



Título: A trajetória do *Diário Mercantil: alter ego* da cidade de Juiz de Fora¹

Christina Ferraz Musse² – Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF

Resumo: O trabalho pretende avaliar a trajetória de um jornal do interior, que circulou durante mais de setenta anos consecutivos, representando o pensamento das elites políticas, econômicas e intelectuais da cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais. O periódico é um documento indispensável à compreensão da história daquele centro urbano, e sua análise traz luz sobre as maneiras de narrar a contemporaneidade, sob a ótica dos jornais do interior, situados à margem dos padrões da grande imprensa, mas, aos poucos, cooptados ou destruídos pelas grandes corporações jornalísticas.

Palavras-chave: imprensa; história; cultura; identidade; cidade.

Na história da imprensa brasileira, poucos periódicos conseguiram sobreviver por tantas décadas, e criar vínculos tão intensos com o seu público leitor, quanto o *Diário Mercantil*, que circulou na cidade de Juiz de Fora, entre 1912 e 1983, e foi considerado, por uma de suas cronistas, como o *alter ego* da cidade. Com seu perfil conservador, o jornal representou o pensamento das elites da cidade industrial e cosmopolita, mas não resistiu ao novo padrão econômico global que fragilizou o espaço local e determinou um diferente modelo de concorrência, dependente cada vez mais da tecnologia e do grande capital.

A origem

Em Juiz de Fora, o aparecimento da imprensa está intimamente ligado à consolidação do núcleo urbano, na segunda metade do século XIX. Nesse período, mais de trinta publicações pontificaram na cidade, a maioria de vida efêmera. Na virada do século, em que o município ganha investimentos na construção de fábricas e na urbanização, cresce a influência e o número de publicações em circulação:

Na segunda década deste século [XX], dentre mais de três dezenas de periódicos lançados à circulação, vale pôr em relevo o ‘Diário Mercantil’, iniciado em janeiro de 1912; ‘O Dia’, em dezembro de 1917; o ‘Lar Católico’, em 1912; ‘A Batalha’, em agosto de 1920; ‘O Lince’, em janeiro de 1912. (OLIVEIRA, A., 1978, p. 31).

¹ Trabalho apresentado ao NP de Jornalismo no VIII NUPECOM - Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação.

² Professora adjunta e vice-chefe do Departamento de Televisão e Rádio da Faculdade de Comunicação da UFJF; doutora em Comunicação e Cultura pela UFRJ; coordenadora do projeto de pesquisa *Televisão e imaginário urbano: as narrativas da cidade no espaço dos telejornais*; coordenadora do projeto de extensão *Comunicação para projetos de Economia Popular Solidária de Juiz de Fora e região*; professora das Especializações em *Comunicação Empresarial e TV, cinema e mídia digitais*. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF.



Sobre o *Diário Mercantil (DM)*, devem-se destacar as seguintes observações de Paulino de Oliveira:

O *Diário Mercantil* apareceu em 1912. Suas oficinas e redação funcionavam na Av. Rio Branco, no lugar em que se acha a galeria Sirimarco. Pertenceu depois a uma empresa do Rio, a Transoceânica, quando tinha como redator-chefe, Pinto de Moura, e como redator-secretário, José Costabile. Passando às mãos dos drs. Antônio Carlos e João Penido³, obedecia deste a orientação política, sendo Tito de Carvalho, chefe de redação, e Rui Novais, secretário. Tito consagrou-lhe toda a sua vida. Nele ingressou como repórter, no ano de sua fundação, e dele só se afastou, por motivo de saúde, em 1931, quando a empresa foi incorporada aos Diários Associados (OLIVEIRA, P., 1966, p. 23).

O primeiro número do *Diário Mercantil*, sob a orientação de Antônio Carlos Ribeiro de Andrada e João Penido, aparece em 23 de janeiro de 1917. O jornal tem quatro páginas, cinco colunas e vários anúncios. Os novos proprietários são candidatos a deputado pelo Partido Republicano Mineiro (filiado ao Partido Republicano Conservador), à época chefiado por Crispim Jacques Bias Fortes. O editorial do primeiro número deixa claras as filiações do jornal e seu compromisso na defesa dos interesses da nascente burguesia do interior do país:

É evidente que não poderíamos pretender esse apoio [da opinião pública] se não afirmássemos desde logo que os interesses das classes productoras do paiz, quando legitimos, terão em o “Diário Mercantil” um advogado solícito e fiel.

E de defensores solícitos e fieis precisam sempre, especialmente nesta hora, a lavoura, o commercio e a industria, as tres grandes forças de onde promanam a riqueza particular e publica, e, portanto, o bem-estar do paiz. [...]

Em um paiz novo a acção dos governos tem de se orientar no sentido de amparar e fortalecer a iniciativa particular, de modo que lhes cumpre planejar e executar medidas tendentes a esse nobre e proveitoso fim: quaes sejam ellas, eis o que teremos de indicar pelo tempo afóra, inscrevendo-as como parte importante do programa que teremos de realizar. (EDITORIAL, 1917, p.1).

³ As ligações de Antônio Carlos Ribeiro de Andrada e João Penido com a imprensa são anteriores à aquisição do *Diário Mercantil*. Segundo Albino Esteves (1915, p. 324-325), em 1 de junho de 1897, Antônio Carlos comprou e assumiu a direção do *Jornal do Commercio*, que tinha sido fundado no ano anterior. Em 8 de outubro de 1899, ele foi substituído interinamente na direção por João Penido, que ficou no cargo até 9 de agosto de 1900.

Em 1922, com uma população de 118.166 habitantes⁴, Juiz de Fora tinha seis jornais diários: *O Pharol*, *Correio de Minas*, *Jornal do Commercio* e *O Dia* (matutinos); *A Tarde* e o *Diário Mercantil* (vespertinos) (LYS, 1922, p. 64). Pela quantidade de jornais e revistas em circulação, Edmundo Lyz (1922, p.64) se refere a Juiz de Fora como “capital intelectual do Estado de Minas”. A expressão é ratificada, muito tempo depois, por Paulino de Oliveira (1966, p. 24) ao lembrar que, durante a década de 20, “enquanto na Capital do Estado havia apenas três jornais diários, aqui, se editavam sete, nenhum deles inferior aos de lá”.

Segundo Paulino de Oliveira (1966, p.26), até 1930, nenhum jornal da cidade circulou com mais de quatro páginas, a não ser em edições extraordinárias. Apesar de, nos grandes centros, como bem observa Nelson Werneck Sodré (1966), a imprensa já ter deixado de lado, desde o início do século, o caráter artesanal, adequando-se a um modelo capitalista de produção e divisão de trabalho, em Juiz de Fora, sobrevivia ainda um modelo bastante “familiar”. Para Paulino de Oliveira (1966, p. 26), “imprensa não era meio de vida. Não dava camisa a ninguém”. A folha de pagamento, segundo ele, era pequena e de valor pouco expressivo, os colaboradores nada ganhavam e não existia “matéria paga”, quase tudo era publicado de graça.

Juiz de Fora é, então, considerada uma espécie de *centro jornalístico do estado*. “A liderança nesse setor dá à cidade condições de criar a Associação da Imprensa de Minas Gerais, em 1921, com o propósito de fazer oposição à Sociedade Mineira de Imprensa, sediada em Belo Horizonte, fundada no ano anterior (YAZBECK, L., 1999, p. 154).

DM: o “café da manhã dos chefes de família”

Na década de 40, a cidade dos escritores, da imprensa e das letras parece viver o ritual de passagem para uma outra área de influência, o rádio e o cinema, mesmo assim, o jornal impresso continua a ser referência para a população alfabetizada. Em 1940, a imprensa periódica em Minas conta com 273 publicações, sendo 93 pertencentes à Zona da Mata (WIRTH *apud* YAZBECK, L., 1999, p. 154). Segundo Almir de Oliveira (1978, p. 32), vale registrar o lançamento, na época, de dois novos periódicos: o *Diário da Tarde*, que pertencia ao grupo dos Diários Associados, e começou a circular em 1942, e o *Correio da Mata*, lançado no mesmo ano e que foi mais irregular. Com

⁴ Este dado referente à população de Juiz de Fora (1920) foi publicado no jornal *Tribuna de Minas*, em edição de 1 set.2004, com base em informações do IBGE.



relação ao *Diário da Tarde*, Márcia Regina Gonçalves Andreola (1995, p. 15) lembra que ele é criado com o objetivo de substituir uma segunda edição diária do *Diário Mercantil* que, durante algum tempo, além de matutino, foi também vespertino. “Jornal mais popular, diferente da linha conservadora mais elitista imposta pelo *Mercantil*, o *Diário da Tarde (DT)* era vendido na porta das fábricas, quando às 4 horas da tarde, os operários encerravam a sua jornada e levavam o jornal para suas casas para acompanharem o noticiário”. Depois de algum tempo, o *DT* vai passar a circular às 10 horas da manhã.

Em 22 de novembro de 1941, é fundado o “Sindicato dos Proletários, Intelectuais e Militantes na Imprensa de Juiz de Fora”, futuro Sindicato dos Jornalistas Profissionais da cidade, a “carta sindical nº 1”, em Minas Gerais. Em termos culturais, é criada, em 1944, a Faculdade de Filosofia e Letras de Juiz de Fora – Fafile, que até a sua incorporação definitiva, em 1968, à Universidade Federal de Juiz de Fora, será um centro formador da elite intelectual que, nos anos seguintes, vai repensar a cidade.

Na década de 50, a grande novidade da imprensa juizforana foi a introdução do *colunismo social*. Décio Cataldi, no *Diário Mercantil*, se transformaria no primeiro grande colunista de Juiz de Fora, com o *Roteiro Social*, idealizado pelo diretor do jornal, Renato Dias Filho, sob inspiração da coluna de Ibrahim Sued, em *O Globo*, que já fazia o maior sucesso.

Em meados da década de 50, “raros lares não possuíam assinatura do *Mercantil*, parte integrante do café da manhã dos chefes de família” (YAZBECK, I., 2003, p. 80). Os outros jornais que circulavam em Juiz de Fora, a *Gazeta Comercial* e a *Folha Mineira*, também diários, não conseguiam fazer sombra ao gigante do império de Assis Chateaubriand. Nem o inovador *Binômio*, lançado em 1958, e que fazia um contraponto à sisudez do *DM*, pela corrosiva linha editorial, e a diagramação mais arejada e moderna, quebrou a hegemonia do *Diário Mercantil* junto às lideranças políticas e econômicas da cidade.

Jornalismo nos anos 60

Em 1968, o *Diário Mercantil* comemora 56 anos de atividade. Cosette de Alencar (1968, p.1), uma das colaboradoras mais assíduas do jornal, escreve o editorial em comemoração à data. A cronista considera o diário um “*alter ego*” de Juiz de Fora, “*porta-voz e guia da opinião pública*”, e exalta o fato do mesmo nunca ter deixado de



ser um elemento positivo no desenvolvimento da cidade, mesmo “sob a pressão aniquiladora do ambiente provinciano”.

Por algum tempo, pode-se mesmo dizer, foi a redação desta casa uma espécie de sucursal do mais alto silogeu das letras de Minas, pois por suas mesas passaram, além de Pinto de Moura e Mário Matos, do quadro inicial da redação, escritores de projeção nacional como Lindolfo Gomes e Gilberto de Alencar, entre outros. É certo que, embora em situação de colaboradores eventuais, muitíssimos outros “cobras” da inteligência nacional deixaram nesta Casa farta amostra de seus talento e cultura. Poderíamos enumerar vasta relação de nomes. Contentamo-nos em copiar o que nos fornece o historiador Paulino de Oliveira, aliás há muito tempo um dos baluartes intelectuais da empresa. Afirma Paulino que, ao surgir o *Diário Mercantil*, em 1912, 19 dos fundadores da Academia de Letras do nosso Estado, residentes nesta cidade, pontificavam regularmente na sua imprensa, com maior ou menor assiduidade. Neste caso estariam Machado Sobrinho, Lindolfo Gomes, Dilermando Cruz, Eduardo de Menezes, João Massena, Mário Matos, Luís de Bessa, Luís de Oliveira, Heitor Guimarães, Brant Horta, Albino Esteves, Belmiro Braga, Amanajós de Araújo, Estevão de Oliveira, Pinto de Moura, Francisco Lins, Franklin de Magalhães, Gilberto de Alencar, J. Paixão e José Rangel (ALENCAR, 1968, p.1).

Até meados dos anos 60, poucos dos jornalistas que atuavam no veículo eram graduados⁵, da mesma forma que vários exerciam duas profissões: eram jornalistas e médicos, jornalistas e advogados, não dependendo exclusivamente do jornal para sobreviver. Muitos começaram no *DM* quando mal tinham saído da adolescência e por isso mesmo não surpreende que tenham passado várias décadas de vida no jornal. Pelo que se pode perceber, havia *pouca rotatividade de pessoal*, o que criava laços mais profundos entre os trabalhadores, sendo que muitos deles se referiam à empresa como “a família dos Associados”.

Jorge Couri, fotógrafo, entrou no jornal em 1948, aos 18 anos, e permaneceu lá até o fechamento em 1983, isto é, 35 anos. Começou trabalhando com a iluminação de magnésio (não se usavam nem lâmpadas e muito menos o *flash* eletrônico atual) e câmeras pesadas, que exigiam que o fotógrafo carregasse bateria (não tinha pilha) e usasse o indispensável tripé, porque qualquer movimento atrapalhava a imagem. Na oficina, as dificuldades também eram grandes, porque havia o processo trabalhoso de se

⁵ A profissão de jornalista só passou a ser reconhecida, com exigência de registro profissional e de curso superior para o seu exercício, no Ministério do Trabalho, a partir do decreto-lei 972, de 17 de outubro de 1969. Admitiu-se ainda que, aqueles que não tivessem o diploma do curso de jornalismo, pudessem exercer a profissão, através de um registro precário. As exigências para a obtenção do registro precário, que caracterizava os jornalistas provisionados, foram regulamentadas pelo decreto-lei 83.284, de 13 de março de 1979.



fazer o clichê para a impressão⁶. Só a partir dos anos 60, com as facilidades da tecnologia, a fotografia se tornou mais usual no *Diário Mercantil*.

Na primeira metade dos anos 60, o formato do jornal era “pesado”: seis páginas com muito texto. Apenas em 1968, com a reforma gráfica, é que o *DM* vai incorporar um novo visual, mais arejado, mais moderno, a partir da contratação do seu primeiro diagramador: José Luiz Ribeiro⁷, recém-formado pelo curso de Jornalismo da Fafile, e que trazia para a cidade as novidades aprendidas durante dois estágios no *Jornal do Brasil*.

Até então, o jornal não tinha diagramador, era só paginador, o trabalho ia direto para a gráfica. O jornal tinha seis páginas e o editor, Irven Cavaliere, queria passar para oito, então, me convidou. A grande novidade foi a introdução de uma página diária de cultura, que ficou também sob a minha responsabilidade, e onde escreviam o Antônio Augusto, sobre Cinema, e Cosette de Alencar, que era uma cronista tradicional, filha do Gilberto de Alencar, autora do *Giroflê, Giroflá*⁸. Ainda tinha uma coluna sobre teatro, outra de miscelâneas, de assuntos gerais e, depois, uma pequena coluna social. (RIBEIRO, 2005).

Ribeiro enfatiza que a página de cultura, a página cinco, teve uma influência importante na formação de novos grupos teatrais, nesse período, porque existia uma preocupação quase que pedagógica, com a formação do leitor, do espectador. A repressão militar, bastante intensa na cidade, sede da 4ª Região Militar e de sua Auditoria, não estancaram a produção artística de Juiz de Fora.

Não se sabe ao certo a circulação do jornal na cidade, neste período, mas sua comercialização era feita pelo sistema de assinaturas, enquanto o outro impresso do grupo, o *Diário da Tarde*, vespertino, mais popular, privilegiando a cobertura de esporte e polícia, tinha venda avulsa, especialmente através dos Pequenos Jornaleiros, que anunciavam o *DT* no centro e nas portas das fábricas. Ao contrário, o *DM* era o jornal da elite, vendido principalmente pelo sistema de assinaturas: “era como se fosse um

⁶ O clichê é a placa fotomecanicamente gravada em relevo sobre metal, usualmente zinco, a traço ou a meio-tom, para impressão de imagens e textos por meio de prensa tipográfica (FERREIRA, (s.d.) , p. 335).

⁷ José Luiz Ribeiro vai trabalhar no *DM*, de 1968 a 1978, quando sai de lá para ser editor da *Folha da Mantiqueira*. Hoje, é professor da Faculdade de Comunicação da UFJF e diretor do Centro de Estudos Teatrais Grupo Divulgação.

⁸ Romance escrito por Cosette de Alencar ; a autora morreu em 1973.



arauto, lançava a coisa e a cidade, naturalmente, apreendia aquilo; o curioso é que ele repercutia muito mais do que vendia”. (CID, 2005).

Wilson Cid, que trabalhou no jornal, de 1962 a 1983, gosta de lembrar que, apesar de ser conservador, o *DM* muitas vezes feriu interesses maiores, colocando-se contra as grandes empresas privadas da região, e defendendo a estatização. Mesmo considerado por alguns um veículo conservador, Wilson Cid via no *DM* uma relação intensa com tudo o que havia na cidade.

Aquele calor que tinha o *DM*, aquela participação intensa em tudo da cidade, porque você não podia conceber Juiz de Fora e suas coisas sem a presença do *DM*. Em tudo o *DM* estava presente, numa campanha de solidariedade em 1940, com a grande enchente que mobilizou a cidade inteira, toda a cidade atrás do jornal para fazer as coisas que tinha que fazer; depois, na década de 70, quando o jornal decidiu lutar pela criação de uma representação política em Juiz de Fora, que não tinha, a cidade inteira acompanhou o jornal e isso sobretudo com grande emoção e com péssimo salário (ANDREOLA, 1995, s.p.).

O fotógrafo Jorge Couri gosta sempre de lembrar das coberturas completas de todos os eventos que aconteciam em Juiz de Fora, em especial, o Carnaval. Além disso, ele acredita que o trabalho realizado junto aos bairros, para ouvir as demandas da população e encaminhá-las aos órgãos responsáveis, fazia muita diferença. O *DM*, segundo Couri, era um “jornal que tinha utilidade pública mesmo”, sustentado por pequenos anúncios, e com a preocupação de ouvir todos aqueles que estavam envolvidos numa determinada questão. Até no esporte, havia parceria do *DM* com a comunidade, especialmente no esporte amador. “Tínhamos um torneio chamado Arizona que tinha 120 equipes. Um torneio que durava seis, sete meses e que movimentava a cidade. Era esse compromisso que a gente tinha” (ANDREOLA, 1995, s.p.). Já o jornalista Renato Henrique Dias⁹ vê de forma mais crítica o apoio do *Diário Mercantil* às questões da cidade. Ele defende que as campanhas realizadas pelo jornal não passavam de uma estratégia muito comum aos veículos dos Diários Associados e argumenta que não via no jornal preocupação com a comunidade. Na opinião de Dias, o *DM* não exerceu o papel transformador, que seria esperado de um grande jornal.

⁹ Renato Henrique Dias trabalhou no *Diário Mercantil*, entre 1976 e 1981, tendo, depois, exercido a profissão nos jornais *Tribuna de Minas* e *Panorama*, em Juiz de Fora..

[...] a preocupação com a comunidade era muito pouca. O *DT* tinha uma aproximação maior, era um jornal de linha popular, quando eu falo em comunidade, eu falo o povo em si, a massa, não essa elite, “pseudo elite” da cidade para a qual o *DM* era voltado, um jornal que tinha a preocupação em ser mais elitista, em contraposição ao próprio *DT*, ele [o *DM*] tinha essa preocupação, mas, na minha opinião, acabava não atingindo nem um grupo, nem outro. [...] (ANDREOLA, 1995, s.p.).

Wilson Cid relembra que a tendência política do *Diário Mercantil* era de direita e que o jornal dava amplo espaço para as matérias de interesse da ditadura militar. Exemplo disso é o título ufanista da manchete principal da primeira página do dia primeiro de janeiro de 69: “Presidente diz à Nação que AI-5 salvou programa de governo e até a democracia”, em que se omitem, por exemplo, referências às centenas de prisões realizadas desde então, entre elas, as de JK, Lacerda, Caetano Veloso e Gilberto Gil, além da censura imposta aos veículos de comunicação. O jornalista relembra que isso acontecia até mesmo porque as pessoas que tinham expressão administrativa no jornal eram vinculadas aos setores militares, partidos e entidades de direita.

Quando veio a censura, inicialmente, ela foi branda entre nós, porque já tínhamos, em função das normas administrativas do jornal, quase uma auto-censura. Mas ainda assim... A polícia federal entrava na redação e te mostrava o telegrama com o seguinte: “Por ordem do senhor ministro da justiça é proibida a divulgação de qualquer discurso ...” Aí, você lia, e eles levavam o telegrama de volta. Você tinha que ler, tomar conhecimento, para ficar responsável, e eles levavam embora. Houve censura, houve casos de violência. O comandante da Quarta Região Militar rasgou a carteira de jornalista do Pedro Paulo [Pedro Paulo Tauci] na cara dele. Nós fomos chamados lá, algumas vezes, também, para aquelas questões de indagar isso, se conhecia fulano, por que que escreveu isso... Mas isso foi relativamente ameno por causa dos Associados, da posição de direita, do fato de ter sido um jornal contra o governo João Goulart (CID, 2005).

De qualquer forma, podemos reconhecer no *Diário Mercantil* o veículo da elite conservadora, aquele que ajuda a ordenar o espaço público e dá voz àqueles que representam o poder político e econômico,

fazendo as coisas que essa categoria social gosta, que é política sem agressão, uma coluna social que prestigiasse a classe A. Da sua parte,

o jornal também era prestigiado pelos médicos, engenheiros, dentistas e militares. Você pega a coluna social da época e você vê esse pessoal muito presente. Uma categoria que tinha uma influência imensa era a dos funcionários do Banco do Brasil. Se você pegar as coleções do *Diário Mercantil* daquela época, você vai ver, assim, fotos, na primeira página, do gerente do Banco do Brasil, falando sobre qualquer coisa. A maior tolice, mas falando. O gerente do Banco do Brasil, quando falava, nossa Senhora !(CID, 2005).

Para José Luiz Ribeiro, o jornal funcionava como um elemento de ordenação do espaço público. “O jornal formava opinião, a Universidade era respeitada, a 4ª Região Militar era um poder, o bispo era reverenciado”. Ribeiro fala de um “respeito” pela cidade, que criava espaços “sacralizados”: a Casa d’Italia, o Círculo Militar, “que era um lugar chique, porque os bailes eram chiques”, a capela do colégio Stella Matutina, “onde era celebrada a missa freqüentada pelo pessoal da JUC [Juventude Universitária Católica], entre outros. (RIBEIRO, 2005). Certamente, o jornal passava uma imagem da cidade ordenada, em que nenhuma voz dissonante era ouvida, e em que os poderes instituídos eram respeitados.

A saúde econômica do *Diário Mercantil* também impressiona, neste período. Se o jornal funcionava como porta-voz da elite, por outro lado, essa elite financiava o jornal, o que possibilitava, por exemplo, a publicação de uma edição especial de Natal, com 24, 28 páginas. “Nem toda a elite comprava o jornal, mas as empresas faziam questão de mandar uma mensagem: era quase que uma obrigação das empresas desejar Boas Festas, etc. Hoje, não se faz mais isso”(CID, 2005).

Durante as décadas de 60 e 70, antes da introdução do sofisticado sistema de impressão em *offset*¹⁰, o relacionamento das pessoas dentro do jornal também era outro, para alguns, certamente, mais amador, para outros, mais romântico. De qualquer forma, a tecnologia separou, por exemplo, a relação até então mais íntima que existia entre os jornalistas e os gráficos.

Era aquele negócio de parar de noite, às duas horas – parava o jornal todo, às duas horas, para poder ir comer, ir para o Raffa’s [casa noturna], e para comer angu à baiana no botequim, essas coisas assim. Isso dava um clima muito amistoso, de muita camaradagem. Depois, eu digo o seguinte: a gente tinha menos compromisso, por exemplo,

¹⁰ *Offset* ou ofsete é o método de impressão litográfica indireta em que a imagem ou os caracteres, gravados por processo fotoquímico numa folha de metal flexível, geralmente zinco ou alumínio, são transferidos para o papel por intermédio de um cilindro de borracha (FERREIRA, 1975, p. 993).

com o *dead line*¹¹. Hoje, nós, sob certo aspecto, estamos muito parecidos com a televisão, as coisas muito em cima da hora, porque tem um processo industrial para cumprir. Você tem que fechar o jornal às dez horas, porque às onze horas tem que estar assim, à meia-noite, tem que estar na rodoviária, senão perde o ônibus e aí não chega no lugar tal. Você é muito dependente de horário. Sob esse aspecto, a gente fazia o jornal mais romanticamente, naquela época: “Ah, vamos fechando aí, ...duas horas?!”. O pessoal ficava sentado na oficina, esperando você fechar o jornal, às duas horas da manhã. Resolvia-se mudar tudo porque teve um furo na Câmara, à meia-noite? Mudava-se! O pessoal achava ótimo. Hoje, você não vê mais esta liberdade e não pode ter, não é? As coisas têm que andar. (ANDREOLA, 1995, s.p.).

Volta e meia, o *Diário Mercantil* publicava um caderno especial. Wilson Cid lembra-se de um deles, que foi um verdadeiro cadastro do parque industrial da cidade: “Todas as grandes indústrias de Juiz de Fora participaram, tudo em cor, tudo impresso no Rio de Janeiro. Era um cadastro de cada empresa, quer dizer, nome da firma, capital, acionistas, endereço, linha de produção, e a matéria sobre a empresa. Isso aí me parece que foram 108 páginas”. (CID, 2005). Cid gosta de lembrar que, nas décadas de 60/70, a maior parte das empresas de Juiz de Fora tinha origem na cidade e era dirigida por pessoas do lugar, havendo então um “espírito de comunidade”, isto é, as empresas se sentiam com responsabilidade em relação às coisas da cidade, hoje, segundo ele, não existe mais este vínculo.

O *DM*, na onda desenvolvimentista da década de 70, encampou a luta de Juiz de Fora para atrair novas indústrias, o que era considerado como a “redenção econômica” da cidade. O jornal, respeitando uma tradição de décadas, sempre foi apologista da cidade industrial. Nas matérias que tratam desses assuntos é sempre enfatizado o lado colossal, grandioso dos empreendimentos, repetido em inúmeras matérias, que atravessaram a década, criando uma expectativa, que nem sempre chegou a ser preenchida. O exemplo mais comum, na época, é o processo de implantação da Siderúrgica Mendes Júnior, que começa em 1971, mas só tem desfecho na década de 80.

A Siderúrgica, além de representar a redenção econômica de grande região mineira e uma promessa de industrialização mais rápida para Juiz de Fora, através das indústrias subsidiárias que vão se implantar na periferia do complexo industrial, significa também dois mil

¹¹ No jargão jornalístico, *deadline* é o prazo máximo para o “fechamento” do jornal, isto é, o prazo final para a página ser montada e seguir para a gráfica.



empregos diretos e dez mil indiretos, numa região onde o desemprego se constitui como um dos mais graves desafios aos homens públicos. (MENDES, 1973, p.12).

Fazendo parte do conglomerado dos *Diários Associados*, o jornal juizforano exibe em suas notícias diárias uma postura totalmente pró-governamental. São comuns as manchetes de primeira página que falam de seqüestros de aviões comerciais e de representantes diplomáticos, num tom geralmente alarmista, em que os elementos da esquerda são usualmente travestidos de “inimigos do país”, bem na linha do *slogan* comum na época “Brasil, ame-o ou deixe-o”. Bom exemplo sobre isto é o *lead* desta matéria da primeira página que mostra a intranqüilidade que as ações da luta armada geram nos jogadores da Seleção, em plena Campanha pelo Tri, no México:

Causou profundo impacto na Seleção as notícias chegadas ao México sobre o seqüestro do embaixador alemão. Pelé, Brito, Rivelino, Clodoaldo e outros craques lamentaram que maus brasileiros, traidores e criminosos, venham quebrar a tranqüilidade e o entusiasmo da Seleção. (TERRORISTAS, 1970, p.1).

Nesta mesma época, apesar do obscurantismo político, a idéia de um Brasil e de um jornal modernos contaminam a redação. A tentativa de dar um ar mais leve ao periódico e conquistar o leitor mais jovem pode ser observada no texto de lançamento da seção “*Contexto*”:

Entramos no CONTEXTO. A moda é notícia miúda, curta e séria. Então, vamos de CONTEXTO. O importante é ficar inserido nêle para sempre informar e do melhor modo possível. Aliás, a dinâmica do novo jornalismo é isto. Vocês podem ver nos maiores e nos melhores periódicos brasileiros que o assunto é CONTEXTO. Aqui desfilarão as coisas mais interessantes do dia-a-dia de uma cidade, como Juiz de Fora, com as características locais. Todos os dias, então, com vocês, tanto quanto possível, esta nova página: CONTEXTO (CAVALIERI, 1970, p.5).

O projeto de modernização do texto, mais coloquial, objetivo, direto, é a nova preocupação do jornal nos idos de 70. Apesar de extremamente conservador em seus conteúdos, o *Diário Mercantil* introduz mudanças significativas na linguagem, principalmente nas páginas e nos suplementos de cultura. Mesmo nos anos mais duros



da ditadura militar, o jornal discutiu a cultura de forma ampla e engajada. Se por um lado o diário defendia a Censura prévia, como forma de “impedir licenciosidades e atentados aos costumes” (DEPARTAMENTO, 1970, p.5), por outro, era capaz de apresentar matérias sobre artistas quase “malditos” como Gláuber Rocha, Godard e Buñuel.

Um jornal para o “Brasil Grande”

Na década de 70, sinal relevante da preocupação do jornal em se “modernizar” é a edição de um livreto com as *Normas de Redação* para o *Diário Mercantil* e o *Diário da Tarde*. Entre as recomendações apresentadas no manual, a maioria mostra o alinhamento editorial com o que se fazia nas grandes capitais do país. Curioso é também observar o perfil do “leitor moderno” descrito na publicação e que já não tem a menor semelhança com o tipo de leitor dos artigos e ensaios do jornal da década de 60 :

- Ao redigir para jornal, leve em conta as características do leitor moderno:
- a) em geral, lê apressadamente, em meio a solicitações diversas ou cercado de distrações, especialmente a TV;
 - b) na maioria da vezes, o tempo que dedica à leitura é tomado ao tempo que deveria ocupar em outras atividades;
 - c) ele é produto da educação em massa, e
 - d) em número crescente, é cada vez mais informado e sofisticado (NORMAS, 1971).

Diante deste novo leitor, a postura do jornalista não será mais a de induzir à reflexão, mas à sedução, portanto: “impõe-se despertar interesse e sustentá-lo de forma que não arrefeça”, para tanto, “o estilo deve ser fluente e acessível”, e “o texto deve ser lógico e ponderado, sem nenhuma incoerência nem contradição”. “Não se esqueça o repórter de que ele não é um *pensador* nem um crítico; no máximo, é um veículo inteligente do pensamento e da crítica”. (NORMAS, 1971, p.3).

Outra característica marcante do *DM*, nos anos 70, é a ênfase nas matérias locais, e bom exemplo disso é o fato de serem encontradas muitas matérias de esporte, que privilegiavam as equipes da cidade, quase todas amadoras. A cobertura da rivalidade entre os times de vôlei dos clubes de Juiz de Fora é típica desse período, como também as matérias de grandes eventos estudantis como as Olimpíadas Universitárias. .

Em meados da década de 70, as matérias de comportamento, mais ligadas à moda, dia-a-dia, decoração, saúde e beleza, além da cobertura de eventos, passam a ter



maior presença no *DM*, diminuindo o espaço para a crítica, mesmo assim, a produção cultural da cidade sempre ocupou um espaço nobre no jornal.

Na editoria de Política, apesar da Censura prévia, o velho *Diário Mercantil* destinava um espaço importante para a cobertura local e também das questões estaduais e nacionais. Neste caso, o jornal se afinava com a linha dura da ditadura militar, mas se equilibrava para garantir espaço para o prefeito de oposição, Itamar Franco, do MDB. O jornal era um porta-voz das elites regionais, que exigiam do governo central mais compromisso com o desenvolvimento do Sudeste Mineiro, numa perspectiva de grandes obras e urbanização. Apesar de documentar, por exemplo, a destruição do patrimônio histórico, o *Diário Mercantil* se rendeu aqui ao discurso do poder central, colaborando para sedimentar uma visão de mundo desvinculada da memória e do passado e comprometida apenas com o futuro do “Brasil Grande”.

Mesmo com o alinhamento político e dependendo da receita publicitária, o *DM* me parece ter sido um veículo mais caracterizado por uma postura ideológica, em comparação aos veículos atuais, mais comprometidos com a questão mercadológica. Neste sentido, é sintomática a presença de articulistas, cronistas, poetas e contistas nas páginas do jornal, que fez da cultura espaço de resistência e polêmica.

De acordo com Andreola (1995, p.18), depois da morte de Chateaubriand, em 1968, as más administrações do Condomínio, criado em 1959, concorrem para abalar a saúde financeira dos jornais, revistas, rádios e emissoras de TV do Grupo. A crise, que começa nesta época, vai explodir em meados dos anos 70, quando Renato Dias Filho se aposenta, em Juiz de Fora, depois de dirigir a empresa local por 41 anos.

A partir de 1973, o jornal vai ser administrado por pessoas ligadas ao Condomínio dos Diários Associados, vindas de Belo Horizonte que pretendem reformular o impresso, mas tudo indica que é o começo do fim.

Em 1981 chegam às oficinas do *Diário Mercantil*, por decisão da direção de Belo Horizonte, as modernas máquinas de *off set* que prometem revolucionar o modo de fazer jornalismo na cidade. Num desfile em caminhão aberto pelas ruas de Juiz de Fora, as máquinas eram “apresentadas” com faixas que diziam “Progresso no *Diário Mercantil*” e anunciavam um novo tempo. (ANDREOLA, 1995, p. 20).

Para mudar o seu parque gráfico, o *Diário Mercantil* contraiu empréstimos bancários, o maior deles junto ao Banco do Estado de São Paulo. “Nessa época os



empréstimos eram feitos com base no dólar, no câmbio do dia. [...] Todo mês a dívida do *Diário Mercantil* encarecia 7%” (ANDREOLA, 1995, p.22). O golpe final não demoraria muito. No dia 29 de novembro de 1983, a primeira página do *DM* estampou o comunicado sobre o fechamento do periódico¹².

Tínhamos saído de tempos difíceis. Realmente difíceis. Os salários atrasavam, os custos financeiros subindo, porque os novos equipamentos foram comprados na cotação do dólar americano. O Banco do Estado de São Paulo, financiador e dono das hipotecas, ameaçava diariamente com o arrestamento. O pessoal da Redação promoveu greves momentâneas. Eu, sem me convencer plenamente, mas cumprindo minha tarefa de Editor Geral, lembrava aos companheiros que estávamos em uma crise e o pior ainda podia acontecer: Maldita premonição!

De maneira que, quando o *Mercantil* fechou definitivamente suas páginas e a imprensa empobreceu em Juiz de Fora, cada um de nós se sentiu mutilado.

Quanto a mim, depois de apagar as luzes da Redação, desejei fazer apenas o que o Ricardo Martins de Souza, nosso Secretário, já fazia desde o momento em que recebemos a grave notícia: saí pelas ruas, sozinho, e fiquei caminhando até o amanhecer, acompanhado não apenas de tristeza, mas também daquele sentimento horrível do nada por fazer.

Tenho dito aos mais jovens jornalistas que me procuram para ouvir uma testemunha daquele naufrágio – e o digo agora a você – que assistir ao fechamento de um jornal é a coisa que não seria capaz de desejar ao pior inimigo. É realmente muito ruim. É um vazio que entra na gente e que não podíamos imaginar que coubesse dentro de cada um.

Digo, ainda, que legado foi a oportunidade de conhecer homens e mulheres admiráveis. Tanto na alegria como na tristeza e no fracasso final. Cito, como exemplo, dessa geração heróica, o Jorge Couri. Ele, talvez mais que qualquer um de nós, viveu aquela dor, da qual nunca mais se libertou (CID, 2001, p.119-122).

Referências bibliográficas

ALENCAR, Cosette. “56 anos”. Juiz de Fora: *Diário Mercantil*, ano LVI, n. 16.409, p.1, 23 jan. 1968.

ANDREOLA, Márcia Regina Gonçalves. *Diário Mercantil: um marco no jornalismo de Juiz de Fora*. Projeto experimental. Faculdade de Comunicação da UFJF, Juiz de Fora, 1 sem. 1995.

CAVALIERI, Irven. Contexto. *Diário Mercantil*, Juiz de Fora, p.5, 6 mar. 70.

¹⁴ Quando foi fechado, no dia 29 de novembro de 1983, o *Diário Mercantil* tinha 184 funcionários, entre jornalistas, gráficos, pessoal da administração, circulação e distribuição (ANDREOLA, 1995, p. 22). Naquela ano, o *DM* completara 72 anos e o *DT*, 42. Do Império dos Associados, só sobrevivem, hoje, o *Correio Braziliense*, o *Jornal do Commercio*, o *Diário de Pernambuco* e o *Estado de Minas*.



CID, Wilson. O “assassínio” de um jornal in NÓBREGA, Dormevilly. *Revendo o passado – memória juiz-forana - 3ª série*. Juiz de Fora: Ed. Caminho Novo, 2001. p. 119-122.

_____. *Wilson Cid*. Depoimento [mar.2005]. Entrevistadora: Christina Ferraz Musse. Juiz de Fora, 2005. 2 fitas micro-cassetes (120min): estéreo.

COURI, Jorge. *Jorge Couri*: depoimento [out.2005]. Entrevistadora: Christina Ferraz Musse. Juiz de Fora, 2005. 1 fita micro-cassete (60 min.):estéreo.

DEPARTAMENTO de pesquisa. A propósito da censura prévia. *Diário Mercantil*, Juiz de Fora, p.5, 7 mar.70.

EDITORIAL. *Diário Mercantil*, Juiz de Fora, ano 1, n. 1, p.1, 23 jan. 1917.

ESTEVES, Albino. *Álbum do município de Juiz de Fora*. Belo Horizonte: Imprensa Oficial do Estado de Minas, 1915. 530p. (Reedição feita, em 1989, pela Prefeitura de Juiz de Fora; edição fac-similar pela Esdeva Empresa Gráfica de Juiz de Fora).

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Novo dicionário da língua portuguesa. 14ª reimpressão. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, (s.d.), 1499p.

LYS, Edmundo. A imprensa em Juiz de Fora. In: CAMPOS, Sandoval; LOBO, Amyntas. *Imprensa mineira: memmoria historica*. Belo Horizonte: Typ.Oliveira, Costa & Comp, 1922.p.63-75.

MENDES Júnior: a difícil implantação da siderúrgica e dos projetos industriais. *Diário Mercantil*, Juiz de Fora, ano LXII, n. 17.958, p. 12, 18 e 19 mar. 1973.

MUSSE, Christina Ferraz. *Imprensa, cultura e imaginário urbano: exercício de memória sobre os anos 60/60 em Juiz de Fora*. Tese de doutorado. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

OLIVEIRA, Almir de. *A imprensa em Juiz de Fora*. Juiz de Fora: datilog. Palestra apresentada no Museu Nacional de Belas Artes (RJ), 1978, 59p.

OLIVEIRA, Paulino de. *História de Juiz de Fora*. 2.ed. Juiz de Fora: Gráfica Comércio e Indústria de Juiz de Fora, 1966.

_____. A imprensa em Juiz de Fora antes de 1930. *Revista do IHG de JF*, Juiz de Fora, ano 2, n.2, p. 20-29,1966.

RIBEIRO, José Luiz. *José Luiz Ribeiro*: depoimento [out. 2005]. Entrevistadora: Christina Ferraz Musse. Juiz de Fora: 2005. 1 fita micro-cassete (60min) estéreo.

SODRÉ, Nelson Werneck. *A história da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966. 583p.

TERRORISTAS deixam carta na igreja. *Diário Mercantil*, Juiz de Fora, n.17.130, p.1, 13 jun. 70.

YASBECK, Ivanir. *Uma noite no Raffas's – a História e as histórias do célebre night club de Juiz de Fora*. Juiz de Fora: Templo, 2003. 196p.

YASBECK, Lola. *As origens da Universidade de Juiz de Fora*. Juiz de Fora: Editora UFJF, 1999, 169p.