

Artigo  
Corpo Docente

**Palavras-chave**

Jornalismo  
História  
Relações entre o campo  
midiático  
O político e o econômico

**Keywords**

Journalism  
History  
Relation between media field  
The political and the  
economical fields

**Biografia**

\*Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná. Professora dos cursos de Jornalismo da Universidade Tuiuti do Paraná e Faculdades do Brasil. Jornalista com mais de 20 anos de atividade em jornais como "O Estado do Paraná", "Folha de Londrina", "O Estado de São Paulo", "O Globo".  
Rua Gastão Poplade, 220 c.4 – Curitiba – PR – elza.filha@utp.br

**Apontamentos sobre a história de dois jornais curitibanos: "Gazeta do Povo" e "O Estado do Paraná"**

Elza Aparecida de Oliveira Filha\*

**Resumo**

Os jornais "Gazeta do Povo" e "O Estado do Paraná" são os principais periódicos editados em Curitiba e foram criados, respectivamente, em 1919 e 1951. A exemplo da maior parte dos jornais paranaenses, nasceram – e se mantém até hoje – atrelados a interesses políticos e econômicos. Este artigo levanta algumas das condições históricas do surgimento das publicações, enfoca os momentos em que foram vendidos para os atuais proprietários na década de 1960 e acrescenta alguns dados sobre a situação atual dos veículos.

**Abstract**

The newspapers "Gazeta do Povo" and "O Estado do Paraná" are de most important journals published in Curitiba and they exist since 1919 and 1951, respectively. Just like most of the newspapers in the state of Paraná, they were create – and kept until today – connected to political and economic interests. This article shows some of the historical conditions of the emergence of the journals, it treats about the moments when they were sold to their current owners, during the 60 ths and adds some data about their present situation.

## Introdução

O presente texto pretende identificar, em dois diferentes momentos da história de Curitiba, algumas das condições sociais, políticas, econômicas e culturais que contribuíram para o surgimento de dois dos mais importantes jornais paranaenses da atualidade: a “Gazeta do Povo”, que começou a circular em 2 de fevereiro de 1919, e “O Estado do Paraná”, editado a partir de 17 de julho de 1951.

No início da década de 60, por motivos diversos, os dois jornais enfrentavam profundas crises, tendo sido vendidos a seus atuais proprietários. Nos últimos 40 anos, os veículos passaram por transformações e integram hoje os mais fortes conglomerados de comunicação do Paraná, responsáveis, em grande medida, pelas informações consumidas pela maioria da população paranaense e, conseqüentemente, pela formação da opinião pública.

O trabalho foi desenvolvido com base em entrevistas e em pesquisa bibliográfica, com consultas a duas fontes básicas: as coleções dos jornais pesquisados e autores que trabalham com a história do Paraná e de Curitiba. Os jornais não possuem arquivos plenamente organizados e suas próprias coleções apresentam falhas. A “Gazeta do Povo” tem todas as edições devidamente encadernadas apenas a partir da década de 40 e, mesmo assim, existem lacunas na coleção. Os volumes estão precariamente guardados em um prédio sem iluminação ou ventilação adequadas e as consultas não são, normalmente, permitidas. Segundo o atual diretor de redação, jornalista Arnaldo Cruz, que facultou o manuseio do

arquivo à autora, existe um projeto em estudo na empresa no sentido de abrir o material para pesquisas acadêmicas.

Em “O Estado do Paraná”, a situação é ainda mais precária: a coleção encadernada do jornal data apenas do final dos anos 60 e se encontra armazenada em um local no subsolo do prédio onde funciona a editora, sem qualquer ordem, mesmo cronológica, e sem condições de climatização favoráveis.

A coleta de dados para o presente trabalho incluiu ainda entrevistas com os atuais diretores de redação dos dois veículos e um ex-diretor de “O Estado do Paraná”.

Ao iniciar esse desenho da história dos maiores jornais curitibanos, foi possível perceber a existência de variadas abordagens teóricas que colocam em questão facetas do surgimento e do desenvolvimento dos veículos. As complexas relações entre o campo das mídias e os campos político e econômico; o papel da comunicação nos processos eleitorais; as questões de poder e as reações das instituições ao exercício do poder coercitivo; as condições e as justificativas que os jornais experimentam na montagem de suas agendas; o que é abordado e o que é silenciado são alguns enfoques que este texto objetiva, pelo menos, tangenciar.

## Gazeta do Povo: Um Jornal Independente e Apolítico

No dia 20 de janeiro de 1919, o advogado Benjamim Lins fez circular em Curitiba o manifesto de fundação da “Gazeta do Povo”:

*“Não pertenço, não quero pertencer, a nenhum dos grupos políticos que militam no Estado. A política pessoal, circunscrita a adoração fetichista de qualquer individualidade, como tem ocorrido nos últimos tempos da República, não só não me cativa, como é de tal forma contrária a minha índole que mal entendo que haja alguém capaz de se circunscrever a atividade tão inferior (...) Não tem, pois, nenhum fundamento notícia propalada de que o jornal que redigirei se destina ao lançamento ou defesa de qualquer candidato à Presidência do Estado. Será escovado de vícios políticos, viverá por si, do povo, para o povo.”<sup>1</sup>*

O texto fala também que a linha do jornal será de *“independência e imparcialidade.”*

Naquela época, Curitiba tinha cerca de 40 mil habitantes e vivia um momento de expressivo crescimento. A Universidade do Paraná, criada em 1912 como instituição pioneira do gênero no Brasil, formava suas primeiras turmas e atraía estudantes de vários Estados. Imigrantes estrangeiros, fugindo da Europa devastada pela Primeira Guerra Mundial, encerrada no final do ano anterior, chegavam ao Paraná. Grandes levas de italianos, poloneses, ucranianos e alemães – que há quase 50 anos já vinham se instalando na região – eram atraídas pela facilidade de obtenção de terras e pelas oportunidades de trabalho. A economia da erva-mate vivia o seu segundo e maior ciclo expansionista, atingindo em 1920 a exportação de 44.873 toneladas de folhas e

ajudando a fixar as populações migrantes.<sup>2</sup>

Existiam outros jornais em Curitiba quando do lançamento da “Gazeta do Povo”, como “A Tribuna” e o “Diário da Tarde”,<sup>3</sup> além de uma numerosa e pouco constante imprensa operária, com títulos como “O Proletário”, “União e Trabalho” ou “O Trabalho”. Os jornais operários, de inspiração socialista ou anarquista, haviam sido, em grande parte, responsáveis pela greve geral que paralisara a cidade poucos meses antes.

O primeiro número da “Gazeta do Povo” circulou com seis páginas e com quase 40% do espaço ocupado por publicidades. Apesar do que dizia o manifesto de lançamento, a edição incluiu um texto de primeira página que defendia enfaticamente a candidatura de Ruy Barbosa à Presidência da República: *“(...) ninguém o iguala em merecimentos; ninguém é tão querido pelo povo, ninguém é tão venerado pelas multidões; ninguém tem prestado a este país tão elevados serviços, ninguém quer o Brasil com tanta intensidade e tanto carinho(...)”*. A epígrafe “Diário independente”, colocada logo abaixo do título do jornal parece desmentida já na edição de lançamento.

Plácido e Silva, que figura no primeiro número como secretário e assumiu logo depois a direção do jornal – cargo no qual permaneceu até 1962 – identificou, em pronunciamento feito em julho de 1949, a ori-

<sup>1</sup> Trechos do manifesto foram publicados na página 3 da edição comemorativa dos 80 anos do jornal que circulou em 3 de fevereiro de 1999. A ortografia da época foi “atualizada”.

<sup>2</sup> COSTA S.G. A erva-mate. Curitiba, Coleção Farol do Saber, 1995.

<sup>3</sup> Mais antigo jornal paranaense ainda em circulação, fundado em 1899, o vespertino é editado atualmente apenas duas vezes por semana (terças e quintas-feiras) sendo vinculado à Editora Gazeta do Povo.

gem do capital necessário para o lançamento do jornal. Ele cita uma dezena de nomes de importantes e ricas famílias locais que compraram cotas de uma sociedade limitada para montar a gráfica. No primeiro número, os interesses desses setores também parecem contemplados com um vasto editorial que critica os altos impostos cobrados da indústria e do comércio. A edição comemorativa dos 73 anos do jornal, que circulou em 2 de fevereiro de 1992, narra assim o nascimento do periódico: “*Benjamim Lins e De Plácido e Silva ao deflagrarem a saída deste jornal procuraram antecipadamente o apoio das classes conservadoras do Paraná, que na época eram formadas pelos proprietários dos grandes engenhos de erva-mate e industriais da madeira*”. (p.16)

O nascimento da “Gazeta do Povo” pode ser enquadrado no segundo período da história da imprensa, com o predomínio da imprensa comercial. Miêge (1999), citado por Sodré (2002) identifica quatro modelos de constituição de jornais: 1) *imprensa de opinião*, caracterizada pela produção artesanal, tiragens reduzidas, estilos polêmicos – foi a imprensa que introduziu no espaço público a razão argumentativa cara à burguesia ascendente; 2) *imprensa comercial*, organizada com bases industriais/mercantis, com prioridade para a publicidade e a difusão informativa (notícia), politicamente ligada à democracia parlamentar; 3) *mídia de massa*, produção definitivamente dependente de investimentos publicitários e técnicas de marketing, predomínio das tecnologias audiovisuais e grande valorização do espetáculo; 4) *comunicação generalizada*, a reboque do Estado, das grandes organizações comerciais e industriais, dos partidos políticos, a informação insinua-se nas clássicas estruturas socioculturais e permeia as relações intersubjetivas.

Essa periodização, proposta especialmente para a imprensa europeia, data a fase da imprensa comercial na segunda metade do século XIX, com o fortalecimento de uma tendência denominada *novo jornalismo*. Traquina diz que esse jornalismo cumpria um duplo papel: de um lado, vigiar o poder político e proteger os cidadãos dos eventuais abusos dos governantes; de outro, fornecer informações necessárias ao desempenho das responsabilidades cívicas da cidadania. O jornal era mais independente dos laços políticos na medida em que vendia um novo produto (as notícias como informação) para obter lucro. Os conceitos centrais eram jornalismo como serviço público e com fidelidade aos fatos. Assim, é no século XIX, em que o positivismo é reinante, que todo o esforço intelectual, tanto na Ciência como na Filosofia como ainda, mais tarde, na Sociologia e noutras disciplinas, ambiciona atingir a perfeição de um novo invento, invento esse que parecia ser o espelho há muito desejado, cujas imagens eram reproduzíveis, cuja autenticidade era incontestável: a máquina fotográfica. (TRAQUINA, 2002, p. 36)

Nessa nova fase do jornalismo, os fatos passaram a ser considerados sagrados e a opinião perdeu espaço, sendo aceitável apenas que os leitores tivessem acesso a comentários. Para Sodré, esse tipo de jornalismo, “*mesmo buscando a viabilidade econômica, pautava-se pelo espírito publicista, isto é, o princípio crítico da visibilidade ou da publicidade, erigido por Kant como traço marcante do Iluminismo e hoje retomado no pensamento de Habermas como ideal normativo da esfera pública*.”<sup>4</sup>

<sup>4</sup> SODRÉ, 2002, p. 65.

No Brasil, as transformações no perfil editorial dos jornais chegaram mais tarde e, evidentemente, durante um certo tempo, conviveram traços da *imprensa de opinião* com a *imprensa comercial*. Tudo indica que a “Gazeta do Povo”, pelo menos em sua primeira fase, somava estas características: ao mesmo tempo em que se dizia apolítica e independente, abrigava artigos marcadamente facciosos, como o exemplo apontado acima do editorial em apoio à candidatura Ruy Barbosa.

Ao longo das décadas seguintes, a “Gazeta do Povo” consolidou sua participação no mercado editorial de Curitiba, desenvolvendo um jornalismo com características notadamente locais e de prestação de serviços. Em 1923, o jornal mudou de endereço e se instalou na rua XV de Novembro, até hoje a principal artéria do centro da cidade. Na parede externa da nova sede, junto ao balcão de anúncios, foi colocada uma pedra de mármore onde, a qualquer hora do dia, as pessoas podiam ler as mais recentes informações, captadas pelo rádio ou recebidas pelos telegramas das agências de notícias, além das notas de falecimento dos habitantes da cidade. A “pedra da Gazeta” como era conhecido esse ponto de atualização permanente, era abastecida por notícias manuscritas em aparas de papel extraídas das próprias bobinas da rotoplana que imprimia o jornal. Tratava-se de “*um ponto de parada obrigatória para todos os que queriam saber de novidades em primeira mão*”, descreve a edição de 73 anos (p. 16).

Nos acontecimentos mais importantes, os redatores chegavam a usar a sacada do primeiro andar do prédio para anunciar, de viva voz, o que seria editado na manhã seguinte. Os resultados de eleições na-

cionais, os principais momentos da Segunda Guerra Mundial, os placares de jogos e outros eventos eram comunicados verbalmente, direto da redação, aos populares que passavam pela rua ou aos frequentadores dos cafés das proximidades. O sucesso da iniciativa levou a direção do jornal a firmar um convênio com a primeira emissora de rádio de Curitiba, a PR B2 – Rádio Clube Paranaense criada em 1927 para instalação de um alto-falante na sacada, possibilitando a retransmissão de jogos de futebol.

### O Estado do Paraná: Um Jornal com Motivações Políticas

O primeiro jornal paranaense, o “Dezenove de Dezembro” (o nome refere-se à data de instalação da Província do Paraná, em 1853), começou a circular em 1<sup>o</sup> de abril de 1854. Seu proprietário, Cândido Martins Lopes, contou com o apoio financeiro do presidente recém-empossado da província, Zacarias de Góes e Vasconcelos, para instalar a primeira tipografia na cidade. O semanário, que se transformou em diário em 1884, publicou um longo editorial em sua edição de lançamento, logo depois da transcrição da Lei 704, de 29 de agosto de 1853, na qual o imperador D. Pedro II criava a Província do Paraná. A parte inicial do texto faz uma apreciação do papel e da conduta da imprensa que continua válida 150 anos depois.

*“A imprensa, como todas as instituições e coisas humanas, tem um lado bom e outro mau, pois se é origem fecunda de vantagens sociais, também com razão se lhe atribuem males gravíssimos. Às vezes solta e desenfreada como a anarquia, a imprensa atropela tudo, nada é para ela sagrado, nada inviolável; não há poder que respeite, nem*

*preceito a que se submeta; ataca e escarnece do que é mais caro e precioso ao homem; subverte e desmorona sem nada edificar; e no lugar das ilusões apenas deixa o malogro e o desespero: eis o seu lado mau. Outras vezes, porém, desveladamente ocupada em investigar só a verdade útil e profícua ao país a imprensa, tomando a iniciativa do bem, discute as questões de maior interesse para a sociedade, orienta e dirige a opinião na senda do progresso e dos melhoramentos. Debaxo desse aspecto, ela labuta profunda homenagem à moralidade e nega curvar-se ao espírito de partido, nem ao interesse pecuniário, declara guerra à mentira, à hipocrisia e às paixões vis e odiantas: eis o belo lado da imprensa.*"<sup>5</sup>

Logo a seguir, contudo, o editorial aparentemente se contraria ao identificar o "programa" da nova publicação: "Este programa é: informar o público do procedimento do governo da província, e das diversas autoridades dela, mediante a publicação de seus atos oficiais (...) abstendo-se completamente de questões políticas (...) sem jamais esposar os interesses e desafetos de um ou de outro partido na província" (p.2).

Em 1861, por um desentendimento com o então presidente da província, José Francisco Cardoso, Cândido Lopes perdeu a verba de publicação oficial que foi transferida para outro periódico: "O Correio Oficial", mais um jornal nascido sob o signo do interesse político. Essa é uma marca comum na imprensa paranaense ao longo de todo o século passado. No livro *Curitiba, 300 anos de história oficial e real* Puglielli narra um final de vida mais coerente com o primeiro editorial para "O Dezenove de De-

zembro". "Na primeira página da última edição, o jornal traz o conteúdo do decreto n.º 88 de 23 de dezembro de 1889 que limitava a liberdade de imprensa. Abaixo do decreto apenas um comentário da direção do jornal de que se tornara impossível o exercício do jornalismo livre com aquela nova lei. Todas as outras páginas vinham em branco".<sup>6</sup>

Quase cem anos depois, em 1951, o governador do Paraná, Bento Munhoz da Rocha Neto, sofria oposição de todos os jornais que circulavam em Curitiba. "O Dia" era propriedade de seu inimigo político Moysés Lupion, que detinha também 50% do capital da "Gazeta do Povo", enquanto o "Diário da Tarde" era controlado por outro grupo rival. Segundo o jornalista João Dedeus Freitas Netto, essa foi a principal justificativa para o surgimento de "O Estado do Paraná" a partir de 17 de julho de 1951. Freitas foi diretor de redação do jornal desde seu nascimento até 1968. "O cunhado do governador, Fernando Camargo, que era advogado da Caixa Econômica Federal, juntou dois empresários amigos, o Aristides Merby e o José Luiz Guerra Rego para montarem um jornal e dar sustentação ao governo (...). Naquela época, os jornais eram marcados por polêmicas, trocávamos acusações e refletíamos, especialmente nos editoriais, a linha política das publicações", relatou o jornalista.

A condição de ter nascido com um claro atrelamento político é reconhecida pelo próprio jornal. Na edição comemorativa de seus 50 anos, lê-se: "Fundado para dar sustentação ao governador Bento Munhoz da

<sup>5</sup> O DEZENOVE DE DEZEMBRO, Ano I n.º 1, Curitiba, 1.º de abril de 1854, pp. 1, 2.

<sup>6</sup> PUGLIELLI, 1994, p. 158.

*Rocha Neto(...)*” (O ESTADO DO PARANÁ, terça-feira, 17 de julho de 2001, suplemento especial 50 anos, p. 5).

Não é possível desconsiderar, em qualquer análise que se faça da imprensa, as complexas relações entre o campo das mídias com os demais campos sociais, sobretudo o econômico e o político. “*Assim é que, nos estados da Federação brasileira, as emissoras de tvê, rádios e jornais de maior audiência são totalmente controlados pelas oligarquias, o que obriga as candidaturas políticas a passarem pelo crivo dos interesses dominantes e da imagem compatível com a mídia*”.<sup>7</sup> Quando as disputas entre o campo jornalístico e o político não chegam a um bom termo, funda-se (ou compra-se, como se verá a frente) um jornal.

A teoria dos campos abre a possibilidade de analisar a produção jornalística como uma construção social: “(...) resultado de inúmeras interações entre diversos agentes sociais que pretendem mobilizar as notícias como um recurso social em prol de suas estratégias de comunicação, e os profissionais do campo que reivindicam o monopólio de um saber, ou seja, o que é notícia”.<sup>8</sup>

Naquele início de década de 1950, Curitiba tinha em torno de 180 mil habitantes e sofria os reflexos das mudanças ocorridas no Brasil e no mundo. Com o fim da Segunda Guerra Mundial, grupos de imigrantes chegavam à cidade, vindos sobretudo da Polônia e da Ucrânia, países que passaram a integrar o bloco soviético. O Brasil começava a viver um período de estabilidade democrática que se prolongaria até o golpe de 1964 e o Paraná

experimentava um novo e forte surto de expansão econômica com a conquista das terras roxas da região Norte pelas lavouras de café, cuja exportação crescia ano a ano.

Apesar de conviver com o racionamento de energia elétrica que afetava a cidade e de enfrentar sérias dificuldades para garantir o abastecimento de papel, ainda em consequência do período de guerra, “O Estado do Paraná” se aproveitou do apoio oficial para rapidamente ampliar sua tiragem e circulação. Desde o início, o jornal teve um diferencial em relação aos concorrentes: procurou alcançar o interior do Estado e oferecer uma cobertura regional dos acontecimentos. Essa preocupação, refletida na linha editorial e na circulação do novo jornal, guardava relação com a proposta política de Bento Munhoz. O então governador estava empenhado em integrar as nascentes cidades paranaenses que surgiam na rota do crescimento da cafeicultura porque grande parte da movimentação da nova riqueza se fazia pelo Porto de Santos. Além disso, foram principalmente paulistas, mineiros e nordestinos que colonizaram a região, constituindo uma população com poucas ligações junto às tradicionais famílias paranaenses que habitavam a região central do Estado, o planalto curitibano ou o litoral. Apenas no início da década de 60 o governador Ney Braga concluiu a “Rodovia do Café”, primeira ligação entre a cidade de Londrina, principal pólo cafeeiro do Estado, e o Porto de Paranaguá.

<sup>7</sup> SODRÉ, 2002, p. 32.

<sup>8</sup> TRAUQUINA, 2002, p. 16.

## Os Novos Proprietários e a Modernização da “Gazeta do Povo”

Em 1962, a “Gazeta do Povo” enfrentava uma profunda crise financeira. Dirigido ainda pelo veterano Plácido e Silva, o jornal acumulava dívidas, não pagava salários em dia e tinha reduzido espaço ocupado por publicidade: “Era o último jornal do Paraná”, resumiu um dos atuais proprietários, Francisco da Cunha Pereira Filho em entrevista à revista *Imprensa*, em julho de 1991 (suplemento *Imprensa Regional*, p. XVIII). Ele conta que foi procurado por Plácido e Silva que queria passar o controle do jornal para um conhecido e que assumiu a “Gazeta” juntamente com um sócio, Edmundo Lemanski. Essa é uma das figuras mais enigmáticas da imprensa paranaense, uma espécie de “eminência parda” que jamais aparece. Em todas as edições comemorativas, consultadas para o presente trabalho, existe apenas uma menção a Lemanski que não é uma figura pública em Curitiba, a exemplo do sócio Cunha Pereira.

Os novos proprietários levaram dez anos para alcançar o equilíbrio financeiro do jornal, informa a mesma entrevista. Nas edições comemorativas de aniversário do periódico, existem referências a essa fase de transição: “*Em 1962, na metade do ano, ao assumir a Gazeta do Povo, Francisco da Cunha Pereira Filho reuniu o pessoal e expôs um plano de ação. Anunciou o fim dos ‘vales’ e o início da era ‘salários’ e ‘quinzenas’.* Clóvis do Nascimento<sup>9</sup> conta que tudo funcionou porque ‘nós acreditamos nele

*e ele – o nosso diretor – acreditou em nós. Passamos a formar quase uma família*”.<sup>10</sup>

No período posterior, foram feitos grandes investimentos na modernização do parque gráfico, da redação e de outros setores, ao mesmo tempo em que o Grupo ampliava seus domínios no segmento da comunicação. Em 1969, por exemplo, começou a operar uma nova rotativa, a primeira *offset* de grande porte instalada no sul do País. Em junho de 1973, a “Gazeta do Povo” instalou os primeiros computadores para fotocomposição e, em agosto, o jornal estampou, na primeira página, uma foto colorida, novidade na imprensa paranaense.

No mesmo ano de 73, Cunha Pereira e o sócio compraram a TV Paranaense, Canal 12, de Curitiba, contando também com a participação acionária do empresário Roberto Marinho. A sociedade com a família Marinho foi desfeita apenas em 2002, quando o Grupo paranaense assumiu a totalidade da emissora. Nos anos seguintes, foram montadas ou compradas mais sete emissoras de televisão, cobrindo todas as regiões do Estado.

Um dos raros momentos em que o empresário Cunha Pereira manifestou-se pessoalmente a respeito de suas empresas, nas páginas da “Gazeta do Povo”, foi em um suplemento especial que circulou em dezembro de 1975: “*O jornal e a televisão trazem grandes alegrias. Uma delas, de importância vital, por exemplo, é sentir que se pode ajudar a orientar sadiamente a opinião pública, pode-se criar um hábito salutar, pode-se defender uma tese de interesse da coletivi-*

<sup>9</sup> Trata-se de um gráfico, citado anteriormente na matéria, que trabalhava no jornal desde o final dos anos 50.

<sup>10</sup> GAZETA DO POVO, 2 de fevereiro de 1992, edição comemorativa de 73 anos, p. 7.

dade. *Enfim, sente-se que pelo jornal e pela TV pode-se cumprir o dever não só de cidadão, mas de patriota*.<sup>11</sup> Nos diversos exemplares do jornal consultados para a presente pesquisa, apenas nesse encarte aparece uma fotografia do empresário, com a legenda: “Francisco Cunha Pereira Filho, o grande comandante”.

Dois movimentos foram responsáveis pela consolidação da atual Rede Paranaense de Comunicação (RPC) como maior do Estado: a transformação da “Gazeta do Povo” no principal jornal de classificados e de anúncios imobiliários de Curitiba e a passagem da programação da Rede Globo de Televisão para a TV Paranaense em 1973. A supremacia da Globo em termos de audiência ajudou a alavancar as vendas do jornal que continuou sempre investindo na modernização de equipamentos. Em 1995, foi o segundo jornal brasileiro a disponibilizar seu noticiário na Internet.

## Uma Trajetória Política e o Orgulho da Censura

No jornal “O Estado do Paraná”, o início da década de 1960 também foi de crise. Os sócios da editora divergiam e um deles, José Luiz Guerra Rego, vendeu suas ações ao deputado federal João Ribeiro que queria ser candidato à sucessão do então governador Ney Braga. Os desentendimentos entre os sócios se ampliaram e, depois de vários meses de negociações o jornal acabou vendido ao então secretário de Agricultura do Esta-

do, Paulo Cruz Pimentel. “Foi um período tenso, com tentativas de golpes e boataria”, lembrou o jornalista Freitas Neto que viu o matutino dirigido por ele há 11 anos mudar de mãos durante o segundo semestre de 1962.

Pimentel também tinha pretensões políticas e usou o jornal para consolidar sua candidatura ao governo. Seu sogro era um dos maiores proprietários de terras do Paraná e havia imposto o nome do genro na Secretaria da Agricultura como condição para financiar parte da campanha de Ney Braga ao governo. Já no cargo, o secretário passou a controlar grande parte das verbas publicitárias do governo paranaense. O capital para compra da Editora O Estado do Paraná foi obtido também de doações de fazendeiros que queriam um representante da classe no governo. Três anos depois, em 1965, a editora O Estado do Paraná inaugurou um novo parque gráfico. Além de “O Estado do Paraná”, a editoria publicava, desde 1956, a “Tribuna do Paraná” um jornal que no final dos anos 60 ganhou novo projeto editorial especializando-se no binômio futebol/polícia. Trata-se, hoje, do veículo mais popular entre todo os jornais paranaenses, com uma tiragem de 22 mil exemplares, destinada exclusivamente à venda em banca.

O papel desempenhado pelo jornalismo impresso – num primeiro momento e a seguir pelos demais formas de comunicação massiva – nos processos eleitorais tem sido bastante estudado. Alonso (1989), citado por Rubim (2000) afirmou: “*Pode se dizer que se durante o século passado e o primeiro terço do XX os comícios eram a essência de qualquer campanha eleitoral, agora este papel central é desempenhado pelos meios e, especialmente pela televisão*”. Ao analisar a

<sup>11</sup> GAZETA DO POVO, suplemento especial, Curitiba, dezembro de 1975, p.4.

disputa pela Presidência da República no Brasil em 2002, Fausto Neto propõe que o campo político perdeu não apenas o controle das condições de produção da sua visibilidade na esfera pública, mas as condições de sua própria enunciação, que passaram a ser definidas pelas estratégias e operações de enunciação do campo da mídia. “*Tais estratégias tornam, assim, a política ‘refém’ das condições de produção de sentido definidas pelas mídias*”.<sup>12</sup>

As atividades tradicionais das campanhas políticas, já na década de 60 do século XX, estavam permeadas pela necessidade de visibilidade midiática. Os jornais, as emissoras de rádio e a televisão, embora ainda atingindo um número pequeno de lares, chamavam a atenção dos políticos que sabiam também a importância de contarem com os veículos no desempenho dos cargos, especialmente os majoritários.

Eleito governador para o mandato 1966-70, Pimentel continuou investindo no jornal e em outros veículos de comunicação. Em 1967, colocou no ar a TV Iguazu, Canal 4, e pouco antes havia comprado a Rádio Guairacá, líder em audiência em Curitiba na época. Em 1969, começou a operar a TV Tibagi, em Apucarana, na região Norte. A TV Iguazu iniciou suas transmissões como repetidora da Globo e acompanhou o rápido crescimento de audiência que a rede experimentava naquele momento. Os veículos do Grupo Paulo Pimentel eram os maiores em termos de vendas e de verbas publicitárias no Paraná.

No início dos anos 70, contudo, o grupo passou a enfrentar dificuldades por razões políticas. Pimentel foi contra a indicação do deputado Haroldo Leon Peres para o governo do Paraná, feita pelo presidente Emílio Garrastazu Médici. Quando assumiu em março de 1971, Leon Peres foi ao presidente da República e argumentou que não poderia administrar o Estado com a oposição dos veículos de comunicação do ex-governador. “*Médici não deixou por menos, assinou o Decreto-lei número 1.077, instituindo a censura prévia a livros, revistas e jornais*”, informa a edição comemorativa de 40 anos de “O Estado do Paraná”, que circulou a partir de 17 de julho de 1991 (p.4).

Essa edição disse – e outras matérias comemorativas repetem com o mesmo tom de orgulho – que o jornal paranaense foi o primeiro a contar com um agente da Polícia Federal que desempenhava o papel de censor diretamente na redação, todos os dias. O jornalista Mussa José de Assis era o diretor de redação na época (cargo que ocupa novamente hoje, depois de alguns períodos de exercício em outras atividades) e conta que a reação inicial do jornal foi deixar espaços em branco nas matérias, demonstrando os pedaços cortados pelos censores. “*Houve então uma determinação federal para que não fossem deixados espaços em branco nos jornais; foi a partir daí que o Estadão começou a preencher estes espaços com os Lustadas, de Camões, o Jornal da Tarde passou a publicar receitas culinárias, a Veja os decorou com a arvorezinha da Abril (...)*”<sup>13</sup>

<sup>12</sup> FAUSTO NETO, 2003, p.123.

<sup>13</sup> O ESTADO DO PARANÁ, edição especial de 50 anos, Curitiba, 17 de julho de 2001, p. 4.

De acordo com o jornalista, “O Estado (...)” encontrou maneiras de driblar a censura: “Usávamos muitas metáforas, trabalhávamos a manchete, publicávamos fotos em situações ridículas. Mas não tinha muito o que fazer, se o censor percebesse poderia apreender ou atrasar o jornal”. Mussa Assis reconhece, na mesma entrevista que, em determinado momento, foi feito um “acordo de cavalheiros” com os agentes do governo militar. “Nos comprometemos a não colocar notas ou notícias de conotações políticas em outros cadernos, assim, o censor poderia conferir apenas as páginas políticas”, diz ele, citando algumas “manchetes de protesto” que o jornal conseguiu publicar na época como uma que dizia “Deus nos ajude!” e era uma frase retirada de um discurso do governador Leon Peres.

Na edição comemorativa dos 40 anos do jornal, entretanto, publicada em 17 de julho de 1991, o diretor de redação era o jornalista Carlos Roberto Tavares e a história do período de censura é contada em cores menos favoráveis ao comportamento dos profissionais de “O Estado (...)”, citando inclusive o diretor Mussa José de Assis.

*“Com o passar do tempo, porém, até um relacionamento cordial passou a existir entre jornalistas e censores. Depois de tanto tempo ‘empregados’ juntos não havia porque não manter uma relação de cordialidade entre ambos (Mussa e o censor). Afinal, cada um era empregado de alguém, embora os agentes tivessem cumprido uma tarefa nada simpática. Conforme o tempo ia prosseguindo, os agentes começaram a fazer ‘vista grossa’ em algumas sessões (sic) e concordaram*

*em setorizar as notícias, para facilitar o trabalho. Inclusive o deles. Passaram a concordar que a chefia se responsabilize por aquilo que é publicado e submeta a avaliação somente aquilo que julgue que no futuro dê problema. Isso durou cerca de um ano, tempo relativamente pequeno se comparado ao que outros jornais, como O Estado de São Paulo, ficaram sob o julgo da censura. Durante todo este período, a censura também vestiu outras carapuças, além da presença dos agentes federais. Telefonemas, bilhetes, recados e até apreensões de jornais foram algumas”<sup>14</sup>*

O embate do jornal com a censura pode ser referenciado no texto *Microfísica do poder*, de Michel Foucault. Nele o autor propõe a superação de duas definições clássicas de poder: o poder entendido no século XVIII como direito originário que se cede ou o poder analisado como questão econômica, cujo modelo formal seria o poder político e no qual estaria embutido o conceito de repressão – aos indivíduos, aos instintos ou a uma classe. “(...) as relações de poder nas sociedades atuais têm essencialmente por base uma relação de força estabelecida, em um momento historicamente determinável, na guerra e pela guerra”. Se o poder político tenta impor a paz na sociedade civil não é para neutralizar os desequilíbrios, “mas para reinscrever perpetuamente estas relações de força (...), nas instituições, nas desigualdades econômicas, na linguagem e até no corpo dos indivíduos”<sup>15</sup>.

Talvez a leitura foucaultiana seja muito desalentada em relação ao poder político e desconsidere a possibilidade de existência de atores sociais detentores de poder que não tenham interesse apenas em perpetuar as rela-

<sup>14</sup> Idem, edição especial de 40 anos, Curitiba, 17 de julho de 1991, p. 3.

<sup>15</sup> FOUCAULT, 2002, p. 176.

ções de força. No momento específico do regime militar, contudo, essa era uma realidade histórica. Resta a indagação de como pensar, teoricamente, a reação do jornal “O Estado do Paraná” e seus responsáveis, notadamente os jornalistas. Um “acordo de cavalheiros” ou um “relacionamento cordial” com os censores foi uma atitude de sobrevivência? Uma medida de acovardamento? Seria possível estabelecer outros mecanismos de resistência? Perguntas que, certamente, merecem um aprofundamento de pesquisa em busca de elucidação.

Um fator que contribuiu para reduzir as pressões sobre “O Estado do Paraná” foi a cassação do governador nomeado, por corrupção no final do ano de 1971. A relação do jornal com os novos governadores, contudo, continuou extremamente conturbada e o desgaste da imagem das empresas do grupo Paulo Pimentel já havia se consolidado em um período de repressão em que ousar ser contra qualquer segmento do poder era um ato temerário. A permissão de funcionamento da Rádio Iguaçu (ex-Guairacá) foi anulada e, logo em seguida, a TV Iguaçu perdeu a condição de retransmissora da Rede Globo, que passou para a TV Paranaense, de propriedade de Francisco da Cunha Pereira e Roberto Marinho. Em entrevista publicada na edição especial de 50 anos, o empresário Paulo Pimentel acusou diretamente o ex-governador Jaime Canet Júnior (1975/1979) e o ex-prefeito de Curitiba, Saul Raiz, pelas perseguições às suas empresas. As duas autoridades, segundo ele, pressionaram anunciantes para boicotarem o grupo. No episódio da retirada da Rede Globo, governador e prefeito teriam contado com o apoio do então ministro

da Educação Ney Braga, de quem Pimentel havia sido secretário da Agricultura anos antes.

No texto de abertura do suplemento especial de 40 anos, Paulo Pimentel cita que “O Estado do Paraná” está sob sua direção há 30 anos: “*Foi um período de grandes lutas contra os prepotentes, contra o arbítrio e, sobretudo, contra os desmando da administração pública. E por isso, sofremos em várias oportunidades as agressões dos regimes despóticos. Apesar de tudo, sobreviveu o jornal, defendendo os ideais da democracia e os direitos do homem em sua plenitude*”.<sup>16</sup> Uma coisa que chama a atenção nesse suplemento de 24 páginas é o volume de anúncios: nada menos do que 70 prefeituras paranaenses manifestam seus cumprimentos ao jornal. As publicidades, que incluem também empresas de variados setores, tomam 20 páginas da edição que tem outras quatro com textos contando a história do jornal. Dez anos depois, os resultados publicitários do suplemento comemorativo de meio centenário não são tão representativos: cerca de nove páginas das 24 que integram o encarte são ocupadas por anúncios e somente nove prefeituras assinam peças. Há ainda quatro votos de congratulações em nome de associações de municípios, assinadas por dezenas de prefeituras e com custo, certamente, menor.

### Com Tiragens Reduzidas, mas Mantendo a Influência

Um exemplo da capacidade de articulação e do papel desempenhado pela “Gazeta do Povo” na sociedade paranaense é, cer-

<sup>16</sup> O ESTADO DO PARANÁ, edição especial de 40 anos, Curitiba, 17 de julho de 1991.

tamente, a edição comemorativa dos 65 anos do jornal que circulou em 3 de fevereiro de 1984. Um caderno especial de 20 páginas publicou o resultado de cinco mesas redondas realizadas no mês anterior – em um hotel de propriedade do próprio Grupo, cujo nome é citado mais do que uma vez nos textos de apresentação do encarte – reunindo as principais autoridades do Estado dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, os mais fortes empresários em variados setores, além de uma dezena de parlamentares e presidentes de entidades empresariais. O encarte, intitulado “*Idéias e perspectivas para o Estado do Paraná no ano de 1984*”, tinha como objetivo, segundo o texto de abertura, colocar em debate público os interesses da comunidade “*com a máxima isenção, conforme entendemos ser a missão jornalística*”.

A primeira mesa-redonda, por exemplo, que aconteceu no dia 10 de janeiro, contou com a presença das seguintes autoridades: governador José Richa (PMDB, primeiro governo de oposição eleito no Paraná), vice-governador João Elísio Ferraz de Campos, secretário de Planejamento, Belmiro Castor Jobim, prefeito de Curitiba, Maurício Fruet, presidente da Assembléia Legislativa, Trajano Bastos, deputado estadual Luiz Alberto Martins de Oliveira e dos empresários Hermes Macedo (lojas HM) e Mário Petrelli (Bradesco Seguros). Sempre com a coordenação de Francisco da Cunha Pereira, nos dias seguintes, reuniram-se em diferentes mesas temáticas praticamente todos os secretários de estado, além de autoridades diversas e empresários. Não foi possível evidenciar, no âmbito da presente pesquisa, os resultados obtidos com as mesas redondas e

a publicação do caderno especial. Uma possibilidade interessante seria verificar, no período seguinte, pelo menos o acompanhamento jornalístico das propostas apresentadas durante os debates, para verificação de suas possíveis aplicações práticas.

Ao longo dos anos, a “Gazeta do Povo” tem sido reconhecida, por outro lado, pelas campanhas que assume “*em defesa dos interesses do Paraná*”. Em 1994, ao completar 75 anos, o jornal fez um balanço dessas campanhas lembrando seu posicionamento editorial contra a divisão territorial do Estado; na defesa do pagamento de *royalties* pela energia gerada pela usina de Itaipu aos municípios que tiveram terras inundadas pelo reservatório da hidrelétrica; pela exploração das reservas de xisto existentes no Paraná, pela presença de paranaenses em cargos federais, pela instalação de equipamentos que garantam o funcionamento do aeroporto Afonso Pena que sofre constantes interdições por conta do nevoeiro. As campanhas, que muitas vezes são motivo de “chamadas” veiculadas nas emissoras de televisão do Grupo, ganham repercussões em outros campos: são objeto pronunciamentos na Assembléia Legislativa ou no Congresso Nacional, geram comentários e/ou atitudes de autoridades em variados níveis e agendam o debate da opinião pública.

De resto, o “segredo do sucesso” está também ligado a uma postura política de extrema cautela e de atrelamento ao poder (municipal, estadual ou federal). A conduta da direção da “Gazeta do Povo” tem sido, historicamente, de evitar o debate político e nunca aceitar o confronto. Os episódios ocorridos no período inicial do segundo mandato do governador Roberto Requião são

ilustrativos. Logo depois de tomar posse, em janeiro de 2003, Requião passou a formular críticas públicas à Rede Paranaense de Comunicação. A TV Educativa, que pertence ao Estado, chegou a editar trechos de uma reportagem, levada ao ar pela TV Paranaense, tratando do fechamento dos bingos no Paraná e do desemprego gerado, para acusar a RPC de conspirar contra os interesses estaduais. Algum tempo depois, o governador publicou, como matéria paga, um texto em diversos outros jornais, contestando uma matéria da “Gazeta do Povo” a respeito da nova orientação da Rádio e da TV Educativa. A iniciativa gerou protesto, inclusive, do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná, mas as atitudes do governador nunca foram comentadas pela direção do jornal.

Embora continue como maior diário do Paraná, a “Gazeta do Povo” reduziu sua circulação. Segundo matéria publicada em 3 de fevereiro de 2000, comemorando os 81 anos do periódico, a tiragem havia alcançado 140 mil exemplares aos domingos e 80 mil, em média, nos dias de semana. Em junho de 2003, de acordo informações do jornalista Arnaldo Cruz, diretor de redação, a tiragem estava na faixa de 92 mil exemplares nos domingos, 40 mil nas segundas-feiras e 70 mil nas quartas-feiras. O número de páginas, nos dois principais cadernos (que abrigam as editorias Paraná, Brasil, mundo, política e economia), caiu de 28 a 32 para 20 a 24. Houve reduções também nas editorias de esporte, cultura, bem como nos classificados e nos suplementos especiais. O jornal, que já empregou mais de 1.200 funcionários em 2001, tinha menos de 900 trabalhadores no final de 2003, dos quais 150 eram jornalistas (165 um

ano antes). A queda do número de assinantes (sete mil em 24 meses) e das vendas em banca foi estancada no primeiro semestre de 2003. Passaram, então, a registrar um ligeiro crescimento, segundo pesquisas da Marplan, citadas pelo diretor de redação.

A Rede Paranaense de Comunicação é integrada pela “Gazeta do Povo”, “Diário da Tarde”, “Jornal de Londrina” (editado na segunda maior cidade do Paraná, comprado há quatro anos pela RPC), pela Rádio FM 98, de Curitiba, e por oito emissoras de televisão, espalhadas pelas diversas regiões do Estado, todas repetidoras da Globo. Segundo Arnaldo Cruz, não existem trocas de informações entre a “Gazeta do Povo” e as demais empresas do Grupo, principalmente as emissoras de televisão. *“Trabalhamos mais como concorrentes do que como grupo. Não há aproveitamento de matérias de uma redação para outra, apenas com o Jornal de Londrina e ainda com restrições, pois em alguns casos chegamos a deslocar repórteres de Curitiba ou da sucursal de Maringá para cobrir acontecimentos em Londrina”*, disse ele.

Na redação de “O Estado do Paraná”, o diretor Mussa José de Assis também admite um enxugamento da empresa nos últimos três anos, *“segundo uma tendência geral dos jornais brasileiros”*. Segundo ele, a tiragem foi bastante reduzida, estando atualmente em torno de 25 mil exemplares durante a semana, número que dobra aos domingos. As 16 sucursais existentes no interior do Estado – que garantiam uma cobertura bastante completa do território paranaense – foram fechadas, com demissões de dezenas de profissionais. Em torno de 90 jornalistas integram atualmente as redações de “O Estado (...)” e da “Tribuna do Paraná”, cerca de 300 funcionários na editora.

O Grupo Paulo Pimentel é formado pelos dois jornais curitibanos e quatro emissoras de televisão, todas repetidoras do SBT. No início de 2002, o empresário Paulo Pimentel se afastou oficialmente da direção das empresas – primeiro para concorrer ao Senado, na chapa do PMDB na eleição daquele ano, na qual foi derrotado; depois, porque assumiu a presidência da Companhia Paranaense de Energia (Copel), nomeado pelo atual governador, Roberto Requião.

### Considerações Finais

A história dos dois principais jornais curitibanos da atualidade, “Gazeta do Povo” e “O Estado do Paraná”, repete uma tendência comum na imprensa local desde sua fundação há 150 anos: os periódicos têm profundas vinculações políticas – ligadas à situação ou à oposição – e são, geralmente, sustentados por elas. Mesmo que nos últimos anos tenham reduzido suas tiragens, significando a perda de leitores e anunciantes, os dois jornais continuam sendo referências na formação da opinião pública paranaense até porque integram fortes grupos de comunicação que detêm as emissoras de televisão com maior audiência regional.

Em meio ao debate que hoje se processa no plano mundial, em busca de alternativas de sobrevivência do jornalismo diário impresso, os dois periódicos traçam, no início do ano de 2004, estratégias para o futuro. Na Gazeta do Povo, discute-se a fusão das redações do impresso e do digital (o portal Tudo Paraná) com objetivo de produzir conteúdo com menor custo e melhor qualidade. O Grupo como um todo, além disso, adota medidas de economia para fazer frente às dificuldades financeiras, resultado da queda de faturamento e da dívida assumida na compra da parte das ações da TV Paranaense que estavam nas mãos da família Marinho até dois anos atrás.

Na redação de “O Estado do Paraná”, os últimos meses foram de expectativa pelo anúncio, feito no final de 2003 pelo empresário Paulo Pimentel, de uma possível fusão do Grupo com uma importante empresa de comunicação paulista, que ele não identificou. Nas emissoras de televisão os departamentos de jornalismo foram praticamente extintos, enquanto os jornais funcionam com o número mínimo de profissionais, sem reposição de vagas em caso de demissões. ■

## Periódicos

Revista Imprensa, julho de 1991.

Gazeta do Povo – edições de 3 de fevereiro de 1919, suplemento especial, dezembro de 1975; 3 de fevereiro de 1984; 2 de fevereiro de 1992; 3 de fevereiro de 1999; 3 de fevereiro de 2000; 3 de fevereiro de 2001; 3 de fevereiro de 2002; 3 de fevereiro de 2003.

O Estado do Paraná – edições de 17 de julho de 1991 e 17 de julho de 2001.

## Entrevistas

Arnaldo Cruz, diretor de redação da “Gazeta do Povo”. Curitiba, 27 de junho de 2003.

João Dedeus Freitas Neto, primeiro diretor de redação de “O Estado do Paraná”. Curitiba, 13 de junho de 2003.

Mussa José de Assis, atual diretor de redação de “O Estado do Paraná”. Curitiba, 16 de junho de 2003.

## Referências Bibliográficas

- ARAUJO, S.; CARDOSO, A, *Jornalismo & Militância Operária*, Curitiba, Editora UFPR, 1992.
- CARNASCIALI, J.P.S, *De Plácido e Silva, o Iluminado*, Curitiba, Oficina das Letras, 2000.
- COSTA, S.G, *A erva-mate*, Curitiba, Farol do Saber, 1995.
- DUARTE, O; GUINSKI, L. A, *Imagens da evolução de Curitiba*, Curitiba, Quadrante Editorial, 2002
- FAUSTO NETO, A., Fragmentos de uma enunciação desmesurada, in FAUSTO NETO, A.; VERON, E. (Orgs), *Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral*, São Paulo Hacker, 2003, pp. 119-146.
- FOUCAULT, M., *Microfísica do poder*, Rio de Janeiro, Graal, 17ª edição, 2002.
- PUGLIELLI, H., (org.), *Curitiba, 300 anos de memória oficial e real*, Edição da Secretaria de Estado da Comunicação Social do Paraná, Curitiba, 1994.
- SECRETARIA DA CULTURA E ESPORTE DO PARANÁ, *O Dezenove de Dezembro – Ano I*, Curitiba, 1979.
- RUBIM, A. A., *Comunicação e política*, São Paulo, Hacker, 2000,
- SODRÉ, M., *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*, Petrópolis, Vozes, 2002.
- TRAQUINA, N, *O que é jornalismo*, Lisboa, Quimera, 2002.