

“PARA OS CÉTICOS, A IMPRENSA É PAPEL PINTADO. PARA NÓS, É PAPEL SAGRADO”:

O SUPLEMENTO DA *FOLHA DE S. PAULO* PARA O GOLPE DE 1964

Kelly Yshida¹

Resumo: Os estudos sobre a ditadura instaurada no Brasil em 1964 demonstram que a mesma recebeu incentivos de civis e empresas que tinham interesse tanto em barrar os rumos políticos e econômicos em curso, quanto em apoiar a iniciativa dos militares no golpe. Desta forma, no dia 31 de março de 1964, a *Folha de S. Paulo* publicou um suplemento especial de quarenta e quatro páginas intitulado “64 – *Brasil Continua*”, com mensagens otimistas e a ênfase de que o país tinha vocação para a ordem e para o trabalho. Além disso, havia diversos anúncios publicitários que estavam em consonância com o discurso do suplemento e cuidadosamente dispostos nele. A narrativa apresentava como estruturar o progresso da indústria e do comércio, onde os trabalhadores eram apenas peças em uma engrenagem maior. Enquanto isso, os empresários eram postos como centrais neste processo e vozes legítimas para ditar os melhores rumos para o país. No mesmo encarte era publicada a história da empresa de comunicação que se colocava como atuante naquele momento, destacava seu sucesso e apresentava ao leitor o que considerava ser a função da imprensa. A *Folha* buscava fazer jus ao seu slogan: “*Um jornal a serviço do Brasil*”. Mas, sabe-se que a imprensa não é neutra, ainda mais a que partilha da lógica do mercado, suas disputas e interesses. Sendo assim, este suplemento é significativo para entendermos a relação entre os meios de comunicação, o empresariado e a política orquestrada pelos militares no início de 1964.

Palavras-chave: Folha de S. Paulo. Imprensa. Golpe de 1964. Publicidade.

No dia quatro de agosto de 1963, o jornal *Folha de S. Paulo* divulgou uma nota informando que a equipe havia se reunido para comemorar o progresso da empresa e aniversário da administração de Octavio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho, empossada em três de agosto do ano anterior. Afirmava que, por conta das mudanças encampadas pela gestão, “a Folha é hoje o jornal de maior circulação paga do Brasil”. Concluía que “a revitalização fez-se sentir em outros setores básicos da organização. Os serviços de distribuição (capital e interior) foram reorganizados, ressaltando-se a renovação da frota de veículos com a aquisição de 47 novas unidades” (FSP, 04/08/63). Firmava a ideia de que a

¹ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Santa Catarina.
E-mail: kellyshida@gmail.com

empresa entrava em um momento de prosperidade, marcado pelo discurso da modernização. Assim, o jornal era considerado um baluarte do sucesso e do progresso.

No comando do grupo de comunicação e com influência na Estação Rodoviária, houve a possibilidade de administrar com maior eficácia a distribuição, tornando o periódico mais competitivo. Associando os negócios, garantiram o alcance do jornal ao interior de São Paulo. Deste modo, “os exemplares saíam das rotativas na Barão de Limeira e – em dois quarteirões, já estavam nos porta-malas dos ônibus que seguiram para todas as demais cidades do Estado. O concorrente *O Estado de São Paulo* chegava horas mais tarde.” (GENTILLI, 2001, p.3). Mesmo com a crise do papel em 1963², puderam adquirir novos equipamentos para, em julho de 1967, instalar a imprensa *offset*. Isto caracterizou um grande avanço tecnológico no processo de impressão. No primeiro mês de 1968, a *Folha* atingiu a tiragem de 200.000 exemplares, chegando a 1.675.000 em dezembro (MAGALHAES, 2001).

O momento em que Frias e Caldeira começaram a gerenciar a empresa não foi de estabilidade política. Logo nos primeiros anos, posicionaram-se em relação aos embates que culminaram no golpe de 1964. A dupla assumia-se como “liberal e democrática”, buscando a mediação entre “dois pontos extremos: o populismo reformista (tipo PTB) e o liberalismo oligárquico (tipo UDN ou PSD)” (CAPELATO; MOTA, 1981, p. 195). O jornal estava crescendo em 1964, por conta das conquistas em relação ao aumento de tiragens, circulação e melhoramentos tecnológicos. O que não inviabiliza considerações de que a aposta nos militares tenha contribuído favoravelmente à empresa.

No dia 13 de março de 1964, o comício no Rio de Janeiro liderado pelo presidente João Goulart, enfatizando mudanças políticas, contou com cerca de 350 mil pessoas (REIS FILHO, 2014, p.40). Segundo o historiador Daniel Aarão Reis Filho, “o presidente anunciou a assinatura de alguns decretos: o da expropriação de pequenas refinarias particulares e o que previa a hipótese de desapropriação de terras ao longo de eixos rodoferroviários em benefício da reforma agrária” (2014, p. 40). Tais decretos e as demandas que mobilizavam simbolizavam a realização de reformas consideradas negativas por alguns segmentos da sociedade, especialmente os com interesses diretos no mercado.

O comício esteve estampado na capa da *Folha de S. Paulo* e foi tema do editorial intitulado *Para quê?*, que insinuava que as reformas propostas não eram feitas honestamente.

² Neste momento o preço do papel aumentou de Cr\$ 97,00 o quilo em janeiro de 1963 para mais de Cr\$ 120,00 em dezembro do mesmo ano. Enquanto isso, com o aumento devido aos investimentos em circulação, o uso também era crescente: de 890.000 quilos em janeiro para 1.326.000 em dezembro (FSP, 31/03/64).

De acordo com o texto, o governo havia utilizado de uma mobilização na qual teriam ocorrido “ataques costumeiros à Constituição, que o presidente jurou defender e respeitar, e a afirmação, sem dúvida lamentável, de que a multidão vale mais que a Constituição.” (FSP, 14/04/1964). É irônico perceber que a busca pela mobilização popular foi apropriada, dias depois, na Marcha da Família com Deus pela Liberdade. Para estes, Goulart era visto como um “candidato a ditador”, um político cuja fala evidenciava a preocupação com o povo e com a democracia, mas cujas ações sugeriam o contrário. O editorial concluía que “o comício de ontem, se não foi um comício pré-ditadura, terá sido um comício de lançamento de um espúrio movimento de reeleição do próprio João Goulart”. Ao mesmo tempo, colocava como imagem da ordem e da democracia aqueles que concretizaram o golpe:

basta saber se as Forças Armadas, peça fundamental para qualquer mudança desse tipo, preferirão ficar com o sr. João Goulart, traindo a Constituição e a pátria, ou permanecer fiéis àquilo que devem defender, isto é, a Constituição, a pátria e as instituições. Por sua tradição, eles não haverão de permitir essa burla (FSP, 14/03/64).

É significativo que este texto tenha sido publicado como editorial do jornal, demonstrando que a *Folha de S. Paulo* foi um dos grupos empresariais que saudou os militares nos primeiros momentos do golpe. Contudo, isto não se deu apenas por interesses diretos, como os investimentos na estrutura do impresso, por exemplo. Dentro do quadro que supunha existir – de perdas para o mercado –, a postura da empresa não esteve distante nem de sua trajetória nem da ação esperada deste ramo de atuação.

Com cobertura elogiosa, a marcha em oposição ao presidente foi aclamada pela *Folha*. A manchete do dia 20 de março de 1964 apontava: *São Paulo parou ontem para defender o regime*. No texto, afirmava-se que a mobilização envolveu “meio milhão de homens, mulheres e jovens, também de outros estados”.

A disposição de São Paulo e dos brasileiros de todos os recantos da pátria para defender a Constituição e os princípios democráticos, dentro do mesmo espírito que ditou a Revolução de 32, originou ontem o maior movimento cívico já observado em nosso Estado: a “Marcha da Família com Deus pela Liberdade” (FSP, 20/03/64).

Um artigo publicado no mesmo dia, intitulado *Multidão deixou os políticos à margem*, buscava opor população e políticos, buscando legitimar a intervenção que ocorreria no final daquele mês. Informava que “os políticos ficaram marginalizados. Muitos se incorporaram,

mas todos acabaram desaparecendo, engolidos pela multidão”. A reportagem buscou demonstrar que vínculos partidários não existiam no movimento e que os personagens políticos não tinham expressividade. Apontava que pessoas de diferentes opiniões e características se fizeram presentes, “desde a velha senhora, pesadona, de pernas inchadas, passos lentos, difíceis, casaquinho de lã, cabeça branca, sorriso esmaecido, até a menina-moça, de rosto afogueado encantada no primeiro encontro com o fato político”. Contudo, dizia que a multidão se caracterizava, majoritariamente, “pela presença da classe média” (FSP, 20/03/64).

O posicionamento do jornal também ficava evidente ao tratar das faixas exibidas, “apresentando mensagens de oposição radical contra o esquerdismo, os comunistas, o deputado Leonel Brizola e o próprio presidente da República”. Algumas das frases listadas foram: “Abaixo os entreguistas vermelhos”; “Reformas sim – Comunismo nunca”; “Queremos governo cristão”; “Se necessário, defenderemos nossa liberdade à bala”; “Renúncia ou impeachment”; “Com Cristo venceremos”; “O rosário é a arma viva contra o comunismo”; “Ruim com o Congresso, pior sem ele”; “Somos cristãos e patriotas – não idiotas”; “Forças Armadas saberão defender a liberdade”; “Aqui não, João”; “Para tornar o Brasil comunista, só passando por cima de paulista”; e “O rosário pode fazer todas as reformas, porque ele pode operar o milagre de reformar os homens” (FSP, 20/03/64).

Trata-se de vontades e sentimentos que desejavam cultivar naquele março, dos quais tanto o jornal quanto os militares buscaram se apropriar. Nota-se que o golpe se apoiou na disseminação de uma suposta ameaça comunista, que alimentava o medo de segmentos da população informados pela ideologia da Guerra Fria. Receavam que ocorresse no Brasil, por exemplo, algo semelhante ao que os opositores comunicavam sobre a Revolução Cubana de 1959. Mesmo como uma suposição ou como uma construção para a mudança autoritária da política, as páginas do jornal demonstram que a crença nesta possibilidade existia, assim como eram reais os sentimentos que desencadeava.

Para Daniel Aarão, após os comícios pelas Reformas de Base e a Marcha da Família, o embate já estava declarado. Em vez da efetivação dos projetos da esquerda, “de febris preparativos para um enfrentamento histórico”, a situação permanecia em suspenso, “o barril de pólvora e a mecha estavam lá, à espera de um fósforo aceso” (2014, p. 42). Este veio com os marinheiros e fuzileiros navais, cuja associação se reuniu em prol de melhorias nas condições de trabalho. Encontraram-se na sede do Sindicato dos Metalúrgicos do Rio de

Janeiro, contra a proibição do ministro da Marinha, que ordenou o encerramento da assembleia e a prisão dos participantes. O fato foi decisivo, “a crise da marinha mudou o foco do processo político. (...) Para que a mudança se verificasse, trabalharam com afinco as forças conservadoras, e aí o papel da mídia foi essencial” (REIS FILHO, 2014, p. 43).

A adesão às reformas de João Goulart andava em paralelo à defesa da manutenção do capital privado e o receio da subversão da ordem, cara não só para os militares, mas para uma grande parcela da população. Assim, o acontecimento foi decisivo para o desfecho dos dias seguintes, ganhando a capa da *Folha*³. O general Augusto da Cunha Magessi Pereira ganhou notoriedade ao pedir a punição dos marinheiros que se encontravam no sindicato. Publicada no jornal, sua fala buscava mobilizar o sentimento de crise e de necessidade de mudanças:

Estamos sofrendo atualmente verdadeira crise de autoridade (...). Além disso, ninguém mais ignora a pernicioso evolução sindicalista no Brasil. O sindicalismo é um fenômeno mundial irreversível. Infelizmente, já adquiriu caráter filosófico e político, dividido entre a liberdade, o cristianismo e o comunismo. Como não é possível vivermos isolados do resto do mundo, lembremo-nos de que os povos democráticos civilizados e amigos estão atentos a tais ocorrências. Façamos, pelo menos, com que o sindicalismo pernicioso seja detido e não persista no propósito de inverter o princípio da autoridade, para desagregá-la (FSP, 30/03/64).

No dia 31 de março de 1964, sob a manchete *Os Clubes Naval e Militar tomam posição conjunta* era respondido o editorial que chamava os militares à ação. Neste mesmo dia, a *Folha* publicou um caderno especial de quarenta e quatro páginas com a chamada *64 – Brasil Continua*, com mais de quarenta anúncios publicitários. Na terceira página, uma espécie de editorial apresentava as motivações daquele suplemento. Um texto extenso, ocupando toda a página, sob a imagem de um bebê - em alusão ao início de uma trajetória prestes a ser construída, à tentativa de construir a imagem de um novo Brasil que nascia.

Suas primeiras palavras buscavam mobilizar o sentimento nacionalista de uma comunidade com um propósito comum, por isso afirma que “construir é um ato que encerra muito mais do que ciência e técnica, porque é necessariamente um ato de fé”. Bem como a ideia de que todos podem ser parte desse novo projeto, afinal: “Não importam os tropeços, os momentos de incerteza, aqueles instantes aflitos em que imaginamos parar, desistir, renunciar à tarefa, quando a eles opomos a fé em nosso propósito, em nossa determinação de vencer não

³ Na manchete do dia 28 de março estava impresso: *Em liberdade provisória os marinheiros rebeldes*; no dia 29, *Anistiados todos os marinheiros rebeldes*; e no 30, *Ultimato do clube naval ao ministro da Marinha*. Neste último texto é dado ênfase ao apoio do Clube Militar aos oficiais que pretendiam punir os rebeldes.

para nós, egoisticamente, mas para todos, para a elevação de nossa gente, de nossa terra”. (FSP, 31/03/1964).

Contudo, mesmo que “todos” fossem parte, alguns eram considerados melhores designados para apresentar o que e como deveriam agir e pensar. Colocando como primordial que os leitores acreditassem e trabalhassem para o progresso que estava sendo proposto pelo jornal e pelas empresas que compunham aquela narrativa. Afinal, “esta é a mensagem que 64 – BRASIL CONTINUA, organizado pela equipe da FOLHA DE S. PAULO em intimo contato com as mais ativas forças da produção nacional, procura levar a todos os seus leitores, a todos os brasileiros.” (FSP, 31/03/1964, p.3). São estes grupos que financiam a publicidade exposta no caderno, que aparece como expositor das empresas de diversos ramos que se colocaram publicamente a favor da intervenção política.

Firmando-se em dados estatísticos e econômicos, a narrativa era colocada como acima das questões cotidianas da sociedade, embora reiterasse o caráter social das atividades na qual se focava. O que interessava era a fala dos “numerosos grupos, que, nas mais diversas atividades, têm contribuído com máximo idealismo para a construção do progresso do Brasil” (FSP, 31/03/1964, p.3). Tratava-se de empresários com interesses no mercado nacional e internacional, com continuidades familiares e muitas vezes participantes de instituições que tinham afinidades com o golpe. Era como um elogio à tecnocracia:

O caminho até aqui percorrido, pelos desbravadores em alguns casos, por seus herdeiros e continuadores em outros, ensinou a todos a grande lição da experiência técnica e administrativa. Com essa lição vem a capacidade de equacionar os problemas em termos cada vez mais científicos, na busca de crescente produtividade e com interesse cada vez mais social. (...). Que desses investimentos, tanto os feitos em máquinas e equipamentos, quanto os que disserem respeito ao próprio homem que tão aceleradamente vai conseguindo o domínio da ciência e da técnica em nosso país, surgirá um Brasil maior, mais senhor de si mesmo, mais robusto em sua democracia, mais presente no mundo como nação condutora, mais feliz pela felicidade maior de seu povo e pela mais ampla e completa realização de seus cidadãos. (FSP, 31/03/1964, p.3).

Quando no texto surge a valorização do trabalhador, é apresentado como parte de uma engrenagem maior, onde surge apenas como uma peça que deve ser ordeira, em um país com vocação para a ordem e para o trabalho.

Eis 64-BRASIL CONTINUA. Aparece num momento conturbado de nossa vida política, em que, por força das circunstâncias, tantas posições se radicalizaram dando pretexto às Cassandras para anunciar, quase todo dia, o

fracasso de nossa gente. Sintam os leitores, porém, o que BRASIL – 64 encerra de efetivo trabalho e esforço de aperfeiçoamento e produtividade. Mais do que as radicalizações, mais do que os fermentos de ódio, importa essa lição de trabalho e de fé. Pois se somos um país em desenvolvimento, envolto nas malhas de uma grande inflação, não venceremos nossos percalços senão pela força do trabalho cada vez mais eficiente, dentro da ordem e da comunhão de ideias.

Desse trabalho haveremos de participar todos nós, na medida de nossas possibilidades, fazendo da melhor maneira sempre o que soubermos fazer, e cômicos de que lutamos todos por um objetivo comum. E haveremos de participar com animo, dentro de um clima POSITIVO, pois o NEGATIVISMO nada constrói mas pode, este sim, solapar todas as estruturas do país e minar as energias de seu povo.

Basta olhar o homem nas ruas, nas fabricas, nos escritórios, nas oficinas, nos gabinetes, nos laboratórios, para sentir a vocação para a ordem e o trabalho. Assim não fora e 64 – BRASIL CONTINUA não poderia constituir a mensagem do mais sadio otimismo, que sem dúvida é.

Avante! (FSP, 31/03/1964, p.3)

A *Folha* colocava-se como ponderadora do debate, capaz de apresentar as melhores convicções sobre os encaminhamentos nacionais, e os protagonistas da narrativa eram as empresas e os empresários.

Os que adquiriram espaço de publicidade neste suplemento foram: Industrias Romi S.A.; Squibb Industria Química S.A.; Organização L. Figueiredo; Aço Villares; Banco Itaú S.A.; Grupo Votorantim; Banco Colonial de São Paulo S.A.; Chevrolet; Banco do Comercio e Industrias de São Paulo SA; Metalmeccanica S/A – Industria e Comercio; Lacta; Simca do Brasil; CIA. Ultragaz S.A.; Semp – Rádio e Televisão S.A.; Organização construtora e incorporadora Andraus; Santapaula melhoramentos S.A; Aços Sandvik S.A. – Industria e Comercio; Walita; Lojas Garbo; Eaton S.A. Industria de peças e acessórios; Eron – Industria e comércio de tecido; Rolamentos Schaeffler do Brasil S.A.; Resistahl aços de alta resistência LTDA; Lanifício Varam S.A.; Pfizer; Ford; Usiminas; Willys Overland do Brasil S.A.; Esso; Companhia Cimento Portland Itau; DKW-DEMAG; SANBRA – Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro S.A.; Laboratório Clímax S.A.; Mercedes-Benz do Brasil S.A.; Metalúrgica Triângulo S.A.; Banco de São Paulo S/A; Produtos químicos Ciba S.A.; CICA - Companhia Industrial de Conservas Alimentícias; Banco da América S.A.; Emas – Eletro Metalúrgica Abrasivos Salto S.A.; Carborundum; RCA Eletrônica Brasileira S.A.; São Paulo Light S.A.; Remington Rand; Krupp Metalúrgica Campo Limpo S.A.

As publicidades não traziam apenas textos que enalteciam empresas e produtos, como de costume. Naquele momento, afirmavam-se como parte de um projeto de nação que estava

sendo desenhado autoritariamente e, como apoiadoras, demonstravam-se otimistas. Eram indústrias variadas: automobilísticas, metalúrgicas, bancos privados, alimentícias, enfim, a maioria do setor industrial apresentadas como Sociedades Anônimas. Seus anúncios traziam mensagens de apoio à intervenção e à política direcionada ao incentivo das empresas privadas, especialmente as de áreas estratégicas para o desenvolvimento nacional.

Assim, o suplemento condizia com requisitos importantes da ditadura, como pontuou Marilena Chauí:

A ditadura, desde o golpe de Estado de 1964, deu a si mesma três tarefas: a integração nacional (a consolidação da nação contra sua fragmentação e dispersão em interesses regionais), a segurança nacional (contra o inimigo interno e externo, isto é, a ação repressiva do Estado na luta de classes) e o desenvolvimento nacional (nos moldes das nações democráticas ocidentais cristãs, isto é, capitalistas). (CHAUI, 2000, p.41)

Embora os três objetivos estivessem presentes, o segundo foi o mais articulado nos editoriais apresentados antes do golpe, enquanto o último era o mais evidente no suplemento da *Folha* de 31 de março. Além disso, muitos dos que estavam nos grupos empresariais citados eram ligados às instituições voltadas aos ideais que sustentaram o regime, como apresentou a Comissão Nacional da Verdade (CNV).

Diretamente vinculadas às publicidades deste suplemento, dentre as diversas empresas listadas pela CNV, coincidem: Serviços de Eletricidades S.A. – LIGHT, Grupo Ultra, Grupo Votorantim, Aço Villares e o próprio Octávio Frias do Grupo Folha. Outras, no dia 31 de março, colaboraram no golpe, como a Esso Brasileira de Petróleo, a Pfizer Corporation do Brasil e a Volkswagen. Ainda há as que financiaram a Operação Bandeirantes (Oban), como Gastão Eduardo de Bueno Vidigal, do Banco Mercantil de São Paulo, além de representantes do grupo Ultra, Ford, Folha, Mercedes Benz, Light. Bem como a Fiesp, com apoio da Camargo Corrêa, Folha, grupo Ultra e Mercedes-Benz⁴.

Enquanto alguns divulgaram apenas seus produtos ou anúncios usuais, como a Chevrolet e o Banco Itaú, outros foram mais enfáticos no apoio. Alguns exemplos são evidentes destes interesses. Como o anúncio de página inteira da Ultragás - cujo presidente foi o dinamarquês Henning Albert Boilsen, um dos entusiastas das práticas de tortura e defensor

⁴ Casos de proximidade também são visíveis na trajetória da Siderúrgica Usiminas, com o massacre em 1963, onde “a Polícia Militar atacou e executou trabalhadores, que se manifestavam contra as precárias condições de trabalho em frente à sede da Siderúrgica Usiminas, resultando na morte de sete trabalhadores e de um bebê.” (BRASIL, 2014, p.80).

da política e dos aparatos repressivos dos militares –, trazia em letras maiúsculas a chamada “Chama da paz e da esperança” e a referência a seu apoio a iniciativa da publicação: “e para todos os milhões de lares deste fabuloso país nossa mensagem de confiança e nossa certeza: 64 – BRASIL CONTINUA”.

Também com expressivo espaço, a siderúrgica Aços Villares trazia seu texto de apoio. Em uma página em branco, apenas com os dados da empresa, estava escrito: “Acreditamos nos resultados de uma dedicada e honesta aplicação da técnica. Acreditamos nos frutos do árduo trabalho. Acreditamos na capacidade do homem. Acreditamos no progresso do Brasil.”. Também de notoriedade nas participações do golpe, o grupo Votorantim investiu em uma página, onde estava:

1500-DESCOBERTA. MATO.SELVA.NADA.
QUATROCENTOS ANOS SE PASSARAM.
QUANTO CUSTOU PARA UM PAÍS COMEÇAR A CRESCER?
PENSE BRASILEIRO. DO NADA SE FEZ 80 MILHÕES.

A SELVA FOI CORTADA.
AO SOM SELVAGEM UNIU-SE O CANTO DO BOIADEIRO.
DA ROÇA.
DO MOINHO D’AGUA. DO PILÃO.
DO BUM-BUM-BUM SOCANDO O ARROZ.
SOCANDO O CAFÉ.

E UM DIA, AO QUE SE FEZ.
FALTAVA.
E CRIOU-SE A INDUSTRIA.

PENSE BRASILEIRO. DO NADA FEZ-SE UMA NAÇÃO.
PENSE E AJUDE A PAZ.
BRASILEIRO: 64 É O BRASIL.
E DEPENDE DE VOCÊ.

O discurso da modernização e da construção nacional por meio da industrialização chega ao seu ápice nesta propaganda, elogiando a devastação ambiental, a violência contra os povos locais e desconsiderando a história do Brasil antes da chegada europeia, afinal “do nada fez-se uma nação”.

A Chevrolet ocupava outro espaço, em seguida seria o fornecedor de carros para os militares na ditadura. A Lacta, fabricante de chocolates, também estava presente e vale lembrar que seu proprietário era Ademar de Barros, que naquele momento era governador de São Paulo e participante da conspiração contra o então presidente João Goulart. Tanto o

Banco Itau, quando a São Paulo Light e a Volkswagen, que tiveram proximidade com o regime militar foram empresas por onde passou João Batista Leopoldo Figueiredo, um dos fundadores do Instituto de Pesquisa e Estudos Sociais (IPES). Mas estes são apenas breves apontamentos para demonstrar a articulação entre o jornal, o golpe e as empresas; afinal são diversas as articulações que podemos notar entre os indivíduos que participavam destes grupos, tanto entre si quanto com o sistema montado para sustentação do regime.

No mesmo encarte foi publicada a história da empresa de comunicação, que se colocou como participante daquele processo político em curso, buscando fazer jus ao seu *slogan: Um jornal a serviço do Brasil* Também destacou seu sucesso na peça publicitária com a foto de um carro de entrega, no qual se lê: “Pães e notícias da ‘Folha’ são ‘devorados’ com a mesma satisfação, de manhã bem cedinho. E agora, com sua frota acrescida de mais 50 modernas camionetas, a Folha de S. Paulo chega para Você num instante, logo depois de sair do ‘forno’” (FSP, 31/03/64).

O tom do discurso do suplemento era o combate à crise de 1963. Contudo, a *Folha* buscou demonstrar que foi naquele momento que ela se tornou o jornal de maior importância e alcance, tendo em todo o Estado de São Paulo “uma superioridade absoluta quanto à preferência de leitura”, tornando-se “o jornal de maior circulação paga no país”. Com isso, defendia seu papel de articulador da opinião pública, bem como sua legitimidade para mobilizar o discurso impresso naquele especial. Em um dos artigos dedicados à empresa, intitulado *Folha-64: o jornal cresceu e convenceu*, duas frases são apresentadas em quadros de destaque: “para os céticos, a imprensa é papel pintado” e “para nós, é papel sagrado”.

Colocava-se como importante no cenário nacional não somente como empresa, mas atentando às particularidades da função da mídia. As normas da *Folha* eram o “trabalho consciencioso” e a “defesa dos legítimos interesses da pátria”, evidentemente em consonância com os seus. Nesse sentido, o leitor era o foco, mas não apenas ele. Afinal, “os leitores apreciaram este modo de agir em 1963 – e os anunciantes também”. Orgulhava-se que “nada menos que 2.983.000 centímetros de anúncios foram veiculados na FOLHA em 1963”, além de reconhecimento isto configurava grandes investimentos financeiros que permitiriam seu crescimento.

Logo abaixo deste artigo estava o anúncio: “É com prazer que a São Paulo Light oferece a sua colaboração à iniciativa da FOLHA DE S. PAULO, representada pela campanha

construtiva, de fundo educacional e de alto sentido patriótico, sob a legenda “64-Brasil Continua”, que ora se inicia”.

Na página seguinte, sob o título *Missão da imprensa é informar e formar a opinião pública*, demonstrava entender e enfatizar que a mídia funcionava como ator político relevante e participante dos embates da época, não apenas como veículo de difusão de informações. Nota-se que a produção midiática não é imparcial nem livre das subjetividades ou relações políticas. A imprensa, já não romantizada, era apresentada como uma “empresa jornalística”. Seu caráter técnico era exposto - os mecanismos da gráfica, a prensa, os serviços administrativos, contábeis – como meio essencial a ser bem gerido para um fim que, em sua narrativa, ia além do lucro:

Num país em que os preços sobem assustadoramente por causa da inflação, as despesas enfrentadas pela empresa jornalística são verdadeiramente enormes. Manter vivo o jornal é, por isso mesmo, um ato não de coragem, mas de patriotismo, porque jornal é informação e informação é liberdade, quando disseminada sem restrições. (FSP, 31/03/64).

Buscava apresentar o posicionamento político do jornal, embora já estivesse exposto nas entrelinhas pouco sutis de seus anunciantes, nos editoriais e na iniciativa de publicar tal suplemento. Defendia-se como “alheio a grupos e partidos, sem radicalização de espécie alguma”. Dizia estar disposta a imprimir opiniões diversas, mas como participante do processo procurava justificar sua intervenção política desde a difamação de João Goulart: “não aceita a FOLHA, é claro, a pregação subversiva nem o comentário que a isto equivalha. Isto é, o comentário que negue a democracia e procure de algum modo destruir os princípios pelos quais se torna possível a liberdade de opinião e de crítica” (FSP, 31/03/64). .

As diversas empresas que apoiaram o golpe, incluindo a que imprimiu o suplemento, atuaram em prol da manutenção ou favorecimento de seu nicho de mercado e de interesses próprios. Em alguns segmentos para além da mídia o crescimento foi notório, como verifica Pedro Campos (2012): “houve um fortalecimento recíproco e uma retroalimentação nessa parceria entre empresários brasileiros da construção pesada e o regime implantado a partir de 1964” (p.509).

O golpe foi construído também nas páginas do jornal, buscando adesão e mobilização do público leitor. Assim, é significativo que as últimas palavras escritas pela equipe da *Folha de S. Paulo* neste suplemento digam que:

(...) tendo como objetivo unir e servir o Brasil, colaborando com a boa informação e formação da nossa gente.

Não nos arrependemos. Ao contrário, rejubilemo-nos. Para céticos, jornal é papel pintado. Para nós, é papel santificado pelo ideal de liberdade e democracia.

Quando do golpe de Estado de 1964, parte importante da mídia que se identificava com as ideias do liberalismo econômico alertava para os perigos da intervenção estatal na economia, frisando que restringir o capital estrangeiro teria consequências na indústria e no comércio. Mas mesmo que apoiar os militares significasse, de certa forma, ir contra alguns preceitos liberais, o apoio se tornava uma alternativa para impedir a ascensão de grupos de esquerda, o que parecia ainda mais nocivo aos seus interesses.

Assim, “a ditadura limitou-lhes a liberdade, mas preservou seus bens. Não há, portanto, motivo para arrependimento. O preço era alto, mas compensador” (CAPELATO, 1994, p. 55). Após o golpe, o periódico foi envolvido nas chamadas “malhas do autoritarismo” (CAPELATO; MOTA, 1981, p.191), tendo que suspender editoriais e conviver com as pressões da censura. Com a redemocratização e a crítica ao regime militar, a empresa se molda a novas demandas. Na memória elaborada pelo jornal, publicada por ocasião de seus 80 anos, destacava-se que: a “Folha apoiou o regime de 64, mas se engajou na redemocratização nos anos 70” (MAGALHAES, 2001).

REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves. **A modernização da imprensa (1970-2000)**. Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro, 2002.

BRASIL. **Relatório da Comissão Nacional da Verdade**. Volume II. Brasília: CNV, 2014. 416p. Disponível em: http://www.cnv.gov.br/images/pdf/relatorio/volume_2_digital.pdf. Acesso em: 15 de julho de 2017.

CAMPOS, Pedro Henrique Pedreira. **A ditadura dos empreiteiros: as empresas nacionais de construção pesada, suas formas associativas e o Estado ditatorial brasileiro, 1964-1985**. Niterói, PPGH/UFF (Tese de doutorado), 2012.

CAPELATO, Maria Helena Rolim; MOTA, Carlos Guilherme. **História da Folha de S. Paulo (1921-1981)**. São Paulo: IMPRES, 1981.

CAPELATO, Maria Helena Rolim. **Imprensa e História do Brasil**. 2ª edição. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1994.



GENTILLI, Victor. O jornalismo brasileiro nos anos 70. **Encontro Anual da Compôs**, 2001. Disponível em <http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2001/gentilli2001.rtf>

KUSHNIR, Beatriz. **Cães de Guarda: Jornalistas e Censores**, do AI-5 à constituição de 1988. São Paulo: Boitempo, 2004

MAGALHAES, Mario. **Militares ameaçam suspender a circulação**. Especial 80 anos. Folha de S. Paulo. 2001. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/80anos/tempos_cruciais-02.shtml. Acesso em: 15 de julho de 2017

REIS FILHO, Daniel Aarão. **Ditadura e democracia no Brasil**: do golpe de 1964 à Constituição de 1988. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

TASCHNER, Gisela. **Folhas ao Vento**: Análise de um Conglomerado Jornalístico no Brasil, Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1992.