

LIRIAM SPONHOLZ

# O ESTADO DE S. PAULO (1942-1972)

**UMA CONTRIBUIÇÃO À HISTÓRIA DAS TÉCNICAS  
JORNALÍSTICAS**

Dissertação apresentada como requisito parcial  
à obtenção do grau de Mestre, Curso de  
Pós-graduação em História, Setor de Ciências  
Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal  
do Paraná.

Orientador: Prof. Luiz Carlos Ribeiro.

**CURITIBA**  
**1999**

## SUMÁRIO

<b>Resumo.....</b>	<b>V</b>
<b>I Parte</b>	
<b>1.Introdução.....</b>	<b>01</b>
1.1. Justificativa.....	04
1.2. Recorte cronológico.....	07
<b>2. Referencial teórico-metodológico.....</b>	<b>08</b>
2.1. A aventura brasileira de industrialização.....	12
2.1.1.A fase comercial.....	13
2.1.2.As condições para a industrialização.....	15
2.1.3.Urbanização e formação do público-leitor.....	18
2.1.4.O mercado de opiniões.....	20
2.2. A roupagem de mercadoria.....	23
2.2.1. O surgimento da nova roupagem.....	25
2.2.2.A chegada do <i>lead</i> .....	27
2.2.3. A reforma do <i>Jornal do Brasil</i> .....	31
2.3.Metodologia.....	34
2.3.1.A primeira página.....	35
2.3.2. As reportagens.....	37
2.3.3. As fontes.....	38
<b>II Parte</b>	
<b>3. O eixo Rio -São Paulo.....</b>	<b>40</b>
3.1.O debate político.....	41
<b>4. O jornal O Estado de S. Paulo.....</b>	<b>44</b>
4.1. A linha editorial.....	45
<b>5. A reforma gráfica.....</b>	<b>49</b>
5.1.A padronização gráfica e a primeira página.....	49
5.2.As manchetes.....	51
5.3.Os títulos.....	52

<b>6.A reforma editorial.....</b>	<b>53</b>
6.1.Redação dos títulos.....	53
6.2.Os textos: uma descrição cronológica.....	63
6.3.A relação repórter-fonte no texto.....	64
6.4.A chegada do <i>lead</i> em <b>O Estado de S. Paulo</b> .....	65
6.5.A autoria das reportagens .....	67
6.6.Os temas recorrentes.....	67
<b>7.As agências internacionais.....</b>	<b>69</b>
7.1. O monopólio mundial da informação.....	70
<b>8. Conclusão.....</b>	<b>73</b>
<b>Referências Bibliográficas.....</b>	<b>75</b>

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1- Anúncios publicados na primeira página.....	46
Gráfico 2 – Autoria das reportagens.....	66
Gráfico 3 – Assuntos das manchetes.....	68
Ilustração 1- Primeira Página – 07/10/62.....	48
Ilustração 2 – Primeira Página – 01/05/42.....	54
Ilustração 3 – Primeira Página – 08/05/47.....	55
Ilustração 4 – Primeira Página – 12/10/52.....	56
Ilustração 5 – Primeira Página – 06/10/57.....	57
Ilustração 6 – Primeira Página – 24/05/57.....	58
Ilustração 7 – Primeira Página – 04/10/57.....	59
Ilustração 8 – Primeira Página – 09/05/67.....	60
Ilustração 9 – Primeira Página – <del>09/05/67</del> .....	61

1310577

## RESUMO

Este trabalho trata das técnicas de redação e reportagem observadas no jornal **O Estado de S. Paulo** no período de 1942 a 1972, numa perspectiva comparativa ao modelo adotado pela imprensa brasileira, em especial, a imprensa carioca, nos anos 50. O novo modelo instituiu a objetividade jornalística como regra, a partir da adoção de técnicas como o *lead*, os manuais de redação, e padronizou os textos jornalísticos e a sua apresentação gráfica. A pesquisa pretende mostrar como o jornal **O Estado de S. Paulo**, caracterizado pelo seu forte veio opinativo, reagiu à mudança, a partir das técnicas adotadas por este.

## INTRODUÇÃO

Este trabalho pretende analisar o jornal **O Estado de S. Paulo** frente às transformações ocorridas na imprensa brasileira nos anos 50 no que diz respeito à linguagem jornalística. Quando falamos de técnicas ou linguagem jornalística, não nos referimos apenas ao texto. Para MEDINA:

Linguagem jornalística não se identifica com código lingüístico.(...) Na realidade, os signos lingüísticos representam um espaço muito significativo da página impressa, mas ao lado, ou melhor, inter-relacionados com eles estão outros signos (fotografia e ilustração). Esse acréscimo, indispensável, ainda não completa o quadro possível de formulação da mensagem: palavra e imagem se articulam num espaço gráfico composto com destaques de cor, preto e branco, relevo de blocos densos e áreas livres, dimensões físicas de tipos (das famílias tipográficas), ordenação hierárquica por áreas físicas de valor visual. Tudo isso que simplesmente se chama de diagramação no planejamento gráfico compõe mais um ângulo de análise da linguagem jornalística. Nesta perspectiva, ela é composta de elementos verbais, de imagens e de relações de espaço gráfico entre uns e outros.<sup>1</sup>

Analisaremos, portanto, que conseqüências o caminho adotado por **OESP** trouxe para os seus textos (reforma editorial) e do ponto de vista gráfico (reforma gráfica). O que se pretende, portanto, é verificar de que forma o jornal paulista reconstrói a realidade nos anos 50, ao transformar fato em notícia, tendo como referencial as técnicas jornalísticas que se introduziram na imprensa brasileira.

A essência destas técnicas foi baseada no modelo norte-americano, adotado na imprensa carioca.

As reformas técnicas ocorridas nos anos 50 não só procuraram tornar os jornais mais objetivos, como deram ao texto jornalístico forma própria. O resultado foi um jornalismo com características ideológicas diferentes - já que os textos passam a ser padronizados a partir da idéia de objetividade - e supostamente mais vendável, consumível. O processo, portanto, resultou em uma padronização ou estandarização do jornal. Esta, aliás, é uma das características da indústria cultural. Para ADORNO:

1 MEDINA, Cremilda. Notícia, um produto à venda. São Paulo: Alfa-Ômega, 1978. p. 106.

...a técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social. Isso, porém, não deve ser atribuído a nenhuma lei evolutiva da técnica enquanto tal, mas à sua função na economia atual<sup>2</sup>

Não por acaso os anos 50 também são caracterizados, no Brasil, pela consolidação da indústria cultural, como se verá mais adiante.

Tanto a reforma editorial quanto a reforma gráfica serão considerados no trabalho: a reforma editorial<sup>3</sup>, tendo como referência o jornal *Diário Carioca*. Caracterizou-se pela chegada do *lead* (termo que designa o primeiro parágrafo do texto jornalístico e deve, como regra, se destinar a responder cinco questões a respeito do assunto relatado: o quê, quando, onde, como e por quê) e dos manuais de redação, originados dos *style books*, seus correspondentes na imprensa norte-americana.

A reforma gráfica teve seu ponto marcante com a reforma do *Jornal do Brasil*, a partir de 1956, com maior utilização de fotos, textos e títulos com tamanhos limitados, eliminação dos fios entre as colunas, entre outros elementos.

Todas as mudanças - editoriais e gráficas - contribuíram para aprimorar a roupagem de mercadoria que a notícia deveria ter para vender mais.

Nas sociedades de massas ou industriais, o jornal se tornou artigo de primeira necessidade. Ler jornal representa estar bem informado, ter acesso a novos universos de conhecimento, uma forma de entretenimento, participar da vida política e social do país, “presenciar” os fatos e a história e até se tornar (ou pelo menos parecer) mais erudito.

Mas o leitor, ao mesmo tempo em que tem a sensação de estar informado e, de certa forma, vivenciar o fato, não o “presencia”, não chega a reviver o fato em si. O que se tem é uma reconstrução do acontecimento, da realidade que o envolve, através da linguagem jornalística, que transporta o leitor até aquele espaço/tempo.

Esta reconstrução nem sempre é gratuita (na verdade, quase nunca o é). Segue normas, técnicas, critérios, interferências por parte dos controladores da empresa jornalística, do jornalista que produz a matéria, do que pauta o assunto e do editor (que a dispõe na página), das fontes que forneceram a informação, das condições históricas, técnicas e de produção da notícias e - é claro do próprio público-leitor.

2 ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985, p. 114.

3 Neste contexto, a reforma editorial não diz respeito a uma reforma da linha editorial, mas se refere a técnicas. O que está em questão não é o conteúdo, mas a forma. No entanto, esta distinção não acontece de forma estanque.

É esta reconstrução, no período específico da industrialização brasileira, nos anos 50, que o trabalho pretende analisar, sob o ponto de vista das técnicas jornalísticas e das condições históricas em que estas foram gestadas.

O período analisado é uma referência na história da imprensa brasileira, pois nos anos 50 instituiu-se o modelo jornalístico calcado na objetividade. No entanto, o debate sobre a objetividade jornalística não se esgotou com a adesão, principalmente dos grandes jornais, ao novo modelo.

Durante muito tempo (e talvez ainda hoje, por parte de alguns segmentos), cobrou-se a neutralidade jornalística, a objetividade, o “direto ao assunto”, a menor interferência possível do produtor do texto na reconstrução da realidade feita pela notícia, como se a objetividade pudesse superar o fato de que a notícia é e sempre vai ser uma reconstrução e não o acontecimento em si.

O modelo baseado na objetividade aparece em boa parte da bibliografia sobre o assunto, bem como nos manuais de redação e até mesmo nas escolas de jornalismo como algo quase “natural”, inevitável. Com a industrialização, a urbanização, um novo ritmo de vida imposto aos leitores, técnicas como o *lead* parecem atender a uma demanda, como único modelo possível, ou o único adequado à nova realidade.

Isto porque a objetividade também pode ser vista como uma forma de tornar o fato mais próximo do presente, mais consumível, na tentativa de contar o que aconteceu, simples e puramente, sem “perder tempo” em contextualizar a situação. Isto tornaria a leitura mais ágil, elemento importante em um ritmo de vida pautado pela urbanização. Mas também fragmenta a realidade, outro elemento que denuncia a notícia como uma reconstrução.

A cobrança da objetividade, ou seja, a necessidade de que esta reconstrução seja o mais imperceptível quanto possível não se restringe ao jornalismo. Para ADORNO, esta é uma condição inerente à indústria cultural. Citando o caso do cinema, observa que:

A velha experiência do espectador de cinema, que percebe a rua como um prolongamento do filme que acabou de ver, porque este pretende ele próprio reproduzir rigorosamente o mundo da percepção cotidiana, tornou-se a norma da produção<sup>4</sup>

4 ADORNO, *op. cit.*, p. 118.

## JUSTIFICATIVA

O jornal **O Estado de S. Paulo** parece contrariar o rumo “natural” dos acontecimentos.

Não se autodenomina neutro, tem como ponto de referência a opinião. Desde sua fundação, em 1875, como **A Província de S. Paulo**, participa ativamente dos debates políticos que envolvem a sociedade brasileira e não deixa de fazê-lo, mesmo depois da implantação do modelo de objetividade jornalística.

Pela sua forte linha editorial, o periódico tem sido largamente utilizado para análise de projetos políticos, dos quais seria porta-voz ou até mesmo autor. Boa parte dos estudos tratam o jornal como um ator político e a fonte principal, dentro do periódico, via de regra, são os editoriais.

Além destes, pesquisas sobre a conjuntura política no período de 50 a 70 também se referem a **O Estado de S. Paulo** como um porta-voz do conservadorismo ou mesmo como força política atuante.

Pode-se citar CAPELATO<sup>5</sup> e sua análise dos editoriais do jornal no período de 27 a 37. A autora de “O bravo matutino” considera que o periódico apresenta características singulares no quadro da imprensa brasileira, entre elas a constância e coerência na defesa do liberalismo e a reiterada preocupação política do jornal de – além de informar – se apresentar como órgão modelador da opinião pública.

MONIZ BANDEIRA, ao analisar o governo João Goulart, cita o discurso do diretor responsável por **O Estado de S. Paulo**, Júlio de Mesquita Filho, em um evento da Sociedade Interamericana de Imprensa, em Miami.

Segundo MONIZ BANDEIRA, Mesquita Filho teria concitado os Estados Unidos a intervirem no Brasil. O País, segundo o proprietário do jornal, poderia se converter em “outro bastião comunista, como Cuba”.<sup>6</sup>

PÉCAULT, ao estudar o debate intelectual no Brasil no período de 54 a 64, cita “as vigorosas campanhas” feitas pelo jornal **O Estado de S. Paulo**, sustentadas pelos “empresários interessados, acima de tudo, em conter as pressões sindicais e criar obstáculos aos projetos de reformas de Goulart”.<sup>7</sup>

No trabalho de Amaury Cesar MORAES, “Imprensa e Constituinte: o projeto político do jornal **O Estado de S. Paulo** (1987-1988)”, o ponto de vista do autor sobre o periódico está explícito: trata-se de um ator político, com um projeto próprio. O autor

5 CAPELATO, Maria Helena; PRADO, Maria Lígia. O bravo matutino. Imprensa e ideologia no jornal “O Estado de S. Paulo”. São Paulo: Alfa-Ômega, 1980.

6 MONIZ BANDEIRA, L.A. O governo João Goulart: as lutas sociais no Brasil (1961-1964). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977, p. 143.

7 PÉCAULT, Daniel. Os intelectuais e a política no Brasil - Entre o povo e a nação. São Paulo: Ática, 1990, p. 176.

chega a declarar que “se o liberalismo não existisse, se o não tivéssemos lido em Locke, Smith, Tocqueville, von Mises ou Hayek, o jornal **O Estado de S. Paulo** o inventaria (sic)”.<sup>8</sup>

No entanto, ao eleger o enfoque da linha editorial, ao analisar o periódico apenas sob o prisma da opinião, estes estudos contribuíram para uma omissão de um elemento importante para entender o seu próprio objeto, o jornal **O Estado de S. Paulo**: o fato de que este é produzido por uma grande empresa jornalística, com o objetivo, já no período analisado pelos autores citados, de difundir idéias, mas também de vender, de dar lucro aos seus controladores. Devido à ênfase do aspecto opinativo, o jornal tem sido caracterizado praticamente como um resquício do jornalismo político-literário. Isto provocou a indagação central deste trabalho: como o jornal **O Estado de S. Paulo**, o “arauto do liberalismo”, como definiu CAPELATO, viveu o período histórico em que a objetividade jornalística se instituiu como regra no Brasil, os anos 50? Como um jornal tantas vezes analisados quase como um “resquício” do jornalismo político-literário (já que teria como característica central a opinião, a linha editorial) viveu a sua integração ou a sua consolidação enquanto indústria cultural?

Para responder a esta questão, parte-se do pressuposto de que **O Estado de S. Paulo** se insere na grande imprensa brasileira, termo utilizado aqui para designar a imprensa que se caracteriza como indústria cultural. Ou seja, não se trata apenas de uma publicação para difundir idéias, mas de uma mercadoria, integrada à lógica da indústria cultural, produzida por uma grande empresa capitalista, que vê na imprensa também um setor de investimento de capital

Outra questão que parece provocante é o fato de o jornal fugir ao modelo da objetividade jornalística e simplesmente não se preocupar em ser ou parecer neutro. Dentro da concepção de jornal que os seus controladores têm, as idéias estão presentes e não há porque escondê-las. Isto denuncia que o modelo da objetividade não é o único possível. Não se trata de uma escolha natural, consequência inevitável da sociedade urbana e industrial.

Portanto, em **O Estado de S. Paulo**, há uma técnica jornalística. E que, como se verá adiante, sofreu influências, rejeitou, enfim, “dialogou” com as novas técnicas, trazidas dos Estados Unidos e incorporadas pela imprensa carioca.

Um dos problemas que se enfrentou, neste sentido, foi a escassez de estudos sobre estas técnicas do ponto de vista da história. Embora haja exceções (pouquíssimas), quando elegem jornais como objetos de estudo, os historiadores preferem as análises de conteúdo, relegando as técnicas. No campo do jornalismo, quando não se trata de análises de conteúdo (também muito presentes), a maior parte dos estudos sobre as técnicas são contemporâneos ao surgimento destas.

8 MORAES, Amaury Cesar. Imprensa e Constituinte: o projeto político do jornal O Estado de S. Paulo (1987-1988). São Paulo: 1991. Dissertação (Mestrado em Ciência Política). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, p. 176.

Nas análises de conteúdo, as idéias parecem existir *per si*, já que nem se lembra o fato de que os produtores de jornais são, também, grandes empresas capitalistas, que a imprensa é um setor de investimento de capital e que, ao mesmo tempo em que difunde idéias, comercializa uma mercadoria - a notícia.

Tudo se centra na intenção do texto, que manipula e “é o que é” indiferente de suas condições de produção e de quem o consome Como se fosse possível contar uma história sem manipulá-la. Ou seja, para os que denunciam os jornais por “manipularem”, a neutralidade parece ser possível).

O que se encontra em um plano real, mais uma vez segundo grande parte dos estudiosos de análises de conteúdo, é o jornal como mero porta-voz de seus controladores e, em última instância, porta-voz de um discurso ideológico produzido pelas classes dominantes.

Este trabalho parte da concepção de que o jornal **O Estado de S. Paulo** encontrou, a partir dos anos 50, as condições históricas que lhe permitiram e o caracterizaram mais do que como porta-voz de seus controladores: 1) um público-leitor, formado a partir de uma expansão das chamadas classes médias; 2) um espaço dentro do mercado de opiniões, no bojo deste público-leitor, para uma linha editorial como a de **O Estado de S. Paulo**, marcadamente liberal e anti-popular, entre outros elementos; 3) a acumulação de capital no mercado brasileiro, que resultou no incremento do mercado publicitário e de anunciantes, refletindo-se, assim, na imprensa.

Outro fato que parece provocante é que, ao se concentrar no jornalismo carioca, a história da imprensa acabou deixando de lado a experiência paulista. De fato, a então capital da República era o centro político do País, marcado pela efervescência cultural e intelectual. Organismos aos quais se atribuía o pensamento político da época, como o Iseb (Instituto Superior de Estudos Brasileiros) e manifestações culturais como o Cinema Novo, por exemplo, compunham o cenário carioca.

Neste contexto, o jornalismo paulista acabou relegado a segundo plano pelos estudiosos da história da imprensa. Mas São Paulo nos anos 50 não pode ser ignorado no cenário nacional. O estado passava por um processo intenso de industrialização que o elevaria à condição de centro do capitalismo brasileiro. Também tinha uma vida cultural intensa: a realização da primeira Bienal de Artes Plásticas em 1951 e o fato de o estado sediar o primeiro Centro Popular de Cultura são indicativos disto. Tudo isso contribuiu para o desenvolvimento de uma grande imprensa, motivo pelo qual o caso de São Paulo precisa ser estudado.

## RECORTE CRONOLÓGICO

No caso da imprensa carioca, o processo de padronização ocorreu de forma relativamente concentrada nos anos 50. Embora o *Jornal do Brasil* ainda estivesse fazendo alterações no seu projeto gráfico até o início dos anos 70, houve um momento, nos anos 50, em que um novo projeto foi implantado. No caso de **O Estado de S. Paulo**, esta mudança foi gradual e não ocorreu nos mesmos moldes que a imprensa carioca, como se verá a seguir.

A cronologia, abrangendo exemplares de 1942 a 1972, foi estabelecida na tentativa de perceber uma cronologia específica para o periódico analisado, buscando-se um período imediatamente anterior ao início das mudanças na imprensa carioca (a década de 50) e se estendeu até o momento em que se observa a presença de algumas características, eleitas como chave. No caso da reforma gráfica, prosseguiu-se com a observação até que fossem constatados indícios de uma padronização visual da primeira página, com utilização de fotos e chamadas.

No entanto, até o período final considerado pela pesquisa ainda se observava a presença de fios entre as colunas (o que traduz, mesmo para os padrões da época, uma visão tradicional de diagramação). Os fios só foram abolidos na década de 80, quando a apresentação gráfica foi reformulada.

No caso da reforma editorial, as reportagens foram analisadas até que se percebesse a presença de *lead*, marca singular da objetividade.

Este foi, portanto, um caso em que – radicalmente – as fontes determinaram o recorte cronológico. Ele se deve à forma como o jornal **O Estado de S. Paulo** “dialogou” com as opções de técnicas jornalísticas presentes nos jornais cariocas: gradualmente, e com uma certa resistência.

## REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

O termo indústria cultural foi empregado pela primeira vez por Adorno e Horkheimer, teóricos da chamada Escola de Frankfurt. O objetivo era o de se contrapor à idéia de comunicação ou cultura de massa. A chamada indústria cultural não é, segundo Adorno, produzida pelas massas, não se trata de uma forma contemporânea de arte popular. Trata-se de uma cultura produzida industrialmente para consumo das massas. Ou seja, produtor e consumidor estão claramente separados, no que se estabelece uma distinção da cultura popular.

Apesar de explicitar, em diversos momentos, o papel ideológico da indústria cultural<sup>9</sup>, Adorno também coloca o termo sob uma outra ótica. O conceito traduz em si duas dimensões: a cultural e a econômica. Para ADORNO:

As mercadorias culturais da indústria se orientam, como disseram Brecht e Suhrkamp há já trinta anos, segundo o princípio de sua comercialização e não segundo seu próprio conteúdo e sua figuração adequada<sup>10</sup>

Neste sentido, o conceito de indústria cultural nos parece o mais adequado para tentar se aproximar do que seja o fenômeno denominado “meios de comunicação de massa”.

Essa discussão só faz sentido a partir do século XIX, quando surgem os meios de comunicação que pretendem ter como receptores a massa, um conceito pouco definido, mas que traduz uma noção de consumo em larga escala.

Portanto, a indústria cultural só pode ser entendida dentro de um contexto em que se estabelece duas etapas (pelo menos): a da produção e a do consumo em grande escala. Grandes complexos capitalistas produzem industrialmente (o que significa dizer produção em série, padronização e divisão de trabalho) uma mercadoria - o bem cultural de consumo - para vender. Evidentemente, há um aspecto ideológico nisto. Como o próprio ADORNO ressalta, o fato de se oferecer um mesmo produto a milhares de consumidores já se traduz em um aspecto ideológico, porque quem define o que

9 Segundo ADORNOP, “As idéias de ordem que ela inclua são sempre as do status quo. Elas são aceitas sem objeção, sem análise, renunciando à dialética, mesmo quando elas não pertencem substancialmente a nenhum daqueles que estão sob sua influência (...) Através da ideologia da indústria cultural, o conformismo substitui a consciência” - ADORNO, Theodor. A indústria cultural. In COHN, Gabriel. *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Editora Nacional, 1977, p. 293.

10 ADORNO, *op. cit.*, 1977, p. 288.

será consumido (ou oferecido para o consumo) , em última instância, é o produtor da mercadoria.

No caso da imprensa, o estabelecimento e consolidação da cultura enquanto indústria significou a superação do jornalismo político-literário, em que o jornal era uma tribuna e seu editor, geralmente um ator no cenário político, e passou a ser grande imprensa, controlada por empresas capitalistas e voltadas para um público consumidor em massa.

Apesar de começar a predominar a partir do século XIX, consolidando-se de fato na sua segunda metade, e início do século XX, algumas características dessa nova forma de fazer e consumir cultura já eram encontradas antes deste período. É o caso do jornalismo, pelo menos.

ALBERT e TERROU<sup>11</sup> narram que a demanda por informação, embora possa ser localizada anteriormente, aumentou consideravelmente a partir do século XV, devido a uma série de fatores políticos, econômicos e intelectuais. O Renascimento e a Reforma teriam aumentado a curiosidade. As grandes descobertas ampliaram o horizonte europeu. Os progressos das trocas bancárias e comerciais geraram paralelamente um desenvolvimento da troca de informações. Os novos Estados modernos exigiam a criação de novas redes de informação. Este quadro seria incorporado ainda pelos grandes conflitos no Ocidente no século XVI.

A própria invenção da tipografia seria reflexo destes fatores. Criada em 1438 por Gutenberg, em Estrasburgo, a tipografia só iria gerar a imprensa periódica impressa mais de um século e meio depois. A imprensa, portanto, não surgiu com a tipografia, mas foi anterior a ela.

A partir deste cenário, em que se constata uma demanda, também se observa o desenvolvimento de um mercado de informações:

Desde o século XVI, pelo menos, as notícias tinham-se tornado uma verdadeira mercadoria e *noticiaristas* (*menanti*, na Itália) organizaram para os príncipes ou negociantes serviços regulares de correspondências manuscritas. Essas *notícias a mão*, as quais se dava com frequência o nome italiano de *avvisi* porque Veneza, grande entroncamento comercial, era um importante centro de difusão desses escritos, deixaram sua marca em toda a Europa e tomaram um impulso considerável no século XVI<sup>12</sup>

11 ALBERT, P.; TERROU, F. História da imprensa. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

12 ALBERT, *op. cit.*, p. 05.

O jornalismo também populariza o saber, ao invés de detê-lo e concentrá-lo como mecanismo de poder, como o saber tradicional. Só que não faz isto por nenhum impulso democrático, mas por uma questão comercial e de necessidade de legitimação junto ao seu público.

No século XVII, com a imprensa literária, o lucro é colocado em segundo plano, caracterizando a atividade jornalística como veio de transmissão de pontos de vista de grupos<sup>13</sup>.

A partir da segunda metade do século XIX, com a consolidação da sociedade de massas, a imprensa sofre uma transformação tecnológica. O que foi acumulado em termos de progresso tecnológico com a revolução industrial é repassado à imprensa, que passará a ter caráter de massa.

Portanto, a passagem para esta nova forma de produzir e consumir cultura que é a indústria cultural não foi pontual ou datada.

No caso do jornalismo, adotamos o termo grande imprensa para designar a imprensa na sua fase de indústria cultural (ou seja, o jornal produzido em série, para consumo em larga escala, seguindo um processo industrial de produção). Segundo GOLDENSTEIN, a grande imprensa se caracteriza basicamente da seguinte forma:

Suas mensagens estão submetidas à mesma lógica de produção e distribuição das demais mercadorias nesta etapa. São elaboradas no interior de grandes complexos empresariais, altamente concentrados do ponto de vista técnico e centralizados do ponto de vista do capital; são produzidas em escala industrial, num esquema marcado, na maioria das vezes, por um alto grau de divisão do trabalho, embora possam coexistir, em alguns casos, formas artesanais e industriais de produção; como produto, são padronizadas; sua produção e distribuição orientam-se por um critério de rentabilidade. (...)o produto é concebido *como mercadoria e produzido com vistas ao lucro*.<sup>14</sup>

Dentro da mesma concepção, ADORNO ressalta que as massas, ou os consumidores, não são parte da indústria cultural, mas a sua ideologia. A estandarização ou a padronização dos bens culturais deve ser vista neste contexto.

13 A respeito, ver MARQUES FILHO, Ciro. O capital da notícia. Jornalismo como produção social de segunda natureza. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989 e HABERMAS, Jürgen. Do jornalismo literário aos meios de comunicação da massa. In: MARCONDES FILHO, Ciro. Imprensa e Capitalismo. São Paulo: Karóis, 1985.

14 GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. Do jornalismo político à indústria cultural. São Paulo: Summus, 1987, p. 22.

Em primeiro lugar, os objetivos da indústria cultural são a produção em série e atingir o maior número de consumidores possível, maximizando lucros e minimizando custos. Por isso, a existência de fórmulas prontas. Se estas garantem o consumo do produto, não há porque alterá-las, pelo menos até o seu esgotamento, quando precisam ser encontradas novas fórmulas:

O que é novo na fase da cultura de massas em comparação com a fase do liberalismo avançado é a exclusão do novo. A máquina gira sem sair do lugar. Ao mesmo tempo que já determina o consumo, ela descarta o que ainda não foi experimentado porque é um risco. É com desconfiança que os cineastas consideram todo manuscrito que não se baseie, para tranquilidade sua, em um best-seller<sup>15</sup>

Além de um suposto consumo garantido, as fórmulas também trazem outros desdobramentos. Um deles é a diluição do conteúdo, com até a possível infantilização, no intuito de atingir, pelo menos potencialmente, o máximo de consumidores. É neste sentido que deve ser vista, por exemplo, a simplificação da linguagem jornalística, a hoje praticamente consagrada regra de utilizar uma linguagem o mais coloquial possível nos textos jornalísticos. O caso fica ainda mais explícito na linguagem jornalística radiofônica ou televisiva, em que os textos são formados por frases curtas, em ordem direta, com as repetições necessárias para que a pessoa consiga captar sobre o que se está falando, em uma estrutura muito semelhante a histórias infantis.

A diluição do conteúdo também pode ser vista sob o prisma da despolitização. É o caso das revistas femininas nos anos 70 que, segundo BOSI<sup>16</sup>, evitam temas como religião, política é algo que divide. A despolitização, portanto, teria origem no desejo de agradar o maior número possível de leitores. A cobrança da objetividade, sem dúvida, tem suas ligações com a “técnica” da despolitização.

Além disso, dentro de um esquema industrial marcado por uma divisão de trabalho diversificada, como cita GOLDENSTEIN (completamente inserida na concepção adorniana), não há espaço para a criatividade.

O importante não é que o roteiro do filme ou da telenovela ou que o texto da reportagem seja o mais criativo, importa que venda. No caso da imprensa, importa ainda que o texto esteja pronto o mais rápido possível para que possa passar das mãos

15 ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. Dialética do esclarecimento. Rio de Janeiro: Zahar, 1985, p. 126.

16 BOSI, Ecléa. Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1981.

do repórter para as demais etapas do esquema industrial (edição, diagramação, ...) dentro de um prazo pré-estabelecido (*deadline* ou horário de fechamento). Isto para que possa ser distribuído para o maior número de localidades possível e para que chegue às mãos do leitor também no menor tempo. Como consequência, com a industrialização da imprensa, o apuro correto das informações em um curto prazo vai se tornar mais importante do que a qualidade do texto, a redação, já que este passa a seguir uma fórmula.

A divisão de trabalho na versão impressa da indústria cultural, a imprensa, vai resultar também em um trabalho fragmentado, dividido em editorias. Assim, a elaboração da pauta é feita por um profissional, que a distribui para os repórteres, e muitas vezes o repórter que faz a cobertura política não sabe o que o repórter de economia está cobrindo. Para o consumidor, o mundo aparece de forma fragmentada. A CPI dos Bancos aparece no caderno de Política e a cobertura da crise cambial no caderno de Economia.

## A AVENTURA BRASILEIRA DE INDUSTRIALIZAÇÃO

Para que a grande imprensa se constitua como tal, ou seja, para que a imprensa supere a fase político-literária e se torne indústria cultural, pressupõe-se uma série de condições econômicas e culturais. De acordo com GOLDENSTEIN:

Para que a indústria cultural possa assumir todas as características que lhe são inerentes é preciso que o modo de produção capitalista já tenha atingido um certo grau de amadurecimento, o qual diz respeito tanto ao processo de concentração e centralização do capital, ao grau de desenvolvimento tecnológico e financeiro como à sua contraface.<sup>17</sup>

Para alguns autores, como SODRÉ e BAHIA, a transição de imprensa literária para grande imprensa no Brasil teria ocorrido no final do século XIX. Do ponto de vista tecnológico, máquinas rotativas passam a dominar o sistema de impressão. Imprimem,

17 GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. Do jornalismo político à indústria cultural. São Paulo: Summus, 1987, p. 23

cortam e dobram os exemplares, que saem aos milhares. A distribuição se torna complexa, reunindo assinantes e venda avulsa.

Os altos investimentos em parque gráfico e consumo de papel precisam ser compensados financeiramente com a venda dos exemplares. O jornal passa a ser o produto e meio de sustentação da empresa capitalista que o produz.

Para BAHIA<sup>18</sup>, é neste momento que a grande imprensa encontra na sociedade brasileira as condições para o seu surgimento.

Segundo este autor, os jornais e a tipografia, assim como o livro e outras manifestações do pensamento e das artes, se beneficiam da eliminação do trabalho escravo, do crescimento econômico que impõe melhores níveis de renda, do trabalho assalariado e da descentralização republicana. Diante deste quadro, surge uma mentalidade empresarial que viu na imprensa um investimento digno de atenção. Em função da ampliação do mercado, da descentralização liberal-republicana e da concorrência entre as empresas jornalísticas, os jornais “de causa” começam a deixar de existir. Para BAHIA,

Uma consciência dominante então é de que a imprensa deve situar-se num plano de interesse público, de identificação com os sentimentos de valorização da ordem jurídica, de aperfeiçoamento das instituições e das conquistas sociais voltadas para o indivíduo. Predominam os ideais positivistas, o publicismo adquire caráter pedagógico<sup>19</sup>

## A FASE COMERCIAL

A transformação do jornalismo em grande imprensa resultou na redução dos jornais “de causa”, ao mesmo tempo em que fomentou a criação dos grandes jornais. Vários dos periódicos que subsistem até hoje (ou pelo menos até os últimos 40 anos) surgiram neste período: o *Jornal do Commercio*, fundado em 1827, e *O Estado de S. Paulo*, em 1875; o *Jornal do Brasil*, em 1891 e *O Correio da Manhã* em 1901; *A Folha da Noite* em 1921, que deu origem à *Folha da Tarde* em 1924 e à *Folha da Manhã* em 1925, que originariam mais tarde a *Folha de S. Paulo*.

18 BAHIA, Juarez. Jornal, história e técnica - História da Imprensa Brasileira, 4. ed. São Paulo: Ática, 1990.

19 BAHIA, op. cit., p. 108

De acordo com SODRÉ, a transformação teria ocorrido na estrutura econômica dos jornais. Um dos reflexos disto é a publicidade:

Os anúncios evoluíram também. Nos jornais antigos, proclamavam as virtudes de barbeiros que aplicavam bichas, escravos à venda ou fugidos, gêneros alimentícios, navios que chegavam ou que partiam, remédios milagrosos. Na segunda metade do século XIX, eram já elaborados; para os fins do século, contam com a qualidade literária emprestada por alguns escritores. Bilac receberia cem mil réis por uma quadrinha proclamando a qualidade de determinada marca de fósforos. No século XX e na fase inicial de que tratamos, Emílio de Menezes redigia anúncios em versos para determinada marca de cerveja<sup>20</sup>

Neste contexto, os anúncios passam a ter um espaço privilegiado no jornal. O interesse comercial foi predominando de tal forma que em 1906, por exemplo, o *Jornal do Brasil* passou a dedicar toda a sua primeira página a anúncios. Até os anos 50, isto ainda iria ocorrer.

Ferreira Gullar, que trabalhava no *Jornal do Brasil* durante o período e participou da reforma gráfica que o periódico sofreria, conta<sup>21</sup> que o *Jornal do Brasil* se mantivera “até ali” (até a reforma, em 1956) à custa de anúncios classificados. A matéria jornalística restringia-se ao noticiário da Agência Nacional, que era publicado como chegava à redação. A contribuição desta era tesoura e cola. A primeira página era quase toda ocupada pelos classificados. E continuou assim, mesmo depois do início da reforma gráfica, só mudando na segunda metade da década.

Por estas características, que mostram um jornalismo em que o valor de troca da notícia ainda não surgiu e o anúncio é a grande “vedete”, esta fase é chamada de comercial. Para SODRÉ e BAHIA, neste momento já havia se formado uma grande imprensa brasileira. Para outros autores, como se verá adiante, a grande imprensa, que é o correspondente da indústria cultural no jornalismo impresso, só iria se formar nos anos 50, pois somente neste período a economia brasileira permitiria a sua formação.

Esta fase comercial da imprensa brasileira iria predominar até a sua industrialização, processo que atingiu uma certa consolidação nos anos 50.

20 SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa Brasileira*. Rio de Janeiro: Civillização, Brasileira, 1966, p. 322.

21 Revista de Comunicação, Ano 10, n. 35, março de 1994, p. 12-13.

Na concepção deste trabalho, não parece importante datar em que momento a grande imprensa teria surgido, se na virada do século ou nos anos 50. O que parece importante é verificar que os anos 50 foram o momento de consolidação da imprensa enquanto indústria cultural. Foi também o momento em que a linguagem jornalística adquiriu forma própria e que a notícia passa a ser a mercadoria por excelência oferecida pelos jornais.

Do ponto de vista do texto jornalístico e das técnicas de redação, a fase comercial caracterizada por SODRÉ no final do século XIX não chegou a produzir mudanças significativas:

Paginação sem movimento ou graça. Colunas frias, monotonamente alinhadas, jamais abertas. Títulos curtos. Pobres. Ausência quase absoluta de subtítulos, vaga clichéerie. Desconhecimento das manchetes e de outros processos jornalísticos, que já são, no entanto, conhecidos nas imprensa adiantadas do Norte da Europa<sup>22</sup>

A grande imprensa a que o autor se refere parece se basear na sua organização enquanto empresa, já que no seu modelo, nas suas técnicas, sobretudo de reportagem, não teriam havido mudanças substanciais. A imprensa continuava na fase do beletismo, um estilo concentrado na frase, na palavra.

## AS CONDIÇÕES PARA A INDUSTRIALIZAÇÃO

Foi na década de 50 que os jornais brasileiros encontraram as condições econômicas, políticas, sociais e culturais para a sua consolidação como grande imprensa. Para ABREU:

Foi nessa década que Lúcio Costa e Oscar Niemeyer concretizaram, em Brasília, suas idéias revolucionárias no campo da arquitetura urbanística. O Cinema Novo deu seus primeiros passos, apresentando e debatendo os

22 SODRÉ, *op. cit.*, p. 323.

problemas sociais e políticos do país numa nova linguagem cinematográfica, que levava o espectador à reflexão sobre esses problemas. Também o teatro brasileiro se renovou na temática social e política, na linguagem e com uma nova geração de autores e atores. A bossa nova redirecionou a música popular brasileira, incorporando o jazz e o bebop norte-americanos ao samba tradicional e trazendo novos cantores, novos músicos, novas formas de interpretação e novos arranjos musicais. A poesia conheceu desdobramentos significativos - da chamada "geração de 45" chegou-se ao concretismo e à poesia engajada politicamente; o romance regional, que conheceu seu apogeu nos anos 30-40, se atualizou e sofisticou, e a tendência a uma literatura mais introspectiva de análise psicológica se firmou<sup>23</sup>

Para LATTMAN-WELTMAN , a questão é clara:

A década de 50 constitui um verdadeiro marco na história da nossa imprensa, marco que assinalaria a virtual superação, entre nós, daquilo que autores como Habermas chamaria de fase do "jornalismo literário", e a entrada em definitivo nos quadros do chamado "jornalismo empresarial"<sup>24</sup>

Os anos 50 foram significativos no Brasil pela reunião de uma série de fatores.

A economia brasileira sofreria uma fase intensa de industrialização, não mais calcada nos bens de produção, como na era Vargas, mas na produção de bens de consumo duráveis. De acordo com MARANHÃO:

O crescimento é bastante visível: de 1940 a 1961 a produção industrial brasileira quase que sextuplicou, e teve um ritmo de crescimento maior do que o dobro do ritmo de crescimento global da economia. Particularmente de 1955 a 1959, a expansão industrial superou de longe os marcos de outra nação latino-americana em processo rápido de industrialização: tomando-se

23 ABREU, Alzira Alves de. A imprensa em transição (org.) Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1966. p. 14.

24 LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Imprensa carioca nos anos 50: os "anos dourados". In: ABREU, Alzira Alves de. A imprensa em transição (org.) Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996, p. 158.

para 1955 o índice 100, em 1959 essa taxa se elevou no Brasil para 197 (quase dobrando em quatro anos), enquanto no México a taxa foi a 134. Tendo limitadas as possibilidades de basear-se essencialmente no setor agrário-exportador, pelas restrições que o mercado internacional impunha ao crescimento efetivo do valor das exportações, o capitalismo brasileiro voltou-se cada vez mais para a diversificação industrial”<sup>25</sup>

Outra característica deste momento da industrialização brasileira é o crescente esgotamento do modelo de substituição de importações e a participação crescente do capital internacional na industrialização brasileira, estimulada tanto por questões internas quanto externas. No plano interno, a Instrução 113 da Sumoc (Superintendência da Moeda e do Crédito), no governo Café Filho, foi um dos mecanismos que tornou a associação entre capital nacional e estrangeiro um fator atrativo para a burguesia industrial, permitindo investimentos estrangeiros diretos sem cobertura cambial, assegurando ao investidor estrangeiro a importação de equipamentos industriais segundo uma classificação prioritária dada pelo governo. No plano internacional, a conjuntura da década de 50 favoreceria a descoberta dos países periféricos como oportunidade de investimento. Para MENDONÇA,

Concluídos os planos de reconstrução do pós-guerra, os centros capitalistas adquiriram uma dada estabilidade econômica que os levou a buscar novas oportunidades lucrativas de exportação de capitais, redescobrendo-se, aí, os ditos “países periféricos”: a reemergência dos países do Mercado Comum Europeu e do Japão pressionou pela abertura do Terceiro Mundo a seus investimentos.<sup>26</sup>

Essa abundância de recursos externos a baixos juros contribuiu decisivamente para a reorientação da política econômica do Estado Brasileiro”

A industrialização teria diversos reflexos sobre a imprensa. Pode-se citar a urbanização, que a acompanha e será melhor discutida na formação do público-leitor; os desdobramentos do modelo de industrialização adotado e da entrada do capital externo como impulsionador de forma mais intensa neste processo, a partir da década

25 MARANHÃO, Ricardo. O Estado e a política “populista” no Brasil (1954-1964). In: FAUSTO, Boris (dir.) História Geral da Civilização Brasileira. Tomo II, vol. 3. São Paulo: Difel, 1983, p. 260.

26 MENDONÇA, Sônia Regina de. Dez anos de economia brasileira: História e historiografia (1954-1964). Revista Brasileira de História. São Paulo, vol. 14, n. 27, 1994, p. 89.

de 50; as conseqüências da participação do capital internacional no debate político e na linha editorial de **O Estado de S. Paulo** (É importante ressaltar que a posição da linha editorial do jornal neste debate é um elemento fundamental para se entender a trajetória do jornal, embora o objeto desta pesquisa sejam as técnicas jornalísticas) e a acumulação de capital decorrente deste processo se refletindo no mercado publicitário.

A estrutura produtiva do Brasil muda, a oferta de bens de consumo aumenta e, com ela, a publicidade também se transforma:

A imprensa, que até os anos 30-40 dependia dos favores do Estado, de pequenos anúncios populares ou domésticos e da publicidade das lojas comerciais, teve essa situação alterada. Nos anos 50, começaram os investimentos no setor publicitário e teve início a implantação no país de grandes agências nacionais e estrangeiras de publicidade; os anúncios nos jornais se diversificaram, encontrando-se desde anúncios de automóveis, eletrodomésticos, produtos alimentícios e produtos agrícolas até anúncios de produtos artesanais os mais variados.

Foi criada em 1951 a primeira escola de propaganda, a Casper Líbero, em São Paulo, e nesse mesmo ano deu-se a função da Associação Brasileira de Agências de Propaganda.(...) O aporte de novos recursos permitiu também a modernização gráfica da empresa jornalística, embora isso ocorra mais para o final da década."<sup>27</sup>

## URBANIZAÇÃO E FORMAÇÃO DO PÚBLICO-LEITOR

O País sofreu um intenso processo de urbanização, que já vinha ocorrendo desde o final do século XIX, mas se intensificou a partir de 1930, atingindo sua significação máxima nos anos 60. Em 1920, a população de São Paulo era de aproximadamente 579 mil habitantes. Em 1940, o número de habitantes era mais do que o dobro: pouco mais de 1,3 milhão de habitantes, chegando a 2,2 em 1950 e atingindo 3,8 milhões em 1960, o que equivalia a 5,39% da população brasileira.<sup>28</sup>

O processo resultou na formação de um aparelho burocrático urbano, como serviços bancários, transportes e incluindo-se o aumento do aparelho estatal, na

27 ABREU, *op. cit.*, p. 23.

28 Fonte: Censos do IBGE.

ampliação do setor de serviços e do número de profissionais liberais. O setor terciário urbano empregava em 1920 15,3% da população economicamente ativa, chegando a 20% em 1940, 21,8% em 1950 e 23,6% em 1960. O número de profissionais liberais entre 1950 e 1969 aumentou de 78.730 para 283.000.<sup>29</sup>

A intensificação do processo de urbanização também acompanha uma expansão da taxa de alfabetizados e de participação eleitoral. Em 1920, 35% dos brasileiros com mais de 15 anos eram alfabetizados, contra 43,8% em 1940, 49,3% em 1950, atingindo 60,5% em 1960. O número de eleitores, que em 1933 equivalia a 3,7% da população, chega a 22% em 1950.

As novas classes médias e, de uma maneira um pouco mais ampla, a nova camada urbana passa a configurar de maneira mais evidente dentro da aliança de classes que mantém o Estado e que caracterizou o populismo, o ambiente em que se desenvolvia a política brasileira do período. Ou seja, imprescindivelmente, o Estado tem que considerar a existência deste novo segmento urbano.

Some-se a isto o fato de a sociedade brasileira estar vivendo, no período de 54 a 64, um excepcional período democrático institucional na sua história, em que os presidentes eleitos chegam a tomar posse e governar. A democracia vem acompanhada de uma certa organização da sociedade civil.

Também como resultado da industrialização e da concentração do trabalho no espaço urbano, verifica-se um crescimento do movimento sindical, expresso nas suas greves (como as de 53 e a de 61), manifestações e bandeiras, tentativas de formação de uma central sindical, a CGT, em 1962, em uma tentativa de romper com a estrutura sindical corporativista implantada por Vargas.

Também é um momento de debate dos caminhos que o País deve adotar rumo ao desenvolvimento, que tipo de industrialização deve ser adotada, quem deve financiá-la, sobre o papel do Estado neste contexto, o qual poderíamos ilustrar com a campanha do Petróleo (1947-1953). Este debate seria colocado de lado a partir da adoção do caminho da parceria com o capital internacional, que se expressou no golpe militar de 1º de abril de 1964.

Há ainda um outro elemento: moldurado pela novo contexto internacional, a polarização entre dois projetos, socialismo e capitalismo, a partir da Guerra Fria.

Todos estes fatores, a urbanização, a democratização, a organização da sociedade civil, o contexto internacional, configuraram o cenário para a circulação de informação e debate de opiniões.

Para WEFFORT ,

29 Citado por SAES, Décio. Classe média e política no Brasil (1930-1964), *In*: FAUSTO, Boris (dir) História Geral da Civilização Brasileira. Tomo II, vol. 3. São Paulo: Difel, 1983. p. 448-506.

A urbanização, as migrações, a expansão das comunicações, etc, encontram-se em relação com o populismo na medida em que colocam amplos setores da população do país em situação de disponibilidade político. Situação de disponibilidade que, nas condições vigentes na sociedade brasileira deste últimos decênios é por certo muito difícil de encontrar-se no campo, com uma maioria de analfabetos excluía por lei da participação eleitoral e onde ainda pesa de modo decisivo o poder econômico e social do grande proprietário de terras”<sup>30</sup>

As transformações se fizeram sentir na imprensa. Em 1951, foi criado o jornal *Última Hora*, que se tornaria um marco na história da imprensa pelas inovações técnicas quanto à apresentação gráfica e inovações na cobertura jornalística, renovando a linguagem da imprensa. O período também se caracterizou pela criação do jornal da *Tribuna da Imprensa*, em 1949.

Em 1954, um grupo de jornalistas do *Diário Carioca* iria inovar, sendo o primeiro a adotar o *lead* e a ter uma equipe de copidesque no jornal, seguindo o modelo norte-americano, mais informativo e menos opinativo. Foi do Diário Carioca o primeiro *style-book* da imprensa brasileira. O jornal se tornaria então um formador de quadros para a imprensa. Em 1956, ocorreria a reforma do *Jornal do Brasil*, baseada na diagramação da revista *Paris-Match*, que daria origem ao formato gráfico dos jornais de hoje.

Além de herdar deste período um formato que a transforma técnica e ideologicamente, a chegada do *lead* e as mudanças na diagramação datam do mesmo período em que se formou uma geração de jornalistas como Jânio de Freitas, José Ramos Tinhorão, Ferreira Gullar, Armando Nogueira, Thiago de Mello e Nilson Lage, entre outros, muitos deles vindos de experiências de estágio e trabalho nos Estados Unidos.

## O MERCADO DE OPINIÕES

O ambiente político que, de fato, começa a se estabelecer a partir de 1930 e mantém suas características quanto à tentativa de definição de um projeto de desenvolvimento para o país até o golpe de 64, criou um mercado de opiniões plural e

30 WEFFORT, Francisco. O populismo na política brasileira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978. p. 142.

intenso, passando desde o movimento sindical e seus diversos projetos no campo trabalhista e comunista até as manifestações conservadoras. Este espaço também inclui a formação de aparelhos e outras instituições, ligados ao Estado ou não, cuja função era pensar o País e fornecer novos projetos ideológicos, como o Iseb, o Fórum Roberto Simonsen, entre outros.

Dentro de um mesmo segmento, como o movimento sindical, havia multiplicidade de projetos: o PTB e seu nacionalismo, que considerava “os interesses do Brasil acima dos interesses de classes”; O PCB e seu nacionalismo a partir de um projeto de aliança com a burguesia industrial, como uma das etapas para se chegar ao socialismo; o sindicalismo que se auto-proclama apolítico e busca resultados imediatos e corporativistas, como o praticado pelos comerciários.

No caso da classe média, o público-alvo da imprensa, não poderia ser diferente. Uma diversidade de posições políticas poderia ser encontrada no seu interior, desde o conservadorismo até a unidade temporária de ação com setores progressistas. Dentro deste mosaico que é a classe média, havia espaço, portanto, para um posicionamento ideológico, expresso em uma linha editorial como a de **O Estado de S. Paulo**. As greves de 1953, a elevação maciça dos salários reais da classe operária em 54, a radicalização do discurso oficial e a dinamização da vida sindical contribuíram para alastrar o medo da proletarização e, ao mesmo tempo, do comunismo, dentro deste segmento.

As ligações com o liberalismo estariam também intrínsecas às próprias relações de trabalho e produção:

“O profissional liberal se caracteriza, portanto, como um pequeno produtor independente de serviços, que luta incessantemente por resguardar sua independência decisória e a sua capacidade de controle das suas próprias condições de trabalho, contra toda e qualquer intervenção do Estado no “mercado de serviços”. Assim, as raízes mais profundas do liberalismo econômico da alta classe média já estão nessa apologia da liberdade de mercado e condenação de qualquer intervenção estatal, ambas constituindo armas de uso cotidiano para esses produtores independentes, na defesa da sua própria independência”<sup>31</sup>

Pelas suas características ideológicas, a UDN acabaria se configurando como um partido tradicionalmente ligado à classe média (ou pelo menos a uma parcela desta), antipopular e antiintervencionista. Esta deixaria claro o seu posicionamento político,

31 SAES, op. cit., p. 465.

## A ROUPAGEM DE MERCADORIA

A notícia enquanto mercadoria é uma das características básicas da imprensa, sobretudo na fase industrializada, momento em que ela se constitui de fato como indústria cultural e se torna “grande imprensa”. Outra característica dos bens culturais produzidos industrialmente é a estandarização ou padronização, tratada no começo deste trabalho.

Por ser produzido em série, dentro de uma divisão de trabalho, para consumo em larga escala e obedecer à lógica de mercado, de maximizar lucros e minimizar custos, as fórmulas prontas (que alguns estudiosos chamam de *kitsch*), que garantem a sobrevivência da indústria cultural, parecem se adequarem com propriedade. Por isso ADORNO comenta a relação entre os best-sellers e os roteiros hollywoodianos. Ou seja, a regra da indústria cultural não é a criatividade.

O texto jornalístico também passaria por uma estandarização, cuja expressão mais explícita parecem ser os manuais de redação e estilo, ou seja, verdadeiras cartilhas que determinam como deve ser o texto jornalístico, colocando para os jornalistas qual a fórmula a ser seguida. Esta fórmula, no entanto, atende a critérios que tendem a enquadrar o texto jornalístico, a redação, a linguagem no sentido de incrementar a roupagem de mercadoria da notícia, tornando-a mais vendável. Para MARCONDES FILHO:

Assim como uma roupa que se pode adquirir em uma loja, assim como uma fruta que se pode obter em uma quitanda, também notícias podem ser compradas. Elas não são somente produtos, como supõe a acepção mais ingênua. Elas são, de fato, “a forma elementar da riqueza no capitalismo”(Marx): são mercadorias. São produzidas para um mercado real e encerram em si a dupla dimensão da mercadoria: o valor de uso e o valor de troca. Ao passar por uma banca de jornais, o indivíduo pode ser atraído para a aquisição de um periódico por força das promessas de satisfação das necessidades ou interesses que essa mercadoria contém. Da mesma forma que uma roupa, um alimento, um objeto de uso pessoal, também o jornal é produzido para a venda.<sup>32</sup>

32 MARQUES FILHO, Ciro. O capital da notícia. Jornalismo como produção social de segunda natureza. 2. ed. São Paulo: Ática, p. 1989, p. 25.

Há alguns elementos que caracterizam esta roupagem de mercadoria e devem estar presentes na notícia enquanto mercadoria, enquanto “fórmula de sucesso”.

A periodicidade está presente no jornalismo há muito. A notícia é pautada pela noção de atualidade e consiste em um produto altamente perecível.

Quanto maior o desenvolvimento tecnológico e a velocidade do fluxo de informações, menor é o tempo de vida da notícia. Daí a necessidade, por exemplo, de utilizar verbos sempre no presente, como indicam os manuais de redação. A regra é: o que já passou não é mais notícia.

A notícia não é meramente um fato. Basta lembrar a velha história do cão que morde o homem ou vice-versa: se um cão morde um homem, este fato só será notícia se o homem for um líder político ou um grande ídolo da música pop, por exemplo. Mas se o homem morder o cachorro, tem-se um fato que pode render notícia. Chegamos assim a outro aspecto: só o extraordinário é notícia. No caso da imprensa considerada séria, uma outra característica se soma a essa, segundo MARCONDES FILHO: não basta apenas ser extraordinário, mas dentro do extraordinário, só o que pode ser usado no embate ideológico gera notícia. A roupagem, portanto, começa na seleção da pauta e nos critérios para tal escolha.

A captação dos dados e a seleção das fontes também fazem parte deste contexto e são determinadas: pela disponibilidade de informações e condições estruturais de produção da notícia (meios para que se possa acessar as fontes); relação repórter-fonte; potencial mercadológico/ideológico do entrevistado (há pessoas que são entrevistadas por serem elas próprias o fato, a notícia) e a linha editorial do veículo.

O que se observa é uma série de normas ou regras para transformar um fato em notícia. Ou seja, para dar ao fato uma roupagem de mercadoria. De acordo com MARCONDES FILHO:

Uma informação pura e simples não é mercadoria. Para tanto, é preciso que ela seja transformada em notícia. Um acidente só vira notícia se nele estiver envolvido alguém, que o jornal pretenda destacar, conforme suas intenções, positiva ou negativamente. O jornal, então, cria, a partir da matéria-prima informação, a mercadoria notícia, expondo-a à venda (por meio da manchete) de forma atraente. Sem esses artifícios, a mercadoria não vende, seu valor de troca não se realiza.<sup>33</sup>

As normas ou regras que dão à informação a roupagem de mercadoria são as técnicas utilizadas na linguagem jornalística. Elas têm sua historicidade, que acompanham a constituição da grande imprensa, que, por sua vez, depende de condições econômicas, sociais, culturais e políticas para se desenvolver.

## O SURGIMENTO DA NOVA ROUPAGEM

Como já foi comentado, o surgimento da grande imprensa no Brasil está diretamente ligado à urbanização e à industrialização.

No Brasil, até o século XIX, não havia recursos técnicos disponíveis para a imprensa: a tipografia era quase artesanal. A urbanização ainda não havia se intensificado e o acesso às fontes de informação era difícil. Neste contexto, o texto opinativo imperava. A opinião continuou muito presente mesmo depois das transformações técnicas ocorridas a partir do final do século XIX. Segundo MEDINA:

Nesse meio tempo se renovava a infra-estrutura da imprensa brasileira, mas sua feição ainda guardava muito do passado. O maior valor ainda era atribuído à opinião através do artigo de fundo, misto de retórica bombástica, grandiloquente mas pouco consistente. Nem jornal nem público haviam se apercebido do papel da informação num mundo que, a rigor, não tinha também passado pelo processo de superação das fronteiras regionais e nacionais. Poucos liam e o público de imprensa era o mesmo das conferências com tema sorteado, dos folhetins e saraus. Predominava como notícia, os “fatos da sociedade”, alguns escândalos políticos e, de vez em quando, um ou outro crime. O repórter estava por surgir. Era preciso que, antes dele, surgisse a notícia.<sup>34</sup>

Na virada do século XIX e início do século XX, uma série de circunstâncias provocariam o declínio do texto opinativo.

O impacto de uma guerra mundial, a invenção do rádio, a formação das agências de notícias internacionais, o telégrafo encurtando distâncias, todos estes

34 MEDINA, Cremilda de Araújo. *Notícia, um produto à venda*. São Paulo: Alfa-Ômega, 1978. p. 61.

fatores levam o jornalismo a trabalhar com outros fatores: atualidade e universalidade somam-se à formação de um público massificado.

Para MEDINA, a caracterização dos jornais como empresas e as novas exigências do público seriam determinantes para a decadência do jornalismo de opinião. Outros fatores, no entanto, devem ser considerados, como o cenário político e as suas relações com o positivismo (tendo na objetividade um de seus mandamentos), que se refletem no jornalismo.

Do ponto de vista das técnicas de redação e de reportagem, as transformações foram tímidas. O jornalismo, com os dois pés fincados na literatura, começa a colocá-los discretamente nas ruas das cidades. Do escritor, chega-se ao corpo de repórteres. A crônica começa a se tornar reportagem. Se antes o redator da notícia recorria ao seu background cultural, ao seu conhecimento da realidade vivenciada e sobretudo do seu estilo linguístico, a partir da urbanização começa pouco a pouco a sair da redação do jornal para conversar com as pessoas nas ruas, observá-las como possíveis fontes de informação. Surgem a entrevista e a reportagem. O jornalismo começa a criar pernas. A observação da realidade, a coleta de informações, o diálogo repórter-fonte, a utilização de declarações, a descrição de ambientes e fatos e o repórter como narrador são as suas novas características. O repórter conversa com a fonte, mas continua sendo o protagonista. Ele aparece como o personagem que vive a cidade, ao mesmo tempo em que a observa como se estivesse fora dela.

Nos anos 50, o cenário é de intensificação da industrialização, maior diversidade de bens culturais de consumo e ampliação do público-leitor. O rádio sofre uma grande expansão, assim como o cinema. Nas décadas de 40 e 50, o mercado cinematográfico é dominado pelos filmes norte-americanos. O "american style of life" passa a ser um modelo para os brasileiros se sentirem mais próximos da modernidade dos centros industrializados.

A linguagem da imprensa sentirá diretamente estas circunstâncias e será remodelada de acordo com os moldes da imprensa norte-americana.

Os jornalistas que comandaram boa parte destas mudanças haviam recém-chegado dos Estados Unidos, como Pompeu de Souza (*Diário Carioca*) e Samuel Wainer (*Última Hora*), que viveram nos Estados Unidos na década de 40, e Alberto Dines. Este vinha de uma passagem pelo *Los Angeles Times* e chefiou a última fase, a de consolidação, da reforma do *Jornal do Brasil*. Esta, aliás, é considerada a primeira fonte de influência do jornalismo americano sobre o brasileiro. Conforme SILVA:

Não se pode deixar de ressaltar que foi na década de 40, como consequência das relações diplomáticas especiais que os dois países passaram a manter, que o governo americano passou a gastar mais dinheiro para promover a influência dos EUA no Brasil, como parte de seu esforço de guerra no setor

ideológico. Em 1940, foi criado o “Office of the Coordinator of Interamerican Affairs”, com Nelson Rockefeller em seu comando, que passou a investir largas somas para, entre outras atividades, distribuir artigos à imprensa latino-americana e patrocinar viagens de jornalistas aos EUA.”<sup>35</sup>

*Lead, style-book, copy-desk* seriam os pilares do jornalismo moderno brasileiro a partir de então.

No entanto, a introdução destas mudanças não foi uma mera cópia do modelo norte-americano, uma escolha gratuita. As propostas do novo modelo encontraram eco na sociedade brasileira. A urbanização e o ritmo de vida cada vez mais veloz exigiam uma leitura mais rápida, ágil, por exemplo.

Além disso, o jornalismo brasileiro releu o norte-americano e fez adaptações próprias. O *sub-lead*, segundo parágrafo do texto e complementar ao *lead*, e as chamadas na capa espelhando o interior do jornal não existem no modelo de imprensa dos EUA.

## A CHEGADA DO LEAD (1954)

No Brasil, um dos momentos marcantes desta história foram os anos 50. Foi nesta época que o *lead* chegou ao Brasil, simbolizando que, a partir deste momento, a objetividade triunfaria sobre a opinião, que passaria a ter um espaço mais discreto. Trata-se de um dos elementos técnicos importados do jornalismo norte-americano. A princípio, pode-se considerar dois momentos: a reforma editorial, expressa no pioneirismo do jornal *Diário Carioca*; e a reforma gráfica, tendo como referência o *Jornal do Brasil*.

Algumas mudanças foram introduzidas, como a implantação do título contado (se não contado, pelo menos padronizado) e a padronização das famílias de tipos nos títulos. Se antes o redator utilizava quantas palavras considerasse necessárias em um título, a partir da reforma, deveria utilizar um número de toques (contando letras e espaços) pré-determinado. O tipo e o tamanho das letras também deveria ser o mesmo em todos os títulos. Isto traz desdobramentos editoriais e também no projeto gráfico.

Com a chegada do *lead*, o primeiro parágrafo dos textos deveria, a partir de então, responder a cinco perguntas básicas (o que, quem, como, onde e por quê),

35 SILVA, Carlos Eduardo Lins da. O adiantado da hora. A influência americana sobre o jornalismo brasileiro. São Paulo: Summus, 1994. p. 79.

buscando captar o aspecto mais importante do fato relatado, a sua essência. Assim, instituíam-se um novo modelo de texto, o de pirâmide invertida: as informações mais importantes são colocadas no primeiro e, no máximo, no segundo parágrafo do texto. No restante, expõem-se informações complementares. O novo formato, portanto, significa uma nova forma de fazer pauta, centrada nas mãos de quem fez a cobertura do fato, o repórter. Assim, ao invés de fazer uma descrição cronológica, como ocorria antes, o repórter vai eleger o aspecto, dentro do fato, que ele considera mais chamativo.

Outra consequência importante do modelo da pirâmide invertida, como é chamado esta estrutura de texto, é que ao ler o *lead*, o leitor já está informado sobre o assunto, sem a necessidade de se ater a todo o texto para entender do que se trata.

Também significa, no caso das agências internacionais de notícias, que vendem textos de diversas extensões, uma adequação ao mercado, já que facilita na diagramação, pois, com exceção do *lead*, todo o resto do texto pode ser suprimido sem grandes prejuízos ao entendimento da informação. Isto agiliza a diagramação e ajuda a acelerar o processo de produção.

O jornalista Pompeu de Souza, um dos autores do primeiro manual de redação brasileiro, no jornal *Diário Carioca*, conta como eram estruturados os textos jornalísticos antes do *lead*:

Quando entrei no “Diário Carioca”, o jornalismo era feito à base do nariz-de-cera, que era a introdução à notícia. Ninguém publicava em jornal nenhuma notícia de que um garoto foi atropelado aqui em frente sem antes fazer considerações fisiológicas e especulações metafísicas sobre o automóvel, as autoridades de trânsito, a fragilidade humana, os erros da humanidade, o urbanismo do Rio. Fazia-se primeiro um artigo para depois, no fim, noticiar, que um garoto tinha sido atropelado defronte a um hotel.<sup>36</sup>

Pompeu de Souza dirigia o jornal *Diário Carioca* em 1954 e foi um dos responsáveis pela chegada do *lead* no Brasil. Pompeu de Souza também instituiu no *Diário Carioca* o *copy-desk*<sup>37</sup> (função do jornalista que lê e padroniza o texto dos demais seguindo as normas de redação do jornal) e o *style book*, ou manual de redação e estilo, que contém uma série de regras para padronizar o texto. A influência norte-americana neste novo formato de jornalismo é evidente.

36 Revista de Comunicação, Ano 8, n. 30, Novembro de 1992, p. 24-29

37 Este, aliás, é um dos episódios mais bizarros nas história da influência norte-americana sobre o jornalismo brasileiro, pois *copy-desk* significa “mesa de originais”, local que os jornalistas norte-americanos utilizam para trabalhar na padronização dos textos segundo as normas estabelecidas pelo veículo de comunicação.

O Rio de Janeiro, palco deste episódio, também será o espaço de outras inovações que marcaram a história da imprensa brasileira, como a criação do jornal *Última Hora* (1951) e a reforma do *Jornal do Brasil* (1956).

A busca da objetividade, no entanto, não se restringiu ao *lead*. Começava pelos títulos, que passaram a ter tipos (modelos e tamanhos de letras) padronizados. Também passaram a ter números de toques (ou caracteres) contados. Antes, os títulos, considerados solenes, deveriam indicar as honrarias das pessoas e comumente utilizavam pronomes de tratamento.

Um dos exemplos citados pelo próprio Pompeu de Souza foi o título “Sai Dutra, Entra Góis”. Pelos padrões dominantes até então, deveria ser “O Senhor General Eurico Gaspar Dutra demite-se do Ministério da Guerra e é nomeado para substituição o Senhor General Pedro Aurélio Góis Monteiro”.

O manual de redação do *Diário Carioca* recomendava que só se utilizasse as abreviaturas “Sr.”, “Dr.”, “Sra.” e “d.”. Mesmo assim, deveriam ser omitidas nos títulos e legendas ou quando a função ou cargo da pessoa citada precedesse o nome.

A regra contribuía não só para tornar o título e o texto mais objetivo, como também para torná-los mais inteligíveis e acessíveis ao leitor. Por exemplo, antes os textos se referiam ao “Sr. Ferreira de Souza”. Para saber quem era a pessoa citada, em alguns casos o leitor poderia encontrar esta informação no meio ou no final do texto, ou tentar deduzir pelo próprio texto ou por outras fontes de informação. Em outros, ficava simplesmente sem saber de quem se tratava. A partir da redução do uso de pronomes de tratamento, as reportagens passariam a se referir ao entrevistado pelo cargo ou função, ao “líder da UDN no Senado, Ferreira de Souza”.

O uso da ordem direta ao invés da ordem passiva ou indireta, com verbos no presente ou no futuro, também contribuiriam para tornar o texto mais clara e mais fácil de ser interpretado.

A utilização das citações dos entrevistados em discurso direto, entre aspas - outra orientação do manual - contribuiria para tornar o repórter cada vez mais um observador, opinando menos. Na mesma linha de raciocínio, segue-se a norma de evitar adjetivos. Em nome da objetividade, era preciso conter o máximo de informação, evitar palavras desnecessárias (especialmente adjetivos e frases feitas). O artigo, devido à contagem do número de toques, vai caindo em desuso nos títulos.

A reforma editorial não seria aceita facilmente. Um dos exemplos foi a polêmica gerada pelo título já citado sobre a saída do então general Eurico Gaspar Dutra do Ministério da Guerra. O diretor do jornal *Diário Carioca*, Macedo Soares, teria inclusive pedido explicações a Pompeu de Souza. As reclamações que pairavam no ar no dia em que o título foi publicado questionavam “o escândalo, o desrespeito, o achincalhe que isso representa”.<sup>38</sup>

Pompeu de Souza conta que seu colega de militância política na época, na Esquerda Democrática e depois no Partido Socialista Brasileiro, Osório Borba, não o perdoava. Segundo Souza, Borba, indignado, dizia “O Pompeu acabou com o artigo, não existe mais ‘O Brasil’, ‘A Argentina’, por causa da contagem de títulos. O Pompeu suprimiu os verbos, substituiu os verbos por dois pontos, está criando outra língua, não é mais a língua portuguesa, é outra coisa”. Nelson Rodrigues passou a chamar Souza de “o pai dos idiotas da objetividade”.

Não foram só os contemporâneos de Pompeu de Souza que condenaram o jornalismo moldado pelo *lead*. O novo modelo padronizava os textos, obrigando os jornalistas a repetirem um mesmo estilo lingüístico.

Do ponto de vista ideológico, a objetividade resultaria em uma nova forma de colocar a opinião, restrita a espaços específicos do jornal, como a segunda página. A opinião saía do texto, da forma de redigir, mas estava presente, por exemplo, na escolha das pautas e das fontes.

Também os jornalistas seriam outros: profissionais da área, com formação específica, muitos saídos dos recém-criados cursos de jornalismo. O escritor e a literatura deixavam de ser a estrutura central da prática jornalística. O apuro da informação sobrepunha-se ao estilo de redação, que vai seguir a fórmula do *lead*.

A estandartização dos textos é criticada pelos então literatos e até hoje gera uma certa polêmica. ABREU, ao analisar os suplementos literários, percebeu a mudança de forma mais direta:

Tudo isso configurou um novo estágio da imprensa, ao qual o tipo de informação, de linguagem e de propostas representado pelos suplementos não se adequava perfeitamente (...) Os suplementos deixaram de ser o espaço de veiculação da crítica literária, perderam a função de analistas de qualidade de um livro quanto a sua forma de conteúdo e se transformaram em meros divulgados de novos lançamentos editoriais. Os intelectuais, escritores, poetas e artistas foram cedendo lugar ao jornalista profissional, especializado em resenhar obras recém-editadas”<sup>39</sup>

Na concepção deste trabalho, no entanto, o “empobrecimento” da linguagem ou da “superficialização” do tratamento dos temas não pode ser atribuída ao jornalista. O próprio “empobrecimento” precisa ser analisado de outra forma. O que se estabelece é uma nova linguagem, cuja referência não pode ser a literatura, da mesma forma que

39 ABREU, op. cit., p. 58.

não se pode atribuir ao cinema falado um possível declínio da expressividade do cinema.

O “empobrecimento” precisa ser considerado em um contexto em que há uma diversidade de bens culturais de consumo, em que há outra sociedade, com um outro ritmo de vida. O próprio Pompeu de Souza procurou explicar a escolha:

Com a ocupação e o dinamismo que foram tomando conta da vida, ninguém tinha mais tempo de ler esse tipo de noticiário. O leitor acabou arranjando um processo de burlar o nariz-de-cera: se ele queria se informar, lia o último período, fazia o lead, o lead às avessas<sup>40</sup>

Segundo MEDINA, quando os manuais de jornalismo insistem no vocabulário simples, acessível, de uso atual, como recomendação de estilo, na verdade, não se trata de uma norma a seguir, mas de uma realidade inerente ao universo lexical da indústria cultural.

O universo vocabular do comunicador está estreitamente ligado ao universo-massa. E não se pode esquecer que o universo-massa é um elemento presente na industrialização da grande imprensa.

Parafraseando ADORNO, assim como as técnicas não se devem a uma evolução, também não se pode considerá-las como involução. Não se trata de involução ou evolução, mas da função da nova linguagem na economia atual.

As mudanças iniciadas pelo *Diário Carioca* foram adotadas posteriormente por todos os jornais da chamada grande imprensa.

## A REFORMA DO JORNAL DO BRASIL (1956)

Foi a partir dos anos 50 que os meios de comunicação impressos passaram a se preocupar com a diagramação no Brasil, devido à concorrência dos meios eletrônicos, em especial, a televisão. A influência da TV também se faria sentir nos textos, mas em um período posterior à década de 50, já que neste momento, a TV ainda estava em um momento embrionário<sup>41</sup>.

40 Revista de Comunicação, Ano 8, n. 30, Novembro de 1992.

41 A partir dos anos 70, com um telejornalismo mais amadurecido, os jornais impressos

O que importa analisar neste espaço é a mudança no discurso gráfico dos jornais, que teve como uma das suas manifestações marcantes a reforma do *Jornal do Brasil*.

A reforma teria começado com a compra de um novo equipamento gráfico e a passagem de comando do jornal para a viúva do proprietário, a Condessa Pereira Carneiro. Em 1956, começaram a surgir as primeiras manifestações da mudança. Apareceram as primeiras fotos na primeira página e a parte de esportes foi reformulada, com Carlos Lemos e Jânio de Freitas. A reforma se consolidou a partir de 1961, com a entrada de Alberto Dines, que foi editor do jornal até 1973. De acordo com FERREIRA:

Apesar de tudo, o *Jornal do Brasil* manteve os quatro atributos que sempre nortearam sua atuação, definindo-se como um órgão “católico, liberal-conservador, constitucional e defensor da iniciativa privada”<sup>42</sup>

De acordo com o jornalista Jânio de Freitas, após a mudança a tiragem do jornal triplicou.

FERREIRA atribui o êxito da reforma do *Jornal do Brasil* a vários fatores, entre eles: a conjuntura histórica do período; a capacidade de decisão empresarial da direção para captar as demandas do seu tempo e apostar no novo; a boa condição financeira do jornal, que lhe permitia arcar com os custos do processo; a capacidade de atrair intelectuais e jovens jornalistas empenhados em criar e construir novas formas de trabalho jornalístico, e a moderação política, marca registrada do jornal desde os tempos do conde Pereira Carneiro. Foi essa modernização que preservou o *JB* dos grandes vendavais políticos dos anos 50, que afetaram de maneira profunda a trajetória da *Última Hora*, da *Tribuna da Imprensa* e do *Diário Carioca*, órgãos que também tiveram expressão no movimento de transformações da imprensa brasileira.

A reforma teria começado na editoria de esportes, coordenada por Jânio de Freitas, que também havia passado pelo *Diário Carioca*. Nas páginas esportivas, apareceram as primeiras páginas sem fio e as fotos grandes, com muita abertura (no jargão jornalístico, fotos estouradas). Segundo o próprio jornalista, ele foi então convidado pela direção do jornal, a planejar a reforma do jornal. Freitas teria

perceberam que a forma do lead não se sustentava mais sozinha, já que a TV poderia fazer isso de forma mais ágil. Surge, então, o jornalismo interpretativo, mas esta é uma outra história.

42 FERREIRA, Marieta de Moraes. A reforma do *Jornal do Brasil*. In: ABREU, Alzira Alves de. *A imprensa em transição* (org.) Rio de Janeiro; Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996, p. 154.

condicionado a reforma a uma mudança industrial para garantir uma impressão melhor.

Em troca, o jornalista teria assumido o compromisso de dobrar a tiragem do jornal em um ano. Um ano depois, vendia três vezes mais do que o dobro prometido, segundo o próprio Freitas.<sup>43</sup>

Amilcar de Castro e Ferreira Gullar também participaram deste processo. O primeiro teria unificado a tipologia, estabelecido medidas dos títulos e os ampliou de 2 para 3 linhas. Introduziu o uso de lauda padrão (30 linhas com 72 toques cada uma), que facilitava a diagramação. A primeira página tornou-se um espelho do jornal, apresentando o resumo das principais matérias nele contidas.

A nova “cara” dos jornais também deve muito à imprensa norte-americana. A mudança teria se baseado em revistas ilustradas, como a *Paris-Match*. A TV também influenciaria visualmente o jornalismo impresso, sobretudo na segunda metade da década de 50. As mudanças não seriam apenas visuais, atingindo o conteúdo e a redação nos jornais.

No entanto, isto viria ocorrer mais tarde, nas décadas de 60 e 70. No aspecto gráfico, Jânio de Freitas, um dos responsáveis pela reforma do *Jornal do Brasil* conta que as primeiras mudanças foram a retirada dos fios entre as colunas (aspecto que representa uma diagramação rudimentar e prejudica visualmente a página), e a utilização de fotos grandes, com muita abertura. Ferreira Gullar, que também fazia parte da equipe do JB, cita<sup>44</sup> a utilização de folhas padrão para escrever a matéria, com 72 toques e 30 linhas, medida de uma lauda. A primeira página passou a ser um espelho do jornal, com resumos das principais matérias.<sup>45</sup>

43 Revista de Comunicação, Ano 6, n. 23, Novembro de 1990, p. 3-6

44 Revista de Comunicação, Ano 10, n. 35, Março de 1994, p. 12-13.

45 Revista de Comunicação, Ano 6, n. 23, Novembro de 1990, p. 3-6.

## METODOLOGIA

Para analisar como **O Estado de S. Paulo** viveu as mudanças ocorridas na imprensa nos anos 50, é necessário estabelecer o que as caracteriza.

LATTMAN-WELTMAN, que analisou a imprensa carioca nos anos 50, apontou, juntamente com estas características, índices e aspectos para analisar os jornais. O pesquisador selecionou quatro jornais a partir da tiragem e do peso simbólico (*Diário da Noite, Última Hora, Correio da Manhã, O Jornal*). Em seguida, observou as notícias de primeira página dos exemplares de um mesmo dia de todos os periódicos dos anos de 51, 53, 55, 57 e 59 e os comparou com uma segunda amostra de jornais da atualidade.

Como critérios de objetividade, LATTMAN-WELTMAN considerou a observação de *lead* nos textos, a autonomia de inteligibilidade dos títulos (ou seja, o título fala por si); mais títulos do que textos na capa; número de manchetes, aumento de recursos editoriais (títulos, manchetes, fotos e ilustrações) de ano para ano, número de matérias e diversidade temática.

Os indicadores usados pelo pesquisador para definir a objetividade foram, portanto:

- Autonomia da inteligibilidade dos títulos;
- Número médio de caracteres dos títulos das manchetes jornalísticas;
- Proporção média de textos e títulos;
- Peso proporcional dos recursos editoriais;
- Graus de diversidade temática do noticiário;
- Número médio de notícias.

Esses indicadores serão utilizados no nosso trabalho e encontram-se desenvolvidos abaixo.

Para desenvolver a pesquisa, dividimos nossa análise em dois momentos: 1) a análise da primeira página; 2) seleção e análise de reportagens da parte interna do jornal.

Foram selecionados os exemplares correspondentes à segunda semana de maio e à primeira semana de outubro dos anos de 1942 a 1972, com um intervalo de cinco anos.

A escolha se deve ao fato de os meses de maio e outubro serem considerados típicos, ou seja, não correspondem a férias e não têm grande número de feriados. Este é um elemento que reduz a amostragem, já que se soma ao fato de o jornal ainda não circular na segunda-feira. Também foi este o motivo da escolha da segunda semana de maio, para descartar o feriado do dia 1º. A amostragem abrange exemplares de terça-feira a domingo.

## A PRIMEIRA PÁGINA

Para o primeiro momento desta pesquisa - observar as mudanças gráficas em **O Estado de S. Paulo** - analisamos a primeira página do jornal no período citado acima. É importante ressaltar, no entanto, que a primeira página também traz informações sobre a reforma editorial.

Os critérios utilizados para a análise se basearam nos que foram utilizados por LATTMAN-WELTMAN para a imprensa carioca:

**1) Número de manchetes principais**, que traduz o grau de objetividade. Se há mais de uma manchete principal, isto significa que o editor considera mais de um assunto ou tema o mais importante do dia, dividindo a atenção do leitor;

**2) Título(s) da(s) manchete(s) principal(is)**, que pode traduzir aspectos da reforma editorial. Buscamos verificar: **a)** a presença de pronomes de tratamento e artigos; **b)** o uso da ordem direta e/ou inversa nas orações e **c)** a inteligibilidade dos títulos.

**a)** De acordo com as regras de estilo do *Diário Carioca* (que depois se disseminaram por outros jornais), o uso de pronomes de tratamento deveria ser evitado devido à contagem de títulos, assim como os artigos.

Assim, ao invés de dizer “O chanceler do Chile quer PCs no governo”, os títulos passariam a ser “Chanceler do Chile quer PCs no governo”, já que a eliminação do artigo não altera o sentido da frase (a respeito, ver item “A chegada do *lead*”).

Nos textos, os pronomes de tratamento também passariam a ser evitados e não só por causa da contagem dos títulos. Para torná-los acessíveis a qualquer leitor, os textos e títulos deveriam informar a função ou cargo do entrevistado. Ao invés de “FIRMADA A POSIÇÃO DO SR. PAUL RAMADIER NO GOVERNO FRANCÊS”, o novo modelo aconselharia que o título fosse “FIRMADA A POSIÇÃO DO PRIMEIRO MINISTRO RAMADIER NO GOVERNO FRANCÊS”. Esta informação contribuiria para que o leitor pudesse se localizar na situação.

**b)** O uso da ordem direta também passa a ser recomendável, pois torna os títulos mais claros. Assim, por exemplo, ao invés de utilizar o título “Inglaterra invadida pela França”, passou a se preferir “França invade Inglaterra”;

**c)** A inteligibilidade dos títulos se refere à capacidade de adiantar o que o texto informa, privilegiando o aspecto que mais atraia ou possa atrair o leitor. Enfim, o título deve ser um atrativo e um adiantamento do que o texto fala. Assim, títulos como “Alguns Prós e Contras” são pouco inteligíveis, pois o leitor não sabe, a partir dele, do que o texto fala.

**3) Número de caracteres do (s) título (s)**, para que se possa observar se os títulos são contados ou não. A contagem de caracteres nos títulos traz conseqüências como a queda do uso de artigos e de adjetivos e advérbios. O uso de advérbios e de adjetivos prejudicam a objetividade;

**4) Assunto da(s) manchete(s)**, que traduz aspectos da linha editorial adotada (quais os assuntos considerados importantes) e do desenvolvimento da produção jornalística local, pois, como veremos mais adiante, no período analisado, boa parte das manchetes eram destinadas a questões internacionais. Este item não se relaciona diretamente com a objetividade, mas traduz uma característica do contexto em que esta se desenvolve, que é o da industrialização, inclusive da imprensa, a formação de um corpo de profissionais (ou incremento deste) e o valor de troca da notícia enquanto mercadoria. Esta última pode ser percebida a partir do momento em que o jornal passa a investir num corpo próprio de repórteres e na formação de sucursais, fazendo a cobertura de temas locais, ao invés de só publicar matérias produzidas por agências estrangeiras;

**5) Número e tamanho de fotos ou ilustrações relacionadas à(s) manchete(s)**, que traduzem uma mudança gráfica nas reformas adotadas pela imprensa carioca, a entrada do elemento visual a partir da influência da TV e do modelo norte-americano, já que as publicações dos EUA eram intensamente ilustradas. Também traduz uma padronização visual, ao vincular-se manchete e foto ou ainda ao trazer uma nova forma de linguagem, a imagem do fato;

**6) Número e tamanho de fotos ou ilustrações na primeira página**, pelos motivos expostos no item acima. Deve-se lembrar que neste item, foram consideradas todas as fotos publicadas na página, enquanto no item anterior, só foram consideradas as fotos que ilustravam manchetes ou ainda as fotos-legendas que ocasionalmente eram manchetes;

**7) Autor(es) da(s) manchete(s)** para se verificar quem produziu o texto e a capacidade produtiva própria do jornal;

**8) Resumo da(s) manchete(s)**, para se verificar o assunto e a elaboração do texto;

**9) Existência e número de chamadas**, no que se expressa um dos itens estabelecidos na reforma do *Jornal do Brasil* para tornar o exemplar mais atraente e mais vendável, já que as chamadas são um espelho do que o jornal contém.

## AS REPORTAGENS

Num segundo momento, limitado diretamente à reforma editorial, optou-se por selecionar uma reportagem na parte interna do jornal seguindo-se o critério de destaque ocupado pelo texto. Reportagens sobre diversos assuntos foram selecionadas, no período de 1942 a 1957, dos exemplares da segunda semana de maio e primeira semana de outubro. Textos de opinião, como editoriais ou artigos assinados, foram descartados por não se enquadrarem nas técnicas de redação e reportagem aqui tratadas.

O período selecionado é mais curto pois em 1957 já se observa a presença do *lead*, por exemplo. Interrompemos a amostra neste momento por considerarmos o *lead* a ruptura mais expressiva trazida pela reforma editorial.

Foi através dele que se estabeleceu uma outra seqüência narrativa, a predominância do texto informativo, a seleção de um aspecto mais importante dentro do fato ocorrido (o que representa uma nova forma de pauta), entre outros aspectos.

A amostra começou em 1942 para observarmos se a mudança havia sido gradativa ou não, em que aspectos e a partir de quando. No entanto, ao que as fontes indicam, a reforma editorial foi menos diluída no decorrer do tempo do que a gráfica.

Os critérios de análise das reportagens foram:

1) **Localização e tamanho da reportagem na página**, para verificar a que tipo de assunto o jornal dava destaque e se a distribuição na página traduzia a importância do fato.

Um exemplo disto ocorreu em 1947, quando o jornal dedicou praticamente a página inteira ao fechamento e intervenção do Ministério do Trabalho em diversos sindicatos. No entanto a matéria de abertura não tem nenhuma ligação com aquele fato;

2) **Utilização de fotos**, pelos motivos já expostos, de verificação de uma padronização visual;

3) **Assunto** (a amostragem foi escolhida a partir do critério de que vários temas deveriam ser tratados para evitar a análise de textos caracterizados por comportamentos típicos, como no caso de coberturas policiais, por exemplo);

4) **Autor**, pelos motivos expostos acima;

5) **Presença de lead**, pois esta foi uma das principais mudanças ocorridas com a reforma editorial e se tornou o pilar do jornalismo moderno;

**6) Fontes (nome e cargo do entrevistado)**, para verificar se no período analisado o jornal adotava a política editorial de “ouvir os dois lados” da questão, uma característica do modelo norte-americano. A escolha das fontes pode refletir no aspecto ideológico. Ou seja, pode-se observar se a opinião, que não pode se expressar na linguagem, passa a encontrar novos espaços para se manifestar através da seleção dos entrevistados, por exemplo.

**7) Utilização de dados estatísticos e/ou gráficos e fonte**, também uma característica do modelo norte-americano, que visa a traduzir objetividade e precisão;

**8) Quem argumenta (se o autor do texto ou as fontes)**, para verificar a relação jornalista-fonte, um dos eixos centrais do novo modelo proposto, que tem como regra a omissão máxima possível do autor ao relatar o fato;

**9) Discurso direto ou indireto nas citações**, que traduz também a objetividade do texto, já que o autor não pode argumentar. Assim, as citações entre aspas - o discurso direto - via de regra garante maior isenção do que as citações incorporadas no texto (discurso indireto). A utilização de discurso direto (entre aspas) ou indireto (diluídos no texto) traduz a objetividade do texto, a partir da fidelidade às citações dos entrevistados.

**10) Seqüência narrativa**, pois antes do *lead* se dava pela ordem cronológica, e não pela regra da pirâmide invertida. Traz conseqüências também para a relação jornalista-fonte, como veremos a seguir. A seqüência narrativa é uma conseqüência do *lead*. Este estabelece uma pirâmide invertida na distribuição das informações no texto. Ou seja, as mais importantes são concentradas no primeiro parágrafo. O segundo parágrafo seria um sub-lead. A partir daí, o texto se ocupa de informações complementares. Antes do *lead*, por exemplo, o texto jornalístico era uma descrição cronológica do acontecimento, e não a seleção de um aspecto deste como principal.

## AS FONTES

A fonte primária deste trabalho foi a coleção do jornal **O Estado de S. Paulo** de 1942 a 1972, encontrada na Biblioteca Pública do Paraná. Dois elementos contribuíram para facilitar a pesquisa: a disponibilidade de acesso e o conhecimento prévio da coleção, a partir de um outro trabalho de pesquisa realizado com a coleção do jornal no período de 1960 a 1964.

Uma das barreiras encontradas na análise do jornal foi a já esperada dificuldade em se analisar uma publicação diária e o estabelecimento de um corte

cronológico em virtude do grande número de exemplares, além do caráter gradual e lento das mudanças, que exigiram muita observação para serem percebidas.

## O EIXO RIO-SÃO PAULO

Nos anos 50, o Rio de Janeiro ainda é a capital federal, o que, por si só, contribui para que a cidade seja um centro de debate político e dos caminhos a serem adotados pelo Brasil.

A concentração urbana iria se intensificar, a partir dos anos 50, mais em São Paulo do que no Distrito Federal. Enquanto nesta a população crescia gradativamente, no decorrer das décadas de 20, 40, 50 e 60, em São Paulo a população mais do que duplicou de 1920 para 1940, passou de 1,3 milhão em 40 para 2,2 milhões em 50, alcançando 3,8 milhões em 60. Em 1960, São Paulo concentrava 5,39% da população brasileira, contra 4,66% do Distrito Federal. Este é um indício do processo que estabeleceria São Paulo como o centro do capitalismo brasileiro.

A cidade também é um centro de produção e consumo cultural. No cinema, as tentativas de uma recriação tupiniquim de Hollywood, principalmente através da paródia, acabam por se mesclar com uma nova escola cinematográfica, o cinema novo. Mas São Paulo também faz as suas apostas, como no caso da Vera Cruz.

A imprensa carioca vive sua efervescência. *Diário Carioca*, *Jornal do Brasil*, *Tribuna da Imprensa*, *Diários Associados*, *Última Hora* não podem ser ignorados nem no contexto dos anos 50, nem hoje, quando se volta os olhos para o passado da imprensa brasileira.

Mas a imprensa paulista também vive (ou começa a viver) seus dias de glória. O jornal **O Estado de S. Paulo** começa a expandir suas sucursais por todo o País.

No início dos anos 60, o estado seria palco da formação de um dos maiores conglomerados jornalísticos do País, a empresa Folha da Manhã, que absorveu os jornais *Notícias Populares* e o *Última Hora* de São Paulo e passou a editar a *Folha de S. Paulo*.

Do ponto de vista político, o País vive o debate sobre a adoção de um modelo de desenvolvimento próprio e independente (tendo como ponto de partida a substituição de importações) ou de um modelo de desenvolvimento associado ao capital internacional. No primeiro caso, o Estado tinha um papel importante, enquanto orientador de novos investimentos e planejador econômico.

O tema econômico, no entanto, está acoplado a um projeto de emancipação política. Nacionalistas, comunistas, entreguistas são termos que fazem parte do glossário político da época. Intelectuais do Rio de Janeiro e de São Paulo teriam leituras diferentes a respeito destas questões.

## O DEBATE POLÍTICO

Um dos centros de debate foi o Instituto Brasileiro de Estudos Superiores, o Iseb. A instituição teria sua origem no grupo de Itatiaia, que reunia intelectuais cariocas e paulistas em uma localidade a meio caminho dos dois centros. O objetivo: debater um projeto de desenvolvimento econômico para o País.

As divergências entre as partes, segundo PÉCAULT<sup>46</sup>, logo se evidenciou devido à visão integralista dos paulistas que participavam dos encontros do grupo.

Em 1953, os cariocas do grupo de Itatiaia fundaram o Ibesp (Instituto Brasileiro de Economia, Sociologia e Política), como um instituto particular que em 1955 o Iseb, oficialmente criado em julho de 1955 por um decreto do governo Café Filho.

Embora tenha passado por diversas fases, a da síntese nacional-desenvolvimentista, da síntese nacional-populista e depois da síntese nacional-marxista, uma questão é clara: em todas elas há a perspectiva de um modelo independente, em que o papel do Estado é primordial. No modelo proposto, a burguesia industrial também é um de seus principais personagens.

Outro aspecto que caracterizou o Iseb foi o engajamento político, que se explicitou de forma mais contundente na última fase, a da síntese nacional-marxista, quando da defesa das reformas de base.

Em São Paulo, os caminhos adotados foram outros. A Universidade de São Paulo se constituiu enquanto centro de debate, fundamentando a análise prática e filosófica no cientificismo, em oposição à ideologia dos isebianos.

Outro elemento coloca ambos - Rio de Janeiro e São Paulo - em situações diferentes. Para os adeptos do nacional-desenvolvimentismo, a burguesia industrial teria uma função primordial na emancipação política e econômica do País, a partir da industrialização e da substituição de importações. Em alguns casos, como o Partido Comunista Brasileiro, o peso daquela personagem era ainda maior. Os comunistas apostavam no etapismo como transição para o socialismo. Em um primeiro momento, o Brasil deveria se tornar capitalista, se desenvolver como tal e só então haveria como superar esta etapa para entrar no socialismo. Para o desenvolvimento do capitalismo, o caminho seria a aliança entre proletariado e burguesia nacional (principalmente a industrial) contra a burguesia internacional para garantir um modelo econômico autônomo. O latifúndio e o imperialismo seriam os principais impedimentos para a adoção deste.

A questão suscitou inúmeros debates: sobre o projeto da burguesia industrial, se aliado ao proletariado ou ao capital internacional, e até mesmo sobre a existência de um projeto da burguesia industrial.

46 PÉCAULT, *op. cit.*

Em São Paulo, havia uma burguesia industrial<sup>47</sup>, que muitas vezes não se encaixava no esquema previsto pelos nacionalistas e comunistas.

Na maioria das vezes, os industriais estavam mais interessados em conter as pressões sindicais e as reformas de base do que em se aliar com os trabalhadores.

Um dos espaços em que isto se explicita é o Fórum Roberto Simonsen, instituído em São Paulo em 1955.

Enquanto se forma no Rio de Janeiro uma agência estatal como o Iseb, São Paulo via surgir o Fórum Roberto Simonsen, uma iniciativa do empresariado paulista, através do Ciesp, que reunia os industriais. O objetivo seria debater a “realidade nacional”, uma categoria colocada acima das relações de classe.

Para Maria José TREVISAN, as funções do Fórum o determinam como local de controle de vários projetos que veiculavam pela sociedade, de forma a instrumentalizar o empresariado a favor do seu próprio projeto. Todos os projetos convergiam para a industrialização, mas havia divergências na atribuição de lugares e papéis e quanto ao ritmo da industrialização. Em segundo lugar, como núcleo divulgador da imagem do empresário como homem de cultura e promotor de cultura, relevando seu papel de formador de opinião pública.<sup>48</sup>

A autora sustenta, a partir do estudo do Fórum Roberto Simonsen, que o empresariado tinha um projeto para a sociedade brasileira, que não se resumia ao projeto econômico de industrialização, mas um projeto político de dominação cuja estratégia é a industrialização. O projeto do empresariado seria, portanto, totalizante, pois pensava todas as esferas da vida social, definindo os lugares do Estado, do Capital e do Trabalho. Este projeto teria origem na década de 30 e um de seus principais mentores seria o próprio Roberto Simonsen. O projeto da burguesia industrial, portanto, percebido através desta manifestação do empresariado paulista, parece não coincidir com o que os isebianos pensavam.

De acordo com PÉCAULT, a intelectualidade paulista já havia percebido isto:

Em contraste com um empresário como José Ermírio de Moraes, grande industrial da metalurgia, que militava no PTB e apoiava Arraes em Pernambuco, havia centenas de empresários interessados, acima de tudo, em conter as pressões sindicais e criar obstáculos aos projetos de reformas de Goulart, agrupando-se em organizações direitistas, tal como o Ipes, e sustentando vigorosas campanhas pelo jornal **O Estado de S. Paulo**.

47 Não só em São Paulo, mas de forma extremamente expressiva neste estado, pelo intenso processo de industrialização que este viveria, passando a contar com o maior parque industrial do País.

48 TREVISAN, Maria José. Anos 50. Os empresários e a produção cultural: *In: Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 8, n. 15, p. 139-156, setembro de 87/fevereiro de 88.

Pressionados entre as “massas” e a burguesia conservadora, os intelectuais paulistas(...), à sua maneira, refletindo às vezes sobre a possibilidade da “revolução”, estavam impedidos de se associarem à fantasmagoria nacional-popular”<sup>49</sup>

Os rumos que as duas instituições tomariam mais tarde vieram confirmar a descrença dos intelectuais paulistas. Com o golpe de 1964, o Iseb foi fechado. O Fórum Roberto Simonsen se tornou Instituto Roberto Simonsen e sua nova função passou a ser fornecer cursos técnicos.

Os casos levantados por Pécault e Trevisan mostram que não se pode falar em um pensamento paulista em oposição a um projeto de desenvolvimento carioca.

No entanto, o que se pode observar a partir destas manifestações - O Iseb e a USP, segundo Pécault e o Fórum Roberto Simonsen, na leitura de Trevisan - é que para os paulistas, a industrialização tem um caráter diferente daquele atribuído pelos cariocas.

O debate político também é influenciado pelo fato de as elites paulistas se considerarem relegadas por Vargas e pelo trabalhismo desde os anos 30, o que não ocorre no Rio. A partir desta vivência, o empresariado paulista não aposta no Estado como o planejador e o impulsionador da economia.

Dentro deste contexto, as idéias liberais encontraram espaço para se desenvolver. E é o liberalismo a fonte das idéias que deram corpo à linha editorial de **O Estado de S. Paulo**.

49 PÉCAULT, *op. cit.*, p. 176.

## O JORNAL O ESTADO DE S. PAULO

**O Estado de S. Paulo** foi fundado em 1875, como *A Província de S. Paulo*, um jornal de idéias republicanas, controlado por Francisco Rangel Pestana e Américo de Campos. Júlio Mesquita, um cronista político, entrou para o jornal em 1888 e assumiu a direção do jornal pela primeira vez em 1891. Desde então, o jornal tem estado sob o controle da família Mesquita. Com a morte de Júlio Mesquita, em 1927, Júlio de Mesquita Filho assumiu a direção de OESP, até 1969, ano de sua morte.

Os controladores do jornal sempre tiveram uma atuação política marcante. Júlio de Mesquita colaborou como integrante do “Grupo do Estadão” para a formação do Partido Democrático em São Paulo em 1926, foi defensor ardoroso da Campanha Civilista. Chegou a ser preso em 1924. Júlio de Mesquita Filho foi um dos articuladores do levante paulista em 1932, lutador empenhado na candidatura oposicionista de Armando de Sales Oliveira à presidência da República em 1937. O novo diretor do jornal participou do levante paulista em 1932 e foi preso por motivos políticos várias vezes.

O jornal sofreu a intervenção do Estado Novo de 7 de abril de 1940 a 5 de dezembro de 1945. Júlio de Mesquita Filho foi obrigado a deixar o cargo para Abner Mourão, designado pelo Conselho Nacional de Imprensa. O próprio jornal não considera os cinco anos sob intervenção como parte de sua história. Na segunda metade da década, o jornal volta a ser dirigido por Júlio de Mesquita Filho, juntamente com Plínio Barreto.

Nos anos 50, o jornal permanece sob a direção de Plínio Barreto e Júlio de Mesquita Filho. Este só deixaria o cargo com a sua morte, em 1969. Nos anos 50 e 60, o periódico empenhou-se em campanhas contra as reformas de base. Sempre se posicionou claramente com relação à alternativa econômica que considerava a melhor para o país, a associação com o capital internacional.

Do ponto de vista político, seu diretor responsável no período, Júlio de Mesquita Filho, não hesitou em conclamar os Estados Unidos a intervirem contra o avanço das forças progressistas no Brasil, em uma palestra na Sociedade Interamericana de Imprensa, em Miami.

Após o golpe militar, no início dos anos 70, o jornal voltou a ser censurado, com a presença de um censor na redação. Os espaços deixados pelas matérias censuradas eram substituídos por trechos de “Os Lusíadas”, de Luis de Camões.

## A LINHA EDITORIAL

Quanto à linha editorial, é importante ressaltar que o conservadorismo de **O Estado de S. Paulo** não se traduz em submissão ao Estado e nem mesmo ao governo, ou a partidos políticos. Embora seus dirigentes tenham ocupado eventualmente cargos públicos (como Plínio Barreto, como secretário de Justiça de São Paulo) ou participado ativamente de partidos políticos, o jornal não se tornou um porta-voz, a não ser de seu próprio projeto político.

Outro fator importante a se levar em conta é que a trajetória considerada “constante e coerente” por alguns autores de **O Estado de S. Paulo** na defesa do liberalismo não representa um pensamento ou uma atuação estática. O próprio presidente Getúlio Vargas, hoje persona non grata na história do periódico, deixou de ser “ditador” e passou a ser “presidente provisório” quando nomeou Armando de Sales Nogueira como interventor do estado de São Paulo em 1933.<sup>50</sup>

O próprio pensamento liberal às vezes poderia deixar de um lado alguns dos seus princípios em nome de “situações reais”. Em um editorial publicado em 1927, citado por CAPELATO, o jornal defende, com relação à lei de repressão ao anarquismo que “contra os anarquistas, está bem. Contra a liberdade de imprensa e de pensamento, não mil vezes não”.

Um episódio que chamou a atenção, ocorrido no período analisado por esta pesquisa (1942 a 1972) foi a postura assumida por Júlio de Mesquita Filho, quando a Justiça cassou o registro do Partido Comunista em maio de 47. O diretor-responsável do jornal criticava a atitude da Justiça. Por entender que tal feito poderia criar uma imagem positiva do Partido Comunista perante a opinião pública.

O jornal se coloca ora como mero representante da opinião pública, ora como modelador desta. Ou, em outras palavras, a opinião pública aparece ora como mandante ora como clientela.

O jornal, portanto, às vezes se auto-intitula guardião dos interesses da opinião pública e, em outros casos, procura convencê-la, moldá-la. No primeiro caso, a noção de totalidade está presente na medida em que o jornal fala em nome de toda a opinião pública (conceito não delimitado pelo periódico).

Durante os anos 40, **O Estado de S. Paulo** enfrentou uma difícil fase. Na primeira metade da década, além da intervenção, o jornal enfrentou a escassez de papel de imprensa, que era importado e teve sua produção afetada pela II Guerra Mundial. O número de páginas é reduzido, alcançando uma média de 10 páginas durante a semana e 20 no Domingo. Na segunda metade da década, já sob o controle

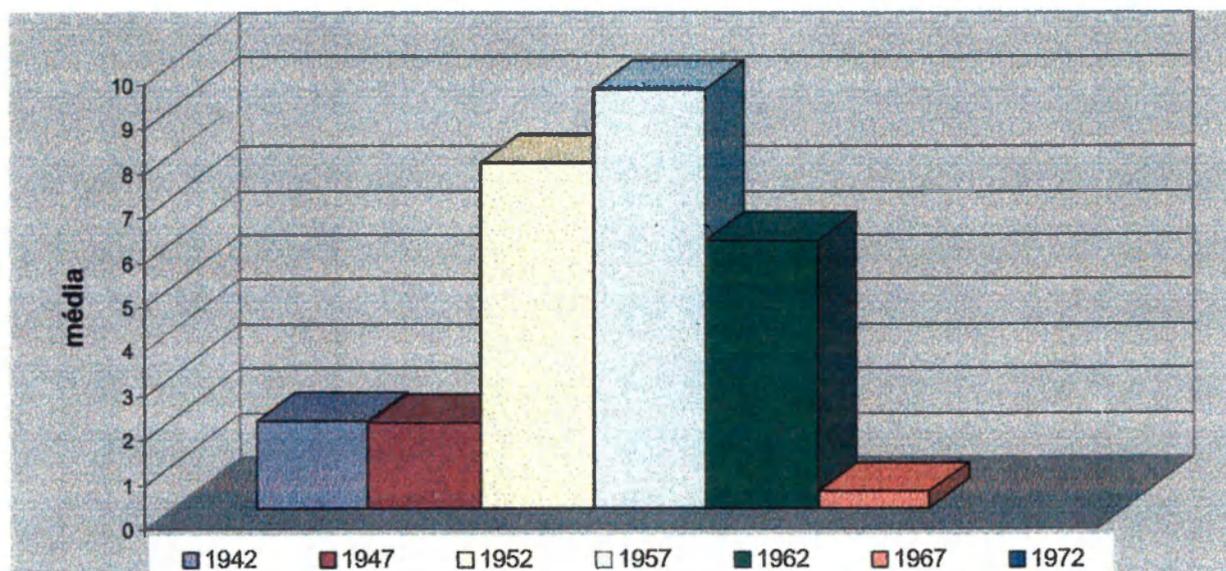
50 CAPELATO, *op. cit.*, p. 53.

novamente de Júlio de Mesquita Filho e Plínio Barreto, a quantidade de páginas aumenta, chegando a 20 durante a semana e 45 no domingo, em média.

Outro indício do processo de crescimento de **O Estado de S. Paulo**, ainda em uma fase comercial, é que o número de anúncios classificados publicados na primeira página<sup>51</sup> aumentou consideravelmente nos anos 50 e no início dos anos 60. A média de anúncios publicados na primeira página na década de 40 não chegava a 2, aumentando para 7,75 em 52, 9,43 em 1957 e 6 em 62. Em 67, o índice cai para 0,38 e nas capas dos exemplares pesquisados em 1972 não aparecem anúncios. É importante ressaltar que, nos dois últimos casos, isto não se deve a um declínio da publicidade, mas a uma redefinição da primeira página como espaço das notícias.

Além da diversificação dos anunciantes, observa-se uma “nacionalização” dos anúncios, no sentido de que os serviços ou produtos oferecidos podem ser usufruídos por consumidores de outras localidades, além de São Paulo. Se na década de 40, a maior parte dos anunciantes fornecia serviços para a cidade de São Paulo (serviços médicos, hotéis, farmácias, entre outros) ou quando muito, para cidades do interior do Estado, nos anos 50 surgem anúncios de serviços ofertados no Paraná, no Mato Grosso, no Rio de Janeiro e em Brasília. Isto já aponta para uma “nacionalização” do próprio jornal.

### Gráfico 1 - Anúncios publicados na primeira página



O gráfico 1 demonstra que a publicação de anúncios na primeira página atingiu seu ápice de 52 a 62, reduzindo drasticamente a partir de 67 e não aparecendo em 72. Isto significa a superação da fase comercial, em que a capa do jornal é o espaço privilegiado para os anúncios, e a entrada em sua fase industrial, que se expressa na primeira página do jornal e se caracteriza pelo incremento do valor de troca de notícia. Ou seja, a partir deste momento, a mercadoria por excelência oferecida pelo jornal passa a ser a notícia.

51 A primeira página já é, neste momento, um espaço publicitário mais caro do que o restante do jornal, como se pode observar nas tabelas de preços ocasionalmente publicadas nos seus exemplares.

Do ponto de vista empresarial, os anos 50 foram um momento de crescimento do jornal, o que se observa através do incremento da publicidade e da “nacionalização” do jornal, observada pelo perfil dos anunciantes e pela autoria das reportagens, sendo algumas delas realizadas pelas sucursais de Brasília e do Rio de Janeiro.

Também se amplia a diversidade temática do jornal. Página feminina, Assuntos Agrícolas, Atualidade Econômica são algumas das seções criadas. No caso das seções já existentes, não havia uma diferenciação clara do espaço destinado a cada assunto. Já se verificavam “editorias” como Vida Esportiva, Parte Comercial e Artes e espetáculos anteriores a este período, mas nos anos 50 o espaço dedicado a elas passa a ser mais definido, mais claro. Deixaram de ser colunas para começarem a se tornar editorias, com páginas reservadas para o tratamento do assunto e referência a ele na parte superior da página.

Nos anos 60, o número de páginas se mantém em uma média de 40 nos dias de semana e ultrapassando 100 nos domingos. Em alguns deles, chega a atingir 150 páginas. A variedade temática aumenta, abrangendo Política, País, Internacional, Local, Interior, Turfe, além das já citadas. Embora estes temas já estivessem presente anteriormente, o jornal passa a delimitar o seu local na distribuição das páginas. O mesmo acontece com as matérias opinativas (editorias e cartas ao leitor), que passam a ocupar as páginas 2 e 3

Do ponto de vista da consolidação enquanto grande imprensa (em que a notícia é a mercadoria oferecida pelo jornal por excelência), observa-se no período analisado por este trabalho, que anúncios disputam espaço com as notícias na primeira página de 1942 a 1962. Só a partir da segunda metade dos anos 60 é que a primeira página passa a ser ocupada praticamente só com notícias.

Os jornais de domingo eram o alvo preferido dos anunciantes. Às vezes, a primeira página era aberta com um pequeno texto, ocupando menos de um quarto de página, e o restante era todo ocupado com classificados.

No dia 7 de outubro de 1962 (um domingo), por exemplo, em pleno processo eleitoral, a primeira página de **O Estado de S. Paulo** foi inteiramente dedicada a anúncios, a maior parte de propaganda eleitoral (ver ilustração).

Este é um exemplo claro do que representou a fase comercial do jornalismo: os anúncios valiam mais do que a notícia para o periódico. Ou seja, o valor de troca da notícia ainda não havia se consolidado.

Esta noção seria superada, explicitando-se nas capas do jornal a partir da segunda metade dos anos 60, quando a primeira página passa a ser o espaço, por excelência, das notícias.



## A REFORMA GRÁFICA

O que se analisou no caso do jornal **O Estado de S. Paulo** se refere diretamente ao assunto tratado no capítulo sobre a roupagem de mercadoria: a estandarização da linguagem jornalística e o seu aprimoramento enquanto mercadoria. Este processo, envolve, como já foi dito, tanto a diagramação quanto o texto propriamente dito. A diagramação consiste em um outro discurso, o discurso gráfico, ou seja, o conjunto de elementos visuais de um jornal, livro, revista, cartaz, ou tudo que seja impresso.

A diagramação é uma forma intencional de comunicação visual, o que significa que o receptor deve captar a mensagem com o significado que lhe atribui o emissor:

A primeira leitura que se faz de um jornal é, portanto, visual e depois desce-se ao texto.

## A PADRONIZAÇÃO GRÁFICA E A PRIMEIRA PÁGINA

A padronização gráfica é uma das características do aprimoramento do jornal enquanto mercadoria, pois representa a própria identidade da publicação. Dentro da padronização gráfica, a primeira página é a que detém os maiores recursos persuasivos para a leitura do jornal.

Segundo SILVA (R.S.):

Desde a revolução gráfica ocorrida no Jornal do Brasil em 1958, no Rio de Janeiro, quando Odylo Costa Filho, Reinaldo Jardim e Amilcar de Castro surpreenderam tanto os profissionais de imprensa quanto os leitores eliminando certos conceitos tradicionais até então intocáveis (fio separando as colunas), o texto e as fotos passaram a ter um tratamento mais respeitável e todo o jornal, da primeira à última página, ganhou uma estrutura homogênea, de aparência agradável, dinâmica, facilitando e convidando a uma leitura fácil. Foi o chamado ciclo de padronização gráfica que revolucionou o comportamento dos profissionais de imprensa e os leitores, com o propósito de melhorar a comunicação impressa. Outros jornais tais como O Globo, com a utilização de várias famílias tipográficas, e o tradicional e inconfundível **O Estado de S. Paulo** precisaram se ajustar a uma nova mentalidade gráfica<sup>52</sup>

No entanto, em **O Estado de S. Paulo**, a padronização gráfica não seria contemporânea à observada no *Jornal do Brasil*.

Ao que as observações da primeira página do jornal indicam, a reforma gráfica do jornal **O Estado de S. Paulo** não aconteceu de forma pontual ou localizada, como no *Jornal do Brasil*. Não há um momento específico, dentro do período analisado, em que se possa notar a mudança visual do periódico. A definição de uma identidade visual propriamente dita em **O Estado de S. Paulo** só ocorreria no início dos anos 80, com a supressão do formato de oito colunas para o já utilizado pelos demais jornais, de seis colunas, de melhor nível de legibilidade. Utilizando no máximo duas fotos, “acompanha o rigor de sua padronização gráfica de linha tradicional, onde os títulos, em sua maioria com duas linhas, mostram a sobriedade não apenas de sua apresentação gráfica, como também de seu conteúdo”.<sup>53</sup>

Isto não significa que a parte gráfica do jornal permaneceu estática durante todo o período posterior à reforma do JB e anterior à sua própria padronização gráfica. Isto porque OESP não adere às reformas ocorridas na imprensa carioca pura e simplesmente, mas sofre sua influência.

Alguns aspectos alterados pela reforma do *Jornal do Brasil* permaneceram em **O Estado de S. Paulo** por algum tempo depois dos anos 50, como por exemplo a distribuição do texto em oito colunas.. As chamadas de capa só surgiram na primeira página de **O Estado** nos anos 70 e os fios entre as colunas permaneceram mesmo depois deste período.

Entretanto, algumas mudanças se concentraram nos anos 50. Foi neste momento que o jornal adotou na capa recursos gráficos como fotos, por exemplo. A parte superior da página passa a contar com uma foto, que acompanha a manchete. Mas também há fotos na parte inferior. A utilização das fotos se dá de forma intensiva, já que estas geralmente são ampliadas, ocupando espaços privilegiados. No jargão jornalístico, são “estouradas”.

A definição de uma “identidade visual” começa no final dos anos 50, mas só vai se firmar a partir da segunda metade da década de 60. A partir de então, a capa passa a ser diagramada da seguinte forma: há duas matérias de abertura, uma manchete principal de cinco a seis colunas, acompanhada de uma foto-legenda, e uma matéria menor de 2 a 3 colunas. Geralmente, há mais duas fotos na parte inferior da capa. Como já se disse, não significa uma reforma gráfica, da forma como foi realizada pelo JB e posteriormente pelo próprio OESP. Mas foi o momento em que reuniu-se um certo incremento nos elementos gráficos, com a utilização de fotos, por exemplo, e a repetição de uma distribuição similar destes elementos em diversas edições.

A informação só vai se caracterizar como prioridade na capa do jornal a partir da segunda metade da década de 60. Até então, anúncios e textos disputavam-na nos

52 SILVA, *op. cit.*, p. 52.

53 SILVA, *op. cit.*, p. 52.

dias de semana e estes sempre perdiam a batalha nos exemplares de Domingo. Em 1967, raramente vão ser encontrados anúncios na capa.

Quando o são, se restringem ao “pé” da página. A partir de 72, já não se observa a publicação de anúncios na primeira página. (ver ilustrações no final deste capítulo).

## AS MANCHETES

Já em 1942 percebe-se uma certa noção de manchete, ou seja, de que é preciso dar um certo destaque às matérias que abrem a página. Estas têm títulos maiores que as demais, colocados geralmente em letras maiúsculas. No entanto, há mais de uma matéria abrindo a página, o que dilui a atenção do leitor. Na maior parte dos casos, também não se observa a existência de uma manchete principal, pois as diversas matérias de abertura têm o mesmo tamanho. Por exemplo, se a página abre com três textos, geralmente cada um ocupa três colunas.

Nos anos 50, a primeira página se mantém com mais de uma matéria de abertura. No entanto, já se percebe uma manchete principal, que ocupa mais espaço e tem mais destaque no título do que as demais. Em alguns casos, ainda se observam páginas com mais de uma manchete principal. Os títulos são publicados em caixa alta e/ou em caixa baixa.

Nesta década, a ocupação do espaço passa a ser pelo critério de importância do fato, segundo o julgamento do editor. Isto não se verifica até a década de 40, quando a distribuição do espaço na página, assim como ocorre no texto, acontece de outra forma. Apesar de haver a noção embrionária de manchete, o espaço ocupado pela matéria (se extenso ou curto) não traduz o grau de importância desta. O que se percebe é a ocupação das colunas de alto a baixo. Muitas vezes, ao lado da manchete, estão os últimos parágrafos de uma matéria cujos título e início estão na parte inferior da página.

Não há chamadas, pois o texto é publicado inteiramente na capa. A noção da capa como um espelho do interior do jornal só apareceria no início dos anos 70.

Ainda nos anos 50, as manchetes passam a estar acompanhadas de fotos, também produzidas por agências internacionais.

A utilização de recursos gráficos como mapas, boxes, desenhos ou selos não é observada no período analisado.

## OS TÍTULOS

Os títulos têm um papel fundamental para dar à notícia um valor de troca maior. É a peça fundamental que deve resumir de maneira concisa a idéia básica do texto e atrair o leitor para a compra do jornal. De um modo geral, os títulos são compostos em caracteres maiores que os utilizados no texto, devendo para isso atrair a atenção e analogamente, cumprir a missão de um vendedor, persuadindo o leitor para que compre e leia a mensagem.

No caso de **O Estado de S. Paulo**, nos anos 40, na sua quase totalidade, os títulos aparecem todos em letras maiúsculas (ou caixa alta), mas ainda há variações (textos com letras maiúsculas e minúsculas). Este é o recurso gráfico utilizado para atrair a atenção do leitor. As manchetes também contam com “gravatas”, frases abaixo do título resumindo do que se trata a matéria. As “gravatas” variam entre duas e até seis linhas. Outras contam ainda com “fios”, expressões ou palavras-chave colocadas em cima do título. A partir da década de 60, a colocação dos títulos passa a ser padronizada, em letras minúsculas e maiúsculas.

## A REFORMA EDITORIAL

Como já foi dito, observa-se na reforma editorial que a imprensa brasileira sofreu a partir de 1954 uma tendência à objetividade, à clareza, à precisão. A informação passa a ser mais importante do que o estilo lingüístico. Para isto, são adotadas uma série de técnicas, reunidas nos manuais de redação.

Em **O Estado de S. Paulo**, estas mudanças - bastante discretas - começam a ser sentidas também nos anos 50, mas o processo de objetivação vai adquirir cores próprias, como se verá a seguir.

### REDAÇÃO DOS TÍTULOS

Nos anos 40, os títulos das manchetes da primeira página geralmente têm duas ou três linhas e subtítulos (logo abaixo do título, conhecidos no jargão jornalístico como "gravata") de 3 a 4 linhas com o resumo da matéria em frases curtas. Os títulos não são padronizados, nem nos tipos, nem na extensão.

Quanto à extensão, podemos citar como exemplos o título "VIOLENTA LUTA ESTÁ SENDO TRAVADA NA PENÍNSULA DE QUERCH" (13 de maio de 1942) ou ainda "REPERCUTIU INTENSAMENTE NOS MEIOS INTERNACIONAIS A CASSAÇÃO DO REGISTRO DO PARTIDO COMUNISTA NO BRASIL" (9 de maio de 1947). Percebe-se, nestes dois casos, que o que define o tamanho do título é a idéia e não a diagramação.

Ou seja, ainda não há padronização de títulos, o que permitiu o uso de adjetivos (violenta), advérbios (intensamente), verbos no gerúndio (sendo), que poderiam ser suprimidos (ou adaptados, de "está sendo" para "é") sem prejuízos ao entendimento da oração. Não há "economia de palavras".

No segundo caso, o da cassação do Partido Comunista, o título ocupou toda a parte superior da página, em duas linhas. Esta mesma manchete, que ocupou um destaque extraordinário, traz uma reportagem, produzida por agências internacionais, com uma entrevista com "o jornalista dr. Júlio de Mesquita Filho", diretor-responsável do jornal.

Os títulos também têm pouca inteligibilidade. Ou seja, o leitor precisa ler o texto para saber do que o título está falando. Muitas vezes, nem a leitura da matéria esclarece aspectos como, por exemplo, a localização geográfica de uma determinada cidade citada no texto ou o cargo ou função do entrevistado. É o caso de "OS RUSSOS ATACAM COM EXITO AO LONGO DO SETOR CURSC-CARCON", publicada em 12 de maio de 1942.

# O ESTADO DE S. PAULO

ABNER MOURÃO  
DIRECTOR DESIGNADO PELA COMISSÃO NACIONAL DE IMPRENSA

ANO LXVIII — SÃO PAULO, 1 DE MAIO DE 1942

S. PAULO — SEXTA-FEIRA, 1 DE MAIO DE 1942

NUM. 22.286

## ACHIO NA BIRMANIA OCUPADA PELAS FORÇAS NIPONICAS

Indica que as abastecidas das tropas japonesas, em um campo — Alameda da Unica, nos subúrbios de Cuiabá, onde procuraram os comunistas — Vitoria alcançada pelos japoneses no norte de Mianmar

OS JAPONESES, que ocuparam a Birmânia, não se contentaram com a conquista do território, mas procuraram estabelecer ali um regime de terror. Para isso, os japoneses estabeleceram em Cuiabá, nos subúrbios de Cuiabá, um campo de concentração para os comunistas. Este campo foi descoberto pelos japoneses, que o fecharam imediatamente. Os comunistas foram deportados para o norte de Mianmar, onde foram abastecidos pelas tropas japonesas.

## Discurso do general De Gaulle sobre o dia 1.º de maio

PARIS, 1 de Maio. — O general Charles de Gaulle pronunciou um discurso emocionante no dia 1.º de Maio, em homenagem ao Dia do Trabalho. Ele falou sobre a luta do povo francês pela liberdade e pela democracia, e sobre a importância da união nacional para a vitória final sobre o eixo. De Gaulle afirmou que o povo francês não se rendeu e que continuará a lutar até a libertação total do país.

## SITUAÇÃO DA POLÍTICA INTERNA E EXTERNA DA ITALIA

ROMA, 1 de Maio. — A situação política interna e externa da Itália continua a ser tensa. O governo fascista enfrenta dificuldades econômicas e sociais devido à guerra prolongada. Além disso, há rumores de que o exército italiano pode não estar preparado para uma possível ofensiva aliada. A situação internacional também é preocupante, com o avanço das tropas aliadas na Europa Ocidental e o fortalecimento das forças soviéticas no Leste.

## AS VITÓRIAS DA "R. A. F."

OS COMANDANTES russos e alemães, para as linhas de frente — Retenidas as linhas de frente alemãs, ao norte de Smolensk — Avanço das tropas soviéticas em todas as frentes alemãs — Avanço das "Luftwaffe" alemãs em todas as frentes alemãs

## Ataque da "RAF" à cidade de Paris

PARIS, 1 de Maio. — Uma grande operação da "RAF" foi realizada contra a cidade de Paris. Diversas bombas foram lançadas sobre áreas residenciais e industriais, causando danos materiais e ferimentos. A "RAF" afirmou que o ataque foi uma punição pelo tratamento reservado aos prisioneiros de guerra.

## Debates na Câmara dos Comuns

LONDRES, 1 de Maio. — A Câmara dos Comuns realizou debates sobre a situação da guerra e a economia doméstica. Os membros discutiram a necessidade de maior eficiência na produção e no uso dos recursos. Também foram abordados os impactos da guerra na vida cotidiana dos britânicos.

## A América e os estados hispano-americanos

WASHINGTON, 1 de Maio. — O Departamento de Estado dos Estados Unidos realizou uma reunião para discutir a situação política e econômica dos estados hispano-americanos. O foco principal foi a necessidade de fortalecer a cooperação econômica e política com esses países para garantir a segurança hemisférica.

## A ação dos guerrilheiros croatas

ZAGREB, 1 de Maio. — Os guerrilheiros croatas continuam a realizar ações de resistência contra as forças ocupantes alemãs. Eles atacaram linhas de comunicação e depósitos de suprimentos, causando danos significativos. A resistência popular é vista como uma chave para a libertação da Croácia.

## AS TROPAS SOVIÉTICAS COM A INICIATIVA DOS ATAQUES

OS COMANDANTES russos e alemães, para as linhas de frente — Retenidas as linhas de frente alemãs, ao norte de Smolensk — Avanço das tropas soviéticas em todas as frentes alemãs — Avanço das "Luftwaffe" alemãs em todas as frentes alemãs

## ATAQUES DA RAF À FRANÇA OCUPADA E AOS AERODROMOS DA HOLANDA

OS COMANDANTES russos e alemães, para as linhas de frente — Retenidas as linhas de frente alemãs, ao norte de Smolensk — Avanço das tropas soviéticas em todas as frentes alemãs — Avanço das "Luftwaffe" alemãs em todas as frentes alemãs

## FALCIMENTO DO GENERAL NORTE-AMERICANO HOWARD GEORGE

WASHINGTON, 1 de Maio. — O general norte-americano Howard George faleceu devido a ferimentos sofridos durante a guerra. Ele foi um líder experiente e um guerreiro corajoso. Sua morte é considerada uma perda significativa para o Exército dos Estados Unidos.

## Declaração sobre o ataque de Smolensk

MOSCÚ, 1 de Maio. — O Alto Comandante em Chefe soviético fez uma declaração sobre o ataque alemão a Smolensk. Ele afirmou que as tropas soviéticas resistiram bravamente e que o ataque foi uma tentativa de romper a linha de frente antes da chegada das tropas aliadas.

## Declaração sobre o ataque de Smolensk

MOSCÚ, 1 de Maio. — O Alto Comandante em Chefe soviético fez uma declaração sobre o ataque alemão a Smolensk. Ele afirmou que as tropas soviéticas resistiram bravamente e que o ataque foi uma tentativa de romper a linha de frente antes da chegada das tropas aliadas.

ASSOCIAÇÃO A FESTA DO TRABALHO DO 1.º DE MAIO "O ESTADO DE S. PAULO" terá fechada a sua realização, nas seguintes condições: AMANHÃ

# O ESTADO DE S. PAULO

OTTON BARRETO - JULIO DE MESQUITA FILHO

JULIO MESQUITA

S. PAULO - QUINTA-FEIRA, 8 DE MAIO DE 1947

REDAÇÃO-CHEFE: LEO VAZ - PAULO DUARTE

NUM. 22.075

## CONTRÁRIO À PRESSÃO POLITICA SOBRE A FRANÇA

## AS NEGOCIAÇÕES PARA A REMODELAÇÃO DO GOVERNO PAUL RAMADIER

## A ITALIA SOLICITA SUA ADMISSÃO NAS NAÇÕES UNIDAS

OS COMUNISTAS CONTINUARAM COLABORANDO COM O SR. PAUL RAMADIER - AGITADA A REUNIÃO DOS LÍDERES DO PARTIDO SOCIALISTA - RIGOROSA COMPRESSÃO NOS GASTOS DO GOVERNO FRANCÊS - AVULTA O DESCONTENTAMENTO ENTRE O OPERÁRIO DA FRANÇA - INAUGURADO O CONGRESSO DE UNIAO POSTAL INTERNACIONAL

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete.

ROMA - O governo italiano solicitou a sua admissão para o Conselho de Segurança das Nações Unidas, em substituição da França.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

PARIS - O governo de Paul Ramadier, formado há pouco mais de um mês, continua a sofrer a pressão política exercida sobre ele por certos setores da opinião pública francesa, que exigem uma remodelação do gabinete. Segundo fontes próximas do governo, a pressão vem principalmente dos setores da direita e da esquerda moderada, que não estão satisfeitos com a política seguida pelo atual gabinete.

## O novo mito germanico

DONALD BELL

NOVA YORK (OWA) - O novo mito germanico está sendo criado em Washington, segundo fontes próximas do governo americano. Este mito consiste em afirmar que a Alemanha nazista não foi responsável pela Segunda Guerra Mundial, e que os alemães foram apenas vítimas da agressão soviética.

**COLPE DE ESTADO NA COLOMBIA**

**GREVE DE PORTUARIOS NO CHILE**

**ACORDO BRASIL-CHECOSLOVACIA**

**ATENTADOS NO CAIRO**

**OPORTUNIDADES NALESIAS**

**GENERAL DA GARDIA DOS CARRELITAS**

**ARMAZENS GERAIS PIRATINGUA S/A**

**REDAÇÃO-CHEFE: LEO VAZ - PAULO DUARTE**

**NUM. 22.075**

# O ESTADO DE S. PAULO

JULIO MESQUITA (1891-1937)

Directores — Alencar de Carvalho 1875-1884  
Francisco Xavier Faria 1875-1880  
Julio Mesquita 1881-1937

N.º de 4 de Cr\$ 100 sem. Cr\$ 130. av. Cr\$ 130.  
Rev. sem. e de Maio: Quarenta e 2, 24-26-28.  
Publicação: Rua Lobo de Souza, 463 T. 20-2022

CONDICIONAIS — JULIO DE MESQUITA FILHO

ANO LXXXII

DOMINGO 12 DE OUTUBRO DE 1937

N.º 12.348

REDATOR-CHEFE: MARCELINO RITTER

## O CONGRESSO DE MOSCÚ O MARECHAL BULGANIN AMEAÇA OS OCIDENTAIS

"O preciso que se saiba que podemos converter rapidamente nossa indústria civil em indústria bélica"

MOSCÚ, 11 (U.P.) — O marechal Bulganin, chefe do Estado-Maior da URSS, declarou hoje em uma sessão do Conselho de Ministros que a URSS não se deixará intimidar por ameaças de guerra. O marechal afirmou que a URSS possui recursos suficientes para converter sua indústria civil em indústria bélica em um curto espaço de tempo. Ele mencionou que a URSS possui uma indústria de guerra que pode produzir 100.000 tanques por ano, 10.000 aviões e 10.000 navios por ano. Bulganin também afirmou que a URSS possui uma reserva de alimentos suficiente para sustentar sua população por um longo período de tempo.

## Nomado chanceler da Persia um inimigo de Seid Kachani

Husein Fattemi é o novo ministro do Exterior iraquiano

TEHRAN, 11 (U.P.) — Husein Fattemi, ministro do Exterior iraquiano, foi nomeado chanceler da Persia. Fattemi é considerado um inimigo de Seid Kachani, o líder da oposição iraquiana. Fattemi foi nomeado ministro do Exterior em 1935 e foi responsável por aprofundar as relações entre a Persia e o Iraque. Ele também foi responsável por aprofundar as relações entre a Persia e a URSS.

## CHURCHILL RESPONDE A STALIN "A amizade dos EUA é a base da nossa política externa"

Falando em sessão de encerramento do congresso do Partido Conservador o primeiro ministro britânico afirma que a Grã-Bretanha não cairá na armadilha preparada pela URSS para separar dos Estados Unidos

LONDRES, 11 (U.P.) — Falando no encerramento do congresso do Partido Conservador, o primeiro ministro britânico, Winston Churchill, afirmou que a amizade dos Estados Unidos é a base da política externa da Grã-Bretanha. Churchill afirmou que a Grã-Bretanha não cairá na armadilha preparada pela URSS para separar dos Estados Unidos. Ele afirmou que a Grã-Bretanha manterá sua aliança com os Estados Unidos e não se deixará intimidar por ameaças de guerra.



CHURCHILL

## Lord Ismay volta as návoas da NATO a que se armem

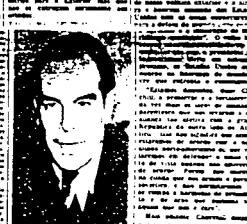
LISBOA, 11 (U.P.) — Lord Ismay, chefe do Estado-Maior da NATO, afirmou hoje que a aliança deve se preparar para uma possível guerra. Ele afirmou que a NATO deve se preparar para uma possível guerra e que os membros da aliança devem se preparar para uma possível guerra.

LONDRES, 11 (U.P.) — Lord Ismay, chefe do Estado-Maior da NATO, afirmou hoje que a aliança deve se preparar para uma possível guerra. Ele afirmou que a NATO deve se preparar para uma possível guerra e que os membros da aliança devem se preparar para uma possível guerra.

## SCABROSOSSIMO O CLIVAMENTO

Falando sobre o estado de espírito da população britânica, Churchill afirmou que a situação é difícil e que a população deve se preparar para uma possível guerra.

LONDRES, 11 (U.P.) — Winston Churchill, primeiro ministro britânico, afirmou hoje que a situação é difícil e que a população deve se preparar para uma possível guerra. Ele afirmou que a população deve se preparar para uma possível guerra e que a Grã-Bretanha não se deixará intimidar por ameaças de guerra.



MUSSEIN FATEMI

**PROVE!**

**NIDO**

**CAFE TORNEIRAS de PRECISAO**

**FILMES Gevaert**

**VARIOS MODELOS PROMTA ENTREGA**

**IRMAOS SINGER S.A.**

**Monômetros — Termômetros Industriais**

**RENE GRAF**

**TELEFONE 34.0222**

**TELEVISOR LANDGRAF**

**TV LANDGRAF — Rua 7 de Abril, 264**

**O BANCO MINISTRO DA PRODUÇÃO S.A.**

**CAIXA CENTRAL DE ECONOMIA**

**CURITIBA**

**A RUA MONSIEUR DE SALES**

**Leite Puro Tipo "A"**

**DECLARAÇÃO DE DAN KIMBALL**

**TELEFONE: 34.0222**

**TAPECARIA PAULISTA**

**LIQUIDACAO**

**ABERTA A NOITE — R. XAVIER DE TOLEDO, 7**

**Novo emprestimo do Ex-Import Bank ao Brasil**

**ABERTA A CREDITACAO DE 10 MILHÕES DE DOLARES NO BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO PARA A COMPRA DE MATERIAL AGRICOLA NOS ESTADOS UNIDOS**

**WASHINGTON, 11 (U.P.)**

**DECLARAÇÃO DE DAN KIMBALL**

**DECLARAÇÃO DE DAN KIMBALL**

**DECLARAÇÃO DE DAN KIMBALL**

**DECLARAÇÃO DE DAN KIMBALL**

**BOOMTEX**

**VALVULA YEA**

**HOMEOPATIA**

**SCARLETT & BELL**

**Banco Nacional Imobiliário S.A.**

**BNI**

**Banco Bandeirantes do Comércio S.A.**

**RIO DE JANEIRO**

**Banco Bandeirantes do Comércio S.A.**

**RIO DE JANEIRO**

"Não se pode admitir um partido dentro do partido", diz Attlee

O antigo primeiro ministro afirma que não pretende discutir a liderança do Partido Trabalhista

LONDRES, 11 (U.P.) — Falando no encerramento do congresso do Partido Trabalhista, o antigo primeiro ministro, Clement Attlee, afirmou que não se pode admitir um partido dentro do partido. Ele afirmou que ele não pretende discutir a liderança do Partido Trabalhista.

## BANCA MEDAL (BAND) A CARVALHO

DEPOSITE SUAS ECONOMIAS A PRAZO FIXO... que lhe proporcionarão melhores taxas e renda mensal!

**ABO A Especialista**

**CLAUDEA**

**Banco Nacional Imobiliário S.A.**

**BNI**

**Banco Bandeirantes do Comércio S.A.**

**RIO DE JANEIRO**

**Banco Bandeirantes do Comércio S.A.**

**RIO DE JANEIRO**

# O ESTADO DE S. PAULO

JULIO MESQUITA - 1951 - 1952

Director - Antonio de Castro, 1951-1952.  
Tiragem: 1951-1952, 1952-1953, 1953-1954.  
Circulação: 1951-1952, 1952-1953, 1953-1954.

Publicado em 1951, 1952, 1953, 1954.  
Foi publicado em 1951, 1952, 1953, 1954.  
Foi publicado em 1951, 1952, 1953, 1954.

EDITORES: PLINIO BARRETO - JULIO DE MESQUITA FILHO - ANO LXVIII

DOMINGO, 11 DE OUTUBRO DE 1951

NUM. 2226

REDAÇÃO: CHIFFRE, MARCELINO BRETHER

**PRONTOSOCORRO**  
ACIDENTADOS  
ESPECIALISTAS  
DE PLANTÃO DIA E NOITE

Fraturas e Acidentes em Geral

Av. Luiz Luis Assis, 100

Tel: 37-3737

## Preocupam Washington as consequências políticas do feito da União Soviética

O grande progresso técnico da URSS dará ao Kremlin uma maior força nas negociações com o mundo livre

WASHINGTON, 10 de Outubro. — O grande progresso técnico da União Soviética, que lhe dá uma maior força nas negociações com o mundo livre, preocupa profundamente os Estados Unidos. O fato de a URSS ter desenvolvido uma indústria nuclear e ter produzido o primeiro satélite atômico, além de ter desenvolvido uma indústria espacial, preocupa profundamente os Estados Unidos. O fato de a URSS ter desenvolvido uma indústria espacial, preocupa profundamente os Estados Unidos.



Washington, 10 de Outubro. — O grande progresso técnico da URSS...

## O salão de automóveis de Paris

PARIS, 10 de Outubro. — O salão de automóveis de Paris, que se abriu ontem, promete ser o maior e o mais importante do mundo. O salão de automóveis de Paris, que se abriu ontem, promete ser o maior e o mais importante do mundo.

**TECIDOS NORTE-SUL**  
COSTURA E REPARAÇÃO DE COZINHAS DE TUBO DE S. PAULO

Rua 25 de Março n.º 1272 - São Paulo

**PARAÍSO INFANTIL**  
LANCHONETE, RESTAURANTE E SALÃO DE DANÇA

Rua 25 de Março n.º 1272 - São Paulo

**Condomínio Parque Aclimação**  
Rua Castro Alves, 642

Parque Aclimação, São Paulo

**Erstas Tonicas**  
Bebidas energéticas e refrescantes

Rua 25 de Março n.º 1272 - São Paulo

**DEFENDA-SE DA GRIPE ASIÁTICA, ALIMENTANDO-SE BEM**  
OVOMALTINE

Alimentação saudável e equilíbrio nutricional

**VULCANOS**  
Pneus e acessórios

**PROBAL**  
Produtos químicos e industriais

**PARA MELHORES FOTOGRAFIAS E REPRODUÇÕES PERFEITAS, PRECISA SERIPE DE FILMES E PAPEIS**

**SOLVENTES**  
Produtos para limpeza e manutenção

**SAKURA**  
Produtos de beleza e cosméticos

**FABRICA BANGU**  
Indústria têxtil e de vestuário

**TROPICAL**  
Produtos de limpeza e higiene

**LABORATÓRIO**  
Produtos farmacêuticos e químicos

**Emerson**  
Produtos eletrônicos e eletrodomésticos

**BANCO IMOBILIÁRIO BRASILEIRO S.A.**  
Serviços imobiliários e financeiros

**MERCANCIA DE ALTA PRECISÃO E METALÚRGICA**  
Produtos metálicos e mecânicos

**VALVULAS PRIMOR**  
Componentes mecânicos e hidráulicos

**METALURGIA ORIENTE LIDA**  
Indústria metalúrgica e de fundição

**Pela VIAÇÃO COMETA é sempre melhor**  
Serviços de transporte e logística

**gripe ALIGRIP**  
Medicamentos para gripes e resfriados

**LABORATÓRIO**  
Produtos farmacêuticos e químicos

**RECEITAS RECEITAS**  
Receitas culinárias e dietéticas

**SRS. COMERCIANTES -- TECIDOS BURI S. A.**  
Têxteis e tecidos de qualidade

**Costa Júnior & Cia.**  
Produtos de luxo e moda

**AVISO AO PÚBLICO**  
Anúncios e comunicados

**AVISO AO PÚBLICO**  
Anúncios e comunicados

EDIÇÃO DE HOJE  
132 PAGINAS

# O ESTADO DE S. PAULO

Diário - Av. do Estado, 100 - Caixa Postal 100 - São Paulo - SP - 1934-1935  
Fundado: 1890 - Redigido: 1934-1935  
Número: 1934-1935 - Preço: 100-000

JULIO MESQUITA (1934-1935)

IMPRESSOR: PLÍNIO BARRETO - JULIO DE MESQUITA FILHO - ANO LXXVII - SEXTA-FEIRA, 21 DE MAIO DE 1935 - N.º 22.570 - SÃO PAULO - MARCELIANO RITTER

## MOLLET E O ARBITRO DA CRISE FRANCESA

PARIS, 20 de Maio. — O primeiro-ministro francês, Paul Reynaud, declarou hoje que o governo francês não se desviará de sua política de resistência firme e incondicional contra o eixo alemão-italiano. Reynaud afirmou que a França continuará lutando até a vitória final, apesar das dificuldades econômicas e militares que enfrenta. Ele mencionou o papel crucial do Exército francês e da Marinha, bem como a contribuição vital da resistência civil e da Força Aérea.



PRIMEIRO-MINISTRO REYNAUD E SEUS MINISTROS EM UMA REUNIÃO DO GOVERNO FRANCÊS EM PARIS.

## Moscou volta a dirigir-se à Itália

MOSCÚ, 20 de Maio. — O governo soviético anunciou hoje que está retomando suas negociações com o Eixo, especificamente com a Itália. A declaração foi feita em um comunicado oficial que sugere que a União Soviética está buscando uma solução diplomática para a situação atual, embora não tenha descartado a possibilidade de continuar a luta se necessário.

## BURGUIBA CONVOCARIA UMA CONFERENCIA INTERNACIONAL

ALGER, 20 de Maio. — O líder nacionalista francês, Charles de Gaulle, convocou hoje uma conferência internacional para discutir a situação da França e o papel da França no mundo pós-guerra. A conferência será realizada em Argel e terá a participação de representantes de vários países aliados.

## Mollet-France abandona a direção do Partido Radical

PARIS, 20 de Maio. — O líder do Partido Radical, Paul Faucher, anunciou hoje que está deixando a direção do partido para se dedicar a outras atividades políticas. A decisão foi anunciada em um discurso público, onde Faucher expressou sua preocupação com o futuro do país e a necessidade de uma liderança mais forte.

## Iniciam-se hoje em Roma conversações anglo-egípcias

ROMA, 20 de Maio. — Presidenciais negociações anglo-egípcias começaram hoje em Roma, sob a presidência do primeiro-ministro britânico, Neville Chamberlain. As conversações envolvem questões relacionadas ao Canal de Suez e ao papel da Inglaterra no Oriente Médio.

## CADE DO NÉCICO

UMA LISTA DE NOMES DE CIDADÃOS BRASILEIROS QUE FIZERAM PARTE DO GOVERNO DE GETÚLIO VARGAS FOI APRESENTADA HOJE AO PARLAMENTO BRASILEIRO. A lista inclui nomes de ministros, secretários e outros funcionários públicos que exerceram funções importantes durante o governo.

## ADENAUER SEGUIU PARA WASHINGTON

BERLIM, 20 de Maio. — O chanceler alemão, Konrad Adenauer, viajou hoje para Washington para uma reunião com o presidente dos Estados Unidos, Dwight D. Eisenhower. A reunião é considerada crucial para discutir a situação da Alemanha e a cooperação entre as potências aliadas.

## CONVÊNIO COM O EGIPTO

PARIS, 20 de Maio. — O governo francês anunciou hoje que está em negociações com o Egipto para estabelecer um acordo comercial e econômico. O acordo visa fortalecer as relações entre os dois países e promover o desenvolvimento econômico mútuo.

## DECLARAÇÃO DO GOVERNO

BRASÍLIA, 20 de Maio. — O governo brasileiro declarou hoje que não se desviará de sua política de neutralidade e não participará de nenhuma aliança militar. A declaração foi feita em um comunicado oficial que enfatiza a soberania e a independência do Brasil.

## OS NEGÓCIOS DE SUEZ

PARIS, 20 de Maio. — O governo francês anunciou hoje que está em negociações com o Egipto para estabelecer um acordo comercial e econômico. O acordo visa fortalecer as relações entre os dois países e promover o desenvolvimento econômico mútuo.

## Cherchill defende o Egipto

LONDRES, 20 de Maio. — O primeiro-ministro britânico, Winston Churchill, defendeu hoje o Egipto e seu papel crucial no Oriente Médio. Ele afirmou que o Egipto é uma potência regional e que sua estabilidade é essencial para a segurança do mundo.

## FALECEU FRINZ BORKENAU

BRASÍLIA, 20 de Maio. — O jornalista e escritor Frinz Borkenau faleceu hoje em decorrência de uma doença prolongada. Borkenau foi uma figura importante na imprensa brasileira e deixou uma obra rica em artigos e livros.

## Duques contrários a manutenção do status quo

PARIS, 20 de Maio. — Os duques de Orleans e de Bragança manifestaram hoje sua oposição à manutenção do status quo na França. Eles defenderam a necessidade de reformas políticas e sociais para fortalecer a democracia e a justiça social.

## Solicitada pela Jordânia a retirada das tropas sírias

AMMAN, 20 de Maio. — O governo jordaniano solicitou hoje a retirada das tropas sírias do território jordaniano. A solicitação foi feita em um comunicado oficial que expressa a preocupação da Jordânia com a soberania e a segurança nacional.

## Resumo de crimes no Brasil

BRASÍLIA, 20 de Maio. — O Ministério da Justiça divulgou hoje um relatório resumido dos crimes cometidos no Brasil durante o governo de Getúlio Vargas. O relatório menciona diversos casos de corrupção, fraude e abuso de poder.

## SUPLEMENTO FEMININO

Conteúdo adicional focado em temas de interesse feminino, incluindo moda, beleza e dicas de vida. O suplemento oferece informações atualizadas e interessantes para o público feminino.

Continuação de notícias e artigos de fundo, abordando temas de atualidade e análise política.

**ADENAUER SEGUIU PARA WASHINGTON**  
Notícia curta sobre o chanceler alemão viajando para os Estados Unidos.

**Banco de São Paulo S/A**  
Lentamente a crescer a sua clientela, ganhando sempre vantagens em operações de sua vasta agência no Banco de S. A. N. A. Caixa Central A RUA VOLUNTARIOS DA PÁTRIA, 2176

**Eternit**  
Produtos de cimento Portland de mais alta qualidade. DISTRIBUIDORES EM TODO BRASIL.

**LAVANDERIA**  
Catania Paulista  
Rua Bela Cintra, 521  
35-2118

**Jeep Willys**  
O veículo que não teme obstáculos!  
AGROMOTOR S.A.

Diários - Amigos de Casado, 1915-1944; Francisco Ramos, 1915-1944; Menção, 1915-1944; Jornal Novo, 1915-1944; 1915-1944

# O ESTADO DE S. PAULO

JULIO MESQUITA (1891-1957)

Publicado em 22 de Outubro de 1957. Preço: 200 Réis. Anual: 24.000 Réis. Distribuição: 100.000 exemplares.

SEXTA-FEIRA - 4 DE OUTUBRO DE 1957 NÚM. 22.254

## DISPOSTOS OS ARABES A FORÇAR UMA DEFINIÇÃO DE WASHINGTON

Sentido das declarações proferidas esta manhã na Assembleia Geral da ONU — Faria afirma que o Oriente Próximo não é "country club" de ninguém

**CHAMADO LITVAK** — O primeiro-ministro israelense, Ben-Gurion, afirmou esta manhã na Assembleia Geral da ONU que os israelenses não se dispõem a abandonar a sua luta pela sobrevivência física e moral. O primeiro-ministro afirmou que os israelenses não se dispõem a abandonar a sua luta pela sobrevivência física e moral. O primeiro-ministro afirmou que os israelenses não se dispõem a abandonar a sua luta pela sobrevivência física e moral.

**NOVA YORK, 3 de Outubro** — O primeiro-ministro israelense, Ben-Gurion, afirmou esta manhã na Assembleia Geral da ONU que os israelenses não se dispõem a abandonar a sua luta pela sobrevivência física e moral. O primeiro-ministro afirmou que os israelenses não se dispõem a abandonar a sua luta pela sobrevivência física e moral.

**PARIS, 3 de Outubro** — O primeiro-ministro israelense, Ben-Gurion, afirmou esta manhã na Assembleia Geral da ONU que os israelenses não se dispõem a abandonar a sua luta pela sobrevivência física e moral. O primeiro-ministro afirmou que os israelenses não se dispõem a abandonar a sua luta pela sobrevivência física e moral.



Nomeado em dezembro de 1956, o ministro da Educação de São Paulo, Dr. Paulo de Azevedo, em visita ao Estado de São Paulo.

## É difícil encontrar um sucessor para Maunoury

Tentativa de continuidade da crise favorece De Gaulle

**PARIS, 3 de Outubro** — Tensões crescentes no governo francês devido à dificuldade de encontrar um sucessor para o ministro da Defesa, Jean Maunoury. A situação é considerada delicada, especialmente com a possibilidade de uma mudança de governo.

**BRUXELAS, 3 de Outubro** — O primeiro-ministro belga, Paul-Henri Spaak, afirmou esta manhã que a situação política em França é muito delicada. Ele afirmou que a situação política em França é muito delicada.

## GRAVE CRISE MILITAR IRROMPE NA BOLÍVIA

**LA PAZ, 3 de Outubro** — Uma grave crise militar irrompeu na Bolívia esta manhã. O presidente, Víctor Paz Estenssoro, afirmou que a situação é muito delicada. Ele afirmou que a situação é muito delicada.

**LA PAZ, 3 de Outubro** — Uma grave crise militar irrompeu na Bolívia esta manhã. O presidente, Víctor Paz Estenssoro, afirmou que a situação é muito delicada. Ele afirmou que a situação é muito delicada.

## Chamado o embaixador da Tunísia em Paris

Afirma Burguiba que é impossível manter relações amigáveis com a França

**PARIS, 3 de Outubro** — O primeiro-ministro tunisino, Habib Bourguiba, afirmou esta manhã que é impossível manter relações amigáveis com a França. Ele afirmou que é impossível manter relações amigáveis com a França.

**PARIS, 3 de Outubro** — O primeiro-ministro tunisino, Habib Bourguiba, afirmou esta manhã que é impossível manter relações amigáveis com a França. Ele afirmou que é impossível manter relações amigáveis com a França.

## Ataque contra a posição da Argentina

Ataque contra a posição da Argentina em relação ao Canal de Beagle

**BRUXELAS, 3 de Outubro** — O primeiro-ministro belga, Paul-Henri Spaak, afirmou esta manhã que a posição da Argentina em relação ao Canal de Beagle é muito delicada. Ele afirmou que a posição da Argentina em relação ao Canal de Beagle é muito delicada.

**BRUXELAS, 3 de Outubro** — O primeiro-ministro belga, Paul-Henri Spaak, afirmou esta manhã que a posição da Argentina em relação ao Canal de Beagle é muito delicada. Ele afirmou que a posição da Argentina em relação ao Canal de Beagle é muito delicada.

## Bevan salvou a direção do "Labour" de grave derrota

Declaração de Bevan sobre a situação política em Inglaterra

**LONDRES, 3 de Outubro** — O primeiro-ministro britânico, Clement Attlee, afirmou esta manhã que a situação política em Inglaterra é muito delicada. Ele afirmou que a situação política em Inglaterra é muito delicada.

**LONDRES, 3 de Outubro** — O primeiro-ministro britânico, Clement Attlee, afirmou esta manhã que a situação política em Inglaterra é muito delicada. Ele afirmou que a situação política em Inglaterra é muito delicada.

## AS RAZÕES DO "CIDADÃO DO MENDO"

**PARIS, 3 de Outubro** — O primeiro-ministro francês, René Coty, afirmou esta manhã que a situação política em França é muito delicada. Ele afirmou que a situação política em França é muito delicada.

**PARIS, 3 de Outubro** — O primeiro-ministro francês, René Coty, afirmou esta manhã que a situação política em França é muito delicada. Ele afirmou que a situação política em França é muito delicada.

**Pela VIACÃO COMETA é sempre melhor**

As Farmácias e Hospitais

Um RADIAL — INDÚSTRIA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS

**API-CURE**

(SODIPA), distribuidora de:

— O produto "API-CURE" solução estomatológica de grande efeito curativo, indicada para a prevenção e tratamento da gengivite e da periodontite.

— "API-CURE" é indicada para a prevenção e tratamento da gengivite e da periodontite.

**Ariso ao Público**

O sucesso e o prestigio do **APISERUM**

— A única solução de **API-CURE** estomatológica, de grande efeito curativo, indicada para a prevenção e tratamento da gengivite e da periodontite.

— A única solução de **API-CURE** estomatológica, de grande efeito curativo, indicada para a prevenção e tratamento da gengivite e da periodontite.

**SUPLEMENTO FEMININO**

BELEZA  
CRONICAS  
DECORAÇÃO  
MODAS  
RECETAS

**NESTA EDIÇÃO**

AS RAZÕES DO "CIDADÃO DO MENDO"

— O sucesso e o prestigio do **APISERUM**

— A única solução de **API-CURE** estomatológica, de grande efeito curativo, indicada para a prevenção e tratamento da gengivite e da periodontite.



# O ESTADO DE S. PAULO

JULIO MESQUITA (1911-1971) - JULIO DE MESQUITA FILHO (1917-1967) - FRANCISCO MESQUITA (1917-1967)

Canal e Internet de São Paulo CR\$ 0,60

ANO 93

SABADO, 12 DE MAIO DE 1972

N.º 70 748

WILDO DE MESQUITA NETO  
DIRETOR RESPONSÁVEL

Telefone: CR\$ 151 - Anúncios CR\$ 13,50



### Os 2 presentes

Depois das Igrejas, o Sr. Roberto Neto recebeu dois presentes — uma de Nossa Senhora da Conceição, do

Verdade XVIII, e uma touca do cardeal monsenhor Carlos de São Paulo, pertencente a coleção de Pedro Oliveira Roberto Neto — durante a visita promovida à Santa Casa, ontem, a favor do Seminário Teológico Inauguração e Badmaira de Paulinas (página 17)

## Pacca: é Tecnologia da Mudada preciso diálogo AL em debate de bispos escolha de bispos

Para o presidente Carlos Accioly, a reforma da Constituição é uma tarefa que exige diálogo entre todos os setores da sociedade.

Em uma reunião realizada no Palácio do Congresso Nacional, o presidente Carlos Accioly discutiu a reforma da Constituição com representantes da Igreja Católica.

O presidente Carlos Accioly afirmou que a reforma da Constituição é uma tarefa que exige diálogo entre todos os setores da sociedade. Ele mencionou a importância de ouvir as vozes dos bispos e a necessidade de um processo de diálogo aberto e transparente.



Carlos Accioly, presidente da República, discursa durante a reunião com os bispos no Palácio do Congresso Nacional.

Mais fácil agora... A reforma da Constituição é uma tarefa que exige diálogo entre todos os setores da sociedade.

## O bloqueio funciona e priva Hanoi de portos

Os navios de guerra da URSS continuam a ser bloqueados no Vietnã, privando Hanoi de portos importantes. O bloqueio é considerado uma medida eficaz para pressionar o governo vietnamita.

### Da URSS ao Vietnã via China

A URSS mantém uma presença significativa no Vietnã, utilizando a China como uma via importante para o comércio e o apoio logístico. O bloqueio de portos visa interromper esse fluxo.

### An Loc, foco da luta

An Loc tornou-se o foco da luta revolucionária no Vietnã. O local é considerado estratégico devido à sua localização geográfica e ao papel desempenhado durante o conflito.

### Sato agora apóia Washington

O primeiro-ministro japonês Sato anunciou seu apoio incondicional aos Estados Unidos. Esta declaração é vista como um alinhamento político importante no contexto da Guerra Fria.

Reuniões escolhem candidato... O comitê eleitoral escolheu o candidato para as próximas eleições. O processo foi transparente e refletiu o desejo da população.

Mais fácil agora... A reforma da Constituição é uma tarefa que exige diálogo entre todos os setores da sociedade.

Mais fácil agora... A reforma da Constituição é uma tarefa que exige diálogo entre todos os setores da sociedade.

Mais fácil agora... A reforma da Constituição é uma tarefa que exige diálogo entre todos os setores da sociedade.

66 paginas... O jornal contém 66 páginas de notícias e artigos. A edição de hoje é especialmente interessante devido ao conteúdo político.

66 paginas... O jornal contém 66 páginas de notícias e artigos. A edição de hoje é especialmente interessante devido ao conteúdo político.

66 paginas... O jornal contém 66 páginas de notícias e artigos. A edição de hoje é especialmente interessante devido ao conteúdo político.

66 paginas... O jornal contém 66 páginas de notícias e artigos. A edição de hoje é especialmente interessante devido ao conteúdo político.

Verifica-se muitos títulos formados por frases ( sem verbo) e não orações. Quando o Brasil fechou uma série de acordos econômicos com os Estados Unidos em Washington sobre comercialização da borracha, o título foi 'EXECUÇÃO DOS ACORDOS ECONÔMICOS FIRMADOS EM WASHINGTON'. Há outros exemplos, como "ANOS DE PERIGO PARA A INGLATERRA", "O RECOLHIMENTO TOTAL DAS NOTAS EM CIRCULAÇÃO NO PAÍS", "VELHOS ERROS PSICOLÓGICOS". A não-utilização de verbos nestes casos é um dos fatores que tornam o texto pouco inteligível: o leitor lê o título, mas este não adianta do que o texto está tratando.

A voz passiva e a inversão da ordem direta (sujeito-verbo-objeto) também é utilizada. Por exemplo, "RECUAM AS TROPAS NIPÔNICAS NAS MONTANHAS DA NOVA GUINÉ" (7 de outubro de 1942) e "SOFRERÃO SENSÍVEL REDUÇÃO AS FORÇAS ARMADAS BRITÂNICAS"(4 de outubro de 1947).

Os títulos se referem a um pronome de tratamento ao invés da função ou cargo da fonte.

Este é o caso de "FIRMADA A POSIÇÃO DO SR. PAUL RAMADIER NO GOVERNO FRANCÊS"(7 de maio de 1947), "DEMITIU-SE O GABINETE CHEFIADO PELO SR. ALCIDES DE GASPERI"(14 de maio de 1947).

Nos anos 50, a ordem inversa nas orações continua sendo usada, como no caso de "DISPOSTOS OS ÁRABES A FORÇAR UMA DEFINIÇÃO DE WASHINGTON"<sup>54</sup> (04 de outubro de 1957) ou "Lançou a Rússia o primeiro satélite artificial da Terra" (05 de outubro de 1957)

No entanto, não se encontram mais pronomes de tratamento nos títulos. Assim, o jornal fala sobre "Grave advertência de Truman ao povo norte-americano"(08 de outubro de 1952) e "Pleven poderia indicar Mollet" (28 de maio de 1957)

Os adjetivos e o uso de artigos começam a cair em desuso, mas ainda aparecem. No caso dos adjetivos, pode-se citar "Desesperada tentativa comunista para impedir a assinatura dos acordos de Bonn", de 13 de maio de 1952. Quanto aos artigos, "A política interna e externa soviética no relatório de Malenkov ao Congresso de Moscou", de 7 de outubro de 1952 ou ainda "A Assembléia Francesa nega confiança a Mollet", de 22 de maio de 1957, são bons exemplos.

Nos anos 60, o uso de frases permanece (muitas vezes, sem prejudicar o entendimento), mas, além dos pronomes de tratamento, praticamente não se verifica a ordem inversa nas frases. Os artigos também caem em desuso. Um aumento no grau de inteligibilidade dos títulos é evidente. É o caso de "Cinco países do Caribe alvo imediato de subversão fidelista", de 3 de outubro de 1962; "Pequim admite que há guerra", de 9 de maio de 1967; "Nixon ressalta papel de Costa", de 13 de maio de 1967, entre outros.

É importante ressaltar, no entanto, que os títulos mais enxutos e inteligíveis convivem durante muito tempo com aqueles que utilizam recursos condenados pelo modelo da objetividade, como adjetivos e advérbios, por exemplo.

## OS TEXTOS: UMA DESCRIÇÃO CRONOLÓGICA

Os anos 50, em **O Estado de S. Paulo**, marcaram a chegada do *lead* ao jornal. Isto ocorreu no final da década, mas não provocou mudanças substanciais de conteúdo.

Na década de 40, não há a noção da pirâmide invertida que o *lead* estabelece, em que o maior número de informações deve ir no primeiro parágrafo e um aspecto do fato é eleito como principal.

No caso das manchetes, a maior parte fornecidas por agências internacionais de notícias, o texto não passa de uma série de telegramas, publicados na íntegra. O título retrata o fato colocado no primeiro telegrama a ocupar a matéria.

No caso das reportagens internas, produzidas pelo próprio jornal, o texto geralmente faz uma descrição cronológica. O repórter descreve passo a passo o que aconteceu. Até a sua pergunta à fonte é transcrita, em um texto corrido. Pode-se observar isto no texto transcrito abaixo, na íntegra, sobre o fechamento de vários sindicatos. O texto foi publicado por *O Estado de S. Paulo* em 8 de maio de 1947:

### DECLARAÇÕES DO MINISTRO DO TRABALHO

#### O funcionamento da Confederação dos Trabalhadores do Brasil

Rio, 7 ("Estado" – Pelo telefone) – O ministro Morvan Figueiredo fez hoje declarações á imprensa sobre o fechamento da Confederação dos Trabalhadores do Brasil. Salientou que desde á *sindicalização do país se vinha preocupando com as organizações de classe, quer de empregados, quer de empregadores, que visem principalmente harmonizar os interesses do Brasil, com as das classes. A seguir o titular da pasta do Trabalho acrescentou:*

*"A Confederação dos Trabalhadores do Brasil e as uniões sindicais, assim como o "M.U.T." so tinham o objetivo de, intervindo nos órgãos de classe, perturbar a harmonia que deve existir dentro deles para a defesa de seus legítimos interesses. Ja sei que mais uma vez vou ser taxado de reacionario, mas estou seguro de que o decreto que o meu eminente colega da Justiça considerou perfeitamente legal, e o sr. Presidente da Republica houve por bem promulgar, não é reacionario, não é restritivo de direito, é sim um ato que põe ordem indispensavel nas atividades de classes, impedindo que elas sejam deturpadas por elementos cuja única preocupação é agitar. Na era da bomba atômica, e quando a maquina substitui o trabalho de dezenas e centenas de braços, é indispensavel aos governos orientar todas as atividades protegendo os legítimos trabalhadores e defendendo a economia do país".*

E continuando em suas declarações disse o ministro:

*"Estou seguro de que os trabalhadores que se interessam de fato pelo nosso Brasil e não querem receber ordens e instruções estranhas, acolherão este ato governamental com simpatia e como prova do quanto o presidente da Republica se preocupa com o bem-estar dos trabalhadores".*

Os jornalistas quiseram saber então se o Ministério do Trabalho havia fornecido documentos sobre as atividades do Partido Comunista, e o sr. Morvan Figueiredo diz, em resposta:

“Logicamente não foi fornecido nenhum documento com firma reconhecida, provando ordem do Partido Comunista do Brasil para fossem deflagradas greves ou perturbado o trabalho do país. Mas foi fornecida copiosa documentação provando que as greves e atos perturbadores da ordem eram dirigidos por elementos que figuravam nas chapas para deputados quer federais quer estaduais, como Roque Trevisan e Vitorio Braga, do Rio de Janeiro e muitos outros. Os órgãos comunistas sistematicamente fazem a propaganda da Federação Mundial Sindical e Confederação dos Trabalhadores da América Latina. A instalação da Confederação dos Trabalhadores do Brasil tinha como “slogans”, “Via Sindicato”, “União Sindical”, “P.T.B.”, Confederação dos Trabalhadores da América Latina e Confederação Mundial Sindical”, o que prova suficientemente o caráter internacional que estes órgãos queriam dar à organização brasileira contra os dispositivos legais do país”.

Ao terminar, o sr. Morvan Figueiredo afirmou que o Ministério do Trabalho está mobilizado para manter o trabalho e a ordem em todo o país, asseguradas as liberdades da Carta Magna.

Esta é uma matéria de repercussão sobre o fechamento de vários sindicatos. Está acompanhada, no jornal, de uma outra matéria que traz o texto do decreto presidencial na íntegra. Neste caso, observa-se que até mesmo o fato de os jornalistas terem feito uma pergunta ao ministro e a pergunta são descritos.

Informações como quantos sindicatos foram fechados, de quais categorias, etc, só aparecem no final da página, depois de um intertítulo. Em seguida, aparecem matérias sobre outros assuntos, com intertítulos.

Esta era uma prática comum. Tanto no caso das manchetes (textos produzidos por agências internacionais) quanto nas reportagens internas (textos produzidos pelos profissionais do jornal), matérias sobre vários assuntos são publicadas sob um mesmo título, separadas eventualmente por intertítulos.

O cargo da fonte aparece, seguido de um pronome de tratamento e o nome.

## A RELAÇÃO REPÓRTER-FONTE NO TEXTO

As citações são longas, separadas por aspas e buscam traduzir tudo o que a fonte disse. Nos casos de discursos, comumente tudo o que a fonte falou é descrito na íntegra. Notas oficiais também são publicadas inteiramente, precedidas de uma rápida introdução do jornalista, respondendo quem diz o quê onde. Tanto o discurso direto quanto indireto são utilizados.

No noticiário político, o autor do texto interpreta e opina sobre o que escreve. Muitas são as matérias que descrevem discursos pronunciados na Câmara ou no Senado vírgula por vírgula, incluindo as intervenções dos diversos deputados.

Não há nenhuma preocupação em parecer ou ser neutro ou objetivo. Em uma das matérias, por exemplo, o autor diz que a exposição do senador Ferreira

de Souza ...foi mais do que um simples volta da rotina parlamentar, foi uma longa e interessante lição de direito público constitucional. O projeto do senador Ivo de Aquino foi analisado, esmiuçado, revirado. Não ficou uma linha sequer sem resposta clara e insofismável em que o argumento do relator desaparecia por completo sob a tremenda argumentação do professor de Direito da Faculdade do Rio de Janeiro, o Sr. Ferreira de Souza.<sup>55</sup>

Nos anos 50, o estilo se mantém. Em outros textos, o autor usa a primeira pessoa do plural, “nós”, para dizer que a intervenção do governo federal nos sindicatos é um “plano que nos merece todo apoio”.

## A CHEGADA DO *LEAD* EM O ESTADO DE S. PAULO

Na segunda metade dos anos 50, começa a surgir o *lead*. O primeiro parágrafo é colocado em destaque, logo após o título. Ao que parece, esta foi uma das poucas alterações observadas nos anos 50 no jornal **O Estado de S. Paulo**. A utilização do *lead*, no entanto, não introduziu, no caso do periódico analisado, uma dicotomia entre objetividade e opinião, como pode-se observar no texto abaixo, publicado em 23 de maio de 1957:

### POR CULPA DO PREFEITO Eleva-se a dívida de Porto Alegre (Do correspondente)

Porto Alegre, 22 (Via “Western”) – Na sessão de hoje da Câmara Municipal, o vereador Alberto Andre acusou o prefeito Leonel Brizzola de estar provocando a elevação da dívida do município em 767 milhões de cruzeiros para mais de um bilhão e cem milhões de cruzeiros, graças á sua (ininteligível) de austeridade administrativa e do empreguismo que grassa na Prefeitura. O representante libertador analisou em longo discurso o balanço da Prefeitura, enviado por decisão da Câmara ao Tribunal de Contas, para que recebesse parecer tecnico.

O exame de contas demonstrou ter sido desastroso o resultado financeiro do primeiro ano da atual administração de Porto Alegre, com o crescimento do “deficit” nos diversos setores publicos.

Pode-se observar neste texto alguns elementos do novo modelo de objetividade. Há um *lead*: o primeiro parágrafo responde o que (a denúncia do endividamento da prefeitura de Porto Alegre) , quem (o vereador Alberto André), onde

(na Câmara Municipal de Porto Alegre), como (em um pronunciamento na Câmara) e por quê (para denunciar o empreguismo).

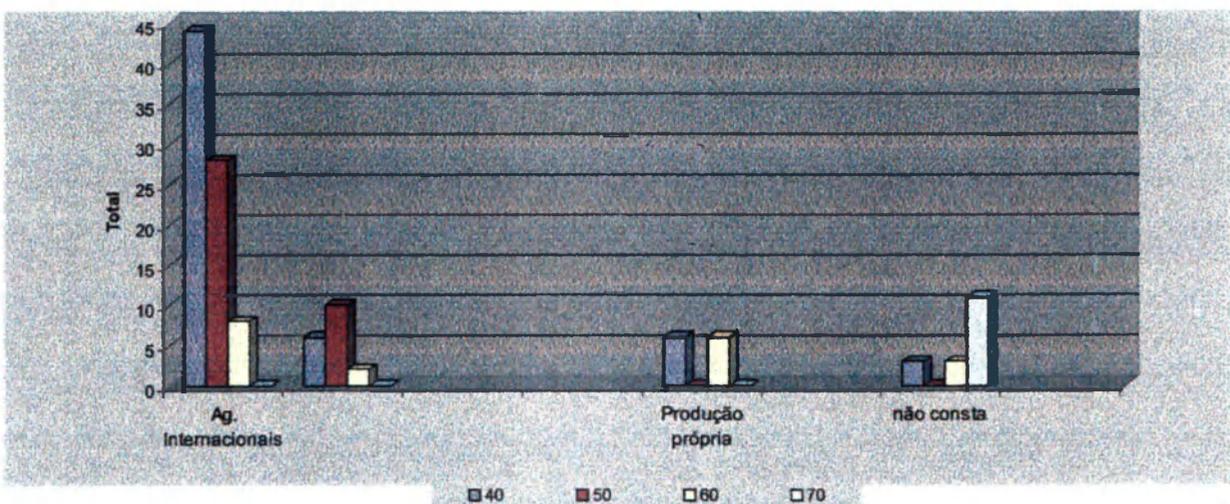
Há ainda uma seqüência da distribuição das informações em uma pirâmide invertida: a maior parte delas está concentrada no primeiro parágrafo.

A chegada do *lead* também altera a relação repórter-fonte: todo o tempo, quem passa a informação, quem denuncia são as fontes, o vereador Alberto André e o Tribunal de Contas. O repórter não está opinando, mas apenas transcrevendo opiniões.

Mas, ao mesmo tempo em que obedece estas regras do modelo de objetividade, o texto é altamente opinativo, a começar pelo fio (Por culpa do prefeito). Ou seja, a opinião não se expressa mais no discurso do repórter, do autor do texto, mas na escolha da pauta, na seleção das fontes e na edição do título. É interessante observar que este não fala, como seria provável nos anos 40, sobre "Denúncia do sr. Alberto André sobre endividamento na Prefeitura de Porto Alegre", mas "Eleva-se a dívida de Porto Alegre", ou seja, reconstrói-se o fato, com um título perfeitamente inteligível, completamente inserido dentro de uma noção de "roupagem de mercadoria".

É importante observar que textos como estes continuam a conviver com textos sem *lead* e títulos com pronomes de tratamento, mesmo depois de 1957, mas começam a cair em desuso.

## Gráfico 2 - Produção de Notícias



O Gráfico 2 demonstra que a utilização de matérias produzidas por agências internacionais foi maior durante os anos 40 e 50, o que reflete a importância do contexto internacional e a incipiente produção própria, sobretudo nos anos 50. É importante ressaltar também que a leitura da coleção do jornal aponta para uma produção própria significativa durante os anos 70. No entanto, isto não aparece de maneira explícita no gráfico, pela postura que o jornal adotou a partir de então de não identificar o(s) autor(es) do texto. Houve, portanto, a partir dos anos 60, um crescimento no número de reportagens produzidas pelos próprios profissionais de O Estado de S. Paulo. Isto contribuiu para afirmar o pressuposto de que o jornal viveu um período de crescimento, industrialização e aperfeiçoamento da mercadoria notícia, a partir da expansão da produção própria de notícias, que certamente exigiu a formação de um corpo de profissionais.

## A AUTORIA DAS REPORTAGENS

As manchetes nem sempre são textos meramente informativos. Textos opinativos também ocupam manchetes e geralmente vêm assinados pelos seus autores, principalmente nos anos 40. No entanto, estes também são ligados a agências internacionais ou personagens políticos e/ou diplomáticos, como Fritz Thyssen, um ex-deputado alemão que conta os bastidores de sua relação com Hitler, em um artigo traduzido por Érico Veríssimo.

São raríssimas as reportagens produzidas pelo próprio jornal. Mais difícil ainda encontrá-las entre as manchetes. Quando produzidas pela equipe de **O Estado de S. Paulo**, não são assinadas pelos seus autores. A referência dada é “Estado - Pelo telefone”.

Nos anos 50, o número de manchetes assinadas pelos autores aumenta. Quase todas foram redigidas por correspondentes internacionais ligados a agências, como Gilles Lapouge e Charles Lynch. Nos anos 60, o número de manchetes produzidas pelo próprio jornal, incluindo as reportagens feitas por sucursais, aumenta. Em 72, a referência ao autor não vai aparecer na maior parte das manchetes, mas pela leitura da coleção do jornal, percebe-se explicitamente que o número de reportagens produzidas pelo próprio jornal publicadas na capa aumenta. Quando não produzidas pelo próprio jornal, no caso das manchetes sobre questões internacionais, os textos são reescritos.

## OS TEMAS RECORRENTES

Durante todo o período analisado – 1942 a 1972 – a maior parte das manchetes é dedicada ao noticiário internacional.

No entanto, é importante observar que as questões internacionais tratadas na primeira página parecem próximas à realidade brasileira, ao momento histórico em que a sociedade brasileira vive.

Assim, na década de 40, o assunto predominante é a II Guerra Mundial e até as matérias sobre a economia brasileira que apareceram nas manchetes se referiam a assuntos indiretamente ligados ao conflito, como por exemplo o racionamento no consumo de combustíveis. Ou ainda, o fechamento do Partido Comunista do Brasil, uma discussão inserida dentro de um debate maior, internacional, já que pode-se observar desde o final da II Guerra a formação do cenário da Guerra Fria.

Na primeira metade da década de 40, as poucas manchetes nacionais tratavam sobre economia, em especial, empréstimos internacionais e as mudanças no comando da economia do País e do sistema monetário, com a introdução do Cruzeiro.

Na segunda metade, a Guerra Fria foi o tema dominante, seja com referência direta à atuação e repercussão dos partidos comunistas na Europa, seja com relação ao socorro financeiro prestado pelos Estados Unidos a diversos países, inclusive europeus, para que pudessem se reconstruir após a II Guerra.

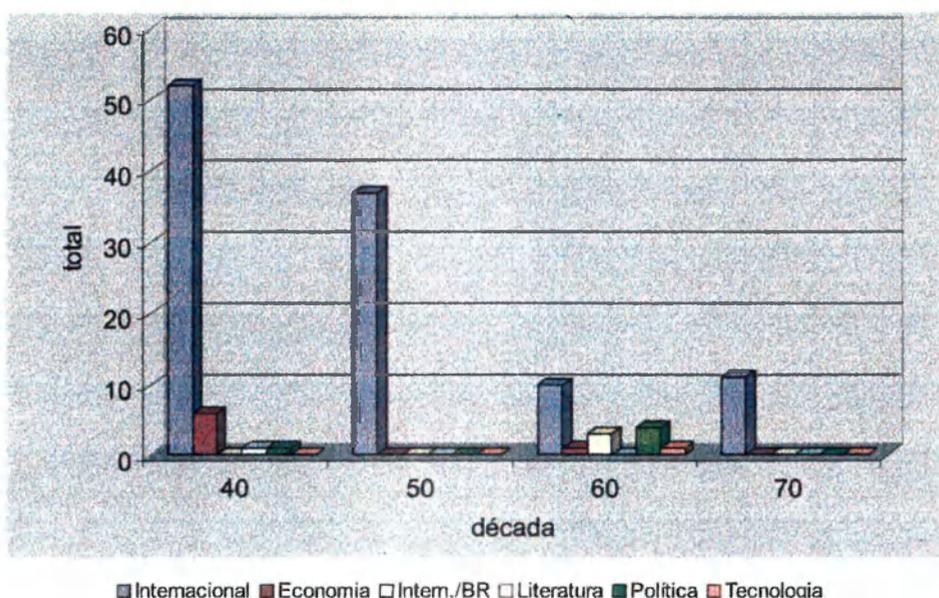
Nos anos 50, o noticiário internacional continuou tendo espaço privilegiado na primeira página. O tema principal, a Guerra Fria. A maior parte das questões internacionais foi tratada dentro deste contexto, inclusive quando o assunto era tecnologia, como no caso do lançamento do primeiro satélite artificial pela Rússia. O assunto foi noticiado a partir da corrida tecnológica em que Rússia e Estados Unidos concorriam.

Questões internacionais sobre a política interna de determinados países e a relação dos Estados Unidos com o mundo árabe também tinham seu espaço.

Nos anos 60, o noticiário internacional passa a perder terreno para o nacional, embora aquele continue ocupando o maior espaço. A Guerra Fria continua sendo o principal assunto, assim como o comunismo continua em pauta. É interessante observar um crescimento na cobertura da política e da economia nacional, especialmente na Segunda metade da década, já durante a ditadura militar.

Só a partir da década de 70 o noticiário nacional passaria a predominar na primeira página. Mesmo assim, a maior parte das manchetes é sobre questões internacionais como Guerra do Vietnã, Estados Unidos e a ditadura militar na Argentina.

**Gráfico 3 - Assuntos das Manchetes**



Este gráfico demonstra a importância do noticiário internacional durante o período analisado. Dentro do item "Internacional", estão incluídos os temas "II Guerra Mundial" e "Guerra Fria". Também é interessante observar o destaque dos temas "Política" e "Internacional/Brasil" nos anos 60. O segundo se refere às relações internacionais entre Brasil e demais países.

## AS AGÊNCIAS INTERNACIONAIS

A utilização de matérias produzidas por agências internacionais é um recurso utilizado pelos jornais há algum tempo, pois permite economia de recursos na cobertura de matérias que transcendem a geografia do veículo ou rede. Assim os jornais não precisam investir em equipes de reportagem no exterior, por exemplo. Muitas vezes, as agências também permitem a economia de recursos dos jornais em investir em sucursais no seu próprio país.

O que se observa em *O ESP* é que, à medida em que aumenta o número de sucursais (antes de 50 praticamente restrita ao Rio de Janeiro), mais matérias locais são produzidas pelo jornal.

As reportagens das agências também podem servir para complementar as produzidas pelos repórteres do veículo. Assim, nos anos 60, verificam-se manchetes assinadas por diversas agências internacionais e sucursais do jornal. O que o redator faz é uma compilação dos textos, buscando reunir o maior número de informações. Neste caso, sua função é complementar.

Este não é um fenômeno exclusivo de **O Estado de S. Paulo**. Segundo Juarez BAHIA<sup>56</sup>, os grandes jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão empregam centenas de pessoas capazes de gerar novidades, mas geralmente são as notícias das agências que mais circulam e ocupam espaço e tempo dos veículos.

As matérias produzidas pelas agências internacionais de notícias seguem um ritmo de produção industrial, em que a perecibilidade do produto - a notícia - é altíssima e obriga a uma velocidade cada vez maior no envio da informação. A precisão da informação também é outro elemento central neste mercado.

Embora as técnicas de redação e reportagem das agências de notícias mereçam um estudo à parte, dentro de cada momento histórico e da realidade de cada uma delas, parece claro que a objetividade é um dos seus aspectos.

Por atenderem clientes partidários ou não, por seus assinantes terem caráter e natureza diversos, entre eles a agência atua como fonte fidedigna de notícias, cujo valor é avaliado pelo grau de exatidão que possui.

Segundo Juan SOMAVÍA<sup>57</sup>, sua estrutura, sua forma de propriedade, sua racionalidade de empresa privada conduzem essas agências a transformarem a informação em uma mercadoria e a conceberem suas atividades como destinada a “vender” seu produto melhor que seus competidores. A “lógica” do mercado passa a ser o critério fundamental de sua atuação.

56 BAHIA, *op. cit.*

57 SOMAVÍA, Juan. A estrutura transnacional de poder e a informação internacional. Elementos para a definição de políticas face às exigências transnacionais de notícias. In: MATTA, Fernando Reys. A informação na nova ordem internacional. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

## O MONOPÓLIO MUNDIAL DE INFORMAÇÃO

As agências Associated Press (AP) e United Press Internacional (UPI), ambas americanas, a inglesa Reuter e a francesa Agência France Press (AFP) dominam o mercado mundial de informações há algum tempo. Em **O Estado de São Paulo**, também podem ser encontrados textos da *H.T.M.*, que deixam de ser publicados após o fim da II Guerra Mundial, e da italiana *Ansa*.

Com exceção da *AFP*, as demais são formadas por capital privado. Todas foram criadas antes da década de 50. A *Reuter* e a *Associated Press* são as mais antigas, fundadas em 1848 e 1851 respectivamente. A *United Press* surgiu em 1907 e mais tarde absorveria a *International News Service*, tornando-se *United Press Internacional*. A *France Press* passaria a atuar em 1945, como herdeira da primeira agência de notícias com caráter mundial, a *Havas*, de 1935, cuja sede ficava em Paris.

Todas têm sedes no mundo desenvolvido, mas surgiram primeiramente na Europa. A *Associated Press*, mais antiga agência norte-americana, foi criada a partir da concorrência com as similares européias. As notícias da Europa eram importantes para os jornais dos Estados Unidos. ALBERT e TERROU<sup>58</sup> contam que a concorrência entre os jornais era tão acirrada que estes travavam uma luta entre si para definir quem seria o primeiro a tirar proveito das informações trazidas pelos navios vindos do Velho Mundo. Ia-se, inclusive, ao encontro dos navios em alto-mar. Em maio de 1848, os seis diários de Nova York se associaram para formar a *Associated Press*, que demorou a se desenvolver devido à competição entre os periódicos.

A concorrência, no entanto, não segue critérios de perfeição, embora seja disciplinada pelo próprio mercado. O que este faz é “organizar” o monopólio. No final do século XIX, as grandes agências fizeram acordos de troca de informações em que cada qual se reservou um domínio geográfico exclusivo. O primeiro acordo entre *Havas*, *Wolff* (agência alemã) e *Reuter* foi assinado em 1859. Em 1872, a *AP* juntava-se a elas.

Embora não se tenha localizado estudos sobre a distribuição do mercado de notícias no mundo nos anos 50, dados levantados por M. Vázquez Montalban<sup>59</sup> em 1970 apontam uma geopolítica informativa universal, na qual *AP*, *UPI*, *France Press*, *Reuter* seriam as principais distribuidoras de noticiários internacionais para 54,4% da população mundial.

A produção monopolizada de informação traz conseqüências ideológicas diversas. O fato de a objetividade estar presente nos textos, na necessidade de precisão, não elimina o caráter opinativo. A opinião é expressa na escolha das pautas, por exemplo. As agências decidem o que é notícia ou não, muitas vezes utilizando

58 ALBERT, P.; TERROU, F. *op. cit.*

59 Citado por MEDINA, *op. cit.*, 1978.

critérios que não refletem a realidade social do país em que o fato ocorreu. A omissão de um fato, a opção de não cobrir determinado acontecimento, também expressa um pensamento, além, é claro, do uso de adjetivos e advérbios como rótulos.

A utilização de matérias produzidas por agências internacionais em **O Estado de S. Paulo** não pode deixar de ser analisada.

Durante os anos 40, são responsáveis por mais de 90% das manchetes da primeira página. Na maior parte das vezes, a capa é inteiramente ocupada por matérias fornecidas por agências, inclusive quando se trata de assuntos envolvendo o Brasil.

A cassação do registro do Partido Comunista em 1947, por exemplo, mereceu manchete, mas as reportagens foram produzidas pela *AFP (Agency France Press)* e pela *UP (United Press)*. A ênfase foi sobre a repercussão internacional do fato e sobre a opinião do dono do jornal, Júlio de Mesquita Filho, que se encontrava na Argentina e foi entrevistado pela *AFP*.

Neste período, o jornal publica reportagens produzidas pela *Reuter (R)*, *United Press (UP)*, *Agência France Press (AFP)* e *H.T.M*, da qual não encontramos registros na bibliografia consultada. As reportagens das agências freqüentemente são transcrições de comunicados oficiais. Percebe-se também a importância do rádio, já que muitos textos se resumem a informar o que as emissoras de rádio do país em questão teria noticiado.

As matérias são publicadas como chegam à redação. Há um título, uma gravata de três a quatro linhas. Os textos, na realidade, são formados por uma série de telegramas publicados na íntegra, nem sempre referentes ao mesmo fato.

Por exemplo, no dia 7 de maio de 1942, o título da matéria se referia à resistência dos franceses em Madagascar. No texto, estavam relacionados 17 telegramas, todos com referência às agências internacionais que os haviam fornecido, sobre invasões em Berlim, no Japão, ataques de Forças Britânicas em Madagascar, entre outros.

O papel das agências permanece inalterado nos anos 50. Os leitores de *OESP* acompanharam a Guerra Fria através da *AFP*, *UP* e *AP (Associated Press)*. A capa do jornal continua sendo o espaço das agências internacionais.

No entanto, neste momento, a participação das agências não se resume só aos textos.

As fotos utilizadas na capa também são produzidas por elas (muitas da agência *ACME*) e geralmente vêm acompanhadas de legendas longas, que não se limitam apenas a citar o nome e cargo do(s) personagem(s) mostrado(s), mas descrevem a situação retratada.

Os textos dos telegramas também passam a ser reescritos e reunidos por assunto.

Nos anos 60, as agências de notícias continuam ocupando mais da metade da primeira página, embora eventualmente apareçam textos assinados pelas sucursais do jornal. Também começam a aparecer fotos produzidas pelo jornal. As agências com maior número de matérias utilizadas neste período são *AFP*, *AP*, *UPI*, *Ansa*.

Nos anos 70, as matérias internacionais ainda ocupam lugar privilegiado na capa do jornal, mas já perderam seu domínio para o noticiário nacional. Quando aparecem, não constam o autor ou agência que o produziu.

## CONCLUSÃO

“A opção por um determinado jornal é um ato político”. Ou ainda,

um verdadeiro jornal é a publicação onde por meio de notícias e de artigos se dão alimento à curiosidade do público e normas para a disciplina do seu espírito e dos seus costumes (...) e constitui para o público uma verdadeira bênção. Dispensa-o do trabalho de formar idéias. Dá-lhas já feitas e polidas todas as tardes, sem disfarces e sem enfeites, lisas, claras e puras<sup>60</sup>

Este é o “espírito” de um jornal que ousa não seguir o modelo da objetividade jornalística, o único possível, ou o melhor, ou ainda uma evolução, segundo muitos estudiosos da imprensa. A primeira declaração abre a *home-page* do jornal na Internet. A segunda é de Plínio Barreto e foi feita em 1928. O “Estadão”, como é popularmente conhecido, não faz questão de ser neutro. Muito pelo contrário.

O mais interessante neste aspecto é de que se trata de um típico representante da grande imprensa, que concorria, já no período analisado, com outros “gigantes” da mídia impressa brasileira, e todas suas inovações, seus *style-books*, *leads* e *copy-desks*.

Não pode ser reduzido a resquício de jornalismo político-literário, pois já na década de 20 chegava a uma tiragem de 20 mil exemplares, para uma população de aproximadamente 580 mil habitantes na cidade de São Paulo, ou um exemplar a cada 29 habitantes, segundo o próprio jornal. Para se ter uma idéia do que isto representa, em 98 o jornal circulou com uma média de 484 mil exemplares, de acordo com o Instituto de Verificação de Circulação, ou pouco mais do que um exemplar para cada 29 habitantes só na cidade de São Paulo.

Portanto, definitivamente trata-se de um jornal produzido em larga escala, a partir de um modelo padronizado, sob uma divisão de trabalho, caracterizando-se como indústria cultural, dependendo de um público-leitor para sua auto-sustentação. Isto sem falar no seu peso simbólico na sociedade brasileira.

Isto não significa, no entanto, que o jornal ignorou ou rejeitou completamente o modelo da pirâmide invertida, ou o formato imposto pelo *lead*. O periódico demonstra uma certa resistência à padronização. Esta resistência pode ser sentida ao se verificar que o projeto gráfico do jornal só foi implantado na década de 80. O primeiro manual

60 CAPELATO, *op. cit.*

de redação de *O Estado de S. Paulo* foi elaborado no final da década de 80, início dos anos 90.

No entanto, antes disso, o jornal acaba incorporando alguns elementos das reformas gráfica e editorial adotadas pela imprensa carioca. As reportagens passam a contar com *leads*, os advérbios, adjetivos e artigos caem em desuso, principalmente nos títulos, mas, ao mesmo tempo, a opinião continua presente na escolha da pauta, das fontes, das declarações dos entrevistados, da diagramação e o destaque (ou a falta deste) dado para alguns textos, em detrimentos de outros.

Uma das primeiras reportagens em que localizamos a presença do *lead* fala sobre uma manifestação de diversos segmentos da sociedade sobre a discriminação do governo federal com relação a São Paulo. O repórter não precisa opinar. Só a escolha da pauta e a declaração das fontes presentes na manifestação já são suficientes para transmitir o que se pensa.

Evidentemente, não é qualquer opinião que encontra eco nas páginas do jornal. A linha editorial é clara, aliás, desde que o jornal foi fundado. É dentro desta limitação que o texto opinativo tem o seu espaço. Neste caso, a objetividade que se cobra é do jornalista, e não do veículo.

Mas a opinião não tem apenas a função de disseminar idéias. A declaração de Barreto, citada no início deste capítulo, mostra também um outro lado da questão: ela não pode estar inserida apenas no campo das idéias. A opinião de um jornal também pode representar um aspecto mercadológico importante, prestando um serviço ao leitor. Pode contribuir, por exemplo, para interpretar e formar seu próprio ponto de vista a respeito do fato.

As opiniões de **O Estado de S. Paulo** também encontram eco dentro da sociedade brasileira. Ou seja, muito mais do que um mero porta-voz dos seus editores, ou da classe a que eles pertencem, o jornal também contém, dentro da sua mensagem, características dos seus leitores. Opiniões também são vendidas, fazem parte de um mercado.

Outro aspecto que o estudo traz à tona é a função do jornalista, que passa a ser controlado ideologicamente não pelo dono do veículo ou pelo chefe de redação. As próprias técnicas de redação o fazem. Um dos reflexos diretos das mudanças trazidas com a chegada do *lead* é a padronização da linguagem, que se estende até os dias de hoje, restringindo a liberdade do autor do texto. Em nome, é claro, da objetividade, do melhor entendimento do texto pelo leitor.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, Alzira Alves de. *A imprensa em transição* (org.) Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ALBERT, P.; TERROU, F. *História da imprensa*. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica - História da Imprensa Brasileira*, 4.ed. São Paulo: Ática, 1990.
- BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BENEVIDES, Maria Victoria. *O PTB e o Trabalhismo. Partido e sindicato em São Paulo (1945-1964)*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- BOBBIO, Norberto. *Dicionário de Política*. Brasília: Edunb, 1993, vol. 2.
- BOSI, Ecléa. *Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias*. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1981.
- CAPELATO, Maria Helena e PRADO, Maria Lígia. *O bravo matutino. Imprensa e ideologia no jornal "O Estado de S. Paulo"*. São Paulo: Alfa-Ômega, 1980.
- CARDOSO, Alcina Maria de Lara. *Imprensa sindical em tempos de esperança. O metalúrgico e o nacionalismo-desenvolvimentista - 1951 a 1964*. São Paulo, 1992. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.
- CARDOSO, Fernando Henrique. *Empresário industrial e Desenvolvimento Econômico no Brasil*. 2 ed. São Paulo: Difel, 1972.
- CHACON, Vamireh. *Humanismo e comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1970.
- CHARTIER, Roger. *A história cultural. Entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand-Brasil, 1990.
- COHN, Gabriel (org.) *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Edusp, 1971.
- DECCA, Edgard S. de. *1930- O silêncio dos vencidos*. São Paulo: Brasiliense, 1981.
- DELGADO, Lucília de Almeida Neves. *O Comando Geral dos Trabalhadores no Brasil - 1961-1964*. Petrópolis: Vozes, 1981.
- DINES, Alberto. *O papel do jornal. tendências da comunicação e do jornalismo no mundo em crise*. Rio de Janeiro: Artenova, 1974.
- DOSSE, François. *A história em migalhas: dos "Annales" à "Nova História"*. Campinas: Editora da Unicamp, 1992.
- ESSUS, Ana Maria Mauad de S.; Grinberg, Lucia. "O século faz cinquenta anos": fotografia e cultura política em 1950. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, vol. 14, n.27, p. 129-148, 1994.
- GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. *Do jornalismo político à indústria cultural*. São Paulo: Summus, 1987.
- HABERMAS, Jürgen. Do jornalismo literário aos meios de comunicação de massa. In: MARCONDES FILHO, Ciro. *Imprensa e Capitalismo*. São Paulo: Kairós, 1985.

- MANGUEL, Alberto. *Uma história da leitura*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.
- MARCONDES FILHO, Ciro (org.). *Dieter Prokop*. São Paulo: Ática, 1986. Col. Grandes Cientistas Sociais.
- MARANHÃO, Ricardo. O Estado e a política "populista" no Brasil (1954-1964). In: FAUSTO, Boris (dir.) *História Geral da Civilização Brasileira*. Tomo II, vol. 3. São Paulo: Difel, 1983, p. 258-294.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia. Jornalismo como produção social de segunda natureza*. 2 ed. São Paulo: Ática, 1989.
- MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. *Manual de redação e estilo O Estado de S. Paulo*. 2. ed. São Paulo: Maltese, 1992.
- MATOS, Olgária. C.F. *A escola de Frankfurt. Luzes e sombras do Iluminismo*. 3 ed. São Paulo: Moderna, 1993.
- MEDINA, Cremilda de Araújo. *Notícia, um produto à venda*. São Paulo: Alfa-Ômega, 1978.
- MELO, José Marques de. *Populismo e comunicação*. São Paulo: Cortez, 1981.
- MELO, José Marques de. *Sociologia da Imprensa Brasileira*. Petrópolis: Vozes, 1973.
- MENDONÇA, Sônia Regina de. Dez anos de economia brasileira: História e historiografia (1954-1964). *Revista Brasileira de História*. São Paulo, vol. 14, n.27, 1994, p. 87-97.
- MONIZ BANDEIRA, L. A. *O governo João Goulart: as lutas sociais no Brasil (1961-1964)*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1977.
- MONTERO, Maria Dolores. *La información periodística y su influencia social*. Barcelona: Editora Labor, 1993.
- MORAES, Amaury Cesar. *Imprensa e Constituinte: o projeto político do jornal O Estado de S. Paulo (1987-1988)*. São Paulo: 1991. Dissertação (Mestrado em Ciência Política). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo.
- OLIVEIRA, Lúcia Lippi; VELLOSO, Mônica Pimenta; GOMES, Ângela Maria Castro. *Estado Novo. Ideologia e poder*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- PÉCAULT, Daniel. *Os intelectuais e a política no Brasil - Entre o povo e a nação*. São Paulo: Ática, 1990.
- PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. *Pactos políticos: do populismo à redemocratização*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- SAES, Décio. Classe média e política no Brasil (1930-1964). In: FAUSTO, Boris (dir.) *História Geral da Civilização Brasileira*. Tomo II, vol. 3. São Paulo: Difel, 1983, p. 448-506.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Muito além do Jardim Botânico*. Rio de Janeiro: Summus, 1985.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *O adiantado da hora. A influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991.
- SILVA, Rafael Souza. *Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa*. São Paulo: Summus, 1985.

- SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa Brasileira*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.
- SOMAVÍA, Juan. A estrutura transnacional de poder e a informação internacional. Elementos para a definição de políticas face às agências transnacionais de notícias. In: MATTA, Fernando Reys. *A informação na nova ordem internacional*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.
- TASCHNER, Gisela. *Folhas ao vento. Análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- TOLEDO, Caio Navarro de. *Iseb: fábrica de ideologias*. São Paulo: Ática, 1978.
- TREVISAN, Maria José. Anos 50: Os empresários e a produção cultural. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 8, n. 15, p. 139-156, setembro de 87/fevereiro de 88.
- WAINER, Samuel. *Minha razão de viver. Memórias de um repórter*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981.
- WEFFORT, Francisco. *O populismo na política brasileira*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

#### PERIÓDICOS

- O ESTADO DE S. PAULO. São Paulo: 1942-1972
- REVISTA DE COMUNICAÇÃO, n. 23, Ano 6, Novembro de 1990.
- REVISTA DE COMUNICAÇÃO, n. 30, Ano 8, Novembro de 1992.
- REVISTA DE COMUNICAÇÃO, n. 35, Ano 10, Março de 1994.