série de coisas. A venda do prédio não representou o fato de que estava indo à bancarrota, não era isso, o jornal estava saindo da bancarrota, ele saiu. (CASTRO, L., 2006).

A venda do prédio para a Imobiliária Savoy que o locou ao jornal foi o último ato administrativo de relevância de Luiz Augusto, na condução do *Diário Popular*. Ele afirma não ter dúvida de que foi usado, no período entre a saída dos Ferrentinis e a própria, e que essa seria inevitável, diante da pressão do que ele chama de grupo familiar (Strasburgo, a ex-mulher Salette e os filhos Marina e Rodrigo) sobre Rodriguinho, em favor da nomeação de Waltinho. Com essa interpretação, ele reforça a convicção de que a personalidade de Rodriguinho foi determinante para a agudização dos problemas:

Realmente ele não tinha condição intelectual, não tinha estrutura acadêmica, não tinha vontade, não tinha objetivo, ele era de uma personalidade fraca, fraco como homem, como gente, ele não era de lutar, ele se apavorava diante das dificuldades e naquela hora a gente tinha que ajudar, não tinha o que fazer. Eu saí de lá quando chegou o Walter, que pegou o dinheiro do prédio e não sei o que ele fez. Eu segui minha vida e fui feliz, graças à Deus. Eu saí bem com o Rodrigo, saí bem com a dona Leontina, eu estive na casa deles uma tarde, o meu filho ficou na casa dele em Miami. (CASTRO, L., 2006)

Na verdade, Luiz Augusto trabalhou com Waltinho quase um ano, pois esse assumiu a direção do jornal poucos meses após a retirada dos Ferrentinis, sendo que em maio de 1985, após a venda do prédio do jornal, ele foi empossado oficialmente como superintendente. Ao se referir a Walter, Luiz Augusto usa expressões pesadas “Ele não tinha nenhuma idéia do que estava fazendo, do que era o jornal. Ele pôs ali um tal de Vicente Bola, amigo dele, um monte de gente, ninguém sabia o que estava fazendo. A

única coisa que ele fazia bem era ‘comer’ a filha do dono”. (CASTRO, L., 2006)⁵⁸. Edgard, que foi demitido pouco depois, também não economiza termos de baixo calão ao falar de Waltinho.

A revista Imprensa de junho de 1988, em reportagem sobre a venda do jornal, lembra que Waltinho tinha assumido o cargo com “currículo de namorado firme da filha do dono” e era um engenheiro civil recém-formado pela Faculdade de Mogi das Cruzes (AO ESTILO..., 1988). Waltinho, na reportagem, jactava-se de ter encontrado uma dívida de 2,5 milhões de dólares e papel para apenas três dias e de ter deixado o comando com papel para cinco meses, dois balanços com lucro e outras vantagens. Luiz Augusto contesta a afirmação, garantindo que Rodriguinho, depois de acertar a separação oficial com a ex-mulher, deixou uma quantia alta em caixa, que seria suficiente para regularizar todos os débitos e começar a investir na modernização da empresa.

A administração de Waltinho se caracterizou, após a saída de Edgard, por mais uma tentativa de fazer o jornal retomar a influência no mercado. Se com Edgard e Armando o caminho tinha sido se aproximar do meio publicitário e investir no noticiário local, a estratégia passou a ser a aproximação ao mundo político e a ampliação da circulação nacional. O primeiro passo, nesse sentido, foi a contratação de Emilio Braga para ser o cargo de editor-chefe do jornal, mas mantendo o general Moziul Moreira Lima como diretor de redação e com a função de ser um “fiscal” a serviço de Rodriguinho. O autor deste trabalho foi nomeado secretário de redação, responsável pela produção do jornal, enquanto Braga se incumbia da definição política e dos contatos com ocupantes de cargos do poder.

Vindo de Brasília, onde cobria as atividades do Congresso Nacional, Braga investiu em uma sucursal na capital, contratando nomes de expressão do jornalismo político como Tarcisio Holanda, Hermano Alves, Mauro Santayana e Carlos Marchi. A opção não provocou nenhuma variação na venda do jornal. O faturamento originário dos classificados e dos anúncios de varejo também não se alterou. No segundo segmento, o principal (e praticamente único) cliente eram as Casas Bahia, mesmo assim com o relacionamento abalado por um episódio de falsidade na declaração da tiragem. A rede de lojas inseria encartes no jornal e enviava um reparte de 100 mil, numa época em que a tiragem girava,

---

⁵⁸ O Vicente Bola é Vicente De Benedictis amigo de Waltinho e que foi seu braço direito no jornal.

em média, entre 60 mil e 80 mil. O excesso era destinado a um posto de gasolina de propriedade de Rodriguinho situado à Avenida do Estado, em São Paulo, e usado para forrar o piso de carros lavados. Um funcionário de alto escalão do setor de divulgação da empresa, ao abastecer no local, viu alguns encartes e inquiriu um funcionário que revelou a manobra. O *Diário* perdeu o faturamento com os encartes, mas, algum tempo depois, recuperou os anúncios nas páginas.

Em 1985, na primeira eleição direta para prefeito, após o fim da ditadura militar instaurada com o golpe de 1964, o jornal se alinhou a Fernando Henrique Cardoso, por influência de Braga, que era amigo de Ana Tavares, a principal assessora do senador e de João Rodarte, coordenador da campanha. Esse envolvimento impedia que o editor-chefe se convencesse do crescimento da candidatura de Jânio Quadros, desdenhado inclusive da avaliação do repórter especial Álvaro Faria que, na cobertura do comício de encerramento da campanha do presidente que renunciou, em 1961, chegara a conclusão de que seu nome concentrava um apoio muito grande nas camadas menos favorecidas da capital.

O desgaste pela derrota de Fernando Henrique foi compensado em 1986, quando o jornal foi o primeiro a perceber a força de Orestes Quéricia no interior, que lhe garantiria a vitória na eleição para o Governo do estado. O jornal produziu uma série de suplementos semanais chamados “*Caderno da Eleição*” que foi responsável por um reforço no faturamento. Inspirado por Braga e coordenado por Mauro Montoryn, misto de publicitário e assessor político, a publicação em seu início apostava no líder das pesquisas, o empresário Antonio Ermírio de Moraes. A legislação eleitoral da época não restringia os anúncios políticos e isso possibilitava a captação de mensagens de apoio aos candidatos pagas por várias empresas. Com a percepção de que a situação mudava, Montoryn desviou o foco para os apoiadores de Quéricia.

Antes de assumir o jornal, Waltinho já conhecia Quércia, mas tinha simpatia por Ermírio também e, por isso, pouco participou da definição da pauta do suplemento. Rodriguinho, como sempre fez, não influenciou nem no posicionamento pró-Jânio, nem na sucessão estadual. Resolvida a pendência com a ex-mulher, equacionados os problemas de caixa com a venda do prédio e achando que o futuro marido da filha era a solução de seus problemas, afastou-se mais uma vez do jornal, mas as pessoas que o cercavam, inclusive o próprio Waltinho, que revelaria isso ao deixar o jornal, tinham a sensação de que para ele a solução ideal seria vender o jornal.

A aproximação de Waltinho a Quércia deixou Braga em posição desconfortável, uma vez que ele tendia a colocar o jornal em oposição ao Governo Sarney. Além disso, com a Assembléia Nacional Constituinte, que seria empossada no ano seguinte, temia-se que as posições de Braga influenciassem a linha do jornal e elas não se adequavam ao pensamento de Waltinho e seu círculo de amigos. Por isso, seu posicionamento político passou a ser vigiado com mais rigor pelo general diretor de redação. Isso aumentou sua insatisfação e o levou à retirada reclamando da tutela exercida por Moziul, que por afinidade ideológica e amizade, decidiu passar o fechamento do jornal para responsabilidade de José Ramos, o antigo setorista nos órgãos de repressão. Esse, com a saúde abalada e desatualizado profissionalmente, ficou menos de dois meses no posto, período em que o jornal teve manchetes com linguagem arcaica e a primeira página feita sem nenhum cuidado. O autor deste trabalho o sucedeu, ainda com o cargo de secretário de redação que só seria alterado em fevereiro de 1988.

Uma medida de impacto da gestão Waltinho foi a contratação de Orlando Murad, conceituado profissional da área gráfica que era o segundo na hierarquia da área industrial de *O Estado de S. Paulo*. A entrada de Murad, acompanhado de uma equipe de assessores com salários acima dos praticados na empresa, provocou um aumento do custo operacional, pois diversos funcionários com experiência foram encostados por não poderem ser demitidos em função da estabilidade, entre eles Paulo Malfatti que foi transferido para área comercial. Junto com a alteração na condução da área industrial, Waltinho investiu na compra através de leilão de uma máquina rotativa pertencente à massa falida dos *Diários Associados*, que estava inativa na sede da Rua 7 de Abril em São Paulo embargada pela Justiça do Trabalho.

A aquisição, comemorada pela equipe de Waltinho como uma evolução, na verdade significava pouco, em termos de modernização do jornal, pois exigiria um processo de “selagem” para evoluir para a impressão em nylonprint, no qual se abandonaria a linotipia. Isto implicaria em um investimento considerável, além da manutenção das despesas com os antigos empregados que gozavam de estabilidade. Também a distribuição teve um novo responsável com a contratação de Tabajara Ferro Abranches, o que passou a produzir pesquisas diárias sobre o andamento das vendas em banca, inclusive dos concorrentes.

No departamento comercial, aconteceram diversas tentativas de ampliar o mercado, sucedendo-se vários nomes no comando do setor. Porém, a carteira, em se tratando de grandes clientes seguia, praticamente, restrita às Casas Bahia. A saída de Armando Ferrentini tinha fechado algumas portas de agências, uma vez que todo o trabalho feito por ele durante quinze anos em favor da imagem do jornal, tinha se revertido contra o jornal, devido à solidariedade dos publicitários. Um exemplo disso era o Mappin, na época em situação confortável, cujo marketing era comandando por Sérgio Orciullo, ex-membro da equipe de Armando no *Diário Popular*. Na tentativa feita com a nomeação para diretor comercial do amigo de infância de Waltinho, Vicente de Benedictes, encontrou-se um contato alternativo na empresa e foi feito um acordo, onde seria publicado um anúncio de três colunas por 26 centímetros de altura na primeira página do jornal vendendo um modelo de geladeira. Numa operação amadora decidiu-se comprar três desses eletrodomésticos em pontos variados da cidade. Hayde Terezinha Panini, uma assessora de Rodriguinho que estava na empresa desde os tempos de Rodrigão, foi encarregada da compra, mas a tentativa de conquistar o cliente foi em vão. Não houve explicação do departamento comercial para o fracasso da iniciativa, aparentemente causado pela insatisfação do anunciante, com o resultado.

Os dois anos e meio de Waltinho na condução do jornal e seus projetos para o futuro são motivos de muitas controvérsias. Há evidências de que sua intenção sempre foi preparar a empresa para a venda. Malfatti, que continuou interlocutor de Rodriguinho, mesmo após ser afastado da área industrial comenta; “Quando o Walter trouxe o Murad pra cá ele já estava com a intenção de vender o jornal e queria ter um pessoal que fizesse um planejamento de mudança do sistema gráfico” (MALFATTI, 2005). O volume de anúncios

do governo do estado, durante 1987, leva a maioria dos entrevistados a explicitar a ilação de que venda pretendida seria para o então governador Orestes Quércia.

Em 28 de outubro de 1987, o jornal *O Estado de S. Paulo* publicou o relatório de verbas de publicidade do governo, ainda com pequeno reflexo dos gastos da administração Franco Montoro que deixou o cargo em 15 de março. O *Diário Popular* aparece com 11,1% do total gasto, muito próximo do *Estado* que teve 12,6%. Os valores absolutos em cruzados, a moeda da época, foram de respectivamente 22.102.664,00 e 25.080.980. (MILIONÁRIA...,1987). Por mais que o governador considerasse o jornal da família Mesquita como inimigo, a relação é desproporcional às tiragens e ao prestígio dos dois veículos. Acrescente-se a isso o fato de que Waltinho alardeava em reuniões da diretoria sua amizade com Carlos Rayel, assessor de imprensa do Palácio dos Bandeirantes e coordenador de comunicação da vitoriosa campanha de Quércia.

O estilo de Waltinho dirigir a empresa se caracterizava por pouco comentar a situação financeira e a falta total de orientação com relação ao conteúdo editorial. Preocupava-se em ver nas páginas do jornal o que ele queria ler e não o que os leitores esperavam, por isso as manchetes, continuavam tendo como temas a linha herdada de Braga com destaque para assuntos econômicos e políticos, especialmente as propostas que circulavam na Assembléia Nacional Constituinte. Outro complicador foi a transferência da chefe de reportagem com muita experiência em coberturas locais, Maria Angélica Nery, para uma editoria específica para os assuntos de Constituinte. A superposição dos temas com a política tornou clara a inviabilidade da divisão. Dois assuntos eram os preferidos de Waltinho: o noticiário de Fórmula 1 – pois ele havia sido corredor de categorias menores, na adolescência – o movimento da Bolsa de Valores, uma vez que era um investidor habitual. O jornal viveu, sob seu comando, o período mais complicado de venda em bancas. Os estudos Marplan, citados por BATISTA (2000, p.65) apontam que 1987 e 1988 foram os piores anos da publicação na participação do mercado. Esse desempenho era resultado da escassez de recursos, que aviltava salários e reduzia a redação pela não reposição dos jornalistas que saíam. A parte industrial continuava privilegiada, com Murad e seus assessores prestigiados.

Waltinho gostava de repetir o dito popular “o porco deve ser frito na própria gordura” para explicar seus vetos a contratações e gastos. Ele estava sempre solicitando o

levantamento de custos de projetos para melhorar a qualidade editorial, mas os engavetava, em uma evidência de que a redação não era valorizada, Waltinho manteve a política instituída por Nello Ferrentini de que, se na hora de fechamento das páginas de classificados elas fossem em número fosse ímpar ,devia ser “sacrificada” uma página de esportes. Malfatti, enquanto foi responsável pela execução dessa tarefa, tirava a página com o resultado do turfe. Mesmo quando o jornal era o único a dar estas informações, a prática foi mantida, o que irritava leitores que se interessavam pelo tema.

Com todas as limitações de recursos, a equipe que elaborava o jornal se mostrava empenhada em dar ao leitor o melhor possível dentro daquelas condições. Foi neste período de dificuldades que o *Diário Popular* ganhou seu principal prêmio: O Esso de Fotografia, de 1987, graças

à uma imagem registrada por Luiz Luppi durante ação da polícia militar numa desocupação de terreno em Sapopemba, na Zona Leste de São Paulo.

Assim como a dos irmãos Ferrentini, a saída de Waltinho da empresa não foi amigável e há uma convergência das versões que falam em desavenças familiares. A única diferença entre a explicação do quase genro e a que circulou na redação era relativa à identidade da pessoa com quem ele tinha se desentendido. À revista *Imprensa* (AO ESTILO...,1988), ele colocou em destaque sua divergência com Rodriguinho que não teria concordado em investir na modernização da empresa, e reprisou a tese de que o bisneto do fundador do jornal só pensava em se desfazer do patrimônio. Já a versão que circulou entre os funcionários ligados ao diretor superintendente apontam o fim do noivado com Marina, como causa do afastamento. Essa linha de raciocínio encontra apoio no fato de Waltinho ter se casado pouco tempo depois com Renata Fontoura, herdeira de um tradicional laboratório.

Quando se faz um paralelo entre os rompimentos de Rodriguinho com os Ferrentins e o ocorrido com o quase genro, coincidências se ressaltam. Em ambos os casos, há a surpresa com o anúncio da ruptura, a versão de que Marina seria o motivo e a justificativa dos que saíram argumentando que estariam atrapalhando a disposição de Rodriguinho de vender a empresa. Uma análise da lógica do comportamento dos personagens envolvidos solidifica a impressão de que, na verdade, o destino do jornal nas duas oportunidades mudou por desentendimentos pessoais. No primeiro caso, os Ferrentinis não seriam empecilho para a venda até por existirem sinais, e o depoimento de Luiz Augusto de Castro sobre a proposta de Victor David mostra isso, de que eles tinham interesse em se transformar em donos de direito.

Na saída de Waltinho, sua explicação colide com a impressão geral de que ele trabalhava no sentido de transferir o jornal e que Quércia seria o pretendente. A interrupção da veiculação de anúncios do governo estadual, após o desligamento de Waltinho, reforça a evidência. Ele deixou o cargo dizendo que em sua administração o jornal saiu do prejuízo de 1985 para dar lucro, em 1986 e 1987, (AO ESTILO...,1988). O auto-elogio não leva em conta o fato de 1985 ter sido um ano todo administrado por ele e ainda com a renda da aplicação do que restou da venda do prédio; além de desconsiderar que, em 1986, o faturamento com anúncios políticos, especialmente o proporcionado pelo *Caderno das Eleições*, foi alto e que, em 1987, a injeção de recursos por parte do governo estadual também foi elevada.

Outra coincidência nas mudanças foi a desconfiança revelada por Rodriguinho sobre eventuais desvios ocorridos na gestão dos que saíam. A revelação, por parte de Quirino, do desabafo no enterro de Rodrigão e as palavras usadas ao vetar a menção dos irmãos na edição do centenário mostram uma convicção muito forte. Com relação à administração de Waltinho, Rodriguinho foi além e contratou uma auditoria da Price Waterhouse para apurar possíveis irregularidades. O trabalho não foi concluído, pois Quércia preferiu os serviços da Revisora Nacional para verificar a situação da empresa. Waltinho garante que nada de irregular foi encontrado. O diretor de Redação, Moziul Moreira Lima, que havia se transformado em aliado de Waltinho, confidenciava que tinha tentado demover Rodriguinho da idéia de contratar a auditoria. Para ele, Waltinho não havia cometido e nem permitido nenhum desvio. Por isso, confessou-se decepcionado

quando descobriu que havia sido montado um esquema fraudulento entre diretores do jornal e um gerente de banco, por meio do qual as guias de recolhimento de contribuições previdenciárias tinham suas autenticações falsificadas. Quércia diz não lembrar precisamente dos dados da auditoria, mas revela que havia problemas ao dizer que utilizou o programa Refis para quitar dívidas com o INSS. “Eu sucedi os problemas. Eu acertei tudo com todo mundo. Eu comprei barato porque estava cheio de problemas, cheio de ações trabalhistas, INPS (sic), eu fiz parcelamento e fiz tudo pelo Refis.” (QUÉRCIA, 2006).

Rodriguinho, ao contrário do comportamento diante da saída dos Ferrentinis, nunca se manifestou claramente sobre os problemas com o quase genro. Com a nova mudança, ele trouxe de volta à empresa, para assumir a administração, Ari Baddini Tavares, que fora contratado por Nello. Baddini é apontado como o profissional que estava com Rodriguinho na definição da venda⁵⁹. Quércia, hoje, além de vangloriar-se de ter ganho muito dinheiro com a compra e venda do jornal, afirma que adquiriu a empresa por insistência de Rodriguinho que estava desesperado (QUÉRCIA, 2006, entrevista).

---

⁵⁹ Baddini, mesmo após vários recados deixado em sua residência, não deu retorno ao pedido de um depoimento sobre a transação. No *Diário Popular*, circulava a informação de que ele seria o informante de O Estado de São Paulo, nas matérias que apontavam Quércia como comprador do jornal.

CAPÍTULO 5 Ascensão e queda de um “rei das bancas”

DIÁRIO POPULAR

Presidente: Ary Carvalho N.º 24.214 Ano 103 • São Paulo, 5.ª feira, 11 de novembro de 1985 • Capital e Interior: Domingo: Cód 150,00. Dias: Cód 120,00

Empresários em pânico com vitória de Erundina

Nem bem terminaram as apurações para prefeito e os empresários já estão em pânico com as propostas da ex-integrante das Ligas Comunistas. (Página 3)

POPULAR revista

CARASCO
Mudanças para salvar Bebê a Bordo

AMAURY JR.
A champagne e os seios da rainha

Erundina **Maluf** **Leiva**

PLACAR DA APURAÇÃO

Erundina - 512.457
Maluf - 468.632
Leiva - 311.105

Leiva sugere Sarney para presidir PT

Erundina **Maluf** **Leiva**

Sarney decide proibir greves

De cara nova e muito mais para os leitores

O Diário Popular atravessa de cara nova. A começar pelo layout, que, depois de 104 anos, ganha a modernidade gráfica e artística de uma época de revolução tecnológica. Além disso, o leitor passa a ler, diariamente, além das tradicionais classificações, três cadernos temáticos: o primeiro com notícias gerais; o segundo, o Popular Esportes, que substitui o Popular de Tarde, e o Popular Revista, dedicado à cobertura de shows, teatro, cinema e lazer em geral.

E apenas o início de uma reformulação que marca uma nova fase do Diário Popular. Sem perder as suas características de veículo do povo, das áreas mais carentes da população paulistana, as modificações a serem introduzidas vão oferecer mais ao leitor, não só no plano editorial, como também na qualidade de impressão.

O setor de impressão, na edição de hoje, segue algumas inovações, que representam o começo na contratação de cores profissionais, com a aplicação para as páginas do jornal de técnicas e respeito às impressões de São Paulo. São técnicas e sua aplicação, com novas técnicas e mais emprego de nossa equipe para que obtenham um jornal cada dia melhor.

POPULAR esportes

Viola agita Fiel

Cotações

Sobem leite, telefones e correios

5.1 Uma morte polêmica e a volta do paradigma Última Hora

Além de marcar a retirada, depois de 104 anos, do sobrenome Lisboa do seu expediente, a quinta morte do *Diário Popular* encerrou o período no qual o jornal viveu profunda crise de identidade. Essa fase durou seis anos, envolvendo desde a saída dos Ferrentinis, que o queriam como um veículo local, até a retirada do quase genro de Rodriguinho, que sonhou fazer a publicação ser influente nacionalmente. A transferência se deu em meio a uma forte polêmica e a versões contraditórias sobre quem era o comprador.

Quércia, atualmente, repete a versão de que a operação foi uma sociedade com o empresário Ary Carvalho⁶⁰, dono do jornal *O Dia* do Rio de Janeiro. Na época da aquisição, ele negava peremptoriamente qualquer participação no negócio. O jornal *O Estado de S. Paulo* publicou uma série de matérias, revelando o que seriam detalhes das tratativas. A primeira informação, estampada em 25 de maio de 1988, falava em sociedade entre Quércia e Carvalho, com os desmentidos dos dois, o primeiro alegando que considerava jornal um mau negócio e o segundo garantindo que *O Dia* era rico o suficiente para comprar o *Diário Popular* e fazer os investimentos necessários em sua modernização. (QUÉRCIA É...,1988). No dia seguinte o jornal da família Mesquita rebaixava Ary de sócio a testa de ferro ('DIÁRIO POPULAR'..., 1988).

Em reportagem intitulada “Ao estilo de Gekko”, numa referência ao personagem principal do filme “Wall Street - Poder e Cobiça”⁶¹, Gordon Gekko, especialista em grandes manobras especulativas no mercado financeiro, a revista *Imprensa* de junho de 1988 analisou a transação. O resumo da matéria era “Por um preço abaixo do real e em apenas cinco dias, o controvertido Ari de Carvalho assume o *Diário Popular* e finca pé em São Paulo” (AO ESTILO...,1988). Além dos auto-elogios de Waltinho e da classificação da compra como um “negócio da China”, considerando-se o valor de sete milhões de dólares que circulou no mercado (o comunicado oficial foi de 244 milhões de cruzados, equivalentes a aproximadamente um milhão de dólares), a publicação trazia a declaração de Quércia que ele próprio desmentiria alguns anos depois:

O governador Orestes Quércia nega categoricamente que tenha comprado o jornal: “Eu realmente me interessei pelo negócio. Conversei algumas vezes com o Rodrigo, aqui no Palácio, e estive na casa dele, no dia do aniversário. Mas, depois, fiquei sabendo que ele tinha vendido para esse Ari de Carvalho, que eu nem conheço. Se tivesse comprado o jornal, ia lá e assumia, como fiz com o *Diário do Povo* de Campinas” (AO ESTILO..., 1988)

⁶⁰ O nome completo do empresário era Antonio Ari de Carvalho (NEM GENRO...,1988). Neste trabalho, será utilizada a forma como aparecia no expediente do jornal.

⁶¹ O filme *Wall Street* (título original), com direção de Oliver Stone, foi lançado em 1987 e tem o enredo baseado em negociações suspeitas e manipulações no mercado acionário norte-americano.

Quércia assumiu a propriedade do jornal somente após entregar o governo a Luiz Antonio Fleury Filho, candidato de seu partido (PMDB), e em cuja campanha se empenhou com todas as forças, tornando clássica a afirmação a ele atribuída (e negada) de que quebraria o Banespa (Banco do Estado de São Paulo), mas elegeria seu sucessor. Anos depois, declarou à pesquisadora Marcela de Matos Batista:

Eu e o Ary Carvalho entramos juntos na negociação da compra do *Diário Popular*.. Eu chamei o Ary, ficamos sócios e ele deu uma arrumada no jornal...eu estava no final do governo, faltava um mês ou dois para encerrar meu mandato. Eu fiquei sócio na época do jornal O Dia, do Ary, no Rio de Janeiro. A certa altura, ela achou melhor encerrar a sociedade, ele queria investir no Rio de Janeiro...Eu fiquei sozinho aqui e ele ficou sozinho lá (BATISTA, 2000, p. 85)

O ex-governador, cinco anos depois de ter vendido o jornal, repetiu a mesma versão ao autor do presente, preocupando-se inclusive em ressaltar que a compra aconteceu quando ele estava saindo do governo estadual. Dono de uma memória prodigiosa, qualidade fundamental em um político, Quércia alterou o rumo da discussão, durante o depoimento, quando questionado sobre a falsidade de sua afirmação, pois, na verdade, ele completara o primeiro ano no cargo havia 68 dias. Diante da insistência na pergunta sobre o equívoco, ele alegou confusão de datas e também tergiversou ao ser indagado sobre o volume de anúncios do Governo que o *Diário Popular* passou a ter após a compra.

A versão de Quércia, segundo a qual, ele era sócio de Ary, em *O Dia*, apresenta uma incoerência temporal. Para Batista (2000), ele afirmou ter ficado sócio na época da compra do *Diário*, ao autor deste trabalho ele declarou que já dividia a propriedade da publicação carioca antes da compra paulistana. Miranda Jordão garante nunca ter ouvido nada a esse respeito por parte do empresário com quem mantinha uma relação de amizade familiar (JORDÃO, 2008). Após o depoimento no qual fez a declaração, Miranda entrou em contato com a outra pessoa que poderia saber desta participação que seria Ricardo Saboya, que fora diretor financeiro de *O Dia* até vir a ser superintendente do *Diário Popular* e esse, igualmente, descartou a possibilidade.

A ascensão do *Diário Popular* registrada a partir de sua compra pelo ex-governador foi um dos fenômenos mais destacados na história recente da imprensa paulistana pelo fato de o jornal ter chegado à posição de mais vendido nas bancas do estado de São Paulo, apesar de ser o único veículo da capital ainda impresso em preto e branco e que não

utilizava a prática, amplamente difundida no mercado, de distribuir brindes, coleções de fascículos e cupons para sorteios. Esse desempenho o transformou em referência de jornal popular, restringindo-se o conceito à sua acepção simplista “que agrada ao povo” e dentro da classificação, que muitos pesquisadores adotaram seguindo uma tendência do mercado publicitário, na qual se enquadram os veículos com tiragens altas. Esse paradigma se soma a uma linha editorial baseada em assuntos policiais, esportivos e de variedades, destacando o tipo de notícia que BARTHES (2003) define como *fait-divers*.

O *Diário Popular* que conseguiu agregar o qualificativo de “rei das bancas” utilizava, na definição do repertório de temas em destaques, o padrão da *Última Hora*, da década de 50. Os três principais envolvidos no projeto tiveram relações profissionais com o veículo criado por Samuel Wainer. Jorge Antonio Miranda Jordão, o diretor de Redação que comandou a transformação do perfil do *Diário*, foi setorista da edição carioca da *Última Hora*, no Aeroporto do Galeão no Rio, no início da carreira, e, depois de alguns anos de experiência como repórter, foi transferido como chefe de reportagem para a edição paulistana. No posto, teve como subordinado Ary Carvalho, repórter de economia e Orestes Quércia, repórter na sucursal de Campinas.

O primeiro, que apareceu como comprador do *Diário Popular* e que o ex-governador admite ter sido seu sócio, seguiu carreira assumindo a edição de Curitiba do jornal de Wainer, enquanto Miranda foi para Porto Alegre. Com o retorno de Miranda ao Rio, Ary assumiu a edição gaúcha, da qual chegou a ser proprietário, tendo transformado-a no *Zero Hora*, hoje pertencente ao conglomerado *RBS* que predomina no mercado de comunicação da região Sul. Os dois voltaram a trabalhar junto quando Ary comprou a *Última Hora* carioca da família Alencar que o havia adquirido de Wainer. Miranda passou então a ser diretor e principal conselheiro de Ary.

Quércia foi demitido, por Miranda, da sucursal de Campinas. Sobre o episódio, o jornalista conta o diálogo mantido quando foi ao Palácio dos Bandeirantes, pela primeira vez, falar com o então governador sobre sua função no jornal. Quércia teria lhe perguntado se o experiente jornalista sabia que era responsável por ele ter iniciado a carreira política, pois foi com o dinheiro da indenização que ele teria feito sua campanha para vereador. Miranda disse ter se mostrado surpreso, mas revela os detalhes da dispensa que, por motivos compreensíveis, nenhum dos dois comentou durante o mencionado encontro:

Ele fazia Luzes da Cidade em Campinas. Era uma coluna social [...] um dia o diretor me disse: eu estou recebendo uma informação de que o Orestes Quércia está recebendo dinheiro para colocar notas na sua coluna. Eu disse: então demita o Orestes Quércia. E ele demitiu o Orestes Quércia. Essa parte de que recebia dinheiro prá coluna, o Quércia não me falou, só falou que eu tinha demitido. Parte da indenização, ele pediu que rodasse lá na rotativa 500 mil santinhos ou 100 mil santinhos, que ele era candidato a vereador mas que ele não tinha dinheiro para bancar a campanha, então parte da indenização dele foi convertida em santinhos e com esses santinhos ele inundou a cidade, foi eleito vereador e fez a política dele. (JORDÃO, 2008)

As condições em que se deu a nomeação de Miranda, como já ressaltado no início do Capítulo 4, significaram a volta, depois de 45 anos, de um jornalista à posição de definidor dos rumos da publicação. O fato de ele ter recebido amplos poderes foi uma surpresa, pois a expectativa no mercado e entre as lideranças partidárias era de que o *Diário Popular* se transformasse em instrumento político, o que, praticamente, não ocorreu. As informações, desmentidas em um primeiro momento e confirmadas pelos fatos, de que Quércia comprara o jornal foram interpretadas como um lance estratégico de alguém que ambicionava “vôos mais altos” do que o Governo de São Paulo. O fato de se estar, à época, a pouco mais de um ano da primeira eleição direta para presidente inspirou diversas análises apontando que a operação visava fortalecer uma possível candidatura de Quércia pelo PMDB. Outra versão difundida foi a de que o então governador, alvo de uma série de denúncias de enriquecimento ilícito e malversação de dinheiro público, desejava ter uma tribuna para defendê-lo e até foi ventilada a hipótese de ele decidir competir com os jornais tradicionais de São Paulo, numa espécie de vingança.

A colocação da ressalva “praticamente” quando se fala na interferência política de Quércia no jornal se justifica em função de dois momentos distintos. O primeiro foi a disputa municipal de 1988, quando o então governador apostou na vitória de seu secretário de Obras, João Oswaldo Leiva. Miranda lembra tê-lo alertado de que “achava Leiva o melhor candidato, mas o leitor do jornal queria Erundina. Tanto que depois disso, sempre que ele me ligava, perguntava: ‘como vai nosso jornal petista’” (JORDÃO, 2008). Em função das observações do jornalista, que ainda não havia assumido o comando da redação, o apoio em espaço editorial foi reduzido, transformando-se em anúncios. No dia da eleição, o jornal trouxe, em primeira página, pesquisa atribuída à Telemídia, a qual teria ouvido, via telefone, 18.936 pessoas e apurado que Leiva liderava com 22% das intenções de votos,

Paulo Maluf tinha 19% e Luiza Erundina, apenas 12%. O resultado das urnas mostrou que o paulistano elegeu com 37% dos votos a paraibana que se transformou na primeira mulher a dirigir a cidade. Maluf terminou em segundo com 27% e Leiva recebeu 18% dos votos.

A segunda eleição em que Quércia mostrou interesse ocorreu em 1994. Tratava-se do segundo turno entre Mário Covas e Francisco Rossi pelo cargo de governador. Adversário ferrenho do falecido ex-senador e ex-governador, Quércia ordenou que fossem abertos os arquivos do jornal ao coordenador da campanha de Rossi, Denoy Oliveira, em busca de material que pudesse comprometer o candidato tucano. A poucos dias da eleição, mandou que fosse publicada uma matéria agressiva contra Covas, redigida por um jornalista de seu escritório político. O texto, contendo referências ofensivas ao candidato, foi vetado por Miranda, que instruiu o autor deste trabalho, responsável pelo fechamento da edição daquele dia, a não publicá-lo. O diretor-superintendente Ricardo Saboya defendia que deveria ser seguida a determinação de Quércia e a solução paliativa adotada foi editá-lo como informe publicitário em tipologia e formato diferentes do normal.

Mesmo como anúncio, a publicação deu motivo à ação judicial da campanha de Covas que obrigou o jornal a dar o direito de resposta no mesmo espaço. Os dois episódios, distanciados por um intervalo de seis anos, foram os únicos testemunhados pelo autor até sua saída da empresa e não invalidam a interpretação de que a operação foi feita com a visão empresarial de que seria um bom negócio. Quércia enfatiza esse aspecto e, a respeito da utilização do jornal como instrumento político, insiste em dizer que sempre separou os papéis.

Quando tenho uma empresa, eu sou empresário, não sou político. Eu tenho hoje o DCI, como eu tive o Diário do Povo em Campinas, que acabei vendendo. É o que aconteceu com o *Diário Popular* em São Paulo, pegamos o jornal com uma situação difícil, cresceu, mas eu nunca fui, nem no Diário Popular, nem hoje no DCI, eu sou político. Eu sou empresário. Ao contrário. Era o jornal que menos noticiava coisas minhas, era liberdade total da redação. É claro que de vez em quando se dava uma notícia aqui e ali porque a pessoa quer dar, mas não significa que o jornal teve objetivo político. Isso nunca teve. Eu sou empresário, antes de ser político. Eu sou jornalista profissional, sindicalizado, fui repórter na Última Hora. Eu comecei no Diário do Povo, em Campinas, com 17 anos, virei empresário com negócios imobiliários e acabei adquirindo órgãos de imprensa, rádio, televisão e jornal. Mas eu nunca uso os órgãos de imprensa com objetivo político pessoal (QUÉRCIA, 2006).

5.1.1 Equipe de jornalistas lutava para superar falta de recursos

A chegada de Miranda Jordão ao *Diário Popular* foi cercada de mistério, que acabou quebrado pela desinformação de uma telefonista que atendeu a uma filha do jornalista. Como essa alegava querer falar com o pai que era diretor de redação, a ligação, depois de passar por alguns editores e repórteres, foi atendida pelo secretário de redação, Mauro Ramos, responsável pelo fechamento da edição no domingo em que se deu o fato. Na ocasião tornou-se de conhecimento geral que havia alguém no 6º andar do prédio da Rua Major Quedinho preparando-se para dirigir a redação e analisando as edições do jornal e dos concorrentes.

O clima entre os jornalistas da empresa era de grande expectativa, pois, especulava-se sobre nomes que deveriam ser contratados e o fechamento do *Popular da Tarde* era dado como certeza. Só o diretor de Redação, general Moziul Moreira Lima, tinha acesso a Ary Carvalho, que aparecia pouco em São Paulo. A situação do jornal, em maio de 1988, refletia o desgaste em sua imagem, provocado pela decisão da administração, liderada por Waltinho, de procurar ser nacional, sem dispor de recursos tecnológicos e de capital o investimento na expansão da equipe. Apesar dos prejuízos provocados por essa tentativa sem base, a publicação ainda gozava de uma relação de afetividade com a população paulistana. Essa ligação foi um elemento facilitador da recuperação do jornal.

Mesmo em meio a dúvidas sobre o futuro, a redação continuava empenhada em cumprir a tarefa de dar o melhor aos leitores. A cobertura das atividades da Assembléia Nacional Constituinte era feita com material das agências *Globo e Jornal do Brasil* e pela sucursal de Brasília, que ainda contava com jornalistas experientes contratados na época de Emilio Braga. Na campanha pela sucessão municipal, os candidatos João Oswaldo Leiva, Luiza Erundina e Paulo Maluf tinham suas atividades de campanha acompanhada por um repórter específico. Os setoristas no Palácio dos Bandeirantes, na Prefeitura, na Assembléia Legislativa e na Câmara Municipal completavam a parte política do jornal.

Dispondo de apenas quatro repórteres, a editoria de Polícia conseguia ser respeitada pelas autoridades da área e tinha sido responsável, ao lado da Rádio Jovem Pan, pela revelação da extorsão praticada por membros do Grupo Anti-Sequestro (GAS) da Polícia Civil, incluindo seu chefe Josecyr Cuoco, na investigação do sequestro do diretor do Bradesco, Antonio Beltran Martinez. O caso terminou com a exoneração e prisão de Cuoco.

A editoria de esportes tinha um repórter cobrindo cada uma das equipes de futebol consideradas grandes, um responsável pelos esportes amadores e um colunista de turfe. Na editoria de economia, havia quatro repórteres e, na de variedades, somente dois, além do colunista de fofocas Nelson Rubens. A Local tinha 12 repórteres, sendo que duas delas se dedicavam exclusivamente ao Mural da Cidade, seção que publicava reclamações dos moradores dos bairros da capital. Esse contingente, encarregado de cobrir a cidade, somava 33 profissionais e, com exceção da Variedades e Esportes, se subordinava à chefia de reportagem.

Cada editoria contava com um editor e um sub-editor e poucas dispunham de copy-desk. Eram cinco diagramadores, um na função de chefe, e havia um secretário gráfico. O departamento fotográfico era bastante reduzido e a revisão tinha uma dezena de profissionais, dos quais, vários estáveis. Trabalhavam como rádio-escuta mais três jornalistas. O jornal publicava semanalmente os suplementos DipoTur, DipoCar e Dipo na Publicidade, que contavam com um editor e colaboradores. O *Popular da Tarde* também sofria com a falta de pessoal. Sobre o número de jornalistas que encontrou e as contratações que fez, praticamente dobrando a equipe, Miranda lembra:

Eu dobrei a redação porque ela estava na metade. Eu não (sic) dobrei a redação. Eu fiz uma redação em função do jornal que tinha que ser feito. Antes de fazer a redação, na Folha da Tarde também foi assim, eu boleei o jornal. O *Diário Popular* foi um projeto. Eu fiz isso junto com o Ary. E fui montando a redação com o número da necessidade do jornal. Eu não podia fazer um jornal, o *Diário Popular* tinha o que? 16 páginas na cabeça? 8 no 2º Caderno, 8 no Esporte. Eu não posso fazer um jornal com 30 páginas com três repórteres. Também nunca fiz um jornal de 30 páginas com 200 repórteres. O número era exatamente aquilo que o jornal precisava. Tanto que saía um, era repostado outro. (MIRANDA, 2008)

Somando os jornalistas dos dois títulos, incluindo a revisão, o departamento fotográfico, o arquivo e a sucursal de Brasília não se chegava a uma centena, além de haver alguns estáveis sem função. Em 1993, segundo dados do Sindicato dos Jornalistas Profissionais, sem contar com colaboradores que recebiam através de notas fiscais, a empresa tinha 185 jornalistas dos quais foi descontada a contribuição confederativa. (RIBEIRO, J., 1998, p. 185).

A data escolhida para colocar nas bancas o primeiro número do *Diário Popular* da nova fase foi 17 de novembro de 1988, uma quinta-feira, dois dias após as eleições. Porém,

Miranda, empolgado com a possível vitória de Erundina, que se configurava na abertura das primeiras urnas na noite de terça-feira, participou ativamente da preparação da primeira página do dia 16, dando sinais de como seria sua orientação gráfica. Baseado na informação do repórter Valmir Salaro (que também trabalhava na rádio *Jovem Pan*), segundo a qual, a emissora, apesar de ter uma pesquisa de boca-de-urna indicando que candidata petista deveria vencer com grande margem, hesitava em confirmar a vitória, ele foi incisivo; “Vamos colocar: Erundina Prefeita”. Foi o único jornal da capital que apostou na informação, na edição do dia seguinte ao pleito.

Como estava sendo anunciado, desde o dia 11 de novembro, o *Popular da Tarde* passou a ser o caderno *Esportes* e a editoria de variedades se transformou no caderno *Revista*. Os avisos aos leitores, publicados diariamente, ressaltavam que eles iriam ter dois jornais pelo preço de um. Dos profissionais que trabalhavam no jornal extinto, apenas Roberto Petri, a pedido próprio, não foi aproveitado no novo esquema. Os profissionais da editoria de esportes do *Diário* foram alocados em outras áreas, depois de consultados sobre suas preferências, da mesma forma que os encarregados da geral do *Popular da Tarde*. O logotipo em letras góticas, que era o mesmo desde a fundação, foi trocado por uma fonte moderna e o nome do jornal continuou sem o acento por decisão de Miranda, assim permanecendo até a reformulação gráfica de 1998 na implantação da impressão em cores.

O fechamento da primeira edição foi bastante complicado e a rodagem demorou porque se decidiu colocar, na primeira página, o logotipo do *Esportes*, em azul e o do *Revista*, em vermelho. Poucos dias antes, havia se integrado à empresa outro profissional experiente em sua área e com relação antiga de amizade com Miranda e Ary: Raphael Pagliuca que assumiu a diretoria de distribuição. Atuando há muitos anos na área e desfrutando da amizade de muitos jornaleiros, inclusive na cúpula do sindicato da categoria, Pagliuca fortaleceu seu vínculo com Miranda. Todas as noites, antes de definir a tiragem e as áreas da cidade que seriam mais abastecidas, os dois conversavam sobre os fatos destacados na primeira página.

A situação do *Diário Popular*, quando Miranda assumiu, também foi descrita de maneira diversa em vários momentos. A revista *Imprensa*, ao noticiar a compra, sem apontar se Ary ou Quércia era o novo dono afirmou: “o *Diário Popular*, um jornal de 103 anos cuja força está com classificados com 80 mil exemplares de tiragem e uma circulação

não-comprovada de 64 mil exemplares, restrita à cidade de São Paulo (AO ESTILO..., 1988). Em outubro de 1993, em texto de Carolina Tarrio, a mesma publicação noticiou:

Há quatro anos e meio atrás (sic), o atual “rei das bancas” e seu colega o *Popular da Tarde* – títulos da mesma empresa – estavam falidos. Comprados por Ary Carvalho em 1988, os dois títulos juntos não chegavam a tirar 30 mil exemplares. Suas 30 páginas de classificados tinham caído para meia e a impressão não era feita numa rotativa (sic). A composição ainda era em linotipo e o pessoal da redação estava, obviamente, desanimado. (TARRIO, 1993)

A revista *Veja São Paulo* de 22 de setembro de 1993 informou: “Até 1988, a publicação tinha uma tiragem baixa, em torno de 15.000 exemplares por dia” (MANCHETES..., 1993). Em Batista (2000, p. 65), encontra-se “No ano da venda, o *Diário Popular* registrava uma das piores marcas em número de leitores; 129 mil leitores por dia, o que significava 1% do mercado. A *Folha de S. Paulo* abocanhava 6% deste mercado e *O Estado de S. Paulo* outros 4%”. Em outro trecho, a pesquisadora registra:

No ano seguinte, Ary Carvalho chama Jorge Miranda Jordão para dirigir o *Diário Popular*⁶² e implantar todas as mudanças necessárias para torná-lo um jornal popular e aumentar as vendas. Miranda Jordão assume o jornal e encontra uma situação caótica. A tiragem é de 20 mil exemplares e, das 30 páginas de classificados que o *Diário Popular* havia se orgulhado e que fora o segredo do sucesso, restava apenas meia página (BATISTA, 2000, p.67)

Em seus depoimentos para a pesquisadora, Miranda e Quércia também falam em números diferentes; O primeiro declara que: “Até então os leitores do *Diário* eram tradicionais e conservadores. Vendia-se à época 27 mil jornais por dia” (BATISTA, 2000, p.95). Quércia reconhece que o jornal tinha bom volume de classificados e lembra que eram dois jornais. “Tudo estava muito desmantelado, o jornal tinha muito classificado porque tinha tradição, mas a tiragem era muito baixa, 20 ou 25 mil, se não me engano. Até então tinha o *Popular da Tarde* que vendia mais 15 mil”. (BATISTA, 2000, p.85)

Essa profusão de números é justificável pelo fato de o jornal não ter sua tiragem e venda auditadas pelo IVC. O autor deste trabalho recebia, até a venda do jornal, diariamente o “Relatório de Tiragem” assinado por Umberto M. Costa Filho, responsável operacional

---

⁶² Também no depoimento de Miranda transcrito em Batista (2000), há a confusão de datas, pois ele declara ter entrado no jornal em 1989, quando a primeira edição sob sua direção foi a de 17 de novembro de 1988, dia em que o *Popular da Tarde* deixou de circular.

pela circulação e por Tabajara Ferro Abranches, gerente da área. Os números constantes dos documentos referentes à penúltima semana antes da venda são os seguintes:

DATA		DIÁRIO POPULAR	POPULAR DA TARDE
29/04/1988	SEXTA-FEIRA	34.851	31.859
30/04/1988	SÁBADO	32.185	32.223
01/05/1988	DOMINGO	54.330	36.030
02/05/1988	SEGUNDA-FEIRA	33.709	36.884
03/05/1988	TERÇA-FEIRA	37.817	30.322
04/05/1988	QUARTA-FEIRA	38.127	30.717
05/05/1988	QUINTA-FEIRA	49.080	36.529

Os relatórios de venda (denominados “Boletim Diário de Distribuição”) eram entregues alguns dias após a circulação e vinham em partes, devido a atrasos na prestação de contas de algumas bancas e à distribuição no interior e outros estados, cuja relação era mensal. Os documentos eram cópias xerocadas de originais manuscritos. A ação do tempo fez com que muitos dos conservados pelo autor se deteriorassem e, atualmente têm sua leitura prejudicada, especialmente no campo data. Do período acima citado estão em condições de leitura os referentes a 30/04/88, onde do reparte do *Diário Popular* distribuído às bancas da capital, Grande ABC e Mogi das Cruzes, que foi 24.807 exemplares, foram vendidos 14.331 com encalhe de 10.476, arrecadando Cz\$ 401.268,00. O *Popular da Tarde*, na mesma data, vendeu 13.612, do reparte de 22.488, com encalhe de 8.876 e arrecadação de Cz\$ 285.652,00.

Os números de 03/05/88 são os seguintes: *Diário Popular*: reparte de 30.633, encalhe 10.851, venda 19.782, arrecadando Cz\$ 692.370,00 e *Popular da Tarde*: reparte de 20.845, encalhe de 9.836, venda de 11.009, arrecadando Cz\$ 269.729,50. Outras duas datas nas quais é possível confrontar o “Relatório de Tiragem” e o “Boletim Diário de Distribuição” são 23/04/88 (sábado) e 24/04/88 (domingo). Em tais datas, as tiragens foram de 32.990, *Diário*, e 32.126, *Popular da Tarde*, e 55.933, *Diário* e 38.756, *Popular da Tarde*, respectivamente. As vendas do sábado foram: *Diário*, reparte de 24.775, encalhe

10.524, venda de 14.251, arrecadação de Cz\$ 399.028,00 e *Popular da Tarde*: reparte de 21.640, venda de 11.779, encalhe de 9.861, arrecadação de Cz\$ 247.359,00. No domingo, o *Diário*, de um reparte de 42.793, vendeu 30.314 e teve encalhe de 12.479, com arrecadação de Cz\$ 848.792,00 e o *Popular da Tarde* do reparte de 26.115, vendeu 12.640 e teve encalhe de 13.475, com arrecadação de Cz\$ 265.440,00.

Das vendas no interior do estado, no documento intitulado “Interior – Demonstrativo de Venda Avulsa”, distribuído em anexo a memorando de 26 de abril de 1988 assinado pelo gerente de circulação, referente aos meses de janeiro, fevereiro e março daquele ano, vê-se que foram enviados em março 94.650 exemplares do *Diário Popular*, dos quais foram vendidos 40.282 que renderam Cz\$ 1.004.707,50, enquanto do *Popular da Tarde*, foram distribuídos 255.677 e vendidos 152.104, rendendo Cz\$ 2.785.627,50.

Com relação ao número de páginas de classificados, a planilha “Controle de Páginas” referente janeiro de 1988 revela que naquele mês foram produzidas 1006 páginas do *Diário Popular*, das quais 596,5 eram de redação e 409,5 de publicidade. Das 474 páginas do *Popular da Tarde*, 42,7% foram de redação e 48,3% de publicidade. Essa proporção não se alterou significativamente nos meses seguintes. Outra evidência de que a situação financeira não era tão dramática como se alardeava é um documento de 25 de abril de 1988 (a 18 dias da venda), no qual se projetava o custo de se aumentar em duas páginas o jornal, prevendo-se a contratação de oito profissionais para a redação. O valor orçado era de Cz\$ 833.471,64, entre salários e encargos, e despesas industriais de Cz\$ 1.334.071,00 para uma tiragem média de 43,3 mil exemplares.

Essa evidência é acentuada com a revelação de Luis Frias de Oliveira, diretor comercial do *Grupo Folha*, à revista *Imprensa* de maio de 1988:

O Notícias Populares tem de 60 a 90 páginas de publicidade por mês. A Folha da Tarde está na faixa de 80 a 100 páginas, e a Folha de S.Paulo no patamar de 1000 a 1300 páginas/mês. Acho que as agências ainda mantêm algum preconceito em relação ao NP em função do sensacionalismo e da agressividade no tratar a notícia. Mas isso está mudando, com a mudança gradual do veículo. Nosso projeto pra o NP não é modernizante, nem renovador. Vamos melhorar o produto que já tem boa circulação. (A MANCHETE...,1988)

As vendas médias do *Notícias Populares* eram de 69.506 exemplares, aos domingos, 100.380, na segunda-feira, e 82.394, de terça a sábado⁶³. Números bem melhores que os do *Diário Popular*. A *Folha da Tarde* não era auditada pelo IVC na época e passava por uma reformulação editorial comandada por Carlos Brickmann e Adilson Laranjeira, mas pesquisas informais realizadas em bancas pelo departamento de circulação do *Diário*, para avaliar o fluxo de vendas, apontavam que tinha um público semelhante ao do *Diário*. O *Jornal da Tarde* vendia, em média, 129.987 exemplares, na segunda-feira, e 88.335 de terça a sábado.⁶⁴

A relação entre o volume de anúncios dos jornais do *Grupo Folha*, revelado por seu diretor, e suas tiragens quando comparadas com aos mesmos referenciais do *Diário* constantes dos documentos mostram que o jornal ainda preservava um potencial de atração de anúncios classificados que poderia viabilizar sua recuperação. Esse panorama justifica a expressão “negócio da China” utilizada pela revista *Imprensa* (AO ESTILO...,1988) e permite entender o porquê de Quércia repete que comprou “barato” o jornal fundado em 1884 por José Maria Lisboa.

5.2 Um projeto jornalístico ao qual não faltou recursos financeiros

De todos os patamares admissíveis para se observar a escalada de sucesso do *Diário Popular* iniciada após o fim do controle acionário da família Lisboa, percebe-se a importância da condução de Miranda e de sua intuição sobre as expectativas do leitor e da capacidade da equipe que implantou as alterações. Porém, essas análises ficam incompletas se não se considerar um aspecto fundamental que foi a disponibilidade de recursos para se investir na transformação. O modelo implantado era caro e exigiu a ampliação da equipe de redação e de áreas correlatas, um reajuste importante nos salários e investimentos em infraestrutura, como a disponibilização de uma frota maior para a reportagem, equipamentos para o departamento de fotografia, verbas para viagens mais frequentes, criação de uma rede de correspondentes no interior e até coisas elementares como o franqueamento de ligações telefônicas interurbanas.

---

⁶³ IVC de fevereiro de 1988. revista *Imprensa*, abril 1988

O montante e a origem dos recursos no investimento de quem se dispõe a comprar e recuperar uma empresa, seja para revendê-la no futuro com lucro (o caso de Quércia), seja para valorizar seu patrimônio, normalmente, estão previstos no momento em que se efetua a transação. O detalhe diferenciador e de interesse público a ser salientado na análise da operação de revitalização do *Diário Popular*, comparando-a com processos semelhantes em empresas do mesmo setor ou de outros, é o fato de que a injeção de dinheiro novo foi fortemente reforçada através da publicidade oficial do estado. Uma consulta às páginas do jornal e a comparação com o volume de anúncios de órgãos públicos encontrados no período anterior à compra e nos meses que se seguiram demonstram que houve crescimento significativo de publicidade oficial.

Quércia reconhece o fato, mas garante que não houve orientação sua neste sentido. A negativa não invalida a constatação de que a destinação da verba publicitária do governo e das estatais, especialmente do Banco do Estado de São Paulo (Banespa), da Sabesp (Companhia de Saneamento Básico de São Paulo) e da Fepasa (Ferrovias Paulistas S/A), tinha uma diretriz clara na distribuição entre os veículos: havia a publicação obrigatória, que era o *Diário Oficial*, e mais dois jornais recebiam os anúncios. Na definição desses, os balanços e publicações especiais sempre apareciam no *Diário Popular*, com a alternância entre a *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* como o segundo a receber a verba. O tratamento diferenciado do *Diário* foi mantido pelo sucessor de Quércia, Luiz Antonio Fleury Filho, por três anos, sendo que no segundo semestre de 1993 e no primeiro de 1994 houve um estremecimento das relações entre “criador” e “criatura” e os anúncios desapareceram.

Na gestão Quércia, verificou-se um período, no seu último ano no cargo, em que as páginas do *Diário Popular* ficaram sem as publicações oficiais e a divulgação das estatais. Na época, Miranda confidenciava que tinha consultado Ary e este o tranquilizara dizendo que estava tudo bem, sem mais explicações. Hoje, ele esclarece o fato, afirmando que a retirada foi pressão para que Ary vendesse sua parte no *Diário*. Miranda se declara convencido de que o empresário carioca possuía de algum percentual da empresa, mas não se arrisca a dizer se ele tinha entrado com dinheiro no negócio ou apenas com *know-how* e o nome visando a não comprometer o governador com os casos de privilégio na

---

⁶⁴ Idem.

distribuição de verbas oficiais. O que ele ressalta não ter dúvidas é que a saída não foi pacífica e que as relações entre Ary e Quércia ficaram estremecidas, durante algum tempo. Sobre esse fato, Miranda relata:

Quando o Ary vendeu a parte dele do *Diário Popular* para o Quércia, ele me disse: estou vendendo minha parte para o Quércia, vou sair. (O Saboya⁶⁵ conhece bem essa história). Mas o Quércia vai te chamar e vai querer que você fique aqui no *Diário Popular*. Mas eu não quero que você fique com esse filho da puta. desse ladrão, aí esculhambou com o Quércia. Eu disse: então, como eu faço? Ele disse: ele vai te chamar e você vai dizer que você quer ir para o Rio comigo... Eu não quero ir para o Rio com você porque eu não tenho lugar no *Dia*. (JORDÃO, 2008).

Como é improvável que a troca de proprietários do jornal seja esclarecida de forma cabal, principalmente por Rodriguinho e o empresário carioca estarem mortos, o episódio da retirada dos anúncios em 1990 também tende a continuar misterioso. Persiste a dúvida se a pressão citada por Miranda seria para a compra de uma parte da sociedade ou uma forma de prevenir eventual manobra de Ary para se apropriar do controle, no pressuposto de ter sido ele apenas “testa de ferro” do ex-governador. Para a história do jornalismo, o fato de a pressão ter dado resultado é o que deve ser ressaltado por se tratar de elemento provocador de reflexão, como comprovação de que, naquele momento, a empresa não poderia sobreviver sem o dinheiro vindo do governo. Da constatação aflora o debate sobre a dependência dos veículos midiáticos das verbas públicas, questão sempre presente nas pesquisas sobre os meios de comunicação e sua viabilidade econômica.

No Brasil, são vários os casos desse tipo merecedores de investigação científica. Além da polêmica sobre a origem dos recursos que garantiam a circulação do primeiro jornal do País, o *Correio Braziliense* de Hipólito José da Costa, um dos episódios marcantes foi o embate, no início do século XX, entre *O Estado de S. Paulo* e o ex-presidente Campos Sales, que declarara ter dado dinheiro a jornais não ser criticado, durante seu mandato de 1898 a 1902. Bahia (1990, p.160) lembra que as revelações constam de um livro do influente político que esteve entre os fundadores de *A Província de São Paulo*, transformada em *O Estado*. O pesquisador também destaca a reação de Julio Mesquita que rebateu as acusações de que a publicação por ele dirigida estivesse entre as beneficiárias:

As reflexões de Julio Mesquita partem de sua constatação de que circulam histórias sobre favores financeiros a *O Estado* [...] ‘Isto é redondamente falso’ afirma Mesquita [...] Lembra que o atual diretor do Tesouro é de outra corrente política. ‘Se faltamos à verdade, ele que nos desminta. A isso o autorizamos’. E pontifica: ‘A nossa independência não tem preço’. ‘Os governos, quer os que apoiamos, quer os combatemos, pagam’ pelos anúncios, editais, reproduções. Mesquita esclarece: ‘Não há nenhuma consideração de ordem moral que nos obrigue, ou simplesmente nos aconselhe, a fornecer aos governos publicidade gratuita’. E ainda: ‘Os governos que apoiamos não pagam mais do que os que combatemos e ambos *pagam como público* nem mais nem menos. Isto basta para a tranqüilidade de nossa consciência’ (BAHIA, 1990, p.161 – grifo do original)

Em sessão comemorativa do centenário do *Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo*, Adérito Calado fez homenagem ao *Diário Popular*, na qual se refere à manifestação semelhante de José Maria Lisboa Júnior, durante a ditadura Vargas. O texto, com data de 11 de maio de 1994 e que tem uma cópia no arquivo do jornal, conta:

Quando no auge da ditadura de Getúlio Vargas foi criado o famigerado Departamento de Imprensa e Propaganda, com a expressa finalidade de informar à opinião pública apenas o que realmente interessava ao próprio governo e implícito suborno (sic) foi chamado o ‘Diário Popular’ para ser cientificado de que havia ao seu dispor uma polpuda subvenção mensal, já recebida com grande entusiasmo pelos outros jornais. Ao tomar conhecimento disso, a repulsa de Lisboa Junior foi imediata, embora de certo modo prudente. Subvenção não aceitaria de forma alguma. Porém, como o jornal não podia recusar os comunicados do governo, o noticiário oficial seria publicado. Contudo, no fim de cada mês seria medido o espaço ocupado pelas publicações feitas e se faria, então, a devida cobrança como se simplesmente se tratasse de qualquer outro cliente (CALADO, 1994, p.11-12).

Há 100 ou 120 anos, em um modelo limitado de negócio, contar com o suporte de verbas públicas era algo normal para os veículos e vários chegavam a orientar seu posicionamento editorial de acordo com os recursos recebidos. O *Correio Paulistano*, cuja linha editorial se aliava aos conservadores republicanos, publicava em sua primeira página de 9 de novembro de 1884, que entre os requerimentos apresentados à sessão da Câmara Municipal de 5/11/1884 estava o do gerente do jornal solicitando o pagamento de 137\$500 referentes a publicações feitas no mês de outubro. O exemplar do jornal era vendido a 60 reis e a assinatura anual custava 14\$000, o que significa que as publicações oficiais do mês noticiado equivaliam a 10 assinaturas anuais. Do outro lado do espectro ideológico, *O*

---

⁶⁵ Ricardo Saboya foi diretor superintendente do *Diário Popular* de 1989 a 1996.

Estado de S. Paulo, logo após a proclamação da República, causa que motivou sua fundação, auferiu receitas vindas da publicação das sessões da Assembléia Estadual.

A transparência pode validar estas negociações, assim como torna normais as que se vêem nos dias de hoje quando o governo continua a ser um dos maiores anunciantes em todos os meios de comunicação. Sua distribuição através de critérios políticos é o ponto questionável tanto no começo da história da Imprensa como atualmente, porém isso acabou se tornando inerente à relação entre poder e mídia. Um ponto a destacar da participação desproporcional do *Diário Popular* na divisão do “bolo publicitário oficial” no período Quêrcia/Fleury é que suas conseqüências na configuração do mercado foram impactantes.

Para efeito de análise é conveniente desdobrar os reflexos das estratégias de expansão em dois períodos, especialmente por a injeção de recursos, via anúncios do Governo, ter acontecido em uma fase inicial onde o alvo era a conquista de leitores. Essa etapa foi da chegada de Miranda até sua saída do comando da redação, que é considerada neste trabalho como a sexta e penúltima morte do jornal. É admissível a ressalva de que a partir do segundo semestre de 1993, o jornal deixou de receber anúncios do estado com a mesma prodigalidade dos quase seis anos anteriores, mas isso não invalida a constatação de que ele se robusteceu para enfrentar a concorrência nos tempos de privilégio. Além disso, com a estabilização financeira do período, ficou facilitada a contratação de financiamentos para investir em tecnologia e promoções de marketing que levaram à segunda etapa, quando, sem Miranda no comando editorial, se procurou conquistar uma fatia maior no mercado de anúncios classificados e atrair mais leitores com essa tática.

O custo de ambas as iniciativas foi alto, principalmente ao se notar que o faturamento do jornal, após a saída do Fleury Filho do governo, não era suficiente para cobrir as despesas da empresa. Uma planilha de previsão de receita e despesas de maio de 1993 mostra que a diretoria administrativa contava com o faturamento de 250 mil dólares naquele mês oriundos de receitas de anúncios do Governo. Com essa entrada, estimava-se o lucro operacional de U\$ 224.862,00, enquanto, a coluna “resultado operacional sem governo” mostrava que, sem ela, a previsão era de prejuízo de U\$ 25.138,00⁶⁶. Era prevista a venda equivalente a 190,4 páginas de classificados, com o preço médio do centímetro por coluna de U\$ 7,50, 33,4 páginas de anúncios indeterminados (que eram

chamados de “anúncios de noticiário”), ao preço médio de U\$ 30,00, e 7,02 páginas de anúncios do Governo, ao preço médio de U\$ 90,00. Quando se tratavam de inserções oficiais nos classificados a diferença era mais acentuada, com o governo pagando U\$ 42,00 por centímetro de coluna.

Como a empresa deixou de ser sociedade anônima ao ser adquirida por Quércia, não foi mais obrigada a tornar seus balanços públicos. Por isso, a análise do reflexo da injeção de recursos oficiais só é possível de forma empírica. Com relação à fase de crescimento da tiragem, é mais visível o efeito na configuração do mercado. O primeiro a sentir a concorrência foi o *Notícias Populares*. A respeito Campos et al (2002 p.210) lembram que o *Diário* havia entrado na década de 90 disposto a atropelar os adversários e detalham a opção de contra-ataque do NP.

Mesmo com NP e Dipo garantindo ter alvos diferentes no mercado, as empresas sabiam que uma boa parcela dos leitores estava em uma mesma alça de mira.[...] Ainda pouco afetado pelo crescimento constante do Diário Popular nas bancas, o NP percebeu o risco da situação [...] Repetindo uma experiência sagrada para Mellé, o jornal custaria a metade do seu rival direto e ainda menos se comparado aos outros. Em novembro de 1992, o NP tornou a estratégia pública. Ao lado do preço – Cr\$ 2 mil na época – uma enorme chamada entregava; ‘NP é mais legal e custa a metade do preço do *Diário Popular*’. Em 1º de dezembro, já custando Cr\$ 2.500, o NP se limitava a anunciar: ‘Mais barato que o *Diário Popular*’. Duas semanas mais tarde, o preço batia em Cr\$ 3 mil e o periódico apelava para uma desanimada marchinha no lugar da chamada: o Diário Popular tá caro, caro pra chuchu, compre o NP e economize seu tutu” (CAMPOS *et al*, 2002, p.210-211)

Os dados do IVC mostram que, em dezembro de 1992, nas quintas-feiras (seu melhor dia da semana), o *Notícias Populares* teve uma média de 73.835 exemplares vendidos contra 104.707 do *Diário Popular*. Em dezembro de 1993, sempre com base na quinta-feira, os dois cresceram, com NP chegando aos 96.752 exemplares e o *Diário* a 136.143. Em 1994, houve um quase empate com o NP atingindo 112.315 exemplares e o *Diário* registrando 113.104. Em 1995, ano em que Miranda foi afastado da redação no início do segundo semestre, os números foram 153.536 para o *Diário* contra 88.838 do NP. A proporção se manteria em 1996 e 1997, dando sinais de aprofundamento em 1998, quando, em julho o *Diário* passou a ser impresso em cores e a utilizar os “anabolizantes”.

---

⁶⁶ Planilha “Projeção Econômicas das Edições – Mês:Maio/93” entregue os diretores da empresa (arquivo do autor)

Ainda na fase do jornal em preto e branco, o concorrente que mais perdeu espaço com o crescimento do *Diário Popular* foi o *Jornal da Tarde*, que nas palavras de Ruy Mesquita, por ironia, viria a ser o que mais se aproveitaria da migração de leitores acontecida em função da operação implantada pelas *Organizações Globo* (MESQUITA, 2004). Tomando por base o mês de outubro de 1990, quando o *Diário Popular*, passou a ser auditado pelo IVC, e o mesmo mês nos anos subseqüentes e comparando-se aos melhores dias do *JT* nas bancas, a segunda-feira (quando sua edição de esportes é destaque) e a quarta-feira (dia em que circula o *Jornal do Carro*, de grande poder de atração sobre os leitores), confere-se os seguintes números:

ANO	JT DE 2ª	DIÁRIO DE 2ª	JT DE 4ª	DIÁRIO DE 4ª
1990	140.438	83.701	140.350	76.267
1991	149.320	114.113	151.334	103.387
1992	100.493	107.552	148.481	105.091
1993	99.930	129.557	122.757	99.930
1994	88.664	124.221	136.603	120.539
1995	81.200	140.638	130.479	132.992

O desempenho do *Jornal da Tarde* continuou em queda e, considerando-se apenas as vendas em banca na Grande São Paulo, segundo o IVC, ele teve a venda média em 1999 de 22.599 exemplares contra 133.591 do *Diário Popular*. Nesse ano, houve mais um movimento no mercado da mídia impressa da capital que se relacionava com a performance do *Diário Popular*. Repetindo o projeto das *Organizações Globo* que criaram no Rio de Janeiro, o *Extra* para combater o *Dia* no segmento dos jornais classificados pelo mercado como populares, o *Grupo Folha* decidiu colocar um novo título em circulação. Campos *et al* (2002) comentam a escolha do conglomerado que já tinha duas publicações competindo por públicos semelhantes:

A alternativa era reformular apenas um, seguindo a trilha do *Extra*, aproveitando para conter a escalada de vendas do *Diário Popular*, que vendia como água e já assustava a própria *Folha* de S. Paulo. Com vendas maiores, o *Notícias Populares*

seria o candidato natural à injeção de recursos. Na avaliação da empresa, entretanto, era um risco: a marca do NP tinha enorme rejeição. [...] Em 21 de março de 1999, a empresa acabou com a FT; no dia seguinte, o Agora São Paulo estava nas bancas (CAMPOS *et al*, 2002, p. 242).

Tendo passado a maioria dos anos de sua vida em posição secundária no mercado, o *Diário Popular*, ao conquistar uma fatia significativa do público leitor, passando a influir em mudanças de estratégia dos concorrentes, como foi o caso da troca da *Folha da Tarde* pelo *Agora* e do fim do *Notícias Populares*, se transformou em fenômeno comunicacional merecedor de estudo. Sua importância histórica se acentua quando se considera o fato de que o modelo implantado por Miranda viabilizou o projeto que levaria Quércia a lucrar significativamente com sua venda e que a decisão das *Organizações Globo* de substituir o jornal nas bancas abriu espaço para a “salvação” do *Jornal da Tarde*.

É necessário ressaltar que a consolidação das mudanças de Miranda se deram concomitantemente às alterações nas pautas dos dois títulos considerados “não-populares”, que dominavam (e dominam) o mercado paulistano. A abertura de um espaço maior para assuntos policiais, valorização do noticiário esportivo, notadamente com relação ao futebol, e a elevação da televisão, como instrumento de entretenimento, a assunto de primeira página, bem como a criação de cadernos próprios sobre o tema, foram mudanças nesses veículos que ocorreram a partir do momento em que o *Diário Popular* iniciou sua escalada rumo à liderança nas bancas. Considerando-se que o jornal foi pioneiro na utilização, como elemento de atração de leitores, desses temas, que se ligam ao conceito de “popular” substantivado, é possível afirmar que as alterações promovidas pelos concorrentes foram, em parte, inspiradas na pauta adotada pelo veículo, sob o comando de Miranda.

Duas questões afloram a partir dos efeitos da estratégia do *Diário Popular* no mercado midiático paulistano: 1)- Seria possível implantar um projeto com as mesmas chances de sucesso sem os recursos que foram investidos? 2)- A disponibilização de recursos garante, por si só, o sucesso de um projeto editorial? A história da Imprensa e do *Diário Popular* indicam que a resposta para ambas as perguntas é não. Afinal, como reconhece Miranda, não seria possível à equipe reduzida, que, em 1988, lutava para manter o jornal vivo, produzir o conteúdo que foi oferecido com o novo modelo. Por outro lado, se dispor de dinheiro para investir fosse garantia de sucesso, as *Organizações Globo* não teriam fracassado em sua tentativa de ressurreição do *Diário de S. Paulo*.

5.3 Miranda Jordão e suas lições de respeito ao leitor

Não existe uma receita básica para o sucesso de um empreendimento jornalístico. Ele é a combinação de circunstâncias, que vão desde as necessidades do mercado e da capacidade de se implantar um projeto que as atenda até ao estabelecimento de uma filosofia clara, que, preferencialmente, deve ser transmitida por exemplos. Nesse sentido, a condução da transformação do *Diário Popular* em “rei das bancas”, por parte de Miranda Jordão, foi paradigmática. Além de estabelecer os critérios da publicação e exigir o envolvimento da equipe na disseminação dos compromissos com o público, ele estava sempre presente na vigilância do cumprimento deles. Sua premissa básica era o respeito ao leitor. Ainda na fase inicial do crescimento de tiragem, Miranda deu uma demonstração antológica de sua maneira de ver jornalismo que ficou registrada na memória de todos que estavam na redação em uma madrugada de fechamento bastante atrasado.

No dia anterior, o INSS mandara ao jornal um comunicado dizendo que mais de 11 mil aposentadorias bloqueadas no órgão tinham sido liberadas. Miranda decidiu publicar a relação. O diretor industrial Orlando Murad foi consultado sobre a possibilidade de a mesma ser composta e sobre o custo das horas extras de linotipistas e do papel a mais que seria necessário. Miranda precisou se esforçar para convencer o superintendente Joaquim Carlos Barros, genro de Ary Carvalho, de que valeria a pena o investimento. Foi uma operação complicada e o jornal acabou ficando pronto para a impressão somente por volta das quatro horas da madrugada.

Os jornalistas que acompanhavam a liberação das chapas para impressão, ao subir à redação, encontraram Miranda em meio a dezenas de flâs espalhados pela sala, contando os nomes inseridos em cada página. Diante da pergunta se estaria “maluco”, já que a composição tinha passado pela revisão, Miranda respondeu que, no dia seguinte, 60 mil pessoas iriam comprar o jornal e mais de 200 mil poderiam ler as páginas e que havia a possibilidade de uma delas contar os nomes. Diante do espanto dos ouvintes, acrescentou que se tal pessoa achasse alguma diferença, o jornal perderia um leitor e concluiu alertando que havia o risco de alguém que teve seu benefício liberado não ver o nome na relação. A divulgação das listas de benefícios liberados pela Previdência passou a ser chamariz de vendas, um sistema de impressão direto dos arquivos enviados facilitou a publicação e os

outros jornais da capital optaram por fazer uso do recurso. Ainda hoje, as relações do INSS são destaques de primeira página, especialmente no *Diário de S. Paulo* e no *Agora*, do *Grupo Folha*.

O compromisso com a exatidão foi a principal marca da direção de Miranda. A respeito da importância desse atributo no jornalismo, Kovach e Rosensteil (2004) contam que, em julho de 1997, foi criado nos Estados Unidos, o *Comitê dos Jornalistas Preocupados*, grupo de influentes profissionais do setor cujo objetivo era descobrir porque o público não mais confiava na Imprensa como antes. Das reuniões do comitê surgiram recomendações que poderiam contribuir para a recuperação da credibilidade, em um momento em que os interesses comerciais e políticos começavam a preponderar nas empresas jornalísticas. Os três primeiros itens destacados pelo comitê ressaltavam; “A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade, sua primeira lealdade é com os cidadãos, sua essência é a disciplina da verificação” (KOVACH ; ROSENSTEIL, 2004).

O caso da lista do INSS foi emblemático do valor dado por Miranda à verificação de cada informação. Como lia cópia de todas as matérias, na fase em que o jornal ainda era datilografado em laudas, ou no vídeo, depois da informatização, verificava em todas as reportagens que discriminavam nomes se o total citado na abertura ou em título conferia com a relação. Era comum surgirem matérias onde se via no *lead* “oito pessoas morreram em acidente” e na discriminação só constavam sete nomes ou nove. Miranda se exaltava diante disso e advertia repórteres e editores sobre o erro. Dizia, em tom sarcástico, que sonhava criar um jornal chamado “Foda-se o leitor” para editar matérias produzidas com descaso e sem preocupação com a exatidão.

Apesar de haver uma recomendação expressa aos editores para que não deixassem sair a mesma informação em duas colunas diferentes, também elas passavam pelo crivo de Miranda. Ele sabia que devido à chegada de *releases* sobre determinado assunto para várias pessoas na redação, havia o risco da repetição e conferia uma a uma. Também aproveitava para cortar tudo que lhe parecia ser apenas de interesse comercial. A coluna de Amaury Jr era a que mais tinha notas retiradas por esse motivo. Miranda também se dava ao direito de incluir informação nos espaços assinados. Isso criou uma situação constrangedora para Amaury em maio de 1989, quando se casaram o empresário da noite José Victor Oliva e a jogadora de basquete Hortência. O colunista era amigo do casal e freqüentador assíduo do

Gallery, casa noturna de propriedade de Oliva e cenário de muitas das notícias que ele divulgava. No dia do casamento, foi escalada a fotógrafa Ésmelin Fernandez para registrar o fato e trazer a imagem para ser inserida junto ao texto elogioso preparado previamente por Amaury. Na volta, ela descreveu cenas incompatíveis com a versão adiantada e Miranda ordenou que fosse editada a realidade do acontecimento, caracterizado por episódios marcados pela comicidade, como se vê:

A única coisa que funcionou como a praxe, após vários meses de preparação, foi o atraso de uma hora da noiva. A longa espera no interior da igreja causou nervosismo e cansaço nas três mil pessoas convidadas, dentro de um local com capacidade para a metade desse público [...] Na hora do sim, um verdadeiro pandemônio. A loucura era tanta que até o cálice de água benta caiu no chão e a cerimônia durou apenas meia hora. Final de festa. Classe alta e baixa se misturaram num verdadeiro carnaval. Foi uma briga para levar pedaços da decoração [...] Na saída da noiva, penetas penduravam-se pelas colunas da igreja e comentavam que a noiva não era tão bonita. (O CASAMENTO... , 1989)

No dia seguinte, Amaury, inconformado com a repercussão da notícia e temendo por sua amizade com os noivos, pediu autorização para dar uma nota, onde esclarecia não ter sido autor do texto. Miranda não permitiu a publicação, aceitando apenas que nos dias seguintes, a coluna fosse recheada com fotos de personalidades convidadas, todas elogiando a cerimônia e a festa.

O estilo de Miranda, caracterizado pelo controle total do conteúdo editorial, e sua determinação ao impor os interesses da redação sobre as demais áreas impressionavam aos jornalistas, acostumados a ver o setor industrial ditar o ritmo da empresa, desde os tempos do ex-linotipista Nello Ferretini. O horário de fechamento das edições consideradas normais passou a ser alguns minutos depois de corrido o último páreo no Jóquei, mudando a regra anterior, onde a publicação dos resultados dependia do número de classificados. Suas requisições de compras eram atendidas imediatamente, assim como não se questionavam as contratações de pessoal e os reajustes salariais.

De suas demonstrações de autoridade não escapavam nem os diretores. Em sua primeira semana no comando da redação, o próprio Ary Carvalho teve de recuar diante da contrariedade de Miranda, que não aprovou a maneira como o empresário ordenou que fosse demitido o cartunista Fausto Bergocce. Ary não havia gostado de uma charge do ilustrador, mas aceitou a recomendação de Miranda de que voltasse atrás e Fausto

permaneceu na empresa por, aproximadamente, dez anos. Ricardo Saboya, o diretor superintendente colocado por Ary como substituto do genro Barros, foi o que mais teve de aceitar as condições de Miranda.

O episódio mais marcante da série de constrangimentos infligidos a Saboya aconteceu em 15 de fevereiro de 1992. Em um desafio entre lutadores de *Jiu-Jitsu* e *Full Contact*, realizado no Ginásio do Ibirapuera, em São Paulo, onde eram feitas altas apostas, acabaram detidos, entre outros expectadores, o ator Stepan Nercessian e o então diretor da *Rede Globo* Miguel Coelho Neto Pires, filho do ministro do Exército no governo Sarney, Leônidas Pires Gonçalves. No 36º Distrito Policial, na Vila Mariana, em São Paulo, Miguel alertou ao repórter Gilvan Ribeiro que não adiantaria escrever a matéria, pois nada sairia, uma vez que ele era amigo de infância do superintendente do jornal. Gilvan elaborou a matéria contando a confusão, inclusive ressaltando que o apresentador Sérgio Mallandro conseguira escapar de ser preso, e a entregou ao editor Arnaldo Branco Filho. Esse a colocou com destaque na página, no momento em que começaram os telefonemas de Saboya pedindo que a matéria fosse esquecida. Miranda estava de folga, mas, contatado, foi claro em dizer que os repórteres precisavam ter a garantia do respaldo da chefia de que nenhuma pressão externa os impediria de executar sua função. Assim, Saboya teve de explicar ao amigo de infância, diretor da *Rede Globo* e filho de ex-ministro do Exército, que não havia como impedir que sua passagem pelo distrito ficasse registrada. A única concessão foi a troca das fotos da matéria, sendo publicada uma em que Miguel aparecia em segundo plano (cf. RIBEIRO, G.,1992).

O superintendente tinha outro amigo de infância que era pauta dos jornais: o atual presidente da *CBF* (*Confederação Brasileira de Futebol*), Ricardo Teixeira. Em sua primeira eleição, acontecida em 1989, no início da campanha, Saboya ainda era diretor financeiro de *O Dia*, mas preparava-se para assumir em São Paulo. Ele pediu a Miranda um tratamento especial ao amigo na cobertura do pleito e conseguiu a publicação de uma

entrevista sobre os planos de Teixeira. Nelson Nunes lembra que foi complicado conciliar o noticiário com as opiniões de Saboya:

Foi complicado porque o *Diário* sempre teve uma postura de independência, de ser um jornal que se posicionava contra a “cartolagem”, que não tinha rabo preso, criticava pra caramba os cartolas e principalmente a CBF, talvez até levantando a bandeira dos clubes paulistas contra a opressão da CBF e, de repente, o superintendente passou a ser uma pessoa muito ligada ao Ricardo Teixeira, amigo de infância, colega de escola e tivemos muitos problemas, tivemos que fazer, com muito constrangimento, uma página de aniversário do João Havelange, que era contra o espírito do jornal. (NUNES, 2008, entrevista)

Na verdade essa abertura à influência de Saboya no Esportes foi facilitada por ele ter estabelecido relacionamento direto com os editores, principalmente no início, quando o cargo era ocupado por Sérgio Carvalho. Percebia-se, também que Miranda não se importava muito com as interferências nesta área como uma forma de compensar suas outras negativas, entre as quais as mais conflituosas eram em relação à publicação de cartas na seção *Defesa do Consumidor*, reclamando das Casas Bahia, que continuavam sendo o maior cliente dos anúncios de varejo. Os diretores comerciais que se sucederam no período queixavam-se a Saboya que repassava o problema e pedia que as queixas fossem publicadas, após resposta do cliente, mas Miranda não abria mão das regras estabelecidas que eram de publicar a crítica e aguardar a resposta. Seu argumento sempre foi o de que era preciso respeitar o leitor que esperava que o jornal resolvesse seu problema.

Para Miranda, o respeito ao leitor implicava na proteção das fontes e no apoio aos profissionais da redação. Uma demonstração desse espírito foi dada em 1993, em um caso que se transformou em disputa judicial, na qual o autor deste trabalho, por seu cargo de editor-chefe foi processado pelo Tacrim (Tribunal de Alçada Criminal)⁶⁷, condenado em primeira instância e inocentado em segunda. A ação, movida pelo presidente do órgão do Judiciário, Evilásio Lustosa Goulart, se deu pela recusa do jornal em entregar cópia de abaixo-assinado enviado por funcionários reclamando do não-cumprimento de cláusulas de um acordo trabalhista. O presidente do Tacrim chegou a expedir mandado de busca e apreensão do documento, que foi guardado em local seguro. Fracassada essa tentativa,

---

⁶⁷ O Tribunal de Alçada Criminal, Tribunal de Alçada Cível e Tribunal de Justiça eram divisões da Justiça em Segunda Instância. Com a Emenda Constitucional nº 45, de 8 de dezembro de 2004, eles foram unificados com suas funções e estrutura funcional sendo concentradas no Tribunal de Justiça.

usando o argumento de que, ao não revelar quem tinha feito a reclamação, jornal estaria assumindo seu teor, o órgão ingressou com ação por injúria, calúnia e difamação, contra o *Diário Popular*, na figura de seu editor-chefe.

Durante todo o processo, o jornal, que contratou o advogado Geraldo Jabur para a defesa, manteve-se firme na posição de não entregar os nomes dos reclamantes e prestou toda assistência ao jornalista processado. A redação, além de elogiar a posição, comentava a diferença entre esse episódio e outro semelhante, em 1988, no qual o então candidato a prefeito Jânio Quadros processara o jornalista Mauro Ramos e o diretor de redação Moziul Moreira Lima, argumentando que o comentário considerado ofensivo estava assinado, decidiu não apoiar o funcionário.

Apesar de adepto da imparcialidade jornalística, Miranda não escondia sua simpatia pelas idéias consideradas à esquerda e isto fez com que o jornal tivesse um posicionamento simpático com relação à administração petista de Luiza Erundina. Enquanto a quase totalidade dos órgãos de imprensa da capital abria espaço para seus críticos, o *Diário Popular*, mesmo apontando os equívocos de uma gestão inexperiente, ressaltava o lado positivo. Os espaços para artigos opinativos passaram a abrigar textos de pessoas ligadas a movimentos sociais e a assinatura de Frei Betto entre eles, era freqüente.

Miranda nasceu em uma família conservadora do Rio de Janeiro, estudou na Suíça e fala fluentemente francês e inglês. Ele lembra que sua primeira reportagem assinada no semanário Flan, de Samuel Wainer, tinha como personagem uma das “certinhas do Lalau”⁶⁸, chamada Luana, que saiu na capa praticamente nua. Seu pai o chamou e perguntou se ele não poderia tirar o sobrenome das matérias. Com isso, ele passou a assinar os textos como Jorge Antonio. Por ser poliglota, foi escalado como setorista do Aeroporto do Galeão, onde chegou a trabalhar para cinco jornais, inclusive *Diários Associados* e *O Globo*.

Sem ser militante de nenhuma das organizações que lutavam contra a ditadura, Miranda se define, hoje, como “colaborador anônimo” do movimento e lembra que cultivava amizades com jornalistas filiados a partidos considerados proscritos e,

---

⁶⁸ As “Certinhas do Lalau” foram criadas, na década de 50, pela irreverência de Stanislaw Ponte Preta, pseudônimo do jornalista Sérgio Porto, como paródia da lista das mulheres mais bem vestidas publicada na Revista Manchete. Eram mulheres bonitas, a grande maioria vedetes do teatro. Em 14 anos, foram eleitas 142 “certinhas”, entre elas, Betty Faria, Wilza Carla, Íris Bruzzi, Virginia Lane, Darlene Glória e Norma Bengell.

especialmente, com os freis dominicanos, tachados de subversivos pela ditadura militar. Esse perfil deu origem a seu único emprego fora da órbita da *Última Hora*. Foi em 1967, quando, desejando negociar sua volta do exílio, Samuel Wainer pediu que o jornal aliviasse as críticas aos militares no poder. Miranda não concordou e foi substituído no comando da *Última Hora* carioca por Jânio de Freitas. A troca coincidiu com um convite de Octavio Frias de Oliveira, que planejava relançar a *Folha da Tarde*. Miranda relata:

Aí eu chego no Frias que conhecia meu trabalho no *Última Hora* de São Paulo e ele me levou no 2º andar do prédio da Folha, não tinha nada, era um salão vazio. Ele disse: eu te trouxe aqui porque quero te fazer um convite. Tá vendo esse salão? Eu quero um jornal de esquerda pra sair em novembro. Eu disse: um jornal de esquerda a essa hora? Ele disse: não. Um jornal de esquerda que eu digo, é um jornal popular que hoje para esse governo que está aí, o popular é sinônimo de esquerda. Você pede o que você quiser: mesa, cadeira, tudo. E realmente fez-se um número 0 no mês de outubro e a *Folha da Tarde* foi que inaugurou o off-set, da *Folha*. No número 0, eu coloquei no alto do número 0, a máscara mortuária do Che Guevara. Ele disse: é isso mesmo que eu queria [...] levei o Frei Beto para ser chefe de reportagem (JORDÃO, 2008).

Com a radicalização da ditadura militar, houve a edição do AI-5, em dezembro de 1968. No começo do ano seguinte, Miranda foi comunicado por Frias que a *Folha da Tarde* não podia continuar com ele. O jornalista recebeu a indenização em dinheiro em uma pasta e o conselho (aceito) para sair do país. Foi preso no Uruguai, onde o dinheiro e seus documentos foram retidos por militares. Na volta, procurou Frias que lhe perguntou qual teria sido o prejuízo. Ao ouvir que toda a indenização tinha sumido, o dono do *Grupo Folha* ligou para o departamento pessoal e ordenou que a quantia fosse repostada. Depois desse episódio, Miranda ficou nove anos fora do mercado, trabalhando em publicidade de produzindo *house-organs*. Sua volta foi à mesma *Última Hora* do início da carreira, já propriedade de Ary. Logo em seguida, o jornal foi vendido a um grupo baiano, liderado por José Nunes, e Ary pediu para que Miranda permanecesse na empresa, a fim de observar como seria a administração. O grupo comprou o *Jornal de Minas* e Miranda foi para Belo Horizonte, onde teve uma breve passagem e saiu para comandar o *Diário Popular*.

5.3.1 Enfim, o jornal local e com características de “popular”

Com Miranda assumindo a redação e utilizando como paradigma a *Última Hora* de Samuel Wainer, o *Diário Popular*, pela primeira vez, reuniu características que permitiam enquadrá-lo na definição de jornal popular. O respeito ao leitor implantado como filosofia não era suficiente para adjetivá-lo dessa maneira, a partir da vertente ideologizada do termo, mas o colocava próximo disso. Por outro lado, sua linha editorial foi direcionada para atender todos os requisitos da conceituação de jornal popular, que tem predominado entre os pesquisadores da área. É fundamental, frisar que esse foi um momento inédito na história da publicação, pois desde sua fundação, ela não tinha agregado nenhum diferenciador nesse sentido. Outra alteração significativa foi ter assumido a função de jornal local, atributo que ele, nos períodos anteriores, teve apenas durante a administração dos irmãos Ferrentini.

Miranda, por intuição e longa experiência, sempre teve a percepção do que Wolf (2005) explicita ao falar em valores/notícia (new values) “componente da noticiabilidade que responde à pergunta: quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia?” (WOLF, 2005, p. 202). Mas, ainda hoje, defende que esse processo deve ter como foco o leitor, apesar de, numa aparente contradição, não acreditar em pesquisa com leitores:

Quando você faz uma fábrica de salsicha, você está fazendo a salsicha pra quem? Para o consumidor. Você faz jornal para o cara que vai ler o jornal. Então você tem que dar a ele aquilo que ele quer e, sobretudo, informar, já que ele não pode estar em todos os lugares ao mesmo tempo, mas o jornal, em princípio deveria estar em todos os lugares ao mesmo tempo. É essa a importância do leitor. Não é que você tenha que ouvir. Eu não acredito muito em pesquisa com o leitor. Se você faz pesquisa com 100 leitores, cada um vai querer um negócio diferente, cada um vai criticar, tem que ter uma visão geral (MIRANDA, 2008, entrevista).

Essa filosofia de Miranda amplia a noção de credibilidade que deixa de se restringir à exatidão da matéria impressa, mas abrange também a satisfação de expectativas. Essa diretriz se implantou em todas as editorias, mas teve seu ponto mais significativo na Local e na Polícia. A premissa era de uma cobertura completa baseada na idéia de que todo paulistano que passasse de ônibus ou de carro em um determinado ponto da cidade e

percebesse algo fora da rotina, ficaria com a certeza de que no dia seguinte iria ter os detalhes do acontecimento se comprasse o *Diário Popular*.

Para tentar cumprir essa missão formou-se uma equipe de repórteres e fotógrafos maior do que a dos concorrentes. A frota de carros de reportagem também foi reforçada em um esquema de terceirização de táxis e os profissionais passaram a dispor de rádios para se comunicar com a redação (os telefones celulares e os *lap-tops* ainda eram equipamentos que começavam a ser lançado em países desenvolvidos). O esquema era coordenado, na parte classificada como de local, que envolviam acontecimentos ligados a acidentes de trânsito, catástrofes naturais, eventos comemorativos, protestos contra falhas na administração pública, entre outros pela chefe de reportagem Maria Angélica Nery, que estava no jornal desde os anos 70 e conhecia profundamente a cidade. Era ela também a encarregada de estabelecer a logística das coberturas das demais editorias, no fornecimento de viaturas e solicitação de fotógrafos.

A editoria de Polícia dispunha de um chefe de reportagem próprio, posto entregue, nos primeiros anos da gestão de Miranda, ao experiente Antonio Reche Reche, vindo do *Popular da Tarde* e que contava em seu currículo com longa passagem pelos *Diários Associados*. O editor Paulo Breitenvieser e o sub-editor Gilberto Lobato Vasconcelos supervisionavam a produção de uma equipe que mesclava jornalistas com larga vivência na área e jovens recém-promovidos que revelavam vocação para a reportagem investigativa.

A estrutura para a cobertura do dia-a-dia da Grande São Paulo se movia a partir de uma rede de fontes que passou a ser cultivada em paralelo à ampliação de espaço para os assuntos locais e policiais. O maior volume de aviso de pautas era conseguido na checagem dos distritos policiais, feita até três vezes por dia e das ligações ao serviço de comunicação do Corpo de Bombeiros e outros órgãos que atuam nas questões urbanas. Os leitores eram responsáveis por uma parcela significativa dos fatos a serem cobertos.

A editoria de Polícia contava também com um rastreador das comunicações via rádio da polícia, equipamento que, oficialmente, tinha seu uso proibido, mas era utilizado na maioria das redações. Nesta área, foi estabelecida uma rede de informantes entre os próprios membros da corporação. Quando a Secretaria de Segurança reforçou a orientação para que não fossem feitas fotos de presos nas delegacias, policiais militares passaram a se comunicar com a editoria, quando se viam diante de casos por eles considerados

importantes, e avisavam que estavam indo a determinado distrito e que permitiriam o registro fotográfico antes de entregar os acusados ou detidos em flagrante ao delegado de plantão. Muitas vezes, eram marcados encontros a meio do caminho para as fotos e houve casos de viaturas passando pelo jornal para que os envolvidos fossem fotografados.

O jornal acreditava que pessoas com histórico de várias prisões ou pegos em flagrante deveriam ter fotos publicadas para que fossem identificados por outras eventuais vítimas ou por quem com elas convivessem. Da mesma forma, Miranda exigia as fotos de mortos em crimes violentos ou acidentes, pois alegava que conhecidos do passado, como ex-companheiros de trabalho, deviam ser informados da morte através do jornal. A absorção por parte dos fotógrafos do conceito de que precisavam trazer imagens dos personagens gerou um caso antológico protagonizado pelo repórter Manoel Isidoro na cobertura de um crime em Diadema. Depois de passar pelo local da morte e conversar com os vizinhos da vítima, sem conseguir foto, ele foi até o velório, onde convenceu a viúva a entrar na viatura do jornal e ir até em casa pegar um documento do falecido para ser reproduzido e ilustrar a matéria.

Além de investir na quantidade de informações, a editoria de Polícia também se especializou em destacar os crimes de maior repercussão da cidade, adotando a linha investigativa e prendendo o interesse do leitor através das suítes⁶⁹ diárias. O primeiro caso deste tipo, acontecido na nova fase do jornal, ficou conhecido como o crime da Rua Cuba. Na véspera do Natal de 1988, o casal Jorge e Maria Cecília Bouchabki foi encontrado morto em sua residência por seu filho Jorginho. A Polícia começou a investigar a partir do pressuposto de que se tratava de obra de ladrões, mas a sequência da apuração acabou levando o Ministério Público a apontar Jorginho como assassino. Isto deu ao drama um grau muito maior de interesse e a imprensa paulistana investiu alto na cobertura do caso. O *Diário Popular* ainda estava formando sua equipe na área e concorria com o *Jornal da Tarde* na disputa para antecipar informações. O *JT* contava com jornalistas experientes como Percival de Souza, bem relacionado com a cúpula da Secretaria da Segurança Pública, o que lhe garantia informações exclusivas, e Fausto Macedo. Confiando em suas fontes, o *JT* acabou investindo numa linha de culpa do filho e Anélio Barreto, seu editor-chefe, produziu uma matéria especial, na qual praticamente condenava o rapaz.

O *Diário Popular*, realizando uma cobertura factual e completa, conseguiu dar um primeiro impulso em suas vendas e, ao mesmo tempo, se fazer respeitar pelas fontes policiais. A morte do casal, não esclarecida e cujo suspeito principal não foi pronunciado por falta de provas, também levou *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* a abrirem espaço para o tema. Essa estava em situação precária no setor, como admitiu em entrevista à revista *Imprensa* de maio de 1989, Luiz Carlos Caversan, editor de Cidades, à qual o tema era subordinado. “Temos um estrutura precária [...]. Estou tentando formar um quadro, pois quero um repórter de polícia aqui. O caso da rua Cuba confirmou o que suspeitávamos: matérias desse tipo têm um enorme índice de leitura” (SANGUE...,1989).

Foi na área policial que aconteceu o fato de maior repercussão na vida recente do *Diário Popular*, com o jornal se tornando referência em preocupação com a exatidão da notícia, por não ter dedicado nenhuma linha à cobertura do chamado “Caso Escola Base”. A história é considerada um dos maiores erros da Imprensa de todos os tempos e vem sendo motivo de condenações judiciais de vários veículos que apostaram na denúncia de que em uma escola infantil do bairro Aclimação, na capital paulistana, crianças eram abusadas sexualmente pelos proprietários e dois funcionários do estabelecimento. O *Diário Popular*, que poderia ter dado a informação um dia antes do início da cobertura atabalhoada e que chegou à beira do histerismo feita pelos concorrentes, foi o único que ficou fora dessa onda que destruiu a reputação de duas famílias e acarretou-lhes grandes prejuízos financeiros.

Passados 14 anos da noite de 28 de março de 1994, Miranda Jordão, a quem foram reservados os maiores elogios pela decisão de não publicar a matéria, quando indagado sobre por que o jornal não deu o caso, devolve a pergunta “Por que, não demos a Escola Base?, coisa de *feelling*?, tinha o problema do delegado” (MIRANDA, 2008). O problema tinha sido com o delegado Edélson Lemos, que havia apreendido um filme de um fotógrafo do jornal e, na tentativa de se recompor com a redação, oferecera uma notícia exclusiva ao editor Paulo Breitenvieser que enviou o repórter Antonio Carlos Silveira para a verificação.

As versões sobre como se deu a decisão de não publicar a matéria são várias. Arruda (2006, p.161-162) registra: “O diretor de redação do *Dipo*, Jorge Miranda Jordão, optou por não publicar, após uma meticolosa análise das informações obtidas. Com isso,

---

⁶⁹ No jargão jornalístico chama-se de *suíte* à publicação nos dias seguintes sobre novidades e conseqüências de um caso.

recaíram sobre o *Diário Popular* várias acusações [...]. O próprio tempo se encarregou de mostrar o acerto por parte do experiente jornalista”. Campos Jr. *et al.* (2002) reforçam:

Todos participaram do bombardeio, com exceção do *Jornal da Tarde*, que tratou o assunto com precaução e do *Diário Popular* – justo o maior concorrente do NP que não publicou absolutamente nada sobre o caso [...] A única menção à Escola Base veio em sua seção de cartas. O jornal publicava a missiva de uma irritada leitora que pergunta “Por acaso, algum jornalista, diretor, redator tem o rabo preso com a Escolinha Base? [...] O *Dipo* deu sua justificativa: ‘A única coisa certa é que faltavam evidências que permitissem divulgar o caso com isenção e o compromisso com a verdade que caracterizam este jornal’ (CAMPOS JR. *et al.*, 2002, p.221-222)

Ribeiro, A. (2003) fez a mais minuciosa investigação sobre o comportamento da Imprensa no caso. Antonio Carlos e Breitenvieser foram ouvidos. O primeiro relata que “chegou à redação por volta das oito da noite e foi direto conversar com o editor [...] – Como é? A matéria é boa? – Está redonda, tem fotos de todo mundo, mas não tem prova nenhuma contra a escola. [...] ‘Se a gente desse a matéria ferrava o japonês’, conta Antonio Carlos, mas se a gente não desse e saísse em outro jornal quem estava ferrado era a gente” (RIBEIRO, A., 2003, p.36). Depois de informar que Breitenvieser ficou na dúvida e que o caso foi levado a Miranda, o pesquisador ressalta:

Entre os muitos pontos que foram levados em consideração nessa reunião estava a experiência anterior com Lemos. Ele tinha dado uma grande mancada e poderia estar forçando as coisas para se redimir. “Decidimos aguardar o laudo técnico do IML”, conta o editor. “É a prova definitiva de que houve ou não o crime” Essa era a postura irredutível que o *Diário Popular* iria manter durante todo o caso (RIBEIRO, A., 2003, p.37).

Os detalhes dos diálogos entre repórter e editor e as dúvidas de cada um são dignos de toda credibilidade, mas o que aconteceu na sala de edição, no dia da decisão, e que responde a questão que Miranda ainda se faz acabou tendo uma versão mais romanceada. Na verdade, assim que Breitenvieser entrou na sala com as laudas na mão, alegando que se tratavam de matéria exclusiva e perguntando se a Local poderia editá-la, pois estava com o espaço “estourado”, Sandra Manfredini, a editora de Local, foi chamada e também alegou que não tinha espaço. Miranda, ao se recordar do episódio, diz que se fosse uma matéria fundamental, teria encontrado onde colocá-la e sorri ao ser perguntado se a circunstância de estar com o espaço limitado não foi boa sorte.

Assim, a matéria ficou para ser analisada no dia seguinte, quando a *TV Globo* pôs no ar a versão de duas famílias que diziam ter seus filhos molestados sexualmente na escola. Miranda, que orientou para que o caso fosse acompanhado normalmente, demonstrava má vontade com a matéria e, argumentando que não a tinha publicado quando poderia fazê-lo com exclusividade, preferiu mantê-la fora do jornal. Assim, os demais veículos foram entrando em uma “roda-viva” de matérias sensacionalistas, sem que o *Diário* noticiasse nada a respeito das denúncias. A história não é feita com suposições, por isso não é possível se garantir que o jornal teria publicado a matéria inicial em um dia de noticiário menos intenso. Talvez a “análise meticulosa” que ARRUDA (2006) diz ter sido feita acontecesse realmente e o texto fosse jogado fora, mas aí é entrar no terreno das possibilidades. Efetivamente, o *Diário* entrou para a história, como exceção em um dos erros mais destacados da imprensa nacional. Em meio aos elogios, RIBEIRO, A. (2003) faz uma lúcida e oportuna reflexão, em momento algum realizada pelo jornal. Pondera ele:

No dia em que surgiram as denúncias, o jornal tomou uma decisão ousada: não publicou nenhuma linha sobre o assunto, pois, segundo sua avaliação, não havia provas. Neste primeiro momento, o comportamento pode ser considerado correto. Mas, e depois? As denúncias assumiram dimensões gigantescas [...] Se o jornal considerava as provas precárias, teria obrigação de publicar matérias apontado as contradições do inquérito (RIBEIRO, A., 2003, p.161).

A história do jornalismo policial registra que os crimes envolvendo as classes sociais mais ricas, especialmente os passionais, crianças ou que tenham o insólito como característica exercem uma atração muito forte sobre os leitores. Evidentemente, uma relação dos casos mais destacados nos últimos anos seria demasiado extensa, mas para efeito de tipificação pode-se destacar no primeiro rol: o assassinato da chamada “pantera de Minas” Ângela Diniz, pelo namorado, o playboy Doca Street, em dezembro de 1976; o crime da atriz Dorinha Duval que matou o marido com três tiros, em outubro de 1980; o assassinato da cantora Eliane de Grammont pelo ex-marido Lindomar Castilho, em março de 1981; e a execução, com requintes de crueldade, em dezembro de 1992, da atriz Daniela Perez, filha da autora da *TV Globo*, Glória Perez, pelo seu colega de elenco da novela *Corpo e Alma*, Guilherme de Pádua, e sua mulher Paula Thomaz. No plano internacional, tornou-se célebre o assassinato cometido pelo ex-ídolo do futebol norte-americano, O. J. Simpson, que matou a ex-mulher e o namorado dela.

A respeito de comoção com tragédias envolvendo crianças pode-se recordar que, em maio de 1973, o país se revoltou com a notícia de que, em Vitória (ES), a menina Araceli Crespo, de 8 anos, fora violentada e morta por um grupo de jovens de classe alta em uma festa regada a drogas. Em agosto do mesmo ano, houve o caso do garoto Carlinhos (Carlos Ramires da Costa, de nove anos), desaparecido – ao que tudo indica, seqüestrado – no Rio de Janeiro e até hoje não encontrado⁷⁰. Esse drama tem no plano internacional um paralelo com o do bebê Lindbergh, seqüestrado em março de 1932 e encontrado morto menos de três meses depois. Nessa história, o interesse do público se potencializou, por ser a vítima filho do pioneiro da aviação norte-americana Charles Lindbergh. O já citado “crime da mala”, acontecido em 1928, os ataques do Bandido da Luz Vermelha (João Acácio Pereira da Costa) que aterrorizou São Paulo nos anos 60⁷¹ e as mortes atribuídas a Jack, o Estripador, no fim do século XIX em Londres, são típicos dos casos que apresentam o insólito como referência. Sobre esse último, encontra-se reproduzido no suplemento de centenário do *Diário*:

A policia de Londres preocupa-se actualmente com um crime da mesma ordem dos do famoso Jack, o estripador. Uma *horizontal* appareceu com o corpo mutilado pelo mesmo systhema. Acredita-se que se trata do mesmo assassino que agora reapareceu. (Diário Popular, 05-12-1894) (JACK..., 1984).

Os casos dos três tipos acima arrolados funcionam como eficientes alavancadores de tiragem, mas a influência do noticiário policial no crescimento das vendas do *Diário Popular* revelou-se constante, pelo fato de se abrir espaço, também, aos casos envolvendo pessoas que não faziam parte das faixas de maior renda. A explicação para esta repercussão estaria na banalização da violência experimentada pela metrópole nas últimas décadas. As mortes por brigas no trânsito, as execuções de jovens da periferia por traficantes e os assaltos violentos se tornaram comuns, mas paradoxalmente, esse aspecto de rotina os transformaram em atrativos de leitura, dentro da concepção de Miranda de que as pessoas queriam saber de quem era o corpo que viram estendido quando iam para o trabalho, ou

⁷⁰ O jornalista Dirceu Alves, que trabalhava nos *Diários Associados* na época e fez parte da equipe do *Diário Popular*, escreveu um livro sobre o caso (ALVES, Dirceu. **Ninguém quer achar esse cadáver**, São Paulo: Soma, 19??)

⁷¹ Em seu suplemento Um século de lutas pela liberdade (disponível no arquivo do jornal), o *Diário Popular* traz nas páginas 86 a 90, um resumo dos casos de maior repercussão até 1884. A morte de Daniela Perez foi explorada em várias edições desde o dia seguinte ao crime.

saber o resultado de tiros ouvidos durante a noite. A cobertura ampla da cidade e o acompanhamento dos registros nos distritos policiais permitiram ao jornal dar essas respostas e lhe garantiram a imagem de veículo com o maior número de informações policiais.

Se o noticiário local e policial foi o primeiro vértice do triângulo de conjuntos de temas valorizado pelo *Diário Popular* após a chegada de Miranda, o segundo foi o esporte. A extinção do *Popular da Tarde*, com sua transformação em caderno, possibilitou um incremento no volume do noticiário que ocorreu paralelamente à modernização da linguagem. Nelson Nunes lembra que um importante diferencial no estilo implantado, quando se comparava com os concorrentes, era a liberdade na utilização do humor:

Naquela época, o grande destaque, o diferencial, era uma coisa percussora do que faz o jornal Lance, hoje, que era tratar o esporte de forma bem humorada. A gente tinha muito essa coisa de batizar jogador, apelidar jogadores, eu lembro que a gente chamava o Amaral do Palmeiras de Zé do Caixão porque ele tinha trabalhado em uma agência funerária e ele veio pedir para não ser chamado de Zé do Caixão e passamos a chamá-lo de ex-Zé do Caixão. Você perdia o amigo, mas não perdia a piada. (NUNES, 2008).

Dentro do conceito de heterogeneidade do público que o jornal adotou, baseado no fato de circular em todos os estratos sociais⁷², a pauta esportiva era abrangente. Havia espaço para esportes considerados elitistas, como o golfe e o tênis, e para competições de futebol varzeano. O fato de São Paulo ser uma cidade formada por migrantes de todas as partes do país levou o jornal a abrir espaço para os resultados das competições que aconteciam em todos os estados e nas mais diversas modalidades, transformando-o, no que Nelson Nunes define como “jornal de resultados”:

A gente chamava de placar de A a Z porque dava o placar do campeonato amazonense até o goiano, enfim, o Brasil inteiro, de quinta, sábado e domingo, aquelas edições fortes de resultado. Na verdade, o *Diário*, não só no futebol mas em outros esportes se caracterizou por ser um jornal de resultados. Então o cara comprava o jornal no dia seguinte, sabendo que iria achar os resultados do Brasil inteiro, dos jogos de vôlei da noite, campeonato paulista de basquete. era um jornal quente, a gente fechava no limite do horário dos jogos (NUNES, 2008).

⁷² Os XXXV Estudos Marplan – 1º semestre/93 – Grande São Paulo, apontam que a distribuição por estratos sociais dos leitores do *Diário Popular*, naquele período era: 5% classe A, 38%, classe B, 40% classe C, 16% classe D e 1% classe E.

Uma comprovação da disposição do jornal em atender a expectativa de todas as faixas de público se encontra na criação de um espaço específico para as informações sobre as diversas maneiras de se tentar ganhar dinheiro, no Brasil, arriscando a sorte. Além do resgate do turfe, reuniu-se o noticiário das loterias oficiais brasileiras em uma seção denominada “*Cassino Brasil*”. Nesse espaço, o leitor encontrava a programação e os resultados das partidas que faziam parte dos testes da loteria esportiva, as dezenas sorteadas nas diversas modalidades de jogos patrocinados pela Caixa Econômica Federal, além dos números premiados pelas loterias Federal e Estadual. A decisão de publicar resultados do ilegal jogo do bicho, sob a vinheta *Deu no Poste*, foi uma das ousadias que o jornal se permitiu nessa área e surgiu da insistência de Miranda em uma interpretação de que não havia diferença entre apostas exploradas pelo governo e o jogo do bicho, contravenção enraizada na cultura nacional e tolerada pela polícia em várias partes do país.

A prática se transformou em tradição e seu nível de leitura pode ser avaliado pelo número de reclamações recebidas pelas *Organizações Globo* ao deixarem de publicar o resultado do turfe e do jogo do bicho, no lançamento do *Diário de S. Paulo*: Sob o título “Jogo-do-bicho e cavalos ainda vendem jornal?”, o portal *Comunique-se* informou, dez dias após começar a circular o título que se pretendia sucessor do *Diário Popular*.

"Está tudo direito no jornal", disse Merval Pereira, que cuida da mídia impressa e das rádios das Organizações Globo. Mas fontes independentes e confiáveis afirmam que o *Diário*, na primeira semana, não correspondeu inteiramente à expectativa [...]. Por exemplo, Merval e outros responsáveis pelo projeto parecem ter subestimado a força do jogo-do-bicho. A posição oficial das Organizações Globo é de que seus jornais não podem nem devem divulgar algo ilegal. Mas ninguém esperava o número de reclamações que têm chegado ao jornal porque ele deixou de publicar (e era o único em São Paulo que fazia isso) os milhares nossos de cada dia. (O JOGO...,2001)

A outra fonte de reclamações que a matéria revelava terem sido recebidas pelos criadores do novo projeto era o conjunto de temas que completava o triângulo de sustentação (local-polícia/esporte/variedades) da pauta do “rei das bancas”. Ressaltava o texto: “Mas o pior de tudo parece ter sido a retirada do caderno de TV, que era seguramente uma das atrações do *Diário Popular*.” (O JOGO...,2001). O destaque dado ao noticiário sobre celebridades e às programações de TV e espetáculos foi um dos pilares da sedimentação de um leitorado fiel.

Se é evidente que a linha editorial do jornal foi marcada pela intenção de agradar ao público universal que Morin (2005) explicita, dentro da necessidade de uma visão geral defendida por Miranda (2008, entrevista) ao relativizar as pesquisas com o público, não há dúvida de que foi no caderno *Revista* que a multiplicidade de interesses mais foi satisfeita. O sucesso da pauta definida pelo *Diário Popular* e a coincidência de outras publicações, inclusive as que se colocavam no segmento do “não-popular”, terem aberto espaço para esses temas lembra o conceito de circularidade social, explicitado em Bakhtin (1999), e retomado como evidência de que as culturas de classes afastadas economicamente se relacionam. Bakhtin (1999) usou o termo para ressaltar como na Idade Média, através do culto ao carnaval, as camadas mais pobres puderam inserir sua visão do espetáculo no ideário da nobreza. Ginsburg (1987) mostrou que o caminho inverso também é possível ao estudar o processo da Inquisição contra um moleiro de uma pequena cidade medieval italiana que divulgava idéias que na época só poderiam ser cultivadas por membros da intelectualidade. As indicações dos dois pesquisadores contribuem para a explicação de como uma miscelânea de temas pode atingir a variados estratos da população.

De forma empírica e por algumas contingências extra-editoriais, Miranda foi agregando ao caderno *Revista* jornal um leque de opções cuja soma de atributos o tornava interessante a um amplo público. A variedade de temas ia de uma coluna de xadrez assinada por um grande mestre brasileiro como Helder Câmara a um espaço explícito para a exploração da imagem da mulher como objeto de desejo, como a seção *As Boas do Arley*; de uma galeria de notas com fofocas sobre astros da TV, assinada pelo apresentador Gugu Liberato e depois por Sônia Abrahão, a uma crítica abalizada sobre a programação de responsabilidade do professor Carlos Chaparro; de uma coluna de badalação de membros da sociedade feita por Amaury Jr, a uma com a temática mais ferina de Walcyr Carrasco, substituído depois por Chaves Jr., entre outros exemplos.

O roteiro sobre a vida cultural da cidade e as crônicas de Lourenço Diaféria eram grandes pólos de atração. A interação com as pessoas “comuns” se dava através da coluna *Correio Afetivo*, assinada pela psicóloga Luisa Graziela Schwartz, onde os leitores (especialmente leitoras) expunham suas dúvidas sobre relacionamentos sentimentais e recebiam conselhos, e da página dominical *Casamentos*. Essa seção, além de orientações sobre festas, etiquetas e documentações e sugestões de roupa para noivos, publicava fotos

de cerimônias religiosas e comemorações que aconteciam em vários pontos da cidade, mesclando uniões acontecidas em igrejas luxuosas do jardim, com as celebradas em templos simples de bairros pobres. Também no domingo, saía a página *Aquarela*, com galerias de fotos da vida social do interior coletadas por Vera Martins e a página infantil *Amarelinha* que evoluiu para o caderno *Diário Criança*. Havia ainda, durante a semana, espaço para esoterismo, moda e palavras cruzadas e diversos tipos de passatempos. A primeira página do caderno trazia, praticamente, todo dia uma única reportagem com texto maior e várias fotos, onde eram destacados temas de comportamento, estréias de filmes ou shows, lançamentos de discos e personalidades artísticas de destaque.

Amaury Jr também teve, nos primeiros meses do projeto de Miranda, um suplemento de dez páginas, chamado *Flash*, onde se destacavam, a coluna assinada por Marisa Raja Gabaglia, a seção *Moda e Modos*, de responsabilidade de Helô Machado, e uma entrevista com personagens de destaque do mundo das badalações da considerada alta sociedade e do mundo artístico.

Um exemplo de como a formação do repertório do caderno se deu de maneira empírica foi a inclusão da coluna de xadrez, que, num primeiro momento, se adequava mais ao caderno *Esportes*. No entanto, como esse estava produzindo uma quantidade grande de material, Miranda decidiu colocar o assunto no *Revista*. A contratação do responsável pelo espaço, que recebia uma pequena quantia semanal como colaborador, se originou numa relação de amizade que superou a primeira impressão de que xadrez era tema que só interessaria a um público mais intelectualizado. O mestre internacional e várias vezes campeão brasileiro Hélder Câmara passou a fazer parte das páginas do jornal a pedido da campeã nacional e colunista do assunto no *Jornal do Brasil* Iluska Simonsen, mulher do ex-ministro Mário Henrique Simonsen (falecido em 1997). O casal era amigo de Ary Carvalho e solicitou que fosse aberto espaço para o enxadrista que lhe garantisse alguma remuneração, pois o mesmo passava por dificuldades financeiras.

Outro exemplo de conteúdo acrescentado por motivos de amizade foi a coluna de Ibrahim Sued, que era publicada pelo *O Globo* no Rio. Ibrahim, o mais conhecido colunista social da imprensa brasileira à época, revelou a Ary sua vontade de entrar no mercado paulista e lhe pediu para ter a coluna inserida nas páginas do *Diário*, o que aconteceu, antes ainda da implantação do modelo criado por Miranda. Jesus Rocha, um colunista de humor,

que estava na *Última Hora* também foi incorporado ao jornal, depois da extinção da publicação carioca, pelo relacionamento de amizade que tinha com Miranda. Já Arley Pereira, devido a desentendimentos que teve com Miranda no passado temia não permanecer no quadro, pois sua coluna que, priorizava assuntos de TV e era publicada no *Popular da Tarde*, sobrepunha-se a de Gugu Liberato. Miranda, no entanto, o encarregou de produzir “*As boas do Arley*”, com notícias ligadas à movimentação noturna e que destacava sempre uma mulher em pose sensual, em um estilo que lembrava a *Última Hora*.

O ponto alto do investimento na área de celebridades foi o lançamento do *Diário na TV*, suplemento tamanho tablóide que circulava aos domingos, com informações sobre o mundo da ficção. A divulgação dos capítulos das telenovelas era um dos destaques do caderno que foi o pioneiro no formato na imprensa paulistana, com *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* lançando produtos similares, quando o caderno do *Diário* se consolidou como atrativo de vendas.

Miranda, apesar da abertura a todos os temas, impôs um padrão de proporcionalidade na hierarquização dos destaques. É emblemático de seu critério, o acontecido no dia da morte de Charles Bukowski⁷³. O editor Danilo Angrimani entrou na sala com a prova da página, que deveria ser a primeira do caderno *Revista*, cujo espaço total era dedicado ao escritor falecido, incluindo uma foto de grandes proporções. Miranda observou por alguns minutos e perguntou; “E quando morrer o Roberto?”. Essa citação ao cantor Roberto Carlos, um dos mais destacados ídolos populares do Brasil, para caracterizar a noção de que havia exagero na edição, passou a ser um referencial na redação, na hora de se decidir o valor/notícia (Wolf, 2005) de um fato. Curiosamente, Miranda infringiu seu conceito de proporcionalidade no noticiário sobre o assassinato de José Aparício Basílio. O empresário, dono da marca de perfumes Rastro e figura constante nas colunas sociais, foi morto com 97 facadas por um garoto de programa e Miranda, argumentando que desejava ser comentado na chamada alta sociedade, determinou que fossem editadas duas páginas sobre o crime, incluindo depoimentos de diversos amigos da vítima.

Além do triângulo de sustentação que dominava a maior parte do espaço do jornal, o *Diário*, que se transformou em “rei das bancas”, investiu na área sindical, com a estratégia

---

⁷³ Charles Bukowski nasceu na Alemanha em 16 de agosto de 1920 e viveu nos Estados Unidos desde os nove anos. Morreu em 9 de março de 1994 de leucemia e foi um dos escritores e poetas mais influentes da literatura norte-americana, caracterizando-se por seu estilo considerado “maldito” ou “*underground*”.

de colocar em suas páginas categorias que não conseguiam visibilidade efetiva nos demais veículos. A editoria também dava destaque ao noticiário de interesse dos aposentados, que formavam expressiva fatia do público do jornal, e contava com o *Diário do Servidor*, uma tradicional coluna publicada desde os tempos dos Ferrentinis, com informações sobre o funcionalismo das várias instâncias. O noticiário macro-econômico era completo, mas havia a preocupação de estabelecer um viés didático aos textos e a página dominical *Economia Popular* cumpria o papel de ressaltar possibilidades de investimentos para pequenas quantias, além de fornecer dicas de como gastar menos em contas de luz, água, etc. Na segunda-feira, eram editadas duas páginas com a *Defesa do Consumidor*, onde reclamações dos leitores insatisfeitos com fornecedores e prestadores de serviço eram colocadas.

Ao noticiário político eram destinadas de duas a três páginas diárias, além da página de opinião. Nessa, publicava-se uma charge sobre tema de destaques nas esferas do poder, o editorial que passou a ser redigido por Mário Romano, com o afastamento definitivo do general Moziul Moreira Lima, e colunas assinadas por Hermano Alves, Mauro Santayana, da sucursal de Brasília, além de colaboradores eventuais. O noticiário internacional era o que tinha o menor espaço: uma página, salvo em casos de guerras e grandes tragédias.

Completando seu leque de temas para agradar a todo tipo de leitor, o jornal publicava um suplemento de Turismo e o *Caderno de Automóvel* que ganhou impulso e se transformou em importante fonte de receitas, através do crescimento do número de anúncios classificados. Entre as iniciativas para agregar valor ao conteúdo do jornal, houve duas que enfrentaram problemas e não aumentaram a tiragem: o *Diário Sertanejo*, lançado durante o *boom* das grandes duplas do gênero, que vendiam mais de um milhão de cópias de cada disco (o CD estava em fase embrionária), e o *Diário da Zona Leste*, que acabou tendo sua pauta superposta com a do jornal no geral.

5.4 A saída de Miranda e a “preparação da noiva”

A globalização da economia tem provocado seguidas vendas de empresas e fusões de grandes conglomerados. Essa movimentação gerou o jargão “preparar a noiva” para se

referir a operações em que uma empresa é saneada financeiramente, tem seus custos redimensionados e vendas estimuladas de diversas maneiras para tornar-se atraente a um possível comprador. A análise das circunstâncias em que ocorreu a venda do *Diário Popular* para as *Organizações Globo* indicam que o jornal passou por um momento deste tipo. No entanto, não é possível estabelecer quando exatamente foi colocada em prática a operação. A saída de Miranda do comando da redação facilitou o processo, mas ainda indicava a ambição de mudar o perfil do jornal e concorrer com *Estado* e *Folha*. Ao explicar a substituição de Miranda, Quércia ressalta:

Por que o Miranda saiu? Porque o jornal começou a crescer e nós queríamos que o jornal crescesse. O Miranda, enquanto ele não chegasse no jornal, ninguém fazia nada. Você deve saber disso. A reunião de pauta tem que ser feita de manhã cedo, você tem que ver o que está acontecendo na cidade, precisa organizar o pessoal na área de esportes, polícia. O Miranda concentrava tudo na mão dele. Ele era um gênio, ele sabia dar a primeira página, mas ele ficava até de madrugada, ia dormir às 5 da manhã e chegava no jornal às 2 da tarde. Enquanto ele não chegava, o jornal não começava a trabalhar na redação. Aí veio o Josemar, aí o Miranda ficou como conselheiro (QUÉRCIA, 2006).

Há exagero na afirmação de Quércia, pois a redação contava com uma eficiente chefia de reportagem e um quadro de editores que estava conscientizado do padrão do jornal. A saída de Miranda, na verdade, se ligava à intenção de mudar o perfil do jornal. Essa estratégia revelou o paradoxo de a publicação ter ensaiado um movimento de rejeição paulatina das características editoriais que explicavam seu sucesso. O processo orientado pelo substituto de Miranda, Josemar Gimenez, atualmente diretor de *O Estado de Minas* e *Correio Brasiliense*, ficou a meio caminho, deixando o *Diário Popular* com o mesmo problema da fase anterior que era a indefinição do perfil. Nelson Nunes, ao falar das diretrizes da troca de diretores, revela:

O Josemar tentou qualificar um pouco o jornal. E eu lembro que ele se empenhou muito e me envolveu pessoalmente na contratação do Alberto Helena Jr., um colunista muito conceituado da Folha, talvez um dos melhores textos da imprensa esportiva do Brasil. O Josemar queria qualificar o Esportes com a coluna do Alberto Helena e a gente conseguiu tirá-lo da Folha [...] e em outras editorias o Josemar tentou fazer isso, de trazer gente mais qualificada para escrever, colaboradores, criou aquela coisa da reportagem especial com Xico Sá, com o José Luis Longo (NUNES, 2008).

O recorde de vendas, em 1996, não veio em função das mudanças no sentido de qualificação, mas sim graças aos efeitos do crescimento da capacidade de consumo da população gerado pelo Plano Real, implantado em 1994. Foi o período em que todos os veículos da capital melhoraram seus desempenhos, sendo que tanto *Folha* quanto *Estado* cresceram proporcionalmente mais que o *Diário* que ambicionava enfrentá-los. Em 5 de julho de 1998, o jornal inaugurou um moderno parque gráfico na via Anhanguera e passou a ser impresso em cores.

A modernização foi acompanhada de uma intensa campanha para atrair leitores que envolveu sorteios de apartamentos e distribuição. Foi nesse momento que Quércia fez sua segunda tentativa de se posicionar como concorrente de *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, tanto na tiragem como no número de anúncios classificados. Em Batista (2000, p.86), ele deixa claro a intenção ao rechaçar a idéia de que disputava mercado com o *Agora*: “Com a Folha de S. Paulo nós brigamos, Estadão também a gente briga se for preciso. São estes nossos concorrentes”. A estratégia se concentrou em fortalecer edição de domingo, intensificando a distribuição de brindes, aumentando o número de páginas e lançando a revista *Já*.

Nunes lembra da importância que a edição dominical assumiu, após o início da impressão a cores: “o sorteio dos apartamentos foi nessa época, o lançamento da Revista Já foi nessa época, a idéia foi transformar o jornal de domingo em um produto diferenciado do dia-a-dia” (NUNES, 2008). Batista (2000) mostra o efeito positivo dos anabolizantes que levaram o jornal a ter seu melhor ano em 1999:

Junto com a nova edição colorida, o jornal lança uma outra novidade. Comprar o Diário Popular a partir daquela data passou a valer prêmios para os leitores. No início quem juntasse 40 selos, de julho a setembro, ganharia três CDs. Depois vieram outros prêmios e outros atrativos para levar o leitor a comprar todos os dias [...] Os investimentos e, em especial, as promoções parecem dar resultado. A circulação média do Diário Popular em 1999 ficou em 143.618 exemplares, segundo o IVC. Mas analisando mês a mês estes dados, há momentos em que o jornal chega a vender 234 mil exemplares, como aconteceu aos domingos no mês de novembro de 99. (BATISTA, 2000, p.74-75)

Sobre a utilização dos “anabolizantes” valem duas observações. A primeira encontra-se em Silva (2005), numa tentativa de encontrar atenuante para a prática implantada na *Folha de S. Paulo*: “a *Folha*, ao contrário de outros jornais no Brasil e em

outros países, limitou os brindes a produtos culturais (em vez de carros, imóveis ou objetos de uso doméstico). Deu certo: em 12 de março de 1995, a *Folha* atingiu a circulação paga de 1,6 milhão de exemplares” (SILVA, 2005, p. 29). O segundo registro é que oferecer atrativos extra-redação a assinantes e leitores é uma estratégia antiga no Brasil. A *Província de São Paulo*, desde seu primeiro mês de vida, em 1875, sorteava entre os que pagavam corretamente suas assinaturas quantias em dinheiro, normalmente dois prêmios pela loteria oficial. Em dezembro de 1898, a estratégia do jornal foi dar um livro a quem fazia uma assinatura semestral e dois a quem fizesse a anual, podendo os leitores escolher entre sete títulos, arcando com as despesas com o envio, como se lê na página 1 da edição de 9 de dezembro de 1898. Da mesma forma, se encontra no *Correio Paulistano* de outubro de 1928, anúncios de sorteios de prêmios em dinheiro entre quem fizesse assinaturas.

Já a *Folha da Manhã* de 6 de outubro de 1931 mostrava em sua primeira página a foto de um “palacete” que seria sorteado entre os leitores e assinantes, numa promoção que daria ainda uma “baratinha” Fiat, um terreno na “Villa Congonha” e outros prêmios que totalizariam “105 contos”.⁷⁴ Também os leitores da *Folha da Tarde* seriam beneficiados e o sistema de premiação seria através da troca de 300 cupons que seriam vinculados a um número de loteria.

No caso do *Diário Popular*, não há registro, nos exemplares pesquisados para a elaboração deste trabalho, de que a utilização desses recursos tenha ocorrido até a iniciativa de Quércia, na implantação da impressão em cores. Inclusive, no período de sucesso de vendas sob a direção de Miranda, um dos pontos destacados pelos analistas do setor era o fato de o jornal ser líder em bancas sem oferecer brindes ou promover sorteios. A opção por essa estratégia, que é considerada parte da “preparação da noiva”, se deu paralelamente ao investimento para conseguir incrementar o volume de anúncios classificados. A tática adotada, que permitiu ao jornal bater recordes no segmento, foi conceder a imobiliárias e revendedoras de automóveis espaços a preços baixos e, muitas vezes, gratuitos. Enquanto Quércia se vangloria deste feito, lembrando de campanhas publicitárias, nas quais foram explorados os personagens *Mana* e *Mingo*, gatos estilizados que devoraram o “rato” utilizado na propaganda dos classificados da *Folha de S. Paulo*, Malfatti, que trabalhava na época no departamento comercial dirigido por Roberto Loberto, questiona a estratégia:

---

⁷⁴ Ver anexo A17.

Ele conseguiu vender muito mais jornal, com 15 mil anúncios no final de semana, você apresenta na banca um jornal com 200 páginas de anúncios. Você gastar dinheiro de papel do jornal de 200 páginas não é fácil, você tem que ter um investimento. O investimento deu certo? Talvez tenha dado certo para o Quércia, ele conseguiu o objetivo dele, vender o jornal com uma tiragem boa nas bancas (MALFATTI, 2005).

O período em que Quércia investiu na tática de alavancar simultaneamente o volume de classificados e a venda em banca remete à constatação de Ricardo Gandour de que o jornal estava em um processo de “bolha” na tiragem quando foi adquirido pelas *Organizações Globo* (GANDOUR, 2006). A esse respeito circulava na redação a informação de que o ex-governador também inflava as vendas de domingo, comprando o encalhe, numa tentativa de burlar o IVC, outra maneira de “preparar a noiva”⁷⁵. Quando solicitado a comentar as insinuações, Quércia, referindo-se às *Organizações Globo*, diz “eles ficaram dois meses lá, analisando tudo” (QUÉRCIA, 2006).

O ex-governador, ao falar de sua incursão pelo mercado de mídia impressa paulistana repete à exaustão que agiu como empresário e que ganhou dinheiro com a compra e venda do *Diário Popular*. Diz que, muito antes da efetivação do negócio, foi sondado pelas *Organizações Globo* sobre sua disponibilidade em vendê-lo, mas esperou o momento que lhe pareceu ideal, bem como assinada que tratou diretamente dos detalhes com João Roberto Marinho. Segundo a *Folha de S. Paulo* os valores envolvidos na transação foram de R\$ 200 milhões (aproximadamente US\$ 90 milhões, pela cotação da moeda norte-americana publicada na mesma edição do jornal), dos quais R\$ 100 milhões corresponderiam a dívidas assumidas. (GLOBO...,2001). Ao se candidatar a governador em 2006, Quércia, que mantém o controle do PMDB paulista e influência na legenda a nível nacional, a ponto de ser assediado constantemente por antigos adversários que já o acusaram de corrupção, apresentou à Justiça Eleitoral declaração de Imposto de Renda mostrando ser o mais rico pretendente ao cargo com patrimônio de R\$ 111.365.991,20. Um saldo credor de R\$ 35.094.582,35 junto às *Organizações Globo* pela venda do *Diário*

---

⁷⁵ O método de controle do IVC envolve a apuração do total de papel comprado, a verificação da saída dos exemplares das rotativas, a comparação entre as vendas declaradas e as receitas de circulação contabilizadas no caixa e a contagem do encalhe. Para burlar o sistema, a empresa tem de desviar o encalhe e colocar o dinheiro da venda simulada no caixa. É uma operação possível, mas de difícil execução por envolver muitas pessoas o que facilitaria o vazamento de informações sobre a fraude.

Popular aparece como o item mais significativo na relação de bens, onde se misturavam ações de empreendimentos imobiliários e investimentos em agropecuária.

Auferir lucro com a compra de empresas familiares em situação financeira complicada, em razão de desentendimentos entre acionistas, e a venda, depois de organizadas, é uma prática de oportunidade disseminada em todos os setores da economia, não se caracterizando a transação como irregular. No caso do *Diário Popular*, este aspecto que poderia ser relevado, fixando-se o interesse acadêmico apenas no modelo editorial que sustentou o reerguimento da empresa, porém ele se tornou elemento preponderante na medida em que foi custeado, em grande parte, por verbas publicitárias do estado.

Ao contrário da operação na qual o *Diário Popular* deixou de ser propriedade do bisneto do fundador e passou a pertencer ao ex-governador Orestes Quércia, a transferência para as *Organizações Globo* não foi feita de maneira misteriosa. Precedida por alguns meses de boatos sobre a disposição de Quércia de se desfazer da empresa, a venda foi comunicada na edição de 7 de abril de 2001, em um quadro de duas colunas, na parte inferior da primeira página, com o título “DIÁRIO POPULAR passa a fazer parte das Organizações”. O texto enfatizava que o jornal era líder em classificados e de vendas em bancas no estado. No dia anterior, os editores haviam sido informados da concretização da negociação por Joaquim Alessi, que estava no cargo de diretor de redação e cuja efetivação pelo governador no posto, após interinato provocado pela saída de Josemar, fora um dos indícios, captados pela equipe de jornalistas, de que a publicação estava à venda.

5.5 *Diário de S. Paulo*, o sucessor que não sucede

O *Diário Popular* sobreviveu menos de cinco meses como propriedade das *Organizações Globo*. As informações de que pesquisas detectaram a rejeição do mercado publicitário à expressão “popular” e levaram a seu fim merecem ser analisadas com reservas, pois os estudos para a substituição começaram imediatamente após a chegada dos novos executivos. O tempo para se auscultar a opinião do mercado, analisar os resultados e tomar uma decisão tão radical como é extinguir um jornal e lançar outro, seria insuficiente a menos que as pesquisas tivessem sido feitas antes da assinatura do contrato de compra.

Joaquim Alessi, após três meses passando informações à direção, inclusive à cúpula do grupo no Rio de Janeiro, foi demitido e Orivaldo Perin, editor executivo de *O Globo*, foi nomeado diretor de redação.

A indicação sinalizava a possibilidade de as mudanças no perfil serem pequenas, uma vez que Perin tem em seu currículo a participação na consolidação de *O Dia* carioca. Esse jornal, de propriedade de Ary Carvalho, foi um fenômeno de vendas capaz de assustar as *Organizações Globo* que se viram obrigadas a lançar o *Extra*, para ocupar espaço no segmento popular. Mesmo com um diretor de redação com essa experiência, os passos da nova direção acabaram indicando que o jornal vivia mais crise de identidade, comparável ao período de 1983 a 1988, quando tentou se descolar da imagem de local sem condições de ser nacional. Nelson Nunes lembra que Juan Ocerin, o executivo espanhol que assumiu a transição, foi quem mais lutou pela opção de criar um novo jornal. Nas reuniões, ele projetava um público de um milhão de pessoas que poderiam se transformar em leitores.

Ele imaginava que existia um grande universo da classe média não atendida por jornais de São Paulo. Por que a *Folha* e o *Estado* eram muito altos e o *Agora* e o *Diário* eram muito baixos e tinha uma camada de um milhão de pessoas que não era atendida por nenhum dos quatro veículos. Então ele imaginou criar um jornal que atendesse esse um milhão de pessoas, que era um jornal popular, mas qualificado, menos polícia, não usar termos como “Timão”, “Verdão”. É obvio que isso descaracterizou o jornal, você não criou nem um produto novo e descaracterizou o que você tinha (NUNES, 2008).

Como Ocerin desfrutava da plena confiança dos proprietários do grupo, sua opinião equivalia à sentença de morte (a sétima) para o *Diário Popular*. Só faltavam os detalhes da “execução”. Nunes (2008) diz que as pesquisas apontando “que a palavra ‘popular’ jogava o jornal para baixo e provocava uma enorme confusão com o *Notícias Populares*” eram sempre citadas nas reuniões para definir o novo projeto gráfico, no qual se analisou a hipótese de se utilizar apenas o nome “*Diário*”. Um ano depois da ressurreição do *Diário de S. Paulo*, Perin revelou a Arruda (2006), as dúvidas que cercaram a operação:

O diretor de redação, Orivaldo Perin, conta que um ano depois, as pesquisas indicavam que o projeto tinha alcançado seus objetivos: ser um jornal de qualidade voltado para São Paulo. “Na verdade, era um jornal que em seus primeiros meses sabia mais o que não queria ser do que o contrário”, conta o diretor, acrescentando que o *Diário de S. Paulo* tinha certeza de que não queria ser como os grandes e tradicionais jornais da capital paulista, nem como os

jornais populares estigmatizados pelo mercado anunciante e pela maioria da população (ARRUDA, 2006, p.125)

A matéria de *O Globo* publicada em 24 de setembro de 2001 sobre a substituição do jornal, que tinha como título “*Um novo diário para São Paulo*”, mostra que a visão interna do grupo era de que estava se matando a publicação fundada em 1884. A abertura foi clara: “Herdeiro direto do ‘Diário Popular’, chamado de ‘rei das bancas’ paulistanas, estreou ontem o ‘Diário de S. Paulo’”. (UM NOVO..., 2001). A palavra “herdeiro” e a repetição do adjetivo “novo” três vezes no texto indicavam que o redator se preocupava em enfatizar a existência de um outro jornal. O texto falava das novidades, do incremento nos classificados, de novos colunistas e da circulação:

A seção de classificados também ganha força no domingo, com segmentos de cursos, concursos, veículos e imóveis. Entre as novidades do novo diário paulistano estão colunistas como Miriam Leitão, Ancelmo Góis, Carlos Nascimento, Manoel Carlos, Osmar Santos e Karen Kupfer. Segundo o IVC o ‘Diário Popular’ ocupava em agosto a terceira posição em vendas, com 124,3 mil exemplares durante a semana e quase 181 mil no domingo (UM NOVO..., 2001).

O lançamento do novo jornal foi marcado por promoções junto aos jornalheiros e a primeira edição da nova fase teve tiragem de 350 mil exemplares, dos quais teriam sido vendidos 250 mil, conforme declarou na época Merval Pereira ao portal *Comunique-se*. Como no final de 2001, segundo o IVC, o jornal terminou com a venda média diária de 129.080 exemplares, deduz-se que o número da semana de estréia não se repetiu. Em dezembro, as *Organizações Globo* já realizaram cortes na redação, dispensando 26 profissionais, e o *Comunique-se* registrou:

A justificativa é a queda no faturamento publicitário, mas fonte próxima a agência de publicidade disse a *Comunique-se* que o *Diário Popular* tinha um primeiro caderno de 16 páginas e, agora, está com média de 22. “Veja bem” - disse a fonte - “o consumo de papel aumentou uns 30 por cento, mas o faturamento caiu, ou seja, o jornal foi obrigado a vender seu espaço mais barato, para poder enfrentar a ofensiva que a Folha e o Estado lançaram contra ele” (DIÁRIO DE..., 2001)

Oito meses depois da mudança, Ocerin deixou a empresa e foi para a revista *Época* de onde veio Ricardo Gandour. É ele quem reconhece que houve um erro de foco no lançamento. Comparando a incursão das *Organizações Globo* no mercado da mídia impressa diária de São Paulo com a tomada de Constantinopla pelos turcos⁷⁶, Gandour admite que o grupo, ao realizar a compra, tinha como meta se transformar em concorrente de *O Estado de S.Paulo* e da *Folha de S.Paulo*. “Embora o discurso do relançamento tivesse sido de visar a classe B, classe do meio, as iniciativas de relançamento jogaram o jornal muito pra cima, pra competir com *Folha* e *Estado*, mesmo” (GANDOUR, 2006). Na análise sobre as razões de o objetivo não ter sido atingido, Gandour, ao citar a divisão do mercado leitor de São Paulo, faz uma observação que converge para as teorizações de Kapferer (2004) de que existe ligação profunda entre marca e público:

Nos últimos 14 anos, todos caíram e há dois ou três anos, ensaiam uma estabilização, eu digo ensaiam porque é cedo demais para dizer se vão parar de cair. Agora, quando se analisa a participação percentual de cada jornal no total, o famoso *share* é mais ou menos a mesma, ou seja, São Paulo parece ser um mercado em que cada jornal tem seu clube de leitores e aí está. Não há, nos últimos cinco anos, de 2000 para cá nenhum movimento de troca de posição (GANDOUR, 2006).

A afirmação ignora o fato de o *Agora* ter superado o *Diário de S. Paulo* em 2004, situação que permanece até hoje, mas reforça a impressão de que as *Organizações Globo* menosprezaram a relação de afetividade entre leitor e veículo. Um dos responsáveis pela troca dos jornais, o diretor da *Infoglobo* Merval Pereira, na véspera da operação, em entrevista ao *Comunique-se*, mostrava as incoerências do discurso do grupo: “O desenho do novo *Diário de São Paulo* é lindo’, disse Merval ao *Comunique-se*, explicando que ele não sofrerá com o fracasso do título no passado, porque “não há mais memória do antigo *Diário de São Paulo*” (NOVO..., 2001). Apostando que o tempo havia eliminado a memória do jornal ressuscitado, o grupo, contraditoriamente, ambicionava ter a manutenção automática da memória positiva da publicação que estava enterrando. O efeito acabou sendo a

---

⁷⁶ A tomada de Constantinopla pelos turcos em 1453 marcou o fim do Império Bizantino, também conhecido como Império Romano do Oriente, e representou o fim de uma cultura, além de obrigar o Ocidente a se mobilizar na procura de um novo caminho para o Oriente.

migração do público do *Diário Popular* para o *Agora* e *Jornal da Tarde*, conforme Ruy Mesquita informou à *TV Cultura*:

O *Jornal da Tarde* está em muito boa situação financeira e concorrendo com o *Diário de S. Paulo* que o *Globo* cometeu o erro inicial já (sic) de mudar de nome, um jornal que tinha um público tradicional, chamava *Diário Popular*, virou *Diário de S. Paulo* e que, com toda propaganda gratuita da poderosíssima *Televisão Globo* e tudo isso, não vai lá (sic) das pernas (MESQUITA, 2004).

Os primeiros resultados negativos da troca levaram a uma intensificação da tática de denotar continuidade e isso acabou por deixar o jornal sem identidade. Gandour, a quem coube definir um caminho, assinala:

Procurei dar mais nitidez a uma lógica de mercado porque voltar é impossível, loucura. Pra mim ficou claro, que em São Paulo, até por mérito das suas trajetórias, a *Folha* e o *Estado* se tornaram nacionais, então a metrópole ficou sem um veículo. O *Jornal da Tarde* tentou e ocupou o posto por várias oportunidades, mas naquele momento estava desfocado e o *Agora*, na pesquisa, aparece como o sucessor do *NP*, o melhor sucessor, então a gente optou por sedimentar um posicionamento intermediário. Eu fui estudar no mundo como estava isso e achei guarida, principalmente na Inglaterra e Espanha. Na Inglaterra eles chamam de *middle-market*, é um jornal que não é popularesco, mas também não é *quality*, não é macro, lá é o *Daily Mail* que é um jornal popular mas tem credibilidade, é levado à sério. E na Espanha eles chamam de *híbrido*, seria o caso do *El Periódico*, que é um jornal que se apropria de ingredientes do jornalismo popular que é forte em polícia, esporte, celebridades, TV, mas cobre bem política, é levado a sério. (GANDOUR, 2006)

É importante ressaltar que as características encontradas por Gandour em seus paradigmas europeus são praticamente idênticas às que definiam o perfil do *Diário Popular* em sua época de “rei das bancas”. Suas palavras, além de explicitarem a preocupação de separar “popular” de “jornal levado a sério”, revelam o recuo das *Organizações Globo* e comprovam o exagero da comparação de seu projeto com a tomada de Constantinopla. Também é válido lembrar que os conceitos de *middle-market* e *híbrido* que ele destaca se equivalem ao modelo que vários pesquisadores brasileiros passaram a denominar, “massivo” ou “popular-massivo”, enquadrando na categoria o *Extra* e *O Dia* (do Rio de Janeiro), *Agora* e *Jornal da Tarde* (de São Paulo) e *Diário Gaúcho* (de Porto Alegre).

Com Gandour houve a substituição do diretor de redação, saindo Perin e assumindo Paulo Moreira Leite, que era correspondente de *O Globo* em Washington. Nunes (2008) assinala que a troca levou a nova crise de identidade:

O jornal sofreu um processo de novo de perda de identidade porque o Paulo Moreira Leite é um cara de revista e muito ligado em matérias investigativas, de política, de economia, então o jornal largou mão um pouco de novo do que vinha fazendo para tentar entrar em uma seara mais de jornalismo investigativo, de grandes reportagens. O jornal fez grandes reportagens, reportagens muito boas mas abandonando o seu DNA de jornal popular. E o período do Paulo durou um ano e meio. Ele se desentendeu com o Gandour, saiu, o Gandour assumiu a redação e a gente brincava que ele tocava do caixa a notícia (NUNES, 2008).

Gandour se transformou em um executivo que chegou a lembrar diretores de jornais do começo da história da imprensa brasileira, acumulando as funções de superintendente da empresa, com controle das áreas de produção, financeira, comercial e circulação, e de diretor responsável, equivalente a editor-chefe. Com o apoio de três editores-executivos, ele administrou a empresa até setembro de 2006 e marcou a definição do jornal como concorrente do *JT*, que ele considerava o outro paradigma de *middle market* da capital.

Ao sair do *Diário*, Gandour foi contratado para ser diretor de conteúdo do *Grupo Estado*, onde passou a comandar também o jornal com o qual disputava leitores. Isto obrigou as *Organizações Globo* a definir uma estratégia de fortalecimento da publicação, tarefa entregue a Luiz André Alzer, vindo do carioca *Extra* para ser o novo editor-chefe. Em abril de 2007, os dois jornais anunciaram mudanças, registradas por Eduardo Ribeiro, em sua coluna *Jornalistas & Cia* do portal *Comunique-se*, em matéria com o título “As reestruturações de *JT* e *Diário de S. Paulo*”. No jornal dos Mesquita, houve o afastamento do editor-chefe Celso Kinjô e do editor executivo Fernando Fernandes. Ambos tinham sido responsáveis pelo projeto de “popularização” do jornal, que lhe garantiu deixar de ser deficitário e entristeceu Ruy Mesquita. Eles também comandaram a reformulação gráfica e de conteúdo, em abril de 2006, planejava para realçar o perfil de *middle-market*, ou “popular-massivo”. No *Diário*, as alterações não atingiram a equipe, mas o conteúdo:

O pacote de novidades editoriais anunciado tem por objetivo deixar o *Diário* mais atraente, melhor editado e ainda mais próximo de seus leitores. Acompanhe as mudanças. O caderno Viver, de Variedades, passa a se chamar, de 2ª a sábado, Vamos Ver, mantendo o nome anterior nas edições dominicais. Em termos de conteúdo, o Vamos Ver terá como carro-chefe as notícias de tevê e o Viver, temas como comportamento, saúde e bem estar. O caderno passa a adotar oficialmente o formato tablóide [...] A contracapa do 1º caderno muda e passa a abrigar diariamente o *Diário da Fama*, sob a responsabilidade de Guilherme Samora. Essa página abrirá espaço para mostrar os bastidores do mundo das celebridades e será feita em sinergia com a *Retratos da Vida*, do *Extra* [...] Outra contracapa que ganhará uma seção fixa é a do caderno de Economia, sobre Saúde,

com edição de Jaqueline Falcão e circulação de 2ª a sábado.[...] Esta página também está ganhando a seção Qual é o seu problema, com perguntas de leitores [...]. Na 2ª.feira, dia mundial do início das dietas, essa página será temática, dedicada exatamente a Dieta e Boa Forma, sempre apresentando uma receita light. [...] A página 2 também foi inteiramente remodelada. Além de incluir Previsão do Tempo, Diário do Leitor (com cartas dos leitores) e a tradicional seção Há cem anos, com notícias publicadas pelo jornal um século atrás, a Página 2 terá diariamente uma coluna âncora[...]. Às 2ªs.feiras tem o Gente da Cidade, produzida por Donizete Costa, com o perfil de personalidades marcantes, mas anônimas, da cidade; às 3ªs é a vez de Nós Testamos, com Carol Knoeloch, que a cada semana testará um serviço tradicional da cidade, [...] às 4ªs é o dia de Meu Começo, com Eric Fujita, que vai mostrar o começo e a evolução da vida de personalidades da cidade[...].às 5ªs, o espaço será ocupado por Glenda Pereira, com Trânsito Livre, que vai se debruçar sobre as condições de tráfego da cidade, além de trazer dicas de trânsito de motoboys e motoristas de táxi [...] às 6ªs, chega São Paulo que eu Adoro, com Marcos Carrieri, que toda a semana convidará uma personalidade da cidade para elaborar um roteiro de fim de semana que considere ideal [...] os sábados serão dedicados ao Cadê Você, com Nicolau Radamés Creti, seção que, como o nome diz, procurará descobrir e mostrar como estão hoje personalidades que um dia foram famosas [...] os domingos vão abrir espaço para Júlio César Barros mostrar o É cada Coisa!, com um resumo das notícias mais pitorescas da semana (RIBEIRO, E., 2007)

5.5.1 Sub-segmentação do “popular”, uma tendência paulistana

O acompanhamento das edições do *Diário de S. Paulo* no período de 8 a 17 de julho de 2008 mostra que a divisão implantada há 15 meses continua em vigor, praticamente sem alterações, apenas com mudanças de responsáveis pelas seções. Colocando essas edições ao lado das do *Jornal da Tarde* e das do *Agora*, que completam o segmento denominado popular na capital paulistana, e comparando-as com as edições de 8 a 14 de julho de 1996 do *Diário Popular*, último ano de Miranda, ressaltam-se duas evidências: a primeira é a significativa diferença na quantidade de informações sobre a vida da cidade⁷⁷, como mostra a tabela abaixo. Cotejados dias da semana iguais, o

⁷⁷ Foram contadas informações da capital e do interior, independentemente do espaço que ocuparam nas páginas, sobre as ocorrências em que os moradores são personagens ou sofrem alguma consequência, como sejam problemas de violência, obras viárias, greves que alteram rotina, shows em áreas públicas, etc. Política, economia, variedades e esportes ficaram fora desta compilação, considerada empírica e de amostragem limitada. Devido ao feriado de 9 de julho, criado em 1997, comemorado numa quarta-feira em 2008, a comparação envolveu duas edições de cada publicação de terça à quinta referentes ao período atual.

Diário Popular, publicava, em média, o triplo de notícias enquadráveis na classificação de “matérias locais”, como se observa na tabela abaixo:

DIA DA SEMANA	DATA	INFORMAÇÕES SOBRE A VIDA DA CIDADE				
		DIÁRIO SP	JT	AGORA	DIÁRIO POPULAR	
3ª FEIRA	08/07/08	21	12	23	55	11/07/96
	15/07/08	18	21	26		
4ª FEIRA	09/07/08	32	20	31	58	12/07/96
	16/07/08	28	25	30		
5ª FEIRA	10/07/08	20	14	20	70	13/07/96
	17/07/08	26	25	28		
6ª FEIRA	11/07/08	28	14	36	79	14/07/96
SÁBADO	12/07/08	36	20	28	76	08/07/96
DOMINGO	13/07/08	22	19	22	58	09/07/96
2ª FEIRA	14/07/08	18	12	16	51	10/07/96

A segunda constatação é de que os três jornais oferecem um repertório de temas que guarda relação com a pauta do *Diário Popular*, porém nenhum tem a preocupação de agradar ao “público universal” a que Morin (2005) se refere e que o jornal comandado por Miranda se dispôs a atingir. Apesar de enquadrados em um mesmo segmento, eles estabeleceram patamares diferenciados de atuação, numa acomodação que remete à idéia de sub-segmentação, onde o *Agora* visa a parte inferior do grupo, o *JT* a mais elevada e o *Diário de S. Paulo* flutua entre as duas. Isso não implica que as três publicações deixem de se mobilizar para retirar nacos da fatia das outras. Nunes (2008), ao falar da posição do *Diário* no mercado, revela a dificuldade da redação tem para visualizar seu espaço editorial:

O leitor do *Diário* está mais próximo do leitor da *Folha* do que do leitor do *Agora*. A gente tem feito pesquisas qualitativas com grupos de leitores e muitos dos nossos assinantes, são ex-assinantes da *Folha*. Acharam a *Folha* mais cara e passaram a assinar o *Diário*. A gente quase não tem essa migração do *Agora*. O nosso concorrente de venda em banca é o *Agora*. Mas o nosso concorrente é mais o cotidiano da *Folha*, no sentido de cobertura de cotidiano, a gente não quer concorrer com a *Folha* na política, economia, mas como a gente é um jornal metropolitano, um jornal local, a nossa cobertura de cidades está muito mais

próxima da *Folha* do que do *Agora*, embora na banca a gente trafega no mesmo universo dos leitores do *Agora* e do *Jornal da Tarde* (NUNES, 2008).

Essa sub-segmentação de um universo de leitores, que pode ser considerado pequeno se consideradas a população da cidade, a tiragem dos títulos classificados como “não-populares” e as vendas em outros mercados do país, cria o desafio de se conciliar a necessidade de fidelizar o público do nicho-alvo e de oferecer opções aos demais. Mesmo com a amostragem limitada de dez edições, percebe-se que o *Agora* se posiciona mais claramente sobre quem deseja atingir. Exemplo disso é o destaque ao noticiário que interessa aos aposentados e o espaço para informações sobre o funcionalismo. No período analisado, sete manchetes se destinam aos aposentados ou a quem pensa em se aposentar. O *Diário de S. Paulo* tem, às terça-feiras, seu *Diário do Aposentado*, em uma página.

Os dois se assemelham também na maneira de abordar o mundo das celebridades. O *Agora* destaca, sempre, uma mulher em pose sensual na página 2 (coluna *Olá* de Odair Del Pozzo) e o *Diário de S. Paulo* usa este recurso no *Diário da Fama*, na contracapa do primeiro caderno. Em 8 de julho, os dois dão a mesma foto da auxiliar de palco do programa da *TV Globo*, Dany Bananinha, fornecida pela divulgação da revista *VIP*. O caderno *Show* do *Agora* e o *Vamos Ver* do *Diário*, ambos em formato tablóide, privilegiam personagens das novelas da *TV Globo*.

A preocupação com o consumidor, no *Diário*, merece menos de uma página semanal, às segundas-feiras e a seção “Nós Testamos”, nas terças-feiras. O *Agora* publica uma página diária *Defesa do Cidadão*⁷⁸ que mostra uma média de seis reclamações com resposta das empresas e inclui a seção *Desabafo* com mesmo número de cartas de leitores sobre assuntos variados. Nessa área, se aproxima do *Jornal da Tarde* que diariamente publica a seção, de quase uma página no caderno “*Seu Bolso*”, chamada *Advogado de Defesa*. A editoria do *Agora* para assuntos econômicos é denominada “*Grana*”, numa explicitação da linguagem coloquial (ou “popular”) que adota. Na verdade, a questão de linguagem utilizada registra poucas variações entre os jornais. Na área do esporte, por exemplo, as expressões “Timão” e “Verdão” para se referir aos times de futebol da capital

---

⁷⁸ Como curiosidade, vale notar que nos dias 8 e 9 a página publicou reclamações contra as Casas Bahia, em edições que continuam anúncios da loja.

paulistana Corinthians e Palmeiras, tão criticada pelos idealizadores do *Diário de S. Paulo*, estão presentes com constância nos três veículos.

A característica determinante para a colocação do *Agora* em um patamar mais próximo do “popular”, na concepção do termo como indicador de classe social, do que o *Diário* e o *JT* se encontra nas matérias especiais de cidade. Enquanto esses dois preferem destacar um problema geral da população e escolhem como cenários de suas reportagens, áreas mais nobres da capital, o *Agora* individualiza os problemas e se desloca para a periferia. No período analisado registraram-se três casos de impacto que tomaram espaço na mídia: a morte do menino João Roberto de 3 anos no Rio de Janeiro, depois que o carro onde estava com a mãe e o irmão foi metralhado por policiais (edições de 8 de julho, sendo que caso semelhante também na capital carioca se repete em 15/ de julho); a prisão do empresário Daniel Dantas, do ex-prefeito da capital Celso Pitta e do mega-investidor Naji Nahas, pela Polícia Federal (edições de 9 de julho) e o desbaratamento de uma quadrilha de fiscais que extorquiam camelôs paulistanos (edições de 12 de julho).

Apesar da concentração do interesse nesses assuntos, é possível elencar exemplos da diferença na maneira de ver a cidade dos três jornais. O *Jornal da Tarde* teve como destaque uma matéria sobre as estações do Metrô mais perigosas (dia 10 de julho) e outra sobre o uso da avenida Paulista como pista de *skate* (dia 11 de julho). O *Diário* deu uma página sobre o perigo da venda ilegal de gás de cozinha (dia 10 de julho) e uma sobre o envolvimento de policiais rodoviários com a organização criminosa PCC (dia 8 de julho). Por outro lado, o *Agora*, no dia 8 de julho, mostra que depois de reportagem publicada na edição anterior, uma costureira conseguiu consulta em uma unidade de saúde municipal na Zona Leste e a ocorrência de problemas no atendimento em outra, em Parelheiros, bairro distante e pobre da Zona Sul. Com relação a assuntos de interesse da cidade, ressalta-se também que a relação de falecimentos, liberada pelo Serviço Funerário Municipal aparece diariamente no *Agora* e no *JT*, enquanto o *Diário* só a publica quando há espaço, o que no período analisado só ocorreu no dia 15 de julho.

Com relação aos casos que concentraram a atenção da mídia, o *Diário de S. Paulo*, valendo-se da estrutura do *Extra*, deu ampla cobertura à morte do menino João Roberto, dando o caso em manchete e seguidas suítes, inclusive com as pessoas que receberam córneas doadas pela família da vítima. O *Agora* deu fotos do menino e título em fontes

grandes, mas a manchete foi sobre revisão de aposentadorias (destaque secundário no *Diário*) e o *JT* teve procedimento similar com a manchete para o preço do pão que não baixou no balcão, apesar da diminuição de impostos. No caso das prisões pela Polícia Federal, os três jornais começaram os títulos pelo ex-prefeito Pitta, ao contrário dos jornais considerados “não-populares” que iniciaram pelo polêmico empresário Daniel Dantas. Já a máfia dos fiscais mereceu manchete e espaço farto nas três publicações. O período analisado também foi marcado por séries de reportagens no *Diário* e no *Jornal da Tarde* lembrando a queda do Airbus da TAM em Congonhas que causou 199 mortes em 18 de julho de 2007. O *Agora* deu menos espaço, concentrando-se na data do aniversário da tragédia.

Na economia também se percebe uma escolha diferenciada de pautas. No dia 9 de julho, o *Agora* destacava o começo do pagamento do PIS, o *JT* falava com um público mais bem posicionado ao orientar sobre quanto custa, através da Previdência Privada, conseguir uma aposentadoria de R\$ 3 mil a partir dos 60 anos. O *Diário* mantinha sua postura intermediária falando de liquidações de inverno nos shoppings. Essa pauta foi destaque no *JT* de 12 de julho, com a diferença de que o *Diário* focalizou shoppings que servem a classe média baixa nas regiões do Brás e do Bom Retiro e o *JT* se restringiu aos mais sofisticados. Por fim, é de se salientar que o *Agora* publica o resultado das várias extrações diárias do jogo do bicho, ousadia que Miranda Jordão praticava no *Diário Popular*.

Os domingos estão se transformando em dias de acirramento da disputa pelos leitores. O *Agora*, que vende mais que o dobro do *Jornal da Tarde* e 25% mais que o *Diário*, traz a *Revista da Hora* com assuntos variados, que marca uma elevação no nível das pautas. Essa tendência, sinalizadora do interesse de ampliar o público, também se percebe no *Diário*, que tem o *Diário Dez*, produzido em papel de melhor qualidade e formato maior que o da revista do *Agora*. O *JT* tem a *Revista JT* no mesmo tamanho do suplemento do jornal das *Organizações Globo*, com temas mais sofisticados. O *Diário* de domingo custa R\$ 2,50 e tem colunas assinadas por nomes destacados como Padre Marcelo Rossi, Paulo Coelho, o narrador esportivo da TV Globo Cléber Machado e a apresentadora Ana Maria Braga. Seus concorrentes mantêm o preço de R\$ 1,50 de segunda a domingo.

A briga pelo público aficcionado por automóveis também está intensa. O tradicional *Jornal do Carro* do *JT*, nas quartas-feiras, passou a ter a concorrência da edição de quarta

do *Caderno de Automóvel do Diário*. Como troco, o jornal dos Mesquita lançou sua edição de sábado. No período analisado, verificou-se que o *Jornal do Carro*, de 16 de julho (quarta-feira), era composto de um suplemento de 52 páginas, com informações e anúncios, no formato tablóide e grampeada, mais 40 páginas de anúncios no formato standard, enquanto o *Caderno de Automóvel do Diário* saiu com 24 páginas tablóide mais oito de anúncios classificados. Na quarta anterior, feriado de 9 de julho, o *Diário* teve seu suplemento com uma edição especial de 36 páginas e foi distribuído em esquinas da cidade. No sábado (12 de julho), o *Diário* tinha 96 páginas divididas em quatro cadernos, no formato tablóide, entre os quais estava, a edição especial o que fora entregue nas ruas, e o *JT* tinha um caderno com 92 páginas grampeadas no formato tablóide. O *Agora* também está investindo na setor, publicando aos sábados seu suplemento *Máquina*.

Os dados do IVC de maio de 2008 mostram que se acha em curso uma disputa bastante acirrada entre os três títulos, com o *Diário de S. Paulo* se aproximando do *Agora* e o *Jornal da Tarde* com as assinaturas ultrapassando a venda em banca. Também fica evidente a queda que os três registraram em seu desempenho nos últimos anos.

	DIÁRIO SP		AGORA		JT	
	MAIO/08	ABRIL/08	MAIO/08	ABRIL/08	MAIO/08	ABRIL/08
DOMINGO	93.102	86.265	110.241	116.921	54.525	50.350
SEGUNDA	77.729	68.834	81.727	81.440	58.556	55.791
TERÇA	74.532	60.422	75.961	77.909	50.715	48.969
QUARTA	74.123	68.056	73.743	77.202	90.886	90.239
QUINTA	76.302	68.798	78.832	78.812	55.770	50.795
SEXTA	72.872	66.059	76.243	78.429	54.259	52.898
SÁBADO	78.952	72.374	81.570	84.625	58.517	57.033
MÉDIA SEMANAL	78.230	70.973	82.617	85.048	60.463	57.982
ASSINATURA	21.048		23.267		34.829	
TRIAGEM	99.101	91.327	117.062	117.774	85.030	80.933

Os boletins⁷⁹ dos quais foram retirados os números registrados neste trabalho, trazem observações sobre promoções de venda no período. As do *Diário* foram: “Diário + Época R\$ 8,90” e “Junte 07 selos + R\$ 3,99 = 01 moto miniatura”. O *Agora* teve: “Coleção DVDs Mazzaropi”, “Kit Bijuterias Folheadas – Galle”, “Assadeiras Marinex”, “Livro CD O Segredo de Ana Maria Braga”, “DVD Bruno e Marone” e “DVD Banda Calypso”. O JT tem apenas uma promoção citada: “Coleção Curso de Qualificação em Telemarketing 09/04 a 04/06) R\$ 6,90”. Sobre o uso de estimuladores de venda (os chamados anabolizantes) Nelson Nunes ressalta como ele tem sido importante para as vendas do *Diário* “As promoções também têm puxado muito as vendas. A promoção de celular fez a gente crescer 15 mil exemplares por dia que é um número muito bom” (NUNES, 2008).

A promoção que o editor executivo cita aconteceu entre 15 de abril e 15 de maio e os leitores, para ganhar um celular Sony-Ericson, com preço médio nas lojas de R\$ 175,00, deviam preencher cartelas com 30 selos publicados diariamente. Atualmente, o jornal está com a promoção que dá motos em miniatura a quem juntar sete selos e dar mais R\$ 3,99 nos postos de troca e iniciou, no domingo (dia 13), a venda da coleção de livros com aulas preparatórias para concursos públicos, pelos quais o leitor, além de comprar o *Diário*, deve desembolsar R\$ 5,90. O *Jornal da Tarde* está em meio à promoção “*Mude com o JT*”, iniciada em 14 de maio, que sorteia quatro apartamentos e é alavancada por uma campanha publicitária na televisão. Na edição do dia 10 de julho, na primeira página e na página 4B, foi informado que a advogada Leila Serpa ganhou o terceiro apartamento, avaliado em R\$ 136 mil. As promoções do *Agora* em julho são a “*Coleção Dona Benta*”, cujos volumes são comprados nas quintas-feiras por R\$ 4,90 mais o jornal e o “*Especial Beleza*”, que garante a quem comprar o jornal, aos domingos, e der mais R\$ 11,90 um caderno sobre beleza e um kit com batom hipoalergênico, um pó compacto, um brilho labial e um delineador.

5.5.2 Preço reduzido, anabolizantes e sinergia entre veículos viram receita

A explosão de tiragens dos jornais de preço reduzido rotulados, por isso, pela pauta que privilegia o trinômio variedades/polícia/esportes e pelos textos curtos e superficiais,

como “populares” está sendo responsável pelo crescimento do total de exemplares vendidos no país. Estranhamente, o fato de, praticamente, todos se destacarem por distribuir brindes e sortear prêmios, não tem sido destacado pelo setor de mídia impressa quando se fala dos resultados conseguidos. A *Associação Nacional dos Jornais*, em seu site, ao analisar os dados de 2007, no artigo “Comentários sobre o meio jornal”, passa ao largo desse importante ponto e comemora:

O ano de 2007 foi excepcionalmente positivo para a indústria jornalística brasileira. De acordo com o Instituto Verificador de Circulação (IVC), a circulação média diária aumentou 11,8% em relação a 2006, que já havia registrado elevação de 6,5% em relação ao ano anterior. [...] Com o crescimento da economia, a manutenção da inflação sob controle e a maior distribuição de renda, as camadas mais pobres da população foram beneficiadas pelo aumento do seu poder aquisitivo. Com isso, houve uma forte expansão dos jornais populares, que alavancaram o crescimento geral da venda de jornais no Brasil. (COMENTÁRIOS..., 2008)

A enumeração das promoções feitas, em julho de 2008, pelas publicações que estão chamando a atenção de especialistas do setor e de pesquisadores das ciências da comunicação demonstra que não é admissível qualquer reflexão sobre o meio jornal sem levar em conta os “anabolizantes”. Desde 2003 na terceira posição entre os mais vendidos no país, o *Extra* também das *Organizações Globo*, registrou média mensal de 273.560 exemplares vendidos em 2007. Atualmente, tem as mesmas promoções do *Diário de S. Paulo*. Para ganhar a miniatura da motocicleta, fascículo e pôster, o leitor precisa juntar sete selos e dar mais R\$ 3,95. Como seu preço de capa nos dias de semana é R\$ 1,00, o brinde fica mais barato que o do seu co-irmão paulistano. Já no domingo, o exemplar custa R\$ 2,30 e vende junto o livro preparatório dos concursos por mais R\$ 4,90, o que representa menos R\$ 1,20 do desembolso em São Paulo.

Concorrente do *Extra*, para quem perdeu a liderança do mercado carioca, e enfrentando queda constante na tiragem, *O Dia* está sorteando uma cobertura no bairro de Cascadura, avaliada em R\$ 149 mil, e mais prêmios que somam meio milhão de reais. No domingo (dia 13), foi publicada a foto do ganhador de um carro gol e na quinta-feira (dia 17) a do leitor que levou uma motocicleta. O jornal também iniciou a promoção pela qual ao se juntar 15 selos e desembolsar mais R\$ 25,00 se adquire uma mochila. *O Dia*, depois

---

⁷⁹ Dados fornecidos pelo IVC, referente a maio de 2008.

da morte, em 2003, do proprietário Ary Carvalho, sentiu as conseqüências de briga entre suas três filhas e herdeiras e perdeu espaço. Visando atingir um público de classe menos privilegiada, lançou o *Meia Hora*, que, em 2007, se transformou no sexto jornal em circulação entre os auditados pelo IVC, com 205.768 exemplares vendidos. Trata-se de uma publicação em formato tablóide com forte noticiário policial e linguagem coloquial, que custa R\$ 0,50 e também apela aos “anabolizantes”, distribuindo atualmente um *kit* lancheira gratuito a quem preencher as cartelas com selos. Para concorrer com esse veículo, as *Organizações Globo* lançaram o *Expresso*, com características editoriais idênticas e promoções equivalentes e preço igual.

O novo fenômeno do mercado “popular de baixo custo” é o *SuperNotícia* de Belo Horizonte, graças ao seu preço de R\$ 0,25, a muitos sorteios e brindes e a uma distribuição agressiva que conta com uma equipe de vendedores nas ruas da cidade. Ele chegou a ser o mais vendido do Brasil por dois meses em 2007 e fechou o ano na quinta posição com 238.611 de venda média mensal. Atualmente, ele repete a promoção encontrada no *Diário de S. Paulo* e no *Extra*, com o leitor que junta sete selos e paga mais R\$ 5,95, levando miniaturas de motos, fascículo e pôster. Enquanto o leitor do *Diário* adquire sete edições e gasta o total de R\$ 10,99 pelo brinde, o da capital mineira despende R\$ 7,70. O jornal também tem o “*Super Show de Prêmios*”, que promete sortear duas casas, duas motos, oito DVDs e outros prêmios a quem enviar a cartela/cupom completada com 15 selos publicados em sua capa. Há ainda a promoção “*Um estouro de sabor*”, na qual, com cinco selos e sendo pagos R\$ 12,95 leva-se um fascículo e uma pipoqueira. Por fim, há a chance de se ganhar cinco *kits* de pintura para casa que serão sorteados semanalmente.

Para enfrentar essa avalanche de promoções o concorrente do *SuperNotícia*, que é o *Aqui*, também vendido a R\$ 0,25, anunciava que os leitores podiam juntar sete selos e pagar mais R\$ 24,90 para ter uma barraca de camping, enquanto cinco selos mais R\$ 2,99 valiam um *kit* maquiagem, bem mais simples que o distribuído pelo paulistano *Agora*, pois tem apenas um brilho e dois hidratantes além do suplemento *Beleza Aqui*. Também nas bancas de Porto Alegre encontra-se um representante do “jornal anabolizado”, Trata-se do *Diário Gaúcho*, com um perfil mais identificado ao do *Extra* carioca e ao dos três paulistanos que se digladiam no segmento. Vendendo uma média mensal de 155.238, a publicação está na oitava posição entre os mais vendidos. Em sua edição de 18 de juho, preço de R\$ 0,60, via-

se no alto da primeira página o selo 23 que os leitores deviam colar numa cartela que, completa, valeria um jogo com uma jarra, um multipote e quatro copos Duralex.

Além do repertório de temas das pautas e da utilização de cores fortes, outra semelhança entre os jornais enquadrados como “populares” é o fato de serem propriedades de grupos que possuem outros veículos. Essa constatação ressalta uma outra marca histórica do *Diário Popular* que é o fato de ele ter sido o último jornal na capital paulistana a sobreviver como produto único de uma empresa. A prática de otimizar a utilização de parques gráficos, diversificando os títulos oferecidos remonta à década de 30, com os *Diários Associados* e a fase embrionária do *Grupo Folha*, porém a sinergia preponderava no setor industrial, com as redações se assemelhando apenas pela utilização de material produzido por agências noticiosas do conglomerado, mas concorrendo entre si para dar informações exclusivas. Atualmente, a interação se intensificou, envolvendo os veículos digitais. No *Diário de S. Paulo*, Nelson Nunes explica a profundidade do processo:

Têm duas grandes áreas compartilhadas que são o caderno de variedades e o *Diário 10*, lá é o *Canal Extra*. Então você tem a mesma capa nas duas revistas, tem o mesmo material interno. Nas edições do *Vamos Ver* também, não necessariamente, um material feito lá. Pode ser que a gente produza aqui e eles repiquem lá. Tem uma sinergia muito grande com o pessoal de Esportes, noticiário de seleção brasileira, noticiário de CBF, quando um clube paulista vai jogar lá, aproveita o material que *O Globo* faz. Informalmente com a agência Globo porque o material deles é compartilhado com a gente, *O Globo* e o *Extra*. E a gente também tem agora uma parceria com o *G1* que produz matéria aqui e a gente pode usar. O *G1* também usa matérias nossas. *G1*, *Globo On Line*, em todas as mídias de internet da *Infoglobo*, a matéria é compartilhada. (NUNES, 2008)

Além do mercado paulistano, onde o *Diário de S. Paulo* funciona como extensão do *Extra*, e o *Agora* funciona como o “irmão mais novo” da *Folha de S. Paulo* e o *Jornal da Tarde* também recebe esse tratamento, a consolidação de subprodutos, sempre no padrão classificado como “popular”, se disseminou pelo Brasil, seguindo uma tendência mundial imposta pela globalização da economia. O *Diário Gaúcho* pertence ao *Grupo RBS*, proprietário do líder do mercado regional *Zero Hora*. No Rio, as *Organizações Globo*, além do tradicional *O Globo* e do *Extra*, edita o título de baixo preço *Expresso*, e *O Dia* investe no *Meia Hora*. O fenômeno de vendas mineiro *SuperNotícia* é editado pela *Editora Sempre*, dona de *O Tempo* e seu concorrente *Aqui* pertence aos *Diários Associados* que tem o *Estado de Minas*. Em Santos, há o *Expresso Popular*, subproduto da *Tribuna de Santos* e

em Vitória, a líder de mercado *A Gazeta*, pertencente ao maior grupo de comunicação do Espírito Santo, vai às bancas junto com o “popular” *Tribuna de Vitória*.

A configuração atual do mercado de mídia impressa do Brasil mostra que o cenário, onde o *Diário Popular* foi um sucesso de vendas, graças a sua linha editorial eclética e sua capacidade de responder o que estava acontecendo ao paulistano que enxergasse do ônibus algum problema na cidade, não existe mais. Supor como ele atuaria nos dias de hoje se não fosse “executado” pelas *Organizações Globo* seria um exercício inútil, mas apontar as diferenças com seu sucessor serve para reflexões sobre o futuro do meio jornal. Para isso vale enfatizar que a grande diferença entre ele e o *Diário de S. Paulo* e seus dois concorrentes está na quantidade de informações publicadas, especialmente sobre a cidade.

O *Diário de S. Paulo* começa a enfrentar limitações por culpa da necessidade de uma nova transformação tecnológica. Constantemente é obrigado a editar a página 3 em preto e branco por dificuldades na impressão. Também está atrasado em relação ao mercado na ocupação de espaço na Internet. É o único entre os títulos analisados, tanto em São Paulo quanto nas outras praças, que não disponibiliza conteúdo informativo na web.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A retirada das bancas do *Diário Popular*, depois de 117 anos de circulação, e sua substituição pelo *Diário de S. Paulo* atraiu a atenção de pesquisadores das ciências da comunicação, jornalistas e publicitários. Entre as causas do interesse estavam a presença do maior grupo de mídia no país como condutor da operação e a explicação para a medida, que colocava em xeque o conceito de “popular”. Como o *Diário Popular* registrava boas tiragens atribuídas à linha editorial que amalgamava temas considerados “populares”, como casos policiais, histórias do cotidiano, eventos esportivos, vida de celebridades e as variações enquadráveis no que se convencionou chamar de *fait-divers*, sua extinção explicitou os conflitos ainda latentes na conceituação de jornal popular e o estigma depreciativo que o adjetivo “popular” carrega. Ao se investigar as causas da reação negativa dos leitores diante da substituição, detectou-se que seus planejadores ignoraram os referenciais de afetividade acumulados pela marca abandonada e que o *Diário Popular* ainda não tinha sua origem e suas várias mortes devidamente pesquisadas, considerando-se morte de um jornal todo momento em que esse produto cultural perde um ou mais referenciais que o identificam com o público.

O principal equívoco de interpretações recentes sobre o *Diário Popular* está na afirmativa de que ele teria nascido como jornal popular, no sentido de ter uma pauta diferenciada em relação aos concorrentes. Também se encontram análises de que ele teria sido fundado como “popular” dentro da vertente ideologizada do conceito que assim define jornais dedicados a defender interesses de classes sociais menos favorecidas. Ambas as visões não se sustentam. Ao se verificar as primeiras edições do jornal e ao se fazer a comparação entre elas e as dos outros órgãos que preponderaram na época - *A Província de São Paulo*, que se transformou em *O Estado de S. Paulo*, e *Correio Paulistano* – vê-se uma semelhança na escolha dos temas o que afasta a primeira possibilidade do enquadramento. Também depõe contra essa visão o fato de seu preço ser o mesmo dos demais, pois o custo menor é um dos definidores de jornal popular quando se focaliza o final do século XIX e início do século XX. Há ainda a questão do público a que se destinava que era o mesmo dos concorrentes, razão pela qual ele nasceu vespertino.

Com relação à definição ideologizada do “popular” também existem obstáculos insuperáveis para essa classificação. O jornal teve seu lançamento viabilizado economicamente pela doação de equipamentos feita por Antonio Bento de Souza e Castro, abolicionista radical e cunhado de um dos fundadores (José Maria Lisboa), e defendeu a Abolição da Escravatura. Apesar disso, priorizou a utilização de suas páginas como instrumento político na luta pela Proclamação da República. A análise da relação entre as duas bandeiras históricas mostra que havia dificuldades para um jornal ser explicitamente favorável às duas, uma vez que a libertação dos escravos, causa que admite, com parâmetros da atualidade, a adjetivação de “popular”, não interessava aos grandes fazendeiros que os republicanos desejavam ter como aliados no combate à monarquia. Assim, as páginas do *Diário Popular* se revelaram anti-escravocratas ao não aceitar anúncios de negros fugidos, mas a visão pragmática de Américo de Campos, o segundo nome de expressão no jornalismo da época que aparece como seu fundador, prevaleceu e se encontram muito menos libelos abolicionistas do que republicanos.

Outra ilação distorcida, difundida em diversos momentos, é a de que o jornal revelava vocação para ser local ao ser fundado. Não há evidência disso, pois tanto o *Diário* quanto *A Província* e o *Correio* se caracterizavam por misturar noticiário da cidade, inclusive ocorrências policiais, aos debates políticos que aconteciam na corte e aos fatos internacionais. A interpretação de que haveria uma diferença se tornou um erro mais fácil de acontecer depois de um crime de lesa-memória cometido em 1994 em livro comemorativo aos 110 anos da publicação. Como a primeira página do número 1 do jornal estava deteriorada, com pedaços perdidos, foi feita uma montagem em que restou pouco de original. Entre os textos usados para “reinventar” a página há um artigo, publicado, na verdade, no número 2, sobre a vigilância que se pretendia exercer sobre assuntos municipais, com vários parágrafos cortados o que impede sua compreensão exata. Esse artigo acabou sendo classificado como editorial de apresentação, quando o texto que cumpre essa função pode ser lido na edição mutilada e em reprodução feita pelo *Correio Paulistano*, três dias depois.

Esta pesquisa conclui que o *Diário Popular* nasceu como instrumento político, teve um período de jornal local durante os anos 70, mas só reuniu uma gama de atributos suficiente para adequá-lo ao paradigma do que seria o jornal popular, no sentido de “que

agrada ao povo”, entre 1988 e 1995, já propriedade do ex-governador Orestes Quércia e sob a condução editorial de Jorge Antonio de Miranda Jordão. Da fundação até sua retirada das bancas, o jornal teve sete rupturas de perfis passíveis de serem consideradas como mortes. O primeiro evento desta natureza se deu com a Proclamação da República e a saída de Américo de Campos, quando morre o jornal político, e surge uma publicação administrada com a visão empresarial, adquirindo o direito de se colocar como um dos precursores desse modelo em São Paulo. É o período da abertura de espaço aos pequenos anúncios, principalmente de procura e oferta de empregos, iniciando a consolidação de uma imagem de “jornal de classificados”. Esse qualificativo, se viabilizou economicamente o *Diário Popular*, acabou o condenando a um papel secundário no cenário da imprensa paulistana. A tendência foi agravada por ele ter atravessado os conturbados anos 30 e 40, sem um posicionamento partidário.

Assumida desde o final do século XIX, sua opção pela neutralidade em relação às forças aglutinadas em legendas contrastava com o engajamento de publicações como *O Estado de S. Paulo*, *Gazeta de S. Paulo*, *Folha da Manhã*, *Diário de S. Paulo* e *Correio Paulistano*. Porém, a noção de que ele se tornara omissa na época também deve ser repensada, pois seu noticiário e sua análise dos fatos mostravam coerência, apesar de algumas oscilações, no período ditatorial de Getúlio Vargas, atribuíveis ao relacionamento ambíguo entre a Imprensa e o político que dominou o país por 15 anos.

Em 1943, José Maria Lisboa Jr. (Zeca Lisboa), filho do fundador, morre e dois de seus sobrinhos passam a dirigir o jornal consolidando o distanciamento político e fazendo a opção por ser uma empresa pequena. A adoção dessa diretriz é considerada a segunda morte do jornal, também, por ele deixar de ser comandado por um diretor com formação jornalística, com o engenheiro José Maria Lisboa Walter Seng centralizando as decisões. Sua administração reforça a imagem de “jornal de classificados”. É com essa característica e com os primeiros sinais de desentendimentos entre os herdeiros que o *Diário Popular* entra nos anos 60.

Esse período da história da imprensa paulistana é marcado por muitas transformações: agrava-se a decadência do *Correio Paulistano*, as dificuldades da *Última Hora* crescem e acontece a compra da *Folha* pelos empresários Octávio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho. A nova configuração do mercado, onde continuava a se destacar *O*

Estado de S. Paulo, que desfrutava de estabilidade econômica conseguida, ironicamente, por ser administrado financeiramente com competência pelos prepostos da ditadura de Vargas durante cinco anos, exigia uma gestão mais ousada do *Diário Popular*. O fato de isso não ter acontecido remete à constatação de que o desempenho do jornal a partir da morte de Zeca Lisboa sofreu o reflexo negativo da falta de ambição de seus dirigentes e dos aspectos polêmicos de suas personalidades.

As desavenças entre os acionistas levaram à unificação do controle, com Rodrigo Soares Jr. e seu filho Rodrigo Lisboa Soares tornando-se donos da totalidade das ações e entregando a direção da empresa a Nello Ferrentini, um ex-linotipista, que dividiu a tarefa de recuperá-la com seu irmão Armando. A ausência dos proprietários na definição dos rumos da publicação representou sua terceira morte. Nesse período, houve a implantação de uma linguagem mesclada entre a jornalística e publicitária e se cristalizou a imagem de “jornal de classificados”. Vale ressaltar que ter um volume significativo de anúncios classificados é considerado fundamental para um jornal garantir sua independência e ter influência social e política. Porém, o *Diário Popular* só arcou com o ônus da classificação, conformando-se com um papel secundário e desprezando o bônus que seria viabilizar-se como empresa de maior porte.

A administração dos Ferrentinis é definida de maneira polêmica e contraditória, sendo considerada salvadora do jornal, por ter ampliado sua infra-estrutura na década de 60, e causadora dos problemas que o levaram à venda, em 1988. A visão negativa é explicada por Nello ter se influenciado por seus laços com o setor gráfico e se omitido em dois momentos importantes: na criação do FGTS, quando não propôs acordos a funcionários prestes a ter estabilidade, e na hora de investir na modernização tecnológica. Os irmãos também são acusados de terem conduzido a empresa visando, a médio prazo, se tornarem seus proprietários. Através das ferramentas do jornalismo comparado, constata-se que o volume de anúncios e a tiragem do *Diário Popular* permitem estimar que seu faturamento, na década de 70, seria suficiente para lhe garantir posição melhor no mercado. Essa constatação não implica em juízo de valor sobre destinação de recursos, porém funciona como comprovante de que a história do jornal foi marcada fortemente por decisões personalistas.

A retirada repentina e conflituosa dos irmãos é considerada a quarta morte do *Diário Popular* e deu origem a um período errático do jornal, com sua gestão sendo entregue ao namorado da filha do dono. Esse inexperiente engenheiro recém formado apostou em mudar as características de jornal local para nacional, mas sem recursos para investir na atualização tecnológica e na ampliação da equipe. Foi uma fase curta e tumultuada, onde a mudança de comando se deu em meio ao mesmo tipo de acusação de malversação de recursos que marcou a ruptura com os administradores anteriores e que precipitou a venda (quinta morte) do jornal, desaparecendo então o sobrenome Lisboa de seu expediente.

Enfim, com a venda ao então governador Orestes Quércia, o *Diário Popular*, aos 104 anos, graças à implantação de um modelo consagrado nos anos 50 pela *Última Hora*, assumiu as características de “popular” e local, que algumas interpretações de sua história consideram terem se manifestado já na sua fundação. Em nenhum outro período, o jornal conseguiu tanta visibilidade no mercado e entre os estudiosos da comunicação, por ter se transformado em fenômeno de vendas. A grande questão que aflora da transformação do *Diário Popular* no título mais vendido nas bancas da Grande São Paulo é se ela seria possível sem a forte injeção de recursos ocorrida na implantação do projeto. Esse ponto, que pode até ser relevado, ao serem feitos estudos sobre modelos de jornal de sucesso, deve obrigatoriamente ser destacado no caso do *Diário Popular* devido ao dinheiro ter entrado via verbas publicitárias do estado. O fato de o governador ser o proprietário do jornal torna mais grave esse aspecto e propõe uma reflexão sobre a viabilidade econômica dos veículos de comunicação sem as verbas públicas e como a distribuição dessas deveria ser disciplinada.

A substituição de Miranda (sexta morte) revelou uma estratégia de Quércia de tentar concorrer com a *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*. A impossibilidade de essa meta ser alcançada pelo conteúdo editorial, levou a uma nova frente, aberta após a inauguração de um moderno parque gráfico: a adoção da distribuição de brindes e cupons e o barateamento e até gratuidade de anúncios. Usando essa tática, Quércia conseguiu manter a tiragem alta e o volume de páginas de publicidade chegou a ser recorde, mas a operação, atualmente, é entendida como preparação para a venda da empresa, efetivada em 2001 e

que levaria as *Organizações Globo* a retirar o *Diário Popular* das bancas (sétima e última morte) e a lançar o *Diário de S. Paulo*.

A reparação de equívocos que marcam a história disponível do *Diário Popular*, o resgate de momentos significativos de sua vida, especialmente a participação do abolicionista radical Antonio Bento em sua fundação, a revelação da fraude na primeira página do número 1 e a contribuição para o esclarecimento de como ele acabou nas mãos do ex-governador Orestes Quércia e depois das *Organizações Globo* foram objetivos alcançados por essa pesquisa. Porém, esses pontos não esgotam o debate sobre as perguntas que motivaram o projeto – ‘Quem matou o *Diário Popular*?’ e ‘Por que os jornais têm medo do popular?’. Nas duas questões, as reflexões ainda devem ser estendidas ao profissional de jornalismo.

Quando se investiga quem matou o *Diário Popular* e as pistas convergem para as pessoas que detinham seu controle nos momentos em que se registraram as várias mortes, é preciso analisar a postura dos profissionais em relação ao jornal. Os depoimentos que relatam preconceitos da categoria com relação aos colegas que se submetiam no *Diário* à obrigação de “cozinhar” matérias, nos anos 60, a forma passiva como a categoria, tanto os membros da redação quanto os ligados à representação sindical, assistiu a consolidação do atraso tecnológico da publicação e o aviltamento dos salários, nos anos 70, e o fato de o jornal ser encarado como posição de início de carreira e trampolim para se tentar oportunidades em publicações consideradas de “nível mais elevado”, nas décadas seguintes, justificam a necessidade de se esclarecer como os jornalistas viram o *Diário Popular* durante seus 117 anos.

Também com relação à segunda indagação é possível se prospectar o grau de responsabilidade do jornalista na definição da maneira como as publicações encaram o “popular”, na medida em que a utilização do “popular” substantivado tem sido recurso de profissionais para atrair leitores e garantir suas posições nas empresas. Outro ponto a merecer estudos é o perfil do jornalista que atua nas publicações consideradas “populares” que investem nos “anabolizantes”. É preciso analisar qual o grau de motivação que o move a dar qualidade e credibilidade à informação que se produz quando se sabe que o interesse (atributo indelével do valor/notícia) do público estaria direcionado a um selo para formar coleções ou a um cupom para sorteio.

Por fim, o sucesso do *Diário Popular* em seus tempos de “rei das bancas” quando, apesar de seu atraso tecnológico, superava os concorrentes graças a uma pauta baseada fortemente na cobertura dos fatos da cidade remete à indagação sobre a viabilidade da fórmula nos tempos da instantaneidade digital. A função de estar em todos os lugares para informar o leitor dá sinais de ter sido transferida ao jornalismo *on-line* e isto impõe um novo desafio aos veículos impressos: definir exatamente seu papel, sob o risco de ser condenado a se transformar em “entregador” de mala direta de seus anunciantes, vendedor indireto de coleções ou de viabilizador do “sonho da casa própria”. Ao profissional de jornalismo o desafio é semelhante, por caber a ele encontrar fórmulas de despertar nos “compradores de selo e cupons” o interesse pelo mundo das informações e conseguir a fidelização desse público.

BIBLIOGRAFIA

LIVROS

ALVES, Odair Rodrigues. **Os homens que governaram São Paulo**. São Paulo: Nobel: Edusp, 1986.

ALBERT, P e TERROU, F. **História da Imprensa**. Trad. Edison Darci Heldt. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

ARRUDA, Laércio. **Diário Popular – A trajetória de um jornal paulistano**. São Paulo: Angellara, 2006.

BAHIA, Juarez. **Jornal, História e Técnica – História da Imprensa Brasileira**. São Paulo: Editora Ática, 1990.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na idade média e no renascimento**. Trad. Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 1999.

BARTHES, Roland. **Crítica e verdade**. Trad. Leyla Perrone Moisés. 3.ed São Paulo: Perspectiva, 2003.

BOSI, Ecléa. **Cultura de Massa e Cultura Popular- Leitura de Operárias**. 3.ed. Petrópolis: Vozes, 1972.

CAMPOS JR, Carlos et al. **Nada mais que a verdade: a extraordinária história do jornal Notícias Populares**. São Paulo: Carrenho Editorial, 2002.

CANCLINI, Néstor G. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade**. Trad. Heloiza Pezza Cintrão, et al, São Paulo: Edusp, 2006.

CAPELATO, Maria Helena. **Os Arautos do Liberalismo Imprensa Paulista 1920-1945**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

_____ **A Imprensa e a História do Brasil**. São Paulo: Editora Pinsky (Contexto), 1988.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo. Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. 2.ed. São Paulo: Summus, 1994.

_____ **Sotaques d'aquém e d'além mar**. Santarém: Jortejo, 1998.

COHN, Gabriel (Org.) **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Editora Nacional, 1975.

COSTA, Emilia Viotti da. **A abolição**. São Paulo: Global, 1982. .

DIAS, Ana Rosa Ferreira. **O Discurso da Violência – As marcas da oralidade no jornalismo popular**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2003.

DOURADO, Mecenas. **Hipólito da Costa e o Correio Brasiliense**. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1957 Tomo 1.

GINZBURG, Carlo - **O Queijo e os Vermes**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. **Do jornalismo político à indústria cultural**. São Paulo: Summus, 1987.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: Identidades e mediações culturais** Organização Liv Sovik, Trad Adelaine La Guardia Resende et al. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

- HOLANDA, Aurélio Buarque Ferreira de. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: 1986.
- KAPFERER, Jean Noël. **O que vai mudar as marcas**. trad Carolina Huang. Porto Alegre: Kookman, 2004.
- KOVACH, Bill e ROSENSTEIL, Tom. **Os elementos do Jornalismo – O que os jornalistas devem saber e o público exigir**. Trad. Wladir Dupont. 2.ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- LAURENZA, Ana Maria de Abreu. **O Corvo e o Bessarabiano**. 2 ed São Paulo: Editora Senac, 1998.
- LEITE, Paulo Moreira e NUNES, Nelson (orgs). **Diário – 120 anos de História**. São Paulo: Empresa Jornalística Diário de S. Paulo, 2004.
- LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**, São Paulo: Loyola, 2003.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo. A saga dos cães perdidos**. 2.ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- MELO, José Marques de. **Jornalismo brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- MEDINA, Cremilda. **Notícia um produto à venda – Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial**. 4.ed. São Paulo: Summuns, 1988.
- MORAIS, Fernando. **Chatô – O rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand**. 3. ed. 13. reimp. São Paulo: Cia das Letras, 1994.
- MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX, vol 1: Neurose**. Trad. Maura Ribeiro Sardinha. 9.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2005.
- MOTA, Carlos Guilherme e CAPELATO, Maria Helena. **A História da Folha de S.Paulo 1921-1981**. São Paulo: Impres, 1981.
- OLIVEIRA, João Gualberto de. **Nascimento da Imprensa Paulista**. São Paulo: 1978.
- OLIVEIRA, Sara Guedes (sup edit). **Diário Popular 110 anos – Nossa história página por página**. São Paulo: Empresa Jornalística Diário Popular, 1994.
- PASCHOAL, Engel. **A trajetória de Octavio Frias de Oliveira**, 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2007.
- PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001.
- QUINTÃO, Antonia Aparecida. **Irmandades negras: outro espaço de luta e resistência (São Paulo 1870/1890)**. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2002.
- REVEL, Jacques. **A Invenção da Sociedade Difel**, Lisboa, Portugal: 1989.
- RIBEIRO, Alex. **Caso Escola Base – Os abusos da imprensa**. 2. ed. São Paulo: Ática, 2003.
- RIBEIRO, José Hamilton. **Jornalistas: 1937 a 1997: história da imprensa de São Paulo...** São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1998.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Mil dias: Seis Mil dias depois**, 2 ed.São Paulo: Publifolha, 2005.
- SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?**, trad. Milton Camargo Mota. São Paulo: Edições Loyola, 2002

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 4.ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TALESE, Gay. **O reino e o poder**. Trad. Pedro Maia Soares. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

TASCHNER, Gisela. **Folhas ao Vento- Análise de um conglomerado jornalístico no Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

WAINER, Samuel. **Minha Razão de Viver**, São Paulo: Planeta do Brasil, 2005

TESES E DISSERTAÇÕES

BATISTA, Marcela de Matos. **O Rei das Bancas: Uma análise da trajetória de sucesso do Diário de São Paulo**. São Paulo: USP, 2000, 162 p. Dissertação (Mestrado) – Programa de pós-graduação da Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

BERNARDES, Cristiane Brum. **As Condições de Produção do Jornalismo Popular Massivo: O Caso do Diário Gaúcho**. Porto Alegre, UFRGS, 2004, 258 p. Dissertação (Mestrado) – Programa de pós-graduação da Escola de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

PROENÇA, José Luiz. **O Jornalismo Envergonhado: A idealização do leitor do jornal Notícias Populares**. São Paulo: USP, 1992, 170 p. Tese (Doutorado) – Programa de pós-graduação da Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1992.

ARTIGOS E REPORTAGENS EM PERIÓDICOS

A EPOPEIA de 25 mil homens numa coluna revolucionária. Diário Popular, 8/11/1984, p.16.

AFINAL, a Braskraft vai ou não poluir o rio Paranapanema? Diário Popular, 29/09/1999, p.20-21

A MANCHETE não é tudo. Revista Imprensa, maio de 1988

ANTONIO Bento. O Estado de S.Paulo, 9/12/1898, p.1.

AO ESTILO de Gekko. Revista Imprensa, jun.1988, p.22-25.

A REPÚBLICA está “carcomida”. Façamos outra. Diário Popular de 08/11/1984, suplemento Um século de lutas pela liberdade, p.17.

ARTHUR “se agüentou no Catete”: quatro anos de estado de sítio. Diário Popular de 08/11/1984, suplemento Um século de lutas pela liberdade, p.15.

ASSUMPTOS do Dia – 10 de junho. Diário Popular de 10/06/1895, p.1.

BARDOJA, A. Sem título. Diário Popular de 08/11/1895, p.1.

BOLETIM Republicano –Apresentação de candidatos. A Província de São Paulo, 8/11/1884, p.2.

CAMPOS, Américo. **Uma promessa**. Diário Popular de 10/11/1884, p.1.

CAMPOS, Américo, LISBOA, José Maria. **Diário Popular**. Diário Popular de 8/11/ 1884, p.1.

CARTAS falsas: O Brasil quase mergulhou num caos. Diário Popular de 08/11/1984, suplemento Um século de lutas pela liberdade, p.13.

CENSURA, prisões, terror. E o Brasil entra na guerra. Diário Popular de 08/11/1984, suplemento Um século de lutas pela liberdade, p.22.

CHRONICA Local. A Província de São Paulo de 8/11/ 1884, p.1.

CINTRA, Assis. **Um homem de Imprensa**. Diário Popular de 18/03/1938, p.

CIRCULAÇÃO de jornais aumentou 3,9% no ano passado, diz IVC”. Folha de S.Paulo de 12/02/2006, p.A6.

COMO É feito o seu DP. Diário Popular de 09/11/1964, p.9.

COSTELA, Antonio **A respeito de anúncios classificados**. Diário Popular de 08/11/1984, suplemento Um século de lutas pela liberdade, p.116.

DEMOCRACIA e escravidão. A Província de São Paulo, 08/11/ 1884, p.2.

DIAFÉRIA, Lourenço. **A vida nossa de cada século** in OLIVEIRA, Sara Guedes. **Diário Popular 110 anos Nossa história página por página**. São Paulo: Empresa Jornalística Diário Popular Ltda, 1994.

DIARIO Popular. Correio Paulistano de 11/11/1884, p.2.

‘DIÁRIO POPULAR’ só tem um dono: o governador. O Estado de S. Paulo, 26/05/1988, p.8.

DR ANTONIO Bento, Correio Paulistano de 9 de dezembro de 1898, p.1.

DR ANTONIO BENTO. Diário Popular, 9 de dezembro de 1898, p.1, p.1.

ELEIÇÃO Geral –União Conservadora. Correio Paulistano, 8/11/1884, p.1.

EM 54 ANNOS de uma existencia toda dedicada ao jornalismo,foi Lisboa Junior, typographo, revisor,reporter, redactor, director de jornal. Correio Paulistano de 14/04/1939, p.5.

FILHO, Furtado. Sem título in Diário Popular, 8/12/1895, p.1.

GLOBO compra "Diário Popular" de Orestes Quércia. Folha de S. Paulo de 7/4/2001 p.A7.

JACK, o estripador: ainda hoje, um mistério. Diário Popular de 08/11/1984, suplemento Um século de lutas pela liberdade, p.86.

JOSÉ MARIA Lisboa Junior. Diário Popular de 27 de julho de 1943 p.1.

JULHO, 1917: Os operários em greve. Por salários, pela paz. Diário Popular de 08/11/1984, suplemento Um século de lutas pela liberdade, p.12.

MANCHETES locais. Revista Veja São Paulo de 22/09/93 p.28.

MILIONÁRIA propaganda do governador. O Estado de S. Paulo de 28/10/1987, p.7.

MOTTA, Luiz G. Jogos de linguagem e efeitos de sentido da comunicação jornalística. in Estudos em Jornalismo, Florianópolis (SC),2004. Vol. 1, n. 2, p. 117-134, 2004.

MOVIMENTO grevista de jornalistas. Diário Popular de 02/12/1961, p.14, 2º cad.

NA “CAÇA às bruxas” é difícil fazer oposição. Diário Popular de 08/11/1984, suplemento Um século de lutas pela liberdade, p.21.

NEM GENRO, nem herdeiro. Revista Imprensa, junho de 1988, pp. 26-28.

O CASAMENTO do ano. Diário Popular de 24/05/1989, caderno Revista, p.3.

O PAÍS ingressa na “civilização”: é extinta a escravidão do Brasil. Diário Popular de 08/11/1984, suplemento Um século de lutas pela liberdade, p.4.

OS MILITARES saem na frente. Diário Popular de 08/11/1984, suplemento Um século de lutas pela liberdade, p.16-17.

RIBEIRO, Gilvan. Pancadaria vira caso de Polícia. Diário Popular, 16/02/1992, caderno Esportes, p.6.

SANGUE e paixão nas trincheiras da notícia. revista Imprensa, maio de 1989, pp. 22-28

SEM A CONSTITUINTE, os “barões” decidem voltar. Diário Popular de 08/11/1984, suplemento Um século de lutas pela liberdade, p. 19.

SUCESSÃO: o pivô de uma revolução. Diário Popular de 08/11/1984, suplemento Um século de lutas pela liberdade, p. 17.

TARRIO, Carolina. **Um jornal que não pára na banca**. Revista Imprensa, outubro 1993, pp. 70-71.

TEM NOVO presidente o Sindicato dos Jornalistas de São Paulo. Folha da Manhã de 16/04/1939, p.20.

VANTAGENS aos srs assignantes. O Estado de S. Paulo de 31 de outubro de 1889, p.2.

VINTE annos depois. iário Popular, 29/11/1888, p.2.

VISITA de cordialidade ao director do “Diario”. Diário Popular de 19/05/1939 p.1.

ARTIGOS E REPORTAGENS ON LINE

CALDEIRA, Jorge. **O fundador do jornalismo moderno no Brasil**. Observatório da Imprensa, 2002. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/al301020024.htm>. Acesso 13 jun. 2008.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Jornalismo da Exclusão**. Disponível em <http://www.comunique-se.com.br/Coluna/Reescrita>, 2003. Acesso 07 jun.2008.

COMENTÁRIOS sobre o meio jornal. ANJ, 2008. Disponível em <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/comentarios-sobre-o-meio-jornal> Acesso. 17.jul.2008

CRONOLOGIA Histórica do Grupo Estado. [199-?] Disponível em <http://site.estadao.com.br/historico/cronologia/crono2.htm#>. Acesso. 09 ago. 2007.

DIÁRIO DE S. Paulo demite jornalistas. Portal Comunique-se, 2001, disponível em <http://www.comunique-se.com.br> Acesso em 14.jul. 2008

DINNES, Alberto. **“Morte sem necrológio, nascimento sem batismo”**. 2001. Disponível em (<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/circo/cir260920011.htm>). Acesso 07 jun. 2008.

JOGO-do-bicho e cavalos ainda vendem jornal? Portal Comunique-se, 2001. Disponível em <http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshow.asp?Requery=N&idnot=1389&editoria=8> Acesso 30 jun. 2008.

NOVO Diário quase nasce sem acento. Observatório da Imprensa, 2001 Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp1909200199.htm>, Acesso 07 jun. 2008.
RIBEIRO, Eduardo. **As reestruturações de JT e Diário de S. Paulo**, portal Comunique-se, 2007- Disponível em www.comunique-se.com.br

UM NOVO diário para São Paulo. O Globo, 2001. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp2609200195.htm> Acesso 14 jul. 2008

VAIA, Sandro. **De trás das dunas do Estadão**. Revista Piauí, digital. Disponível em <http://www.revistapiaui.com.br/artigo.aspx?id=260&pag=1&anteriores=1&anterior=92007>. Acesso 07 jun. 2008

ENTREVISTAS

ALVES, Odair Rodrigues. **Odair Rodrigues Alves**: entrevista [Jun.2008]: São Paulo, 2008, 1 cassete sonoro. Entrevistador: o autor.

BARROS, Edgard de Oliveira. **Edgar de Oliveira Barros**: entrevista [abr.2006]: São Paulo, 2006, 1 cassete sonoro. Entrevistar: o autor.

CASTRO, Antonio Quirino de Souza e. **Antonio Quirino de Souza e Castro**; entrevista [2006]: São Paulo, 2006, 1 cassete sonoro, Entrevistador: o autor.

CASTRO, Luiz Augusto de. **Luiz Augusto de Castro**: entrevista [abr.2006]: São Paulo, 2006, 1 cassete sonoro, Entrevistador: o autor.

GANDOUR, **Ricardo Gandour**: entrevista [maio 2006]: São Paulo, 2006, 1 cassete sonoro. Entrevistador: o autor.

MALFATTI, **Paulo Malfatti**: entrevista [set.2005] São Paulo, 2005, 2 cassetes sonoros. Entrevistador: o autor.

MESQUITA, Ruy. **Ruy Mesquita**: entrevista ao Programa Roda Viva da TV Cultura [abr.2004]. São Paulo, 2004, 1 fita de vídeo VHS com som e imagem. Entrevistadores: Paulo Markun, Caio Túlio Costa, Milton Coelho da Graça, Roseli Fígaro, João Roberto Martins Filho, Mauro Salles e Beatriz Kushnir.

NUNES, Nelson. **Nelson Nunes**: entrevista [jun.2008], São Paulo, 2008, 1 cassete sonoro. Entrevistador: o autor.

QUÉRCIA, Orestes. **Orestes Quércia** : entrevista [jun.2006]. São Paulo, 2006, 1 cassete sonoro. Entrevistador: o autor.

ROMANO, Mário. **Mário Romano**: entrevista [out.2005]. São Paulo, 2005, 2 cassetes sonoros. Entrevistador: o autor.

JORDÃO, Jorge Antonio Miranda. **Jorge Antonio Miranda Jordão**: entrevista [jun.2008] 1 cassete sonoro. Entrevistadores: o autor e Mauro Ramos.

TASCHNER, Gisela. Gisela Taschner: entrevista [mar] Entrevistadora Leda Letra no site da Faculdade Casper Libero. Acessado em 11 mar. 2006, às 8h20 e impresso em

http://www.facasper.com.br/jo/entrevistas.php?tb_jo=&id_noticias=144 , não mais disponível no endereço eletrônico.

DOCUMENTOS

Escritura de Sociedade Anônima de 31/12/1947 de transformação da empresa J. M. Lisboa & Cia Ltda em Empresa Jornalística Diário Popular S/A lavrada no 21º Tabelião da capital e registrada sob número 35.355 na Junta Comercial do Estado de São Paulo.

Ata da Assembléia Geral Extraordinária de 14 de julho de 1956 da Empresa Jornalística Diário Popular S/A registrada, sob o número 110.000, na Junta Comercial do Estado de São Paulo.

Ata da Assembléia Geral Extraordinária de 8 de maio de 1964 da Empresa Jornalística Diário Popular S/A registrada, sob o número 258153, na Junta Comercial do Estado de São Paulo.

Planilha “Projeção Econômicas das Edições – Mês:Maio/93” entregue os diretores da empresa (Arquivo do autor).

PALESTRA

CALADO, Adérito. O Diário Popular e os Lisboa, 1994.

RELAÇÃO E CRÉDITOS DAS ILUSTRAÇÕES

PÁG.	DOCUMENTO	FONTE
17	Reprodução 1ª página do <i>Diário Popular</i> número 38.926, de 22 de setembro de 2001, seu último dia de circulação.	Arquivo do Jornal <i>Diário de S. Paulo</i> .
17	Reprodução 1ª página do <i>Diário de São Paulo</i> número 38.927, de 23 de setembro de 2001, seu primeiro dia de circulação.	Arquivo do Jornal <i>Diário de S. Paulo</i> .
25	Reprodução de detalhe da 1ª página do <i>Correio Paulistano</i> de 08 de novembro de 1884, publicação da relação de candidatos da União Conservadora (monarquistas).	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
25	Reprodução de detalhe da 1ª página do <i>Correio Paulistano</i> de 09 de dezembro de 1898, com a classificação sob o logotipo de “ORGAN REPUBLICANO”.	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
41	Reprodução 1ª página do <i>Diário Popular</i> de 16 de novembro de 1889, informando a Proclamação da República.	(OLIVEIRA, S., sup edit, 1994).
41	Reprodução da parte superior da 1ª página do <i>Diário Popular</i> de 09 de dezembro de 1898, noticiando a Morte de Antonio Bento.	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
46	Reprodução de detalhe da 1ª página do <i>Diário Popular</i> de 10 de junho de 1885, com o relato de José Maria Lisboa sobre sua demissão de <i>A Província de São Paulo</i> .	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
58	Reprodução de detalhe da 1ª página de <i>A Província de São Paulo</i> de 08 de novembro de 1884, constando o preço de 60 réis do número avulso do dia.	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
71	Reprodução da parte superior do <i>Diário de São Paulo</i> número 1, de 05 de janeiro de 1929, jornal fundado por Assis Chateaubriand.	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
75	Reprodução da parte superior da 1ª página do <i>Diário Popular</i> de 19 de maio de 1939, com a notícia da visita do interventor federal do estado, Adhemar de Barros, à residência de José Maria Lisboa Junior.	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
83	Reprodução da 1ª página da <i>Folha da Manhã</i> de 09 de outubro de 1928, totalmente ocupada pela notícia do “Crime da Mala” incluindo três fotos.	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
83	Reprodução da 1ª página do <i>Diário Popular</i> de 08 de outubro de 1928, destacando o “Crime da Mala” com uma foto do cadáver esquartejado dentro da mala.	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
83	Reprodução da parte superior da página 8 do <i>Correio Paulistano</i> de 09 de outubro de 1928, que foi totalmente tomada pela notícia do “Crime da Mala”, incluindo fotos da vítima, do assassino e de policiais observando a mala no porto de Santos.	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
83	Reprodução da parte superior da página 7 de <i>O Estado de S. Paulo</i> de 09 de outubro de 1928, que foi praticamente tomada pela notícia do “Crime da Mala”, incluindo foto dos policiais observando a mala.	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
88	Reprodução de detalhe da 1ª página de <i>A Província de São Paulo</i> de 10 de outubro de 1884, com notícias locais e policiais.	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
109	Reprodução da 1ª Página do <i>Diário Popular</i> de 06 de fevereiro de 1952, informando o falecimento do Rei Jorge VI e a ascensão da Princesa Elizabeth ao trono da Inglaterra.	(OLIVEIRA, S., sup edit, 1994).

PÁG.	DOCUMENTO	FONTE
138	Reprodução da 1ª página do <i>Diário Popular</i> de 12 de julho de 1979, na qual lê-se a manchete “Caiu” sobre a queda do último pedaço da nave Skylab	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
141	Reprodução de anúncio da empresa Braskraft, publicado na página 16 do <i>Diário Popular</i> de 25 de setembro de 1977.	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
141	Reprodução da página 22 do <i>Diário Popular</i> de 29 de setembro de 1977, com parte do debate entre diretores da empresa Braskraft e editores do jornal.	Hemeroteca do Arquivo Público do Estado de São Paulo.
153	Reprodução da 1ª página do Suplemento Especial “Um Século de Lutas Pela Liberdade”, integrante da Edição do <i>Diário Popular</i> de 08 de novembro de 1985.	Arquivo do autor.
157	Reprodução da 1ª página do Suplemento “Caderno das Eleições” integrante da Edição do <i>Diário Popular</i> de 24 de agosto de 1986.	Arquivo do autor.
161	Reprodução da foto ganhadora do Prêmio Esso de Fotografia de 1987 de autoria de Luiz Luppi.	Arquivo do Jornal <i>Diário de S.Paulo</i> .
164	Reprodução da 1ª página do <i>Diário Popular</i> de 17 de novembro de 1988, primeiro dia em que circulou com novo logotipo e nova programação gráfica.	Arquivo do Jornal <i>Diário de S.Paulo</i> .
187	Reprodução da página 6 do caderno Esportes do <i>Diário Popular</i> de 16 de fevereiro de 1992.	Arquivo do Jornal <i>Diário de S.Paulo</i> .
214	Reprodução de montagem com as primeiras páginas dos Jornais <i>Agora</i> , <i>Diário de São Paulo</i> e <i>Jornal da Tarde</i> , todos do dia 15 de julho de 2008.	Arquivo do autor.

ANEXOS

N.	DESCRIÇÃO - FONTE
A01	1ª pág. original do <i>Diário Popular</i> de 08/11/1884 – Arquivo do <i>Diário de S. Paulo</i> .
A02	1ª pág. do <i>Diário Popular</i> de 08/11/1884, montada para edição de suplemento comemorativo aos 110 anos do jornal (OLIVEIRA, S., sup edit, 1994) – Fundação Biblioteca Nacional.
A03	1ª pág. de <i>A Província de São Paulo</i> de 08/11/1884 com destaque do autor assinalando nota sobre o <i>Diário Popular</i> – Arquivo Público do Estado.
A04	1ª pág. do <i>Correio Paulistano</i> de 08/11/1884 – Arquivo Público do Estado.
A05	Pág. 2 do <i>Correio Paulistano</i> de 11/11/1884 com reprodução do editorial de apresentação publicado pelo <i>Diário Popular</i> na primeira página de 08/11/1884 – Arquivo Público do Estado.
A06	1ª pág. do número especial de <i>A Redenção</i> , editado por Antonio Bento em 13/05/1889 para comemorar o 1º aniversário da Abolição – Revista História, Editora Três, n.1, pág.31.
A07	1ª pág. do n. 1 de <i>A Província de São Paulo</i> de 04/01/1875, onde aparece o nome de Américo de Campos como redator e de José Maria Lisboa como Gerente – Arquivo Público do Estado.
A08	1ª pág. do n. 1 do <i>Diário de S. Paulo</i> , lançado em 09/08/1865 por Pedro Taques – Arquivo Público do Estado.
A09	1ª pág. do n. 1 do <i>Diário de S. Paulo</i> , lançado em 05/01/1929 por Assis Chateaubriand, cuja marca foi usada pelas <i>Organizações Globo</i> – Arquivo Público do Estado.
A10	1ª pág. do <i>Diário Popular</i> de 08/11/1895 – Arquivo Público do Estado.
A11	1ª pág. do <i>Diário Popular</i> de 25/10/1930 – Arquivo Público do Estado.
A12	1ª pág. da <i>Folha da Manhã</i> de 06/10/1931, anunciando o sorteio entre os assinantes e leitores de um palacete, um carro, um terreno e outros prêmios – Arquivo Público do Estado.
A13	Pág. 3 do <i>Diário Popular</i> de 16/04/1939, eleição na API – Arquivo Público do Estado.
A14	1ª pág. do <i>Diário Popular</i> de 05/12/1961, manifesto sobre greve dos jornalistas – Arquivo Público do Estado.
A15	1ª pág. do <i>Diário Popular</i> de 14/01/1981, atentado ao Papa – (OLIVEIRA, S., sup edit, 1994).
A16	1ª pág. do <i>Diário Popular</i> de 20/04/1984 – rejeição das Diretas – (OLIVEIRA, S., sup edit, 1994).
A17	1ª pág. do <i>Diário Popular</i> de 24/04/1987 e reprodução da foto ganhadora do Prêmio Esso de Fotografia 1987, de Luiz Luppi – Arquivo do <i>Diário de S. Paulo</i> .
A18	Boletins de tiragem do <i>Diário Popular</i> e <i>Popular da Tarde</i> de 24/04/1988 e 01/05/1988 – Arquivo do autor.
A19	Relatório de vendas em banca do <i>Diário Popular</i> de 24/04/1988 – Arquivo do autor.
A20	Relatório de vendas em banca do <i>Popular da Tarde</i> de 24/04/1988 – Arquivo do autor.
A21	Controle de páginas do <i>Diário Popular</i> e <i>Popular da Tarde</i> de janeiro/1988 – Arquivo do autor.
A22	1ª pág. da última edição do <i>Popular da Tarde</i> em 16/11/1988 – Arquivo do <i>Diário de S. Paulo</i> .
A23	Folheto enviando às agências de publicidade no segundo semestre de 1990 anunciando que o <i>Diário Popular</i> passava a ter sua tiragem auditada pelo IVC – Arquivo do autor.
A24	1ª pág. da 1ª edição do suplemento <i>Diário na Tevé</i> em 25/04/1990 – Arquivo do <i>Diário de S. Paulo</i> .
A25	1ª pág. do <i>Diário Popular</i> de 24/10/1992 - Assassinato do dono da Rastro com 97 facadas – Arquivo do <i>Diário de S. Paulo</i> .
A26	1ª pág. do <i>Diário Popular</i> de 30/12/1992 – Assassinato da atriz Daniela Perez e renúncia de Collor – Arquivo do <i>Diário de S. Paulo</i> .
A27	1ª pág. do <i>Diário Popular</i> de 11/07/1996 – Com destaque para a execução de sete bandidos pela polícia – Arquivo do <i>Diário de S. Paulo</i> .
A28	Planilha de projeção de despesas e receitas do <i>Diário Popular</i> do mês de maio/1993 – Arquivo do Autor.
A29	1ª pág. do <i>Diário Popular</i> de 22/09/2001 – Anunciando que no dia seguinte sairia com o nome de <i>Diário de S. Paulo</i> – Arquivo do <i>Diário de S. Paulo</i> .
A30	1ª pág. do <i>Diário de S. Paulo</i> de 18/08/2006 e 1ª pág. do <i>Diário Popular</i> que circulou na mesma data para garantia de manutenção da marca – Arquivo do <i>Diário de S. Paulo</i> .

Assinaturas para a capital

Anno . . . 129000
Semestre . . . 69000

Numero avulso do dia 80 rs.—Atrasados
100 rs.

Diário Popular

Propriedade de Lisboa, Campos & Comp.

Redactor responsavel A. DE CAMPOS—Corrente JOSÉ MARIA LISBOA

ANNO I

Sabbado, 8 de Novembro de 1884

N. 1

Expediente

«Diário Popular» publica-se nos
dias uteis, á tarde

Assinaturas para a capital

do hoje até ao fim do anno . . . 15500
até 31 de Dezembro de 1885 . . . 155000

Para fóra

Até ao fim do anno . . . 25000
Até 31 de Dezembro de 1885 . . . 155000

N. B.—Em pagamentos não efetuados e
reclamações até ao fim do corrente me.
Deixa data em diante a vigorar a preço
sempre estabelecido.

Fazemos hoje uma diffusão,
mas ou menos generalizada e muito
agradecimentos aos que tomarem
assinaturas, assim como termos
reconhecidos aqueles que, não
aceitando café, a devolviam nos-
so escriptorio, mencionando seus
nomes e respectivas moradas.

Com certeza deixamos de
remetter-lhe a muitos cavallheiros que
nos auxiliariam com o seu apoio,
porem a esses pedimos desculpa da
falha, toda involuntaria, e roga-
mos-lhes que não seja esse motivo
para nos retirarem seu auxilio.

DIÁRIO POPULAR

Uma promessa

Está nos planos dessa folha não perder
de vista os interesses denominados
municipaes.

Podem ver-se o desejo de fazer popu-
laridade ou meio de ter á mão o exemplo
fidei e propicio á conhecida noção de vida
provinciana.

Pois será muito ao menos e principal-
mente o sincero proposito de tirar

GABRIEL FERRY

O S

DOIS MARIDOS DE MARTHA

TRADUÇÃO ESPECIALMENTE PARA O DIÁRIO POPULAR

POR

Horacio de Carvalho

I

O POLICIA

— É um caso de merito e de cora-
ção: e é também um medio distincto,
bem realista, muito protegido em Pa-
ris—um futuro em perspectiva.

— Em perspectiva, que quer isso
dizer?

— Ora, não deve divulgar o que
lhe vou contar?

— Ora, Henrique—director do hospi-
tal de Grenoble—pôz uma perua e
espera ser chamado a Paris como
medico de um estabelecimento do go-
verno.

— Sei: e a srta. Martha aborrece-se
a provincia.

— Schellein levanta-se.

— Mas de dar de minha parte, disse
elle, meus parabens ao noivo.

— Desfalecido está maliciado,
porem humilde.

— O policia a whir do salão quando
ouviu um ruido de carros na sua
silenciosa.

— São os noivos que voltam? ex-
clamou a rapariga, Sr. Schellein, e o
noivo tem a cara de quem não esperava
para dar de minha proprio os parabens.

— Vem lá, não dizai-lhe de nada,
pôr a obrigação, murmurou elle.

— Germana, correi-lhe ao encontro,
vinham já entrando pelo patio, pri-
meiro Michel Martin, o dono da casa,
e a sua sobrinha Martha com o marido

da imprensa um bom serviço, perfec-
tamente nas suas cordas e no seu de-
ver, qual seja o de collaborar para a
educação civica do municipio, que
assim é a escola primaria dos direitos
do povo, das liberdades politicas, au-
tonomia e consciencia nacional.

Em tanto e quanto possível, ser-
vicos a honra dos sr. elis, o fiscal dos
sr. fiscaes, a policia da policia; mas
sem interrupções, sem interrupções,
aguardando os factos, discutindo,
aconselhando, aprendendo e de-
monstrando.

A. DE CAUROS.

Bom exemplo

É sabido que em Parnassus angari-
ou-se uma exposição local de café,
grupos aos esforços do redactor do
«Rio-Bravo», o sr. J. P. da Motta Ju-
nior.

A exposição estava aberta durante
a primeira quinzena do mez corrente,
elevando-se a numero das amostras
collegadas a 88, subindo por isso a 90
com as que foram enviadas depois.

Consta-nos já que no Amparo, es-
taheita em realizar, em tempo oportu-
no o mesmo facto, não estando opor-
tunista ainda determinado si será
antes ou depois da exposição da Côte.

É quasi certo que Campinas o seu
centro, importantes não se de-
clarar ficar a sombra.

É o que convém fazer, como ensaio
para maiores committimentos.

Chamamos talis nosa conspurgar
pripicio.

A. DE CAMPOS

LETRAS E ARTES

Pequenos poemas em prosa

Do poeta russo Ivan Tourguenoff
os seus poemas.

Quando, em minha presença, tocam
bravos os grandes milloeiros de
chilil, por que consagra memoria con-
sideravel á educação das crianças, no
acordo das dentas, á fundação de
asylas para os velhos, etc., em tam-
bem e louvo e admiração? Mas, louva-
do e admirado, vem-se a lembrar a
história de uma pobre cam-
panha que recolheram uma orphãni-
ca e agasalharam-na em sua inter-
vel cabana.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

Está bem distante deste humilde
composos o famoso Rothschil!

— A coordenação, o methodo á luz
cientifica, o confronto e a análise
que entram pela primeira vez no tra-
balho e nos calculos da agricultura
de Parnassus.

Em pouco tempo comprehenderão
allos quanto podem inflar no seu es-
pirito e nos seus labores asas peque-
nas e apparentemente insignificantes,
mas que são entretanto os germens
fecundos do progresso e melhora-
mento de que tanto e tanto necessita
a nossa rotineira agricultura.

Um dos melhores frutos da folia
tentamen de Parnassus angariou-se
appareceu, mas ha de seguramente
vir em curto prazo. Aquelle tenta-
men em dar de tudo um bello exem-
plo, e a sua tardia e sua reprodução.

Consta-nos já que no Amparo, es-
taheita em realizar, em tempo oportu-
no o mesmo facto, não estando opor-
tunista ainda determinado si será
antes ou depois da exposição da Côte.

É quasi certo que Campinas o seu
centro, importantes não se de-
clarar ficar a sombra.

É o que convém fazer, como ensaio
para maiores committimentos.

Chamamos talis nosa conspurgar
pripicio.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

Formar uma bibliotheca de
125000 volumes, não incluindo os
simples folhetos, livros e outros ope-
culos, que se elevam a mais de um
millão.

— A coordenação, o methodo á luz
cientifica, o confronto e a análise
que entram pela primeira vez no tra-
balho e nos calculos da agricultura
de Parnassus.

Em pouco tempo comprehenderão
allos quanto podem inflar no seu es-
pirito e nos seus labores asas peque-
nas e apparentemente insignificantes,
mas que são entretanto os germens
fecundos do progresso e melhora-
mento de que tanto e tanto necessita
a nossa rotineira agricultura.

Um dos melhores frutos da folia
tentamen de Parnassus angariou-se
appareceu, mas ha de seguramente
vir em curto prazo. Aquelle tenta-
men em dar de tudo um bello exem-
plo, e a sua tardia e sua reprodução.

Consta-nos já que no Amparo, es-
taheita em realizar, em tempo oportu-
no o mesmo facto, não estando opor-
tunista ainda determinado si será
antes ou depois da exposição da Côte.

É quasi certo que Campinas o seu
centro, importantes não se de-
clarar ficar a sombra.

É o que convém fazer, como ensaio
para maiores committimentos.

Chamamos talis nosa conspurgar
pripicio.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

— Ora, adora, observou o marido,
pela comerecia sem sal.

— Se temo a morte, disse a cam-
panha, gostamos os últimos sillos,
os seus termos ao dia, para a sua.

Assinaturas para fóra

Anno . . . 149000
Semestre . . . 79000

Escriptorio e typographia—Rua da Im-
peratriz, 49

Offerta.—Pelo estimado agricul-
tor, sr. commendador Vergueiro, não
foi offerecido um folheto com o titulo
«Sobre a Educação de Mello» e firmado
por Chr. V. Düring.

Agredamos cordalmente.

Helom do Desvalido.—
A chegada dos novos bachareis, filhos
dessa localidade, ao sr. Amador
Pereira, Salvador Meyer, Claudio
Rodrigues e Sebastião Pestado foi
muito festiva.

Além das pompas feitas que o
povo desvalidamente lhes offereceu, a
Imprensa do «Desvalido» traçou os retratos
dos novos bachareis e conagra-
lhos honrar-lhes em que descreve
a vida academica de cada um dos
deles.

Locutura.—Na França, a 6. pel
maibai, foi atacada de leucemia o so-
cio da firma Poyares & Viana, Fran-
cisco de Barros Poyares, e pracion
deos de leucemia e sangramento
furo.

Com uma machadilha de cortar
ceras fora gravemente o sr. Vian-
ta d'Almeida um golpe na cabeça, e
em acto continuo feriu uma preta que
interveio em auxilio de Viana.

Poucos depois a dita machadilha na
propria cubeca, tentando também cor-
te e pederu com uma machadilha.

Doado a Vozes da Pátria, Claudio
Rodrigues e Sebastião Pestado foi
muito festiva.

Além das pompas feitas que o
povo desvalidamente lhes offereceu, a
Imprensa do «Desvalido» traçou os retratos
dos novos bachareis e conagra-
lhos honrar-lhes em que descreve
a vida academica de cada um dos
deles.

Locutura.—Na França, a 6. pel
maibai, foi atacada de leucemia o so-
cio da firma Poyares & Viana, Fran-
cisco de Barros Poyares, e pracion
deos de leucemia e sangramento
furo.

Com uma machadilha de cortar
ceras fora gravemente o sr. Vian-
ta d'Almeida um golpe na cabeça, e
em acto continuo feriu uma preta que
interveio em auxilio de Viana.

Poucos depois a dita machadilha na
propria cubeca, tentando também cor-
te e pederu com uma machadilha.

Doado a Vozes da Pátria, Claudio
Rodrigues e Sebastião Pestado foi
muito festiva.

Além das pompas feitas que o
povo desvalidamente lhes offereceu, a
Imprensa do «Desvalido» traçou os retratos
dos novos bachareis e conagra-
lhos honrar-lhes em que descreve
a vida academica de cada um dos
deles.

Locutura.—Na França, a 6. pel
maibai, foi atacada de leucemia o so-
cio da firma Poyares & Viana, Fran-
cisco de Barros Poyares, e pracion
deos de leucemia e sangramento
furo.

Com uma machadilha de cortar
ceras fora gravemente o sr. Vian-
ta d'Almeida um golpe na cabeça, e
em acto continuo feriu uma preta que
interveio em auxilio de Viana.

Poucos depois a dita machadilha na
propria cubeca, tentando também cor-
te e pederu com uma machadilha.

Doado a Vozes da Pátria, Claudio
Rodrigues e Sebastião Pestado foi
muito festiva.

Além das pompas feitas que o
povo desvalidamente lhes offereceu, a
Imprensa do «Desvalido» traçou os retratos
dos novos bachareis e conagra-
lhos honrar-lhes em que descreve
a vida academica de cada um dos
deles.

Locutura.—Na França, a 6. pel
maibai, foi atacada de leucemia o so-
cio da firma Poyares & Viana, Fran-
cisco de Barros Poyares, e pracion
deos de leucemia e sangramento
furo.

Com uma machadilha de cortar
ceras fora gravemente o sr. Vian-
ta d'Almeida um golpe na cabeça, e
em acto continuo feriu uma preta que
interveio em auxilio de Viana.

Poucos depois a dita machadilha na
propria cubeca, tentando também cor-
te e pederu com uma machadilha.

Doado a Vozes da Pátria, Claudio
Rodrigues e Sebastião Pestado foi
muito festiva.

Além das pompas feitas que o
povo desvalidamente lhes offereceu, a
Imprensa do «Desvalido» traçou os retratos
dos novos bachareis e conagra-
lhos honrar-lhes em que descreve
a vida academica de cada um dos
deles.

Locutura.—Na França, a 6. pel
maibai, foi atacada de leucemia o so-
cio da firma Poyares & Viana, Fran-
cisco de Barros Poyares, e pracion
deos de leucemia e sangramento
furo.

Com uma machadilha de cortar
ceras fora gravemente o sr. Vian-
ta d'Almeida um golpe na cabeça, e
em acto continuo feriu uma preta que
interveio em auxilio de Viana.

Poucos depois a dita machadilha na
propria cubeca, tentando também cor-
te e pederu com uma machadilha.

Doado a Vozes da Pátria, Claudio
Rodrigues e Sebastião Pestado foi
muito festiva.

Além das pompas feitas que o
povo desvalidamente lhes offereceu, a
Imprensa do «Desvalido» traçou os retratos
dos novos bachareis e conagra-
lhos honrar-lhes em que descreve
a vida academica de cada um dos
deles.

Locutura.—Na França, a 6. pel
maibai, foi atacada de leucemia o so-
cio da firma Poyares & Viana, Fran-
cisco de Barros Poyares, e pracion
deos de leucemia e sangramento
furo.

NOTÍCIAS

Tornado de xadrez.—No dia
3 do corrente terminou o torneio de
xadrez que o Club International in-
augurou a 19 de Setembro.

Inverceram-se os seguintes senho-
res jogadores: vicinidade de Yli, dr.
Barbosa de Barros, Miguel Iriarte,
Charles Corbett, dr. José de Souza
Queiroz, dr. Clementina de Souza e
Coutro, F. A. Upton, Turner, dr. Car-
los Garcia, Rogério Leifer, J. M. Gal-
vão Bueno, Sirobini Dias da Cunha,
John Candido Martins, dr. Basso de
Andrade, dr. Silevina de Mello, dr.
Almeida Netto, G. Barro Falcão, dr.
Felix Camargo, George Harvey, F.
de Souza, Sirobini Dias da Cunha,
John Candido Martins, dr. Basso de
Andrade, dr. Silevina de Mello, dr.
Almeida Netto, G. Barro Falcão, dr.
Felix Camargo, George Harvey, F.
de Souza, Sirobini Dias da Cunha,
John Candido Martins, dr. Basso de
Andrade, dr. Silevina de Mello, dr.
Almeida Netto, G. Barro Falcão, dr.
Felix Camargo, George Harvey, F.
de Souza, Sirobini Dias da Cunha,
John Candido Martins, dr. Basso de
Andrade, dr. Silevina de Mello,

A assignatura póde principiar em
qualquer dia e mez mas terminará
em Junho e Dezembro.
Todos os pagamentos adiantados.
Numero unico — 200 rs.
Typographia e escriptorio,
RUA DE PALACIO N. 11

PROPRIEDADE DE UMA ASSOCIAÇÃO COMMANDITARIA

REDACTORES: AMERICO DE CAMPOS E F. RANGEL PESTANA

ADMINISTRADOR--JOSE MARIA LISBOA

: Columnas franquadas aos escriptos de utilidade publica

Segunda-feira 4 de Janeiro de 1870

Liberdade de pensamento e responsabilidade do auctor

[illegible]

Os selvagens invadiram os seus territórios e os seus bens, e os seus filhos foram mortos. Os índios da São Paulo foram os seus maiores inimigos, e os seus filhos foram mortos. Os índios da São Paulo foram os seus maiores inimigos, e os seus filhos foram mortos. Os índios da São Paulo foram os seus maiores inimigos, e os seus filhos foram mortos.

[illegible][illegible]

responsabilidade do gestor

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

FOLHETIM
MAGDALENA
POR
JULIO SANDAU

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

 

DIARIO DE S. PAULO

O «DIARIO» É PROPRIEDADE DOS BACHAREIS EM DIREITO PEDRO TAQUES DE ALMEIDA ALVIM, DELFINO PINHEIRO DE ULHOA CINTRA JUNIOR E DE HENRIQUE SCROEDER.

REDACTORES — D. P. DE ULHOA CINTRA JUNIOR E PEDRO TAQUES DE A. A.

Publica-se na Typographia Allemã-Pua-Direita n.º 15 todos os dias. Subscorre-se no scriptorio da mesma, para a Capital—185000 rs. por anno, 50000 rs. por semestre e 30000 rs. por trimestre. Para fora a 165000 rs. por anno, 85000 rs. por semestre e 45000 rs. por trimestre. — para a capital e para o interior. Anuncios, 50 rs. por linha.

Diario de S. Paulo.

S. Paulo, 9 de Agosto de 1865.

AS FAZENDAS — ALGODÃO.

Dizemos, porém, que as tabeas de exportação do algodão, em 1865, não foram melhores do que as de 1864.

Parém a carta do Sr. Prates chega em bom tempo, e seus dados nos autorizam a fazer algumas conjecturas no futuro.

Este cidadão, tratando de Sorocaba, se admira de tanta actividade que abrem no cultivo do algodão, e no manejo da diversa machinas de desfiar, que estão ali funcionando. Calculando por isto os resultados da colheita do anno, diz:—Calcula-se que por Sorocaba se exporte, no corrente anno, 300,000 arrobas de algodão, cujo valor em caixas tem oscillado entre 18000 e 24000 por arroba.

E tal abundancia de sementes deste utilissimo vegetal que a maior parte della é desprovida, comparando-se com a que se produz em uma das referidas machinas moedoras por agua, como combustível em uma das, que se acham ali.

Temos, então, 300,000 arrobas de algodão na circumvizinhança de Sorocaba, no primeiro anno da empresa.

Não queremos illudir o publico: deve-se desconfiar 300,000 arrobas, antes da conclusão da guerra dos Estados Unidos.

O Sr. Prates quer a colheita do algodão em campo: tirando-se destas 300,000 arrobas o peso das sementes e o mais que é sabido, pode-se argir o que se perde na operação, porque passa em dois terços do producto.

Portanto, a colheita de Sorocaba chegará a 100,000 arrobas limpas.

A bondade do Sr. Prates devemos ainda color que a este numero de arrobas pode-se calcular que se justará a que veio de campo.

O Sr. Prates quer a colheita do algodão em campo: tirando-se destas 300,000 arrobas o peso das sementes e o mais que é sabido, pode-se argir o que se perde na operação, porque passa em dois terços do producto.

Portanto, a colheita de Sorocaba chegará a 100,000 arrobas limpas.

A bondade do Sr. Prates devemos ainda color que a este numero de arrobas pode-se calcular que se justará a que veio de campo.

O Sr. Prates quer a colheita do algodão em campo: tirando-se destas 300,000 arrobas o peso das sementes e o mais que é sabido, pode-se argir o que se perde na operação, porque passa em dois terços do producto.

Portanto, a colheita de Sorocaba chegará a 100,000 arrobas limpas.

A bondade do Sr. Prates devemos ainda color que a este numero de arrobas pode-se calcular que se justará a que veio de campo.

O Sr. Prates quer a colheita do algodão em campo: tirando-se destas 300,000 arrobas o peso das sementes e o mais que é sabido, pode-se argir o que se perde na operação, porque passa em dois terços do producto.

Portanto, a colheita de Sorocaba chegará a 100,000 arrobas limpas.

A bondade do Sr. Prates devemos ainda color que a este numero de arrobas pode-se calcular que se justará a que veio de campo.

O Sr. Prates quer a colheita do algodão em campo: tirando-se destas 300,000 arrobas o peso das sementes e o mais que é sabido, pode-se argir o que se perde na operação, porque passa em dois terços do producto.

Portanto, a colheita de Sorocaba chegará a 100,000 arrobas limpas.

A bondade do Sr. Prates devemos ainda color que a este numero de arrobas pode-se calcular que se justará a que veio de campo.

O Sr. Prates quer a colheita do algodão em campo: tirando-se destas 300,000 arrobas o peso das sementes e o mais que é sabido, pode-se argir o que se perde na operação, porque passa em dois terços do producto.

Portanto, a colheita de Sorocaba chegará a 100,000 arrobas limpas.

A bondade do Sr. Prates devemos ainda color que a este numero de arrobas pode-se calcular que se justará a que veio de campo.

O Sr. Prates quer a colheita do algodão em campo: tirando-se destas 300,000 arrobas o peso das sementes e o mais que é sabido, pode-se argir o que se perde na operação, porque passa em dois terços do producto.

Portanto, a colheita de Sorocaba chegará a 100,000 arrobas limpas.

Diz-se que o nosso agricultor se desmolda todos Unidos. Embora o valor, vá baixando, com a baixa do preço e certeza de conegren não é provável que haja a colheita anterior, em em a cessação da guerra dos Estados Unidos, a colheita em que estava em 1860.

Sobre este recibo, diremos duas palavras. Colheita as tabeas de exportação do algodão, em 1865, não foram melhores do que as de 1864.

Parém a carta do Sr. Prates chega em bom tempo, e seus dados nos autorizam a fazer algumas conjecturas no futuro.

Este cidadão, tratando de Sorocaba, se admira de tanta actividade que abrem no cultivo do algodão, e no manejo da diversa machinas de desfiar, que estão ali funcionando. Calculando por isto os resultados da colheita do anno, diz:—Calcula-se que por Sorocaba se exporte, no corrente anno, 300,000 arrobas de algodão, cujo valor em caixas tem oscillado entre 18000 e 24000 por arroba.

E tal abundancia de sementes deste utilissimo vegetal que a maior parte della é desprovida, comparando-se com a que se produz em uma das referidas machinas moedoras por agua, como combustível em uma das, que se acham ali.

Temos, então, 300,000 arrobas de algodão na circumvizinhança de Sorocaba, no primeiro anno da empresa.

Não queremos illudir o publico: deve-se desconfiar 300,000 arrobas, antes da conclusão da guerra dos Estados Unidos.

O Sr. Prates quer a colheita do algodão em campo: tirando-se destas 300,000 arrobas o peso das sementes e o mais que é sabido, pode-se argir o que se perde na operação, porque passa em dois terços do producto.

Portanto, a colheita de Sorocaba chegará a 100,000 arrobas limpas.

A bondade do Sr. Prates devemos ainda color que a este numero de arrobas pode-se calcular que se justará a que veio de campo.

 

Diz-se que o nosso agricultor se desmolda todos Unidos. Embora o valor, vá baixando, com a baixa do preço e certeza de conegren não é provável que haja a colheita anterior, em em a cessação da guerra dos Estados Unidos, a colheita em que estava em 1860.

Sobre este recibo, diremos duas palavras. Colheita as tabeas de exportação do algodão, em 1865, não foram melhores do que as de 1864.

Parém a carta do Sr. Prates chega em bom tempo, e seus dados nos autorizam a fazer algumas conjecturas no futuro.

Este cidadão, tratando de Sorocaba, se admira de tanta actividade que abrem no cultivo do algodão, e no manejo da diversa machinas de desfiar, que estão ali funcionando. Calculando por isto os resultados da colheita do anno, diz:—Calcula-se que por Sorocaba se exporte, no corrente anno, 300,000 arrobas de algodão, cujo valor em caixas tem oscillado entre 18000 e 24000 por arroba.

E tal abundancia de sementes deste utilissimo vegetal que a maior parte della é desprovida, comparando-se com a que se produz em uma das referidas machinas moedoras por agua, como combustível em uma das, que se acham ali.

Temos, então, 300,000 arrobas de algodão na circumvizinhança de Sorocaba, no primeiro anno da empresa.

Não queremos illudir o publico: deve-se desconfiar 300,000 arrobas, antes da conclusão da guerra dos Estados Unidos.

 

Diz-se que o nosso agricultor se desmolda todos Unidos. Embora o valor, vá baixando, com a baixa do preço e certeza de conegren não é provável que haja a colheita anterior, em em a cessação da guerra dos Estados Unidos, a colheita em que estava em 1860.

Sobre este recibo, diremos duas palavras. Colheita as tabeas de exportação do algodão, em 1865, não foram melhores do que as de 1864.

Parém a carta do Sr. Prates chega em bom tempo, e seus dados nos autorizam a fazer algumas conjecturas no futuro.

Este cidadão, tratando de Sorocaba, se admira de tanta actividade que abrem no cultivo do algodão, e no manejo da diversa machinas de desfiar, que estão ali funcionando. Calculando por isto os resultados da colheita do anno, diz:—Calcula-se que por Sorocaba se exporte, no corrente anno, 300,000 arrobas de algodão, cujo valor em caixas tem oscillado entre 18000 e 24000 por arroba.

E tal abundancia de sementes deste utilissimo vegetal que a maior parte della é desprovida, comparando-se com a que se produz em uma das referidas machinas moedoras por agua, como combustível em uma das, que se acham ali.

Temos, então, 300,000 arrobas de algodão na circumvizinhança de Sorocaba, no primeiro anno da empresa.

Não queremos illudir o publico: deve-se desconfiar 300,000 arrobas, antes da conclusão da guerra dos Estados Unidos.

 

O Sr. Prates quer a colheita do algodão em campo: tirando-se destas 300,000 arrobas o peso das sementes e o mais que é sabido, pode-se argir o que se perde na operação, porque passa em dois terços do producto.

Portanto, a colheita de Sorocaba chegará a 100,000 arrobas limpas.

A bondade do Sr. Prates devemos ainda color que a este numero de arrobas pode-se calcular que se justará a que veio de campo.

O Sr. Prates quer a colheita do algodão em campo: tirando-se destas 300,000 arrobas o peso das sementes e o mais que é sabido, pode-se argir o que se perde na operação, porque passa em dois terços do producto.

Portanto, a colheita de Sorocaba chegará a 100,000 arrobas limpas.

A bondade do Sr. Prates devemos ainda color que a este numero de arrobas pode-se calcular que se justará a que veio de campo.

O Sr. Prates quer a colheita do algodão em campo: tirando-se destas 300,000 arrobas o peso das sementes e o mais que é sabido, pode-se argir o que se perde na operação, porque passa em dois terços do producto.

Portanto, a colheita de Sorocaba chegará a 100,000 arrobas limpas.

A bondade do Sr. Prates devemos ainda color que a este numero de arrobas pode-se calcular que se justará a que veio de campo.

Carta de Montevideo.

Montevideo, 14 de julho de 1865.

Tem sido estes ultimos dias de grande agitação por noticias da Paraná e do Uruguay, e ellas finalmente nos chegaram, hontem, sem differir de modo algum a situação relativa dos belligerentes. Com tudo, a impressão que se cria de decorrer não foi a favor da nossa causa, por que as forças argentinas em Corrientes, quer as brasileiras no Rio Grande, obtiveram notáveis vantagens sobre as inimigas.

Cacere por aquelle lado, e o coronel Ferraz por este vão dizimando o inimigo, que assim reconhece claramente a sua inferioridade. Estes choques parciais, bem que não sejam decisivos, influem consideravelmente sobre a opinião publica, e ao mesmo tempo naturaliza os novos soldados, que adquiriram uma confiança illudida em seu valor.

Segundo a parte do general Caceres, o encontro com o inimigo foi rudo, deixando este grande numero de mortos no campo, e sendo insignificante a sua perda. Este combate teve lugar com a vantagem do exercito paraguayo proximo ao lugar denominado Passo do Ambruzio. Quasi todas as forças inimigas se achão do outro lado do Emparedado, chegando apenas as avançadas até S. Lourenço.

O combate do coronel Ferraz, littas foi mais importante pelos seus resultados. Por noticias posteriores se sabe que a columna de 3,000 a 4,000 homens que marchou pela margem esquerda do Uruguay atravessou o rio Aguapehy, e fez alto na povoação de la Cruz, que occupou, sendo sempre pelo inimigo.

Esta victoria do nosso Territorio do Uruguay, que ainda não se atreveu a passar para a Uruguayana, como pretendia, por que é sempre hostilizada por gente inossa. Este ponto acha-se fortificado guariello, abandonado pelas familias que o povoão.

Español dos embevedores da localidade, que foram batidos os paraguays pelo coronel Ferraz, que a força que se refugiou na banha está completamente perdida.

Consta que o almirante visconde de Tamandaré partiu de Buenos Ayres no dia 2 do corrente com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Com estes cinco vapores, o almirante visconde de Tamandaré, com o intuito de dar um golpe unido e abalando as forças inimigas no rio Uruguay. Leva os vapores de guerra, e o Duce de Jauco (antes Inmola) e creio porque não queria chegar a outras foi reme-se no Aqueducto Marcondi e Tamandaré.

Diz-se que o nosso agricultor se desmolda todos Unidos. Embora o valor, vá baixando, com a baixa do preço e certeza de conegren não é provável que haja a colheita anterior, em em a cessação da guerra dos Estados Unidos, a colheita em que estava em 1860.

Sobre este recibo, diremos duas palavras. Colheita as tabeas de exportação do algodão, em 1865, não foram melhores do que as de 1864.

Parém a carta do Sr. Prates chega em bom tempo, e seus dados nos autorizam a fazer algumas conjecturas no futuro.

Este cidadão, tratando de Sorocaba, se admira de tanta actividade que abrem no cultivo do algodão, e no manejo da diversa machinas de desfiar, que estão ali funcionando. Calculando por

Diário de S. Paulo

Director: Rubens de Azevedo

Director-gerente: O. R. Dantas

ANNO I

FACILIDADE DE PAGAMENTO

São Paulo, 5 de Janeiro de 1929

VAPOR, SEM CARGA, INTERIO

NUM. 1

A SUCESSÃO PRESIDENCIAL já em plena fase de gestação

EM SÃO PAULO, ACREDITA-SE QUE O SR. JULIO PRESTES SERÁ ELEITO SEM OPPOSITOR

Em Belo Horizonte, entretanto, acredita-se na vitória do sr. Antonio Carlos

As informações que se cultuam em São Paulo, sobre o problema da sucessão presidencial, são de natureza otimista em relação à candidatura do sr. Julio Prestes. Notícias de Belo Horizonte, porém, colhidas em boas fontes, não são menos otimistas quanto à situação que se encontra no Rio de Janeiro.

A informação dos homens do P. U. P. é esta: — O sr. Julio Prestes será candidato sem luta, como o foi o sr. Washington Luis. Para isso, conta com o Café, que por sua vez se apoia em todas as instituições, estaduais, sem exceção, sem exceção, sem exceção, sem exceção. Será uma questão de ponto de vista, mas os apoios são os mesmos para os dois candidatos. Julio Prestes, tal e qual o sr. Mello

A LITIGÂNCIA ACCEITOU A PROPOSTA DOS BOMBEIROS PARA O NÚCLEO ACCORDO ANTERIOR QUANTO AO FACTO ACILLO. PARIS, 4 (U. P.) — O correspondente do "Berliner Tageblatt", em Kaya, noticia que a Litigância aceita a proposta do Soviet para uma declaração mais sobre a validade do Pacto Kellogg contra a guerra, mesmo antes de este ser aprovado pelas primeiras signatúras.

VAE PARA A ITALIA O SR. MAZZOLINI

Apresentação de despedida ao presidente do Estado

Apresentação de despedida ao presidente do Estado. O sr. Mazzolini, em sua despedida, fez uma longa e interessante exposição sobre a situação da Itália e sobre o papel da Itália no mundo. Ele falou sobre a necessidade de uma reforma política e administrativa, e sobre a importância da cooperação internacional.

OS REBELDES OBTÊM VANTAGENS EM AFGHANISTÃO

Espera-se um choque com as tropas de Bachai Sakao

LONDRES, 4 (U. P.) — Telegrama de Nova Delhi (Índia): "Segundo notícias recebidas de Kabul, o antigo governador Ali Akbar Khan, que esteve no exílio, voltou precipitadamente em acção com os rebeldes que se propõem a suprimir as hostilidades, mediante condições ainda não divulgadas."

As forças comunistas entraram na linha telegráfica entre Kandahar e Quetta (Afghanistan), motivo pelo qual as comunicações entre o Índia e o Afeganistão estão sendo feitas exclusivamente pela radiotelegrafia.

AS QUESTOES FERROVIARIAS que o governo tenta resolver

A LIGAÇÃO DIRECTA DE TODAS AS LINHAS DE UM METRO AO NOSSO PORTO DE MAR

A finalidade que o sr. Julio Prestes imprimiu

Um dos mais delicados actos por si só a sua configuração. El do sr. Julio Prestes é a apresentação da Sociedade de Melhoramento da Viação Ferroviária de São Paulo. O sr. Prestes, ao assumir a direção da empresa, tem a intenção de melhorar a situação da viação ferroviária de São Paulo, e de estabelecer uma ligação directa de todas as linhas de um metro ao nosso porto de mar.

— O sr. Prestes, ao assumir a direção da empresa, tem a intenção de melhorar a situação da viação ferroviária de São Paulo, e de estabelecer uma ligação directa de todas as linhas de um metro ao nosso porto de mar. Ele fala sobre a necessidade de uma reforma política e administrativa, e sobre a importância da cooperação internacional.

O NOVO COMANDANTE DO CONTRA-TORREDORE RIO GRANDE DO NORTE. RIO, 4 (U. P.) — O sr. Prestes, ao assumir a direção da empresa, tem a intenção de melhorar a situação da viação ferroviária de São Paulo, e de estabelecer uma ligação directa de todas as linhas de um metro ao nosso porto de mar.

O pesadelo do sr. Antonio Carlos

Hub-na de Amarel

O sr. Antonio Carlos é a cabeça de agitação da política nacional. Desde o seu regresso ao Brasil, ele tem sido o alvo de muitas críticas e ataques. Ele é considerado o principal responsável pela situação política do Brasil, e muitos acreditam que ele é o maior obstáculo à reforma política e administrativa.

A rigor, porém, o presidente de Minas não possuiu uma preocupação da República diferente do sr. Antonio Carlos. O sr. Carlos, ao assumir a direção da empresa, tem a intenção de melhorar a situação da viação ferroviária de São Paulo, e de estabelecer uma ligação directa de todas as linhas de um metro ao nosso porto de mar.

— O sr. Prestes, ao assumir a direção da empresa, tem a intenção de melhorar a situação da viação ferroviária de São Paulo, e de estabelecer uma ligação directa de todas as linhas de um metro ao nosso porto de mar. Ele fala sobre a necessidade de uma reforma política e administrativa, e sobre a importância da cooperação internacional.

O NOVO COMANDANTE DO CONTRA-TORREDORE RIO GRANDE DO NORTE. RIO, 4 (U. P.) — O sr. Prestes, ao assumir a direção da empresa, tem a intenção de melhorar a situação da viação ferroviária de São Paulo, e de estabelecer uma ligação directa de todas as linhas de um metro ao nosso porto de mar.

"REO"

A Grande Marca dos Grandes Centros

Para Agências, dirijam-se a
S/A IMPORTADORA DE AUTOMOVEIS
Alameda Cleveland, 53
SÃO PAULO

ASSIGNATURA PARA CAPITAL
Anno... 1899
REDAÇÃO E IMPRESSÃO
64, RUA 15 DE NOVEMBRO, 54
NÚMERO ATUAL 109 PÁGS

Diário Popular

PROPRIEDADE DE J. M. LISBOA & COMP.

ASSIGNATURA PARA RENDA
Anno... 1899
REDAÇÃO E IMPRESSÃO
64, RUA 15 DE NOVEMBRO, 54
ASSIGNATURA PARA O ESTUDANTE DO DIÁRIO

ANO XII
DIÁRIO POPULAR
S. PAULO--Sexta-feira, 8 de Novembro de 1895

Comunicação ao Sr. Paulo
O Sr. Paulo, que se encontra em viagem, não pôde comparecer pessoalmente ao encontro que se realizou na noite de 6 de Novembro, em sua casa, para discutir o plano de trabalho do Diário Popular. A ausência do Sr. Paulo é muito sentida, mas a direção do jornal não pôde deixar de prosseguir com o trabalho, pois a responsabilidade é da direção e não do Sr. Paulo. A direção do jornal agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal. A direção do jornal também agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal.

Dr. A. de Castro

Diário Popular
O Diário Popular é um jornal de caráter popular, que se dedica a informar o povo sobre os acontecimentos da cidade e do mundo. O jornal também se dedica a educar o povo e a promover o bem-estar da sociedade. O Diário Popular é um jornal de caráter popular, que se dedica a informar o povo sobre os acontecimentos da cidade e do mundo. O jornal também se dedica a educar o povo e a promover o bem-estar da sociedade.

Fundição do Braz
A fundição do Braz é um projeto que visa a construção de uma fundição para a produção de metais. O projeto é liderado por um grupo de engenheiros e técnicos, que estão trabalhando para a construção da fundição. A fundição do Braz é um projeto que visa a construção de uma fundição para a produção de metais. O projeto é liderado por um grupo de engenheiros e técnicos, que estão trabalhando para a construção da fundição.

Comunicação ao Sr. Paulo
O Sr. Paulo, que se encontra em viagem, não pôde comparecer pessoalmente ao encontro que se realizou na noite de 6 de Novembro, em sua casa, para discutir o plano de trabalho do Diário Popular. A ausência do Sr. Paulo é muito sentida, mas a direção do jornal não pôde deixar de prosseguir com o trabalho, pois a responsabilidade é da direção e não do Sr. Paulo. A direção do jornal agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal. A direção do jornal também agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal.

Comunicação ao Sr. Paulo
O Sr. Paulo, que se encontra em viagem, não pôde comparecer pessoalmente ao encontro que se realizou na noite de 6 de Novembro, em sua casa, para discutir o plano de trabalho do Diário Popular. A ausência do Sr. Paulo é muito sentida, mas a direção do jornal não pôde deixar de prosseguir com o trabalho, pois a responsabilidade é da direção e não do Sr. Paulo. A direção do jornal agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal. A direção do jornal também agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal.

Comunicação ao Sr. Paulo
O Sr. Paulo, que se encontra em viagem, não pôde comparecer pessoalmente ao encontro que se realizou na noite de 6 de Novembro, em sua casa, para discutir o plano de trabalho do Diário Popular. A ausência do Sr. Paulo é muito sentida, mas a direção do jornal não pôde deixar de prosseguir com o trabalho, pois a responsabilidade é da direção e não do Sr. Paulo. A direção do jornal agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal. A direção do jornal também agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal.

Comunicação ao Sr. Paulo
O Sr. Paulo, que se encontra em viagem, não pôde comparecer pessoalmente ao encontro que se realizou na noite de 6 de Novembro, em sua casa, para discutir o plano de trabalho do Diário Popular. A ausência do Sr. Paulo é muito sentida, mas a direção do jornal não pôde deixar de prosseguir com o trabalho, pois a responsabilidade é da direção e não do Sr. Paulo. A direção do jornal agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal. A direção do jornal também agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal.

Comunicação ao Sr. Paulo
O Sr. Paulo, que se encontra em viagem, não pôde comparecer pessoalmente ao encontro que se realizou na noite de 6 de Novembro, em sua casa, para discutir o plano de trabalho do Diário Popular. A ausência do Sr. Paulo é muito sentida, mas a direção do jornal não pôde deixar de prosseguir com o trabalho, pois a responsabilidade é da direção e não do Sr. Paulo. A direção do jornal agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal. A direção do jornal também agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal.

Comunicação ao Sr. Paulo
O Sr. Paulo, que se encontra em viagem, não pôde comparecer pessoalmente ao encontro que se realizou na noite de 6 de Novembro, em sua casa, para discutir o plano de trabalho do Diário Popular. A ausência do Sr. Paulo é muito sentida, mas a direção do jornal não pôde deixar de prosseguir com o trabalho, pois a responsabilidade é da direção e não do Sr. Paulo. A direção do jornal agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal. A direção do jornal também agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal.

Comunicação ao Sr. Paulo
O Sr. Paulo, que se encontra em viagem, não pôde comparecer pessoalmente ao encontro que se realizou na noite de 6 de Novembro, em sua casa, para discutir o plano de trabalho do Diário Popular. A ausência do Sr. Paulo é muito sentida, mas a direção do jornal não pôde deixar de prosseguir com o trabalho, pois a responsabilidade é da direção e não do Sr. Paulo. A direção do jornal agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal. A direção do jornal também agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal.

Comunicação ao Sr. Paulo
O Sr. Paulo, que se encontra em viagem, não pôde comparecer pessoalmente ao encontro que se realizou na noite de 6 de Novembro, em sua casa, para discutir o plano de trabalho do Diário Popular. A ausência do Sr. Paulo é muito sentida, mas a direção do jornal não pôde deixar de prosseguir com o trabalho, pois a responsabilidade é da direção e não do Sr. Paulo. A direção do jornal agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal. A direção do jornal também agradece a presença do Sr. Paulo e a sua contribuição para o trabalho do jornal.

N. 15,354

Ingenuas manifestações de civismo nesta Capital -- O povo fraterniza com as foras armadas da Nação

Na 2.ª página
os o survo i
do Rio Ande e sua
eional.

O dr. José Maria Lisboa Junior é o novo presidente da Associação Paulista de Imprensa

O PLEITO DESPERTOU VIVO ENTHUSIASMO, DECORRENDO EM PERFEITA ORDEM — A CHAPA VENCEDORA CONSEGUIU 510 VOTOS — O ILLUSTRE DIRECTOR DO "DIÁRIO POPULAR" ALVO DE EXPRESSIVAS E CARINHOSAS HOMENAGENS

Aspectos empolgados, porém, mais calmo, nas eleições para renovação da directoria da Associação Paulista de Imprensa. O "clique" mostra, na foto, de esquerda para a direita, o dr. José Maria Lisboa Junior, o novo presidente, e os membros da chapa vencedora, presidida pelo dr. Ernani Coelho e outro representante da chapa.

Reuniram-se de grande êxito, na noite de sábado, a eleição para a renovação da directoria da Associação Paulista de Imprensa. O pleito despertou vivo entusiasmo, decorrendo em perfeita ordem. A chapa vencedora conseguiu 510 votos. O illustre director do "Diário Popular", dr. José Maria Lisboa Junior, foi eleito presidente. A chapa vencedora, presidida pelo dr. Ernani Coelho, conseguiu 510 votos. O illustre director do "Diário Popular", dr. José Maria Lisboa Junior, foi eleito presidente.

No "Correio Paulistano"

A eleição de novo director da Associação Paulista de Imprensa, realizada na noite de sábado, foi um sucesso. O pleito despertou vivo entusiasmo, decorrendo em perfeita ordem. A chapa vencedora conseguiu 510 votos. O illustre director do "Diário Popular", dr. José Maria Lisboa Junior, foi eleito presidente. A chapa vencedora, presidida pelo dr. Ernani Coelho, conseguiu 510 votos. O illustre director do "Diário Popular", dr. José Maria Lisboa Junior, foi eleito presidente.

PALACIO DO GOVERNO

Apresentou-se ao presidente da Associação Paulista de Imprensa, dr. José Maria Lisboa Junior, o novo presidente, e os membros da chapa vencedora, presidida pelo dr. Ernani Coelho.

Em visita de cortesia ao presidente da Associação Paulista de Imprensa, dr. José Maria Lisboa Junior, o novo presidente, e os membros da chapa vencedora, presidida pelo dr. Ernani Coelho.

O dr. José Maria Lisboa Junior, novo presidente da Associação Paulista de Imprensa, foi recebido pelo presidente da Associação Paulista de Imprensa, dr. José Maria Lisboa Junior.

Em visita de cortesia ao presidente da Associação Paulista de Imprensa, dr. José Maria Lisboa Junior, o novo presidente, e os membros da chapa vencedora, presidida pelo dr. Ernani Coelho.

O problema dos dementes abandonados confinia a merecer cuidados especiais do Interventor paulista.

Nova leva de loucos procedentes de cidades do interior é internada no Hospital de Jaquey — Mais 130 mulheres insanas do Recolhimento da Penha vieram ser alojadas adequadamente.

O problema dos dementes abandonados confinia a merecer cuidados especiais do Interventor paulista. Nova leva de loucos procedentes de cidades do interior é internada no Hospital de Jaquey — Mais 130 mulheres insanas do Recolhimento da Penha vieram ser alojadas adequadamente.

VISITA DO SR. INTERVENTOR FEDERAL A ITAPETINGHA

ITAPETINGHA, 13 (14) — O sr. Interventor Federal, sr. João de Deus, acompanhado de sua comitiva, visitou a cidade de Itapetingha, no Estado de Minas Gerais. O sr. Interventor Federal, sr. João de Deus, acompanhado de sua comitiva, visitou a cidade de Itapetingha, no Estado de Minas Gerais.

Congregação das Irmãs Zeladoras do Sagrado Coração de Jesus

Reunião, na noite de sábado, da Congregação das Irmãs Zeladoras do Sagrado Coração de Jesus, em São Paulo. À esquerda, a srta. Maria da Glória, e à direita, a srta. Maria da Conceição.

CIGARROS DE QUALIDADE

Ascot

SAVADORE TOLEDO FILA E ALMEIDA

EUGENIO BOND NODRE

RENTO A. CAMPOS VIDAL

JOÃO PINHEIRO

MARCO ANTONIO TELLES

EDUARDO WILHELM

FLAVIO FILGUEIRA DE MELLO

SAUL DE CARVALHO OLIVEIRA

FRANCISCO SOARES DE ALMEIDA

CONGRESSO DE LAVRADORES DE CAFÉ

A Comissão de Lavradores de São Paulo encontra todos os lavradores para se reunirem no congresso, no dia 16 de maio, nesta cidade, no Hotel de Férias, no bairro de São Paulo. A comissão encontra todos os lavradores para se reunirem no congresso, no dia 16 de maio, nesta cidade, no Hotel de Férias, no bairro de São Paulo.

IMPORTANTE CONFERENCIA NO MINISTERIO DA GUERRA

Em 15 de maio, no Ministério da Guerra, haverá uma importante conferência sobre a situação da guerra, com a presença de todos os membros do Ministério da Guerra.

Sempre a finança..

LELLIS VIEIRA

Ministros e seus assessores estão em sessão no Ministério da Guerra, discutindo a situação da guerra.

Em 15 de maio, no Ministério da Guerra, haverá uma importante conferência sobre a situação da guerra, com a presença de todos os membros do Ministério da Guerra.

O sr. Interventor Federal, sr. João de Deus, acompanhado de sua comitiva, visitou a cidade de Itapetingha, no Estado de Minas Gerais.

Em visita de cortesia ao presidente da Associação Paulista de Imprensa, dr. José Maria Lisboa Junior, o novo presidente, e os membros da chapa vencedora, presidida pelo dr. Ernani Coelho.

O problema dos dementes abandonados confinia a merecer cuidados especiais do Interventor paulista.

Nova leva de loucos procedentes de cidades do interior é internada no Hospital de Jaquey — Mais 130 mulheres insanas do Recolhimento da Penha vieram ser alojadas adequadamente.

O problema dos dementes abandonados confinia a merecer cuidados especiais do Interventor paulista.

VISITA DO SR. INTERVENTOR FEDERAL A ITAPETINGHA

ITAPETINGHA, 13 (14) — O sr. Interventor Federal, sr. João de Deus, acompanhado de sua comitiva, visitou a cidade de Itapetingha, no Estado de Minas Gerais.

TEXTO NA ÚLTIMA PÁGINA DESTA CADERNO

OEA decidirá em janeiro o problema cubano

WASHINGTON — ODP —
 O Brasil vai enviar 250 mil
 dólares em ajuda humanitária
 para o Haiti, segundo o
 Departamento de Estado.
 O envio da ajuda é a primeira
 medida de assistência humanitária
 do Brasil para o Haiti, segundo
 o Departamento de Estado.
 O envio da ajuda é a primeira
 medida de assistência humanitária
 do Brasil para o Haiti, segundo
 o Departamento de Estado.

Para isso, foi necessário um projeto de lei, aprovado em 1996, que altera a Lei de Registro de Imóveis, de 1934, para permitir a venda de imóveis de propriedade de pessoas jurídicas, desde que tenham sido adquiridos antes de 1996. A lei também estabelece que a venda de imóveis de propriedade de pessoas jurídicas deve ser feita por meio de uma assembleia geral dos sócios ou acionistas, com a aprovação de 75% dos votos.

VOTAÇÃO
 Os votos foram os seguintes:
 A favor: Colômbia, Bolívia,
 Chile, El Salvador, Costa
 Rica, Guatemala, Haiti, Hondu-
 ras, Nicarágua, Panamá, Peru-
 guia, Porto Rico, República Dominicana,
 Uruguai e Venezuela.
 Ausente: Cuba e México, declara-
 ndo-se: Brasil, Argentina, Bolí-
 via, Chile e Espanha.

OEA vai promover o diálogo e o regime do Fiel

Cuba vai manter promissora e não cessará suas ações e hostilidade à esquerda para Guatemaltecos e nicaraguenses. Os dois de amizade com o regime. "Não se discute, porque Cuba de hoje não é a Guatemala de 1916, e o governo de Guatemaltecos de hoje não é o de 1916", disse o líder da luta mas que não se dá a ideia de que o regime de Fidel...

[illegible]

DECLARAÇÃO DE FIDELIDADE
DEVE SER DE ADVER-

NOVA YORK. — (UPI, APF - EP) — "Fidel Castro repudiou sua teoria" de que os cubanos de Nova York não têm o direito de votar nas eleições presidenciais dos Estados Unidos, afirmou o chefe de governo cubano, de que o meridionalista comunista, deve servir para obter os votos de uma vez por todas e não para ser usado como uma arma de propaganda política.

[illegible]

CAMPANHA DE DESESTALINIZAÇÃO

Location & perimeter are already agreed and a full

[illegible]

espectro do desemprego

Exatamente há cem anos, a cidade de São Carlos, localizada no Estado de São Paulo, no Brasil, nasceu. Desde então, a cidade tem se desenvolvido e hoje é considerada uma das mais modernas e modernas do Brasil.

REIA HOE

[illegible]

Agradeço ao apoio técnico do Serviço Meteorológico, do Departamento de Engenharia e do Departamento de Estatística da Universidade de Coimbra, e ao Departamento de Engenharia e do Departamento de Estatística da Universidade de Coimbra, e ao Departamento de Engenharia e do Departamento de Estatística da Universidade de Coimbra.

**China Comunista ameaça enviar
forças ao território da Índia**

do Praga Vermelha pt
de Leon. (Foto do UPI)

RODRIGO BOARET JUNIOR
Diretor Presidente
RODRIGO TESSA SOARES
Diretor Administrativo
NÉLIO FERREIRA
Diretor Gerente

Diário Popular

Redação, Administração, Publicidade e Circulação
RUA MAJOR QUEIROZ, 36
Tel.: 254-2133 (PARA) TELEFAX 811-2133 e 811-2130
Cassa Postal 802, Endereço Tel.: "TELEPOPULAR"

EXEMPLAR: Cr\$ 30,00

BRASIL

Quinta-feira, 14 de maio de 1981

ANO XXVII | SÃO PAULO

Nº 31.528

PERDOA, JOÃO DE DEUS

(ele segurava uma criança quando foi alvejado a tiros)

Esta foto foi tirada segundos antes da tragédia. João Paulo II acabava de ajudar uma criança. O motor do atentado apontava para o Papa, para disparar as balas que feriram o mundo

Indignado e consternado o mundo recheou, ontem, a notícia brutal de que o Papa João Paulo II havia sido ferido com três tiros por um terrorista de nacionalidade turca, perante dez mil pessoas reunidas na praça de São Pedro para assistir à audiência semanal das quartas-feiras. O Sumo Pontífice tinha acabado de erguer uma criança nos braços, quando, inesperadamente, o extremista turco, Mehmet Ali Agca, surgiu a menos de cinco metros de distância abri-
do fogo com uma arma de pequeno calibre. Ao ser atingido pelos projéteis, o rosto de João Paulo II ficou pálido e manchas de sangue apareceram em suas roupas brancas. Um clima brejeiro e abalante invadiu a praça, envolvendo os mil-
hares de peregrinos. O chefe da Igreja Católica caiu no asfalto do veículo e o automóvel, a toda velocidade, entrou no Vaticano. Pouco depois, chegou uma ambulância que levou João Paulo II às pressas para o Hospital Policlínico Gemel-
li, na parte norte de Roma. Às 20 horas locais, 15 em Brasília, quase quatro horas depois do atentado, a Papa ainda se encontrava na mesa de operações e os médicos informavam que um dos ferimentos era bastante grave. Felizmente, funcionários da Casa de Saúde terminaram com a agonia violenta, ao noticiá-los, às 22.20 horas, 17.20 horas no Brasil, que o Papa estava fora de perigo. Era o fim de um triste po-
sado. (Páginas 13, 16, 17 e 18)

**FIESP diz
que estamos
em recessão**
(Página 10)

**Suspensão de
novos cursos
superiores**
(Página 23)

**Os sinais
do câncer
infantil**
(Página 3)

**Lista da
Loteria
Federal**
(Página 49)

52 páginas

Brasil	1	Brasil	16, 17 e 18
Paraná	4	Paraná	19 e 20
São Paulo	5	São Paulo	21 e 22
Minas Gerais	6	Minas Gerais	23 e 24
Rio de Janeiro	7	Rio de Janeiro	25 e 26
Rio Grande do Sul	8	Rio Grande do Sul	27 e 28
Paraná	9	Paraná	29 e 30
São Paulo	10	São Paulo	31 e 32
Minas Gerais	11	Minas Gerais	33 e 34
Rio de Janeiro	12	Rio de Janeiro	35 e 36
Rio Grande do Sul	13	Rio Grande do Sul	37 e 38
Paraná	14	Paraná	39 e 40
São Paulo	15	São Paulo	41 e 42
Minas Gerais	16	Minas Gerais	43 e 44
Rio de Janeiro	17	Rio de Janeiro	45 e 46
Rio Grande do Sul	18	Rio Grande do Sul	47 e 48
Paraná	19	Paraná	49 e 50
São Paulo	20	São Paulo	51 e 52

Nomes classificados começam na página 16

SELEÇÃO CHEGOU ONTEM A PARIS

(Esportes)

Diário Popular

ESTAB. ADMINISTR. FISCALIZ. E CENSO. Rua Major Queiroz, 11. Tel.: 30.000.000. FAX: 30.000.000. Tiro: "DIÁRIO POPULAR"

Diário Popular

ESTAB. ADMINISTR. FISCALIZ. E CENSO. Rua Major Queiroz, 11. Tel.: 30.000.000. FAX: 30.000.000. Tiro: "DIÁRIO POPULAR"

EXEMPLAR: Cr\$ 400,00
| AND C | SÃO PAULO
Quinta-feira, 26 de abril de 1954
BRASIL
N.º 32.605

Rejeitaram. E agora?

Embora alcançasse 298 votos a favor e apenas 65 contra, a emenda Dante de Oliveira, que restabeleceria as eleições diretas para a Presidência da República já em 84, foi rejeitada na Câmara dos Deputados, pois houve 113 ausências e 3 abstenções, não

atingindo assim os 2/3 necessários para que fosse apreciada no Senado. A votação, iniciada por volta das 23,10 horas de ontem, somente terminou às 2 horas da madrugada de hoje, depois de um clima tenso vivido em todo o País, em meio a intensa onda de boatos.

Em São Paulo, durante toda a noite de ontem, circularam informações de que o II Exército iria assumir o comando da Polícia Militar, a fim de dissolver a concentração de populares na praça da Sé, que, desde a noite da manifestação, reunia grande número

de pessoas, à noite atingindo 20 mil participantes. Todavia, os rumores não passaram de boatos, tendo o secretário da Segurança, Michel Thiemer, dado entrevista logo à tarde, esclarecendo que tudo estava na maior tranquilidade, no Estado. Também em Brasília,

e liberou à noite, esclarecendo ter sido "um mal-entendido". A Polícia Federal esclareceu que a apreensão de jornais em São Paulo não foi determinada por esse órgão, sendo obra de grupos estrangeiros. (Páginas 4, 5, 6, 7, 8, 13 e 20)

Os estudantes de Brasília, refletindo a vontade de todo um povo, se agruparam e compuseram a frase que dominou o País: "Diretas Já". Defronte ao Congresso. A Emenda Dante de Oliveira foi rejeitada. (Telefoto: AJB).

Corinthians e Portuguesa se classificaram. Pelas vias diretas.

O Corinthians reviviu seus dias de glória superando a técnica imitada pela garra, venceu o Atlético Paranaense e entra em vantagem para decidir, com o Flamengo, quem será o semi-finalista. Outro paulista classificado é a Portuguesa de Desportos, que venceu o Operário por 2 a 2 e foi beneficiada pela empate do Santa André. O Flamengo arrasa uma cidade e Santos não entrou. Foram classificações difíceis, contra cruzamentos, pela via direta. (ESPORTES)

Os novos incentivos às cadernetas de poupança
(Página 11)

Violenta repressão contra jornalistas
(Página 7)

Lista da Loteria Federal
(Página 20)

25 quedas do cruzeiro em quatro meses
(Página 11)

Empresários querem ônibus a Cr\$ 250,00
(Página 11)

196
DIÁRIO PARA O SEU COMPLETO LER
DIÁRIO POPULAR
COMPLETO
LIT. ANOS
DIÁRIO POPULAR

Diário Popular

Bancos avisam: os juros não cairão

Invasores resistem: 45 feridos

Está complicada escolha de quem sucederá Maciel

Governo e PMDB querem implantar o Plano Savad

Aumento de 30% para energia a partir de hoje

Corinthians: Vicira pede demissão. Seleção: um jogo de vida ou morte

Surveys interno e externo boatos em Brasília

Quêreis anuncia casas populares

Os municipais suspendem greve

Fechado fliper perto de escola

Boletim
 Rio de Janeiro
 Belo Horizonte
 Curitiba
 São Paulo
 Recife
 Salvador
 Fortaleza
 Brasília
 Goiânia
 Belo Horizonte
 Curitiba
 São Paulo
 Recife
 Salvador
 Fortaleza
 Brasília
 Goiânia

NOTA

Corinthians: Vicira pede demissão. Seleção: um jogo de vida ou morte

Surveys interno e externo boatos em Brasília

Quêreis anuncia casas populares

Os municipais suspendem greve

Fechado fliper perto de escola

Aumento de 30% para energia a partir de hoje

Governo e PMDB querem implantar o Plano Savad

Está complicada escolha de quem sucederá Maciel

Invasores resistem: 45 feridos

Bancos avisam: os juros não cairão

G.C.D. RELATÓRIO DE TIRAGEM			
DIÁRIO POPULAR		POPULAR DA TARDE	
CAPITAL		CAPITAL	
Venda Bancas	45.516	Venda Bancas	25.179
Avulsa { Faturado	1.025	Avulsa { Faturado	—
Assinatura	429	Assinatura	159
Venda Faturado	550	Venda Faturado	550
Proibida { Publicidade	1.590	Proibida { Publicidade	1.025
Cortesia Ext.	205	Cortesia Ext.	123
Cortesia Int.	783	Cortesia Int.	648
Reserva	—	Reserva	—
Total	50.098	Total	27.684
INTERIOR		INTERIOR	
Venda Avulsa	3.821	Venda Avulsa	8.028
Assinatura	125	Assinatura	032
Venda Sucursal	286	Venda Sucursal	286
Proibida Cortesia	—	Proibida Cortesia	—
Total	4.232	Total	8.346
RESUMO		RESUMO	
Total Venda Avulsa	50.362	Total Venda Avulsa	33.207
Total Venda Proibida	3.968	Total Venda Proibida	2.823
Total da Tiragem	54.330	Total da Tiragem	36.030
DESPACHOS/REDESPACHOS		DESPACHOS/REDESPACHOS	
Aéreo	1.501	Aéreo	491
Rodoviário	354	Rodoviário	578
Horário Ocasi: 1º Pacote : 00 h 50 Ult. Pacote: 03 h 47 SP. 01/05/88 DOM.		Umberto M. Costa F. Circulação	

G.C.D. RELATÓRIO DE TIRAGEM			
DIÁRIO POPULAR		POPULAR DA TARDE	
CAPITAL		CAPITAL	
Venda Bancas	46.735	Venda Bancas	27.065
Avulsa { Faturado	1.025	Avulsa { Faturado	—
Assinatura	428	Assinatura	159
Venda Faturado	550	Venda Faturado	550
Proibida { Publicidade	1.770	Proibida { Publicidade	1.229
Cortesia Ext.	245	Cortesia Ext.	160
Cortesia Int.	783	Cortesia Int.	648
Reserva	—	Reserva	—
Total	51.536	Total	29.811
INTERIOR		INTERIOR	
Venda Avulsa	3.986	Venda Avulsa	8.627
Assinatura	125	Assinatura	32
Venda Sucursal	286	Venda Sucursal	286
Proibida Cortesia	—	Proibida Cortesia	—
Total	4.397	Total	8.945
RESUMO		RESUMO	
Total Venda Avulsa	51.746	Total Venda Avulsa	35.692
Total Venda Proibida	4.187	Total Venda Proibida	3.064
Total da Tiragem	55.933	Total da Tiragem	38.756
DESPACHOS/REDESPACHOS		DESPACHOS/REDESPACHOS	
Aéreo	1.501	Aéreo	491
Rodoviário	354	Rodoviário	578
Horário Ocasi: 1º Pacote : 23 h 01 Ult. Pacote: 01 h 27 SP. 24/04/88 DOM.		Umberto M. Costa F. Circulação	

Data: 24/11/88 Dia do Soma: Domingo Jornal: Dipo											
Interior "Major Quedinho, 28"						Grupo 05 "Dr. Malvin Jones"					
linha	repart	anul.	saldo	CS	peso	linha	repart	anul.	saldo	CS	peso
Scitor						Itapavi	660	242	418	11704,00	74
Purru						Quitan	530	160	370	10360,00	49
Arara						Qarro	405	163	242	6776,00	44
Vale						V. Jaco	560	157	403	11284,00	47
Itapav						Butanta	645	214	436	11928,00	66
Buru						Pardiz.	545	245	300	8400,00	72
PyQuin						Sumore	530	249	281	7868,00	74
Grupi						Iapo	450	194	256	7168,00	58
TOTAL						TOTAL	4325				
Grupo 01 "Major Quedinho, 28"						Grupo 06 "Desentagador Bardeira de Melo, 296"					
linha	repart	anul.	saldo	CS	peso	linha	repart	anul.	saldo	CS	peso
DCJAO1						C. Lingo	570	151	419	11732,00	47
DCJAO10						Mxunbi	548	214	334	9552,00	65
DCJAO20						Interl	715	196	519	14532,00	62
DCJAO30						Itapav	820	195	625	17500,00	58
M. Cruz	1500	347	1153	32284,00	105	Guarap	620	160	460	12880,00	48
Pirit.	1040	214	826	23128,00	63	Brookl	365	157	208	5824,00	46
Uanga	565	345	220	6160,00	102	Sucesso	940	258	682	19096,00	76
TOTAL	3105					S. Amaro	305	143	162	4536,00	43
						TOTAL	4883				
Grupo 02 "R. Siqueira Duro, 1.389"						Grupo 07 "Av. Lins de Vasconcelos, 2.375"					
linha	repart	anul.	saldo	CS	peso	linha	repart	anul.	saldo	CS	peso
S. Mig	1340	244	1096	30688,00	76	Jabun.	1115	259	856	23968,00	76
E. Mt.	1330	192	1138	31864,00	52	Indian.	585	220	365	10220,00	66
V. Mt.	1615	285	1330	37240,00	86	Itapav.	367	154	213	6524,00	47
A. Josa						S. S. S.	745	231	514	15792,00	67
B. Rio	720	160	560	15680,00	48	Ipiranga	485	176	309	8652,00	53
Thurco	865	174	691	19208,00	54	Puraiso	477	228	249	6972,00	65
V. Pari	975	256	719	20132,00	72	V. Mar.	610	227	383	10724,00	68
V. Cur.	1105	254	851	23828,00	72	Canbur	580	186	394	11032,00	55
TOTAL	8845					TOTAL	5034				
Grupo 03 "Voluntários da Pátria, 1.703"						Linha Individuais					
linha	repart	anul.	saldo	CS	peso	linha	repart	anul.	saldo	CS	peso
Quinil	715	180	535	14980,00	54	B. Res	490	131	359	10052,00	44
J. Josa	825	248	577	16156,00	77	Avenida	605	143	462	12926,00	47
L. Josa	1415	350	1065	29820,00	105	S.					
C. Josa	985	223	762	21336,00	64	Condição	487	136	351	9828,00	41
S. Josa	1055	260	795	22260,00	80	Mocca	625	171	454	12772,00	52
T. Josa	1185	295	890	24920,00	84	S. Efig.					
V. Josa	870	253	617	17276,00	72	Marcado					
V. Josa	960	177	783	21424,00	54	Barreir	354	129	225	6440,00	37
TOTAL	8010					Ruizist	334	140	194	5572,00	45
Grupo 04 "Cordeante Taylor, 251"						Linha Individuais					
linha	repart	anul.	saldo	CS	peso	linha	repart	anul.	saldo	CS	peso
S. Josa	265	204	61	1708,00	61	Lib. J.	784	260	524	16352,00	66
S. Josa	565	374	191	5348,00	112	B. Vista	705	158	547	15376,00	48
J. Josa	295	215	80	2240,00	40	Jardim	388	150	238	6664,00	44
D. Josa						B. Josa	479	135	344	9632,00	46
S. Josa	1190	208	982	27496,00	62	B. Josa	410	97	313	8764,00	28
S. Josa	385	226	159	4452,00	68	TOTAL	5671				
V. Josa	365	190	175	4900,00	57						
S. Josa	750	226	524	14672,00	68						
TOTAL	4750										
CS.						T.O.N.					
						REPART. 42793					
						INTEIRE 12479					
						S.V.D. 30314					
						P.D. 3676					
						CS 648792 00 1					

Data: 24/04/88						Dia do Suro: Domingo						Jornal: 720	
Interior "Majr Quedinho, 28"						Grupo 05 "Tr. Melvin Jones"							
lirto	report	encl.	saldo	CS	peso	lirto	report	encl.	saldo	CS	peso		
S. Silva						Itapoti	440	236	204	4284,00	21		
P. Silva						Quilom	340	178	162	3402,00	16		
A. Silva						Quilom	325	188	137	2877,00	17		
V. Silva						V. Leop.	345	165	180	3781,00	10		
Itapoti						Butanta	450	195	255	5355,00	18		
Buru						Pardiz.	290	156	134	2819,00	14		
R. Quil.						S. Quil.	360	233	127	2667,00	21		
Quilom						Itap.	300	172	128	2688,00	17		
TOTAL						TOTAL	2850						
Grupo 01 "Majr Quedinho, 28"						Grupo 06 "Desembargador Barreira de Melo, 28"							
lirto	report	encl.	saldo	CS	peso	lirto	report	encl.	saldo	CS	peso		
DC/OL						C. Lampa	390	198	192	4032,00	18		
DC/AL						Monte	374	216	156	3276,00	20		
DC/AD						Interl	400	242	158	3318,00	20		
DC/AD						Itapoti	485	233	252	5292,00	21		
DC/AD						Quilom	340	192	148	3108,00	18		
DC/AD	730	334	396	8316,00	31	Brookl	265	143	122	2562,00	15		
DC/AD	605	305	300	6300,00	27	S. Quil.	475	223	252	5292,00	21		
DC/AD	560	356	204	4284,00	33	S. Quil.	200	113	87	1827,00	10		
TOTAL	1895					TOTAL	2929						
Grupo 02 "R. Siqueira Barro, 1.38"						Grupo 07 "Av. Lins de Vasconcelos, 2.375"							
lirto	report	encl.	saldo	CS	peso	lirto	report	encl.	saldo	CS	peso		
S. Miq	540	231	309	6489,00	21	J. Miq	530	224	306	6426,00	20		
E. Miq	535	241	294	6174,00	22	J. Miq	315	192	123	2583,00	15		
V. Miq	730	359	371	7791,00	33	B. Miq	271	149	122	2562,00	10		
A. Miq						S. Miq	430	213	212	4557,00	18		
R. Miq	400	204	196	4116,00	19	I. Miq	320	185	135	2835,00	18		
T. Miq	540	266	274	5754,00	25	R. Miq	251	183	68	1428,00	10		
V. Miq	515	227	288	6048,00	21	V. Miq	310	194	116	2436,00	16		
V. Miq	540	221	319	6699,00	20	G. Miq	350	193	157	3297,00	18		
TOTAL	4300					TOTAL	2777						
Grupo 03 "Voluntários da Pátria, 1.7 03"						Linha Individual							
lirto	report	encl.	saldo	CS	peso	lirto	report	encl.	saldo	CS	peso		
G. Miq	540	243	297	6237,00	22	B. Miq	300	156	144	3024,00	10		
J. Miq	540	218	322	6762,00	20	A. Miq	320	122	208	4368,00	10		
L. Miq	640	305	335	7035,00	28	S. Miq	164	105	59	1239,00	10		
C. Miq	530	256	274	5754,00	24	G. Miq	311	125	186	3906,00	10		
S. Miq	615	317	298	6258,00	29	M. Miq	435	200	235	4935,00	18		
T. Miq	640	276	364	7644,00	25	S. Miq	331	215	116	2436,00	20		
V. Miq	520	239	331	6951,00	22	M. Miq	147	105	42	882,00	10		
V. Miq	500	219	281	5901,00	20	P. Miq	253	137	116	2436,00	10		
TOTAL	4575					TOTAL	4369						
Grupo 04 "Comandante Taylor, 28"													
lirto	report	encl.	saldo	CS	peso	lirto	report	encl.	saldo	CS	peso		
S. Miq	245	157	88	1848,00	15	I. Miq	326	186	140	2946,00	10		
S. Miq	540	310	230	4830,00	29	B. Vista	323	168	155	3255,00	10		
J. Miq	310	196	114	2394,00	18	J. Miq	235	149	86	1866,00	10		
D. Miq						B. Miq	267	161	106	2226,00	10		
S. Miq	510	297	213	5733,00	28	B. Miq	250	127	123	2563,00	10		
S. Miq	435	286	149	3129,00	26	TOTAL	4369						
V. Miq	370	192	178	3738,00	18								
S. Miq	450	229	221	4641,00	21								
TOTAL	3370												

TOTAIS	
RENT.	26.115
ELITE	13.475
END	12.640
END	12.34
CS	265.440,00

Controle de Páginas				JAN/88 Mês			
" Diário Popular "				" Popular da Tarde "			
Data	Páginas Publicid.	Páginas Redação	Total de Páginas	Data	Páginas Publicid.	Páginas Redação	Total de Páginas
1				1			
2	9,1	17,1	20	2	1,9	10,1	12
3	13,6	18,4	32	3	1,0	11,0	12
4	4,7	15,3	20	4	4,6	13,4	18
5	12,0	18,0	30	5	6,2	14,4	16
6	10,9	19,1	30	6	1,0	15,0	16
7	29,0	19,0	48	7	1,6	14,4	16
8	7,7	18,3	26	8	1,0	15,0	16
9	7,9	18,1	26	9	1,6	14,4	16
10	30,6	25,4	56	10	2,5	13,5	16
11	7,9	16,1	24	11	1,8	14,2	16
12	11,9	16,1	30	12	1,8	14,2	16
13	9,8	20,2	30	13	1,9	14,1	16
14	28,9	19,1	48	14	2,5	13,5	16
15	7,9	18,1	26	15	1,0	15,0	16
16	6,6	19,4	26	16	1,6	14,4	16
17	30,5	29,5	60	17	1,7	14,3	16
18	8,0	18,0	26	18	1,9	14,1	16
19	11,9	18,1	30	19	1,0	15,0	16
20	9,8	20,2	30	20	1,5	14,5	16
21	24,8	23,2	48	21	1,5	14,5	16
22	7,5	18,5	26	22	1,0	15,0	16
23	7,0	17,0	24	23	1,0	15,0	16
24	27,5	24,5	52	24	2,0	14,0	16
25	5,6	18,4	24	25	1,9	14,1	16
26	8,0	18,0	26	26	1,0	15,0	16
27	9,6	20,4	30	27	1,0	15,0	16
28	23,7	23,3	48	28	2,0	14,0	16
29	7,7	20,3	28	29	0,9	17,1	16
30	5,7	20,3	26	30	1,9	14,1	16
31	28,9	27,1	56	31	2,6	13,4	16
Total	409,5	596,5	1006	Total	48,3	425,7	474

Erundina é prefeita de São Paulo

As primeiras pesquisas reveladas após o encerramento das eleições apontaram Luiza Erundina, do PT, como a mais provável sucessora de Jânio na Prefeitura da Capital. Página 12

POPULAR
Cz\$ 100,00 da tarde

Empresas Jornalística Diário Popular Sociedade Anônima

destaque

Uma grande festa está sendo preparada pela cidade de Ayton Senna. O campeão mundial de Fórmula-1 chega hoje à noite a São Paulo e a assessoria do piloto já reservou o auditório do aeroporto de Cumbica para entrevista coletiva. Página 7.

Novembro, 16 • Quarta-feira • N.º 8.196 • São Paulo • Ano 20 • 1988

Corinthians de pilha nova. O Coritiba treme.

Depois da vitória contra o Botafogo lá no Rio, o otimismo voltou ao Parque São Jorge. Hoje diante do Coritiba no Morumbi a partir das 21 horas, Fozinha espera outra boa vitória. Dois problemas? Viní e João Paulo se machucaram e são dúvidas. Última página.

O Santos está cansado

Apesar disso ele tem jogo hoje em Criciúma pela Copa Brasil. Página 3.

Rennão dos 13 lá no Rio ameaça Copa

Página 2

Jaír define hoje quem pega o Goiás

Página 5

Mattar e Motta vencem em Brasília

Página 8

Neto e Ronaldo vão enfrentar o Inter

Página 9

Joinville é o novo desafio da Inter

Página 6

Bota recebe Caxias em Ribeirão Preto

Página 6

POPULAR
da tarde

A PARTIR DE AMANHÃ

DIA 17

JUNTO COM O

DIÁRIO POPULAR

2 JORNAIS PELO PREÇO DE 1

Edu esnoba Verdão e desaparece do Parque

Jogador abandonado de vez o Palmeiras e diretoria não sabe o que fazer — Página 3

AGORA VOCÊ VAI SABER EXATAMENTE COM QUANTOS EXEMPLARES DO DIÁRIO POPULAR A SUA CAMPANHA PODE CONTAR

(AUDITORIA PRÉVIA)								
		RELATÓRIO AUDITORIAL		Nº DO ORDEM 3.885		PERÍODO DE REFERÊNCIA 2º SEMESTRE/1993		
		PUBLICAÇÃO DIÁRIO POPULAR		CIDADE/ESTADO SÃO PAULO		PRODUTIVIDADE 100%		CIRCULAÇÃO NADA
MOVIMENTO GERAL DA CIRCULAÇÃO LÍQUIDA FOLHA								
RESUMO DO MOVIMENTO		Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
CIRCULAÇÃO FOLHA	Venda Anúncio	53.692	54.834	55.129	48.511	54.398	44.848	45.127
	Anúncios	562	550	547	547	548	552	548
	Total	54.254	55.384	55.676	49.058	54.946	45.400	45.675
CIRCULAÇÃO GERAL	Venda Anúncio	11.210	11.228	9.343	9.893	10.188	9.558	9.558
	Anúncios	28	28	28	28	28	28	28
	Total	11.238	11.256	9.371	9.921	10.216	9.586	9.586
CIRCULAÇÃO DE ESTADOS	Venda Anúncio	8.424	8.228	8.444	8.552	7.228	8.818	7.228
	Anúncios	-	-	-	-	-	-	-
	Total	8.424	8.228	8.444	8.552	7.228	8.818	7.228
CIRCULAÇÃO DE PAÍSES	Venda Anúncio	88	138	134	187	328	311	38
	Anúncios	-	-	-	-	-	-	-
	Total	88	138	134	187	328	311	38
CIRCULAÇÃO DE OUTROS	Venda Anúncio	-	-	-	-	-	-	-
	Anúncios	-	-	-	-	-	-	-
	Total	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL GERAL	Venda Anúncio	83.124	84.400	83.012	68.362	72.870	63.724	62.887
	Anúncios	578	578	575	575	576	578	576
	Total	83.702	84.978	83.587	68.937	73.446	64.302	63.463
TOTAL DO SEMESTRE ANTERIOR		-	-	-	-	-	-	-
MOVIMENTO DA FOLHA								
RESUMO DO MOVIMENTO		Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
CIRCULAÇÃO FOLHA		71.278	70.814	68.888	65.878	74.444	60.248	58.181
CIRCULAÇÃO GERAL		1.888	1.884	1.888	1.888	1.888	1.888	1.888
ENCALHE GERAL		17.642	17.844	18.092	18.187	17.372	18.268	17.372
ENCALHE EXTERIOR		5.882	5.376	5.147	5.369	6.967	5.883	5.828
ENCALHE NÃO CIRCULANDO		1.138	6.072	7.833	7.743	6.438	5.755	5.755
ENCALHE INTILCULANDO		321	210	290	290	275	272	272
TOTAL GERAL		96.888	101.428	93.256	88.958	97.007	81.194	79.796
TOTAL DO SEMESTRE ANTERIOR		-	-	-	-	-	-	-

Como você está vendo, você pode confiar inteiramente nos números e na eficiência do seu Diário Popular. Ele comprova o que diz e cumpre o que promete. Com toda a segurança, conte com ele na sua próxima campanha. Ligue já e obtenha maiores informações: Tel. (011) 258-2133, para anúncios noturnos; Ramais 317 e 318 e para anúncios classificados Ramais 313 e 383.

Você sempre será bem atendido.

DIÁRIO POPULAR

Cada dia melhor

Para quem não pôde ir ao Rio ver de perto o ex-Beatle Paul McCartney, uma boa opção é ficar ligado no especial que a Cultura exibe esta noite. Mais detalhes na página 6

Quem sobe, quem desce, na preferência do telespectador. Conheça semanalmente os dados do Ibope na página 14

DIÁRIO NA TEVE

DIÁRIO POPULAR

São Paulo, domingo, 22 de abril de 1990

O que acontece por trás das câmeras, nos bastidores dos programas, nos bastidores das festas que rodam no eixo Rio-São Paulo. Mais a curiosidade nas pags. 4 e 5

Paulo Gorgulho, paixão nacional

Sua atuação, como o boiadeiro José Leôncio, transformou-se em sucesso de público e crítica, na primeira fase da novela de Benedito Ruy Barbosa. Para alegria geral, ele estará de volta em junho. Confira na PÁGINA 3

Escracho no ar

Criativo, mordaz, brilhante, Sálvio de Abreu, paulistano de 47 anos, repete em Rainha da Sucata a fórmula de sucesso com que revolucionou o gênero das telenovelas tupiniquins, em trabalhos como "Sescaricando" e "Guerra dos Sexos". Saiba mais detalhes de sua vida e profissão nas PAGINAS 8 e 9

Fera do Pantanal

A beleza de Cristiana Oliveira já pode ser apreciada todas as noites, na Manchete, através de Juma, uma personagem forte caracterizada pelo erotismo. PÁGINA 15

Não pode ser vendido separadamente

DIÁRIO POPULAR

Ano 108

Nº 35.676

São Paulo, quarta-feira, 21 de outubro de 1992

Capital e Interior: Dias Úteis Cr\$ 3.000,00 • Domingo Cr\$ 3.500,00

Boné de Ulysses era falso

INSS convoca 3.586 para receber pecúlio

Os segurados que entraram com pedido de pecúlio — contribuições pagas por aposentados que continuam trabalhando — entre maio e

agosto encontram hoje no DIÁRIO POPULAR uma lista com 3.586 nomes liberada pelo INSS. Da relação constam nomes de A a J que, segun-

do o INSS, começam a receber o integral imediatamente. Os nomes restantes, de K a Z, serão publicados no sábado. PÁGINAS 14, 15 e 16

Dono da Rastro foi assassinado com 97 facadas

João Carlos, a amiga inseparável, com João Carlos, irmão do industrial, no velório

Spécio era requisitado para organizar festas luxuosas

A Polícia está mobilizada desde ontem à procura dos assassinos do industrial e artista plástico Apurício Basílio da Silva, de 56 anos, proprietário da Perfumaria Rastro. Seu corpo foi encontrado na manhã de segunda-feira, numa vala, semicoberto por terra, num canteiro de obras da estrada velha do Mar, em Racho Grande, região do ABC, com marcas de 97 facadas e diversos hematomas provocados por espancamento. A Polícia acredita na hipótese de crime por vingança ou passionai, apesar do tumor do seu Fiat Tempra e de vários pertences. Apurício era muito conhecido no meio artístico e frequentador assíduo de festas de alta sociedade paulista. Seu corpo está sendo selado no Museu de Arte Moderna, onde foi presidente quatro vezes, e será enterrado às 10h30 de hoje no Cemitério do Morumbi. PÁGINAS 18 e 19

Um soldado analisa o bone encontrado na praia, entre as cidades de Paraty e Ubatuba

Um bone encontrado ontem por Maria Cristina de Moraes, moradora da praia de Pinguaba, confundiu as buças ao corpo do deputado Ulysses Guimarães. O Comando do 1º Distrito Naval chegou a

confirmar que o bone — com etiqueta de Rio Claro, cidade natal de Ulysses — pertencia ao deputado e teria sido usado quando ele deixava Angra dos Reis. O ex-ministro Renato Archer não reconheceu o bo-

né. "O formato é diferente. Não havia essas buças, a aba era mais curta", disse Archer. O presidente em exercício Ilmar — Franco decidiu continuar as buscas ao corpo do deputado. PÁGINA 8

Multidão enfrenta seguranças tentando chegar perto de Xuxa

Durante os 30 minutos que ficou no Sete, a Rainha dos Baixinhos levou fãs ao delírio

Os fãs provocaram confusão no Sete Pompéia, segunda-feira à noite, para tentar chegar perto de Xuxa. A Rainha dos Baixinhos esteve no local para a

solenidade de entrega dos prêmios da 5ª Mostra Nacional da Criança da Criança. Antes de deixar o palco, a apresentadora foi cercada por pedidos de au-

tógrafos. Na rua, a multidão enfrentava o batallão de segurança que cercava o carro da artista, na tentativa de se aproximar. PÁGINA 1 da REVISTA

São Paulo perde em casa

O São Paulo não foi nem sombra do time que vinha aterrorizando os adversários no Campeonato Paulista e perdeu por 2 a 1, em pleno Morumbi, o seu primeiro jogo contra o Olim-

pia pelas quartas-de-final da Supercopa dos Cam-pões. As duas equipes voltam a se enfrentar terça-feira, em Assunção. Para ficar com a vaga, o Tricolor precisa vencer por dois gols de

diferença. Vitória por um gol leva a decisão para os penáteis. Em Porto Alegre, o Corinthians se despediu da Copa do Brasil ao empatar com o Figueirense. PÁGINA 1 dos ESPORTES

Esta edição

de páginas

Noticiário	70
Esportes	4
Revista	1
Classificados	6

Indicadores

Econômicos

PÁGINA 18

eldorado

com Paulo MAGNOL

VENDA CONFERIR NOME PREÇO EM DOLÁRES

Pague com seu cheque

PRÉ-DATADO SEM JUROS

Ninguém faz mais por você

Magri denunciado por corrupção passiva

O ex-ministro Antônio Rogério Magri foi denunciado ontem ao Supremo Tribunal Federal (STF) por crime de corrupção passiva. A denúncia foi formulada pela procuradora-geral da República, Ariadne Jurema, com base nas declarações de Magri, de que recebeu US\$ 30 mil para facilitar a liberação de recursos do FGTS. Se for condenado, o ex-ministro poderá passar de um a dois anos no prisão. Magri garante que está tranqüilo e que não vai alterar sua vida. "Estou trabalhando sem pensar nessas coisas", disse. PÁGINA 8

DIARIO POPULAR

Ano 109

Nº 35.748

São Paulo, quarta-feira, 30 de dezembro de 1982

Capital e Interior: Das Unidades C\$ 3.000,00 - Domingo: C\$ 6.000,00

Daniela Perez foi encontrada num matagal com calça jeans, tênis branco e blusa preta

Atriz da Globo assassinada a tesouradas por colega de novela

Guilherme chega à Polícia: começou negando, mas acabou confessando o assassinato

Yasmin deixava Bira enlouquecido na novela da Globo

Dois jovens atores que contracenavam na novela De Corpo e Alma, da TV Globo, foram personagens de uma tragédia na vida real que abalou o País. Daniela Perez, a Yasmin, de 22 anos, foi assassinada com 18 tesouradas pelo também ator e seu colega na novela Guilherme de Pádua, o Bira, no Rio de Janeiro. Seu corpo foi encontrado por volta de 30 minutos de ontem por dois policiais militares num matagal. O criminoso voltou ao local do crime e confessou a mãe da atriz, a autora da novela Glória Perez. Descoberto e preso, Guilherme alegou que Daniela, que é casada com o ator Raul Carrilho, estava assediando quem ele, que é casado e será pai em breve, assumisse o romance. PÁGS. 13 e 14

Collor renuncia mas é julgado

O advogado de defesa Moura Rocha lê carta-renúncia de Collor na abertura da sessão

A posse de Itamar, ao lado de Mauro Benedito e Sydney Sanchez, durou 19 minutos

Diante de uma inevitável condenação pelo Senado por ter cometido crime de responsabilidade, Fernando Collor de Mello renunciou ontem ao mandato de Presidente da República. O anúncio foi feito pelo advogado de defesa José Moura Rocha, que leu a carta de renúncia logo na abertura do julgamento. Imediatamente, o presidente do Supremo Tribunal Federal e do

processo, Sydney Sanchez, convocou sessão do Congresso para recebimento da carta e posse de Itamar Franco. A intenção de Collor ao renunciar — escapar da cassação dos direitos políticos por oito anos — foi frustrada no final da tarde pelo Senado, que decidiu, por 73 votos a oito, continuar o julgamento do impeachment. PÁGINAS 6, 7 e 8

Indicadores Econômicos

PÁGINA 9

Esta edição

	Nº páginas
Notícias	14
Esportes	4
Revista	4
Classificados	4

Livre do Imposto de Renda quem ganha até Cr\$ 7.412.550

A partir de janeiro, os trabalhadores com renda até Cr\$ 7.412.550,00 estarão isentos do Imposto de Renda na fonte. Os rendimentos acima da isenção até Cr\$ 14,4 milhões estarão sujeitos à alíquota de 15% e terão direito a deduzir Cr\$ 1,1 milhão do imposto devido. Acima de Cr\$ 14,4 milhões, o percentual será de 25% e a dedução Cr\$ 2,5 milhões. PÁGINA 9

DIÁRIO POPULAR

Ano 111

Nº 36.663

São Paulo, terça-feira, 11 de julho de 1993

Preço deste exemplar: R\$ 0,70

Aumenta o desemprego

CLASSIFICADOS

VEÍCULOS

867 OFERTAS

EMPREGOS

173 OFERTAS

Sete produtos
roubaram no peso

Furto com 2,1g a menos

O Instituto de Pesos e Medidas encontrou em um peso de sete produtos que compõem a cesta básica. Foram examinados 24 itens e a furada de rosca, fabricada pela Paulista de Ouro Jovi Ltda., de Bredonovo, foi a que apresentou maior irregularidade. A Companhia Campesina de Alimentos, dona da marca Triunfo, voltou a figurar entre as empresas que roubaram o consumidor no peso. A multa por erro pode chegar a 2.400 Ufrs (R\$ 1.815,00), de acordo com a legislação. PÁGINA 10

Autônomos
têm até 31 de
agosto para se
recastrar

Os contribuintes individuais têm até 31 de agosto para se recadastrar junto ao INSS. Devem atualizar seus dados os autônomos, empresários, empregados domésticos e facultativos, como donos de casa e estudantes com mais de 14 anos. Quem não fizer o recadastramento estará sujeito a atrasos na liberação de benefícios. Por enquanto, somente 2.725.380 pessoas, dos 7,4 milhões de autônomos do País, apresentaram a documentação. PÁGINA 12

Indicadores Econômicos

PÁGINA 10

Esta edição

em páginas

Notícias: 18
Esportes: 8
Brasil: 8
Classificados: 8

O mês de junho registrou a pior taxa no nível de emprego na indústria paulista desde outubro de 1991. Segundo a Federação das Indústrias do Estado

de São Paulo (Fiep), a taxa ficou em 0,66%, o que representa a diminuição de 15.753 trabalhadores, quase três mil a mais do que em maio. O resul-

tado foi influenciado pela eliminação de 8.587 postos de trabalho na última semana do mês passado. Horácio Labea, diretor do Departamento de

Pesquisas da Fiep, disse que o resultado é muito negativo, mas os empresários esperavam isso. Se não houver mudança na política de juros, a tendên-

cia é de o emprego cair mais ainda, afirmou, acrescentando que por enquanto não se pode falar em recessão, mas o número é preocupante. PÁGINA 12

BRASIL 2 X PERU 0

Del Solar dá um carrinho e rouba a bola de Sarrio, que não conseguiu recuar o mesmo futebol da partida anterior

Os três gols da rodada de ontem da Copa América foram feitos por ex-palmeirenses. Zélio e Edmundo garantiram a vitória do Brasil sobre o Peru por 2 a 0, no Estádio Adão Pereira Oliveira, em Rivera, no Uruguai. Na preliminar, a Colômbia venceu o Equador por 1 a 0, também com um gol de um ex-palmeirense, o técnico Rincón. Cobiçoso medalhas, o Brasil assumiu a liderança isolada do Grupo B, com seis pontos ganhos, e garantiu a vaga à próxima fase da competição. Hoje, em Ucrânia, o São Paulo enfrenta o Grêmio, às 20h45min, pela Copa dos Campeões Mundiais. O técnico Telê Santana não apertou para tentar o time entrar e a defesa da equipe ficou para esta manhã. A assistência de Telê provocou uma onda de boatos de que o treinador estaria deixando o clube após os protestos dos torcedores paulistas, que ficaram insatisfeitos com a derrota diante do México. Min, por 2 a 1, no sábado. PÁGS. 2 e 6 do ESPORTES

PM 7 X BANDIDOS 0

Os soldados Dias e Afonso, da 3ª Companhia do 4º Batalhão, cercaram a rua e foram recebidos a tiros assim que entraram no depósito de bebidas

A Polícia Militar deu uma goleada na criminalidade de São Paulo. Em dois tiroteios, levou a melhor e matou sete bandidos, sendo que um deles

era Pm do 22º Batalhão. O soldado Valdir Henrique dos Santos tentou atirar a mão do comerciante Bente de Pinho Pereira, em Interlagos, onde

trabalhava como segurança. Só que o assalto foi denunciado por meio de telefonema anônimo. O policial e os três cumplices foram surpreendidos pe-

lo Polícia e acabaram mortos. O outro confronto ocorreu numa distribuidora de bebidas de Pinho. Três assaltantes man-

11 empregados como reféns e, quando se preparavam para fugir com R\$ 6.551,00, foram cercados pela PM. Os três morreram. PÁGINA 12

Parlamentares faltam ao plantão no Congresso

A maioria dos parlamentares integrantes da Comissão Representativa — que deveria funcionar durante o recesso legislativo de julho — resolveu tirar uma folguinha neste mês e faltou ao trabalho. O plantão foi criado pelo Congresso e anunciado pelo presidente do Senado, José Sarney (PMDB-AP), durante um balanço das atividades parlamentares. Mais, dos 16 deputados e sete senadores que fazem parte da comissão, apenas a deputada Maria Lacerda (PT-DF) foi ao seu gabinete. Os outros estão em viagem. A ausência no plantão prejudicará, por exemplo, a discussão sobre a medida provisória da destinação. PÁGINA 5

PROJECAO ECONOMICA DAS EDICOES

MES: MAIO/93

RESULTADO OPERACIONAL SEM RECEITA DE GOVERNO

**RESULT. COM REC. GOVERNO

IDIA	CÓDIGO	NOME DE EXERCÍCIOS	PERÍODO	NOME DA CIPA	NOME DA LÍDERIA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA	NOME DA CIPA

www.parrs.co.uk contact: www.dinacore.co.uk

SABADO

Toyota lança nova linha de picape Hilux
A Toyota lançou a linha Hilux 2002, uma picape de bom desempenho na estrada. A Ford colocou tudo a favor das pontas da tecnologia: a Ford T e o Mondeo. **NO CADERNO DE AUTOMOVEIS** - A seção apresenta orientações para não sofrer com o trânsito.

VEÍCULOS
27.215
OFERTAS

**Banco Central
faz seis leilões
mas o dólar
mantém alta**

Apesar das insistentes intervenções do Banco Central, a moeda norte-americana não parou de subir, ficando recorde em cima de 100 centavos. Ao final do dia, o dólar comercial fechou em R\$ 2,820 na compra e R\$ 2,835 na venda, com alta mensal de 2,64%. **por J**

Banqueiros oferecem 4% de reajuste aos bancários

proposta feita ontem pela
Alexandre Nacional de
Associação (Fenacalut) — 4% de
ajuste salarial e R\$ 7300,00
taboas — de acordo com o
relatório anual da entidade, que
destaca a importância da
atividade para a saúde da
população e a necessidade
de manter a entidade em
funcionamento. A proposta
será votada amanhã.

ESTA EDIÇÃO	
100 PÁGINAS	
100 ILUSTRAÇÕES	
100 FOTOGRAFIAS	
100 VÍDEOS	
100 ÁLBUMS	

A row of colorful books on a shelf, including a red book, a yellow book, a green book, and a blue book.

A large fire is burning in the foreground, with a crowd of people and a flag in the background. The fire is very bright and intense, with thick black smoke rising from it. The people in the background are wearing traditional Indian clothing, and a flag with vertical stripes is visible. The scene appears to be a protest or a public gathering.

SIMPATIZANTES do governo Jairol queriam bandeira dos EUA no Piquete

"Não estamos prontos para entregar Osama bin Laden sem provas", disse o embaixador do Talibã no Paquistão, mulá Abdul Salaam Zaef, desafiando a exigência feita pelos EUA.

A milita Talibã, que controla cerca de 90% do Afeganistão, afirmou ontem que não vai entregar o milionário sandita Osama bin Laden enquanto os Estados Unidos não apresentarem provas de sua envolvimento no atentado de 11 de setembro. No entanto, em uma entrevista coletiva em um hotel de

ESPORTES

O líder
Verdão vai
para cima
da Ponte

• **O Palmeiras** planeja fazer mais uma vítima hoje, no Parque Adiberto, onde tem 100% de aproveitamento no atual Campeonato Brasileiro e não perde um jogador desde 11 de janeiro. O lateral não tem a lesão Podiatrita, comanda o time, e vai atuar contra uma equipe visitante. O inimigo é Ponte Preta, que será dirigida por Mauro Américo pela sétima vez. O técnico morto ontem vai ser transferido para o Cruzeiro. **Ademir** 3

FABIO JÚNIOR está de volta ao time titular

Felipão apela para Ronaldo e Ronaldinho

Romaldinho, o Flamengo, que não era conhecido havia quase dois anos, e Romaldinho, o Grêmio, que se tornou

Carta de Pero Vaz volta para Portugal

Agente (quase) não atua e tem no Brasil parte no movimento-globo dos 300 ações de desarmamento, a Carta de P. Vaz de Caminha retorna a Portugal sob um forte clima de segurança. **Imagem**

Alckmin inicia a reforma do secretariado

O governador (Gen. Alkmim) iniciou ontem a forma do secretariado e o trabalho e chefe da Casa Civil e o secretário de Comunicação. Oito secretários deverão ser nomeados.

**Justiça faz nova
denúncia contra
Hanna Gharib**

Promessas públicas do governador novamente se verificam e os deputados e senador Hanna Chacón. De lá vai, ele é armado de todas as estratégias internacionais da vida dos Estados. **Pod.**

PROMOCÃO

AMANHÃ
TEM SELO
CURINGA

TV MITSUBISHI 20"

Garantia de 3 anos

2006

o melhor da tecnologia

ESIA-BIA

1,9 de R\$49,90

PARCELAS DE 12x R\$4,16

AVANÇADA EM 1997, A TV MITSUBISHI 20" É A ÚNICA COM 100% DE COMPONENTES JAPANESES

49,90

10X SEM JUROS

CASAS BAHIA

FINANCIAMENTO POR 10x SEM JUROS

VIDEOCASSETTE PHILCO

Garantia de 3 anos

1,9 de R\$39,90

PARCELAS DE 12x R\$3,33

39,90

800 100 • 07 AN 101 • 000 0000 • 0000 0000 • 0000 0000 • R\$ 1,50

The feasibility of such a move has already been questioned. However, given the significant number of beneficiaries who continue to use the facility, any transfer plans have been put on hold. There are critical problems associated with the hospital. It is in a bad condition, has no social services, and lacks sufficient means for diagnosis. It remains the second largest health facility in the country, with 120 beds. The General Hospital, however, is facing an uncertain future.

de vendas de computadores no primeiro trimestre alcançaram 25%, das primeiras seis meses de 2003 atingiram 30% e no primeiro semestre de 2003 foram 35%. Segundo a pesquisa, os setores de informática, telecomunicações e serviços de Internet foram os que mais cresceram no primeiro trimestre de 2003, com 10%, 10% e 10%, respectivamente. Os setores de informática e telecomunicações também foram os que mais cresceram no primeiro semestre de 2003, com 10% e 10%, respectivamente. Os setores de informática e telecomunicações também foram os que mais cresceram no primeiro semestre de 2003, com 10% e 10%, respectivamente.

Alcôim Joga culpa em Lula por onda de terror em SP

As these agricultural products are in season, prices remain low, providing a good example of the benefits of the new market. In 2000, the average price of a 100 kg sack of sorghum was 1,200 CFA francs, compared with 1,500 CFA francs in 1999. This is a significant improvement on the situation in 1999, when the average price of a 100 kg sack of sorghum was 1,500 CFA francs.

"El Flamingo" continúa siendo uno de los mejores lugares para ir a comer. Su gran terraza, sus vistas de la bahía, sus restaurantes y su ambiente hacen de El Flamingo un lugar ideal para ir a comer. El Flamingo es un lugar ideal para ir a comer. El Flamingo es un lugar ideal para ir a comer.

Depois de passar a noite de 14 horas em uma cama a 100 km/h, ela agora precisa compensar de outras formas. Ela se acorda com a cabeça pesada e os olhos vermelhos. Ela se sente cansada e irritada. Ela se sente mal. Ela se sente doente. Ela se sente triste. Ela se sente sozinha. Ela se sente perdida. Ela se sente desesperada. Ela se sente desesperada.

Corinthians manda o Pé de Anjo para o inferno

Seção. Se o País são os distritos da Capital com maior índice de morte por despejamento, segundo pesquisa da Fundação Seade. **P&B**

CONCURSO **na Vila Deportiva**
O primeiro teste de seleção para o Campeonato Paulista de Futebol de 2013 será realizado no dia 10 de maio, no Estádio do Morumbi, em São Paulo. O teste será realizado com a participação de 16 times, sendo 14 times da primeira divisão e 2 times da segunda divisão. O teste será realizado com a participação de 16 times, sendo 14 times da primeira divisão e 2 times da segunda divisão. O teste será realizado com a participação de 16 times, sendo 14 times da primeira divisão e 2 times da segunda divisão.

o que o
Tevez fala"

Lugano dá adeus à torcida do Tricolor e vai para a Turquia...

_____

diante de posto
do INSS **A10**

**Comissão vê
legalidade em
IPVA atrasado**

É show: roda de samba com Nelson e Santana