

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO” – UNESP  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO – FAAC  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Fábio Camargo Fleury de Oliveira

JORNAL CORAÇÃO, O PORTA-VOZ DA TORCIDA CORINTIANA:  
UMA AVENTURA NA IMPRENSA ESPORTIVA PAULISTA (1976/1977)

BAURU  
2014

Fábio Camargo Fleury de Oliveira

JORNAL 'CORAZÃO', O PORTA-VOZ DA TORCIDA CORINTIANA:  
UMA AVENTURA NA IMPRENSA ESPORTIVA PAULISTA (1976/1977)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, Área de Concentração em Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Campus Bauru/SP, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob a orientação do Prof. Dr. Mauro de Souza Ventura.

Bauru

2014

Oliveira, Fábio Camargo Fleury de

Jornal 'Coração', o porta-voz da torcida corintiana: uma aventura na imprensa esportiva paulista (1976/1977) / Fábio Camargo Fleury de Oliveira, 2014.  
300 f.

Orientador: Mauro de Souza Ventura

Dissertação (Mestrado)–Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2014

1. História da imprensa esportiva. 2. Jornalismo. 3. Jornal Coração. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

## ERRATA

Após a entrega do exemplar definitivo da dissertação, prosseguindo a pesquisa, o autor obteve a informação do colecionador Maurício Pio Pruella, comprovada materialmente, que o jornal 'Coração' ultrapassou 58 edições. Em tempo e na forma de errata, faz-se a atualização necessária: 'Coração' foi publicado até 14/04/1978, totalizando 71 edições e um número especial lançado em abril de 1977.



Oliveira, Fábio Camargo Fleury de. **Jornal 'Coração', o porta-voz da torcida corintiana: uma aventura na imprensa esportiva paulista (1976/1977)**. 2014, 300 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2014.

FOLHA	LINHA	ONDE SE LÊ	LEIA-SE
8	5	1977, com 58 edições e 15 meses de vida	1978, com 71 edições, 17 meses e duas semanas de vida
9	5	December, 1977, with 58 editions, during 15 months	April, 1978, with 71 editions, during 17 months and two weeks
12	10	Edição de nº 58, de 16/12/1977	Edição de nº 71, de 14/04/1978
24	Roda-pé	completa; de nenhuma outra	incompleta; de uma
110	4	Nas 58 edições do jornal	Nas 71 edições do jornal
114	9	dez números antes	vinte e três números antes
127	8	no final de 1977	no início de 1978
127	12	um ano e três meses, totalizando 58 edições	um ano, cinco meses e duas semanas, totalizando 71 edições
127	13	16 de dezembro de 1977	14 de abril de 1978
129	18	da edição de nº 58	da edição de nº 71
129	19	na semana de 16 de dezembro de 1977	na semana de 14 de abril de 1978
130	Legenda	Capa da última Edição do jornal 'Coração'	Capa da Edição de nº 58, de 16/12/1977
134	18	por 15 meses, até o final de 1977	por 17 meses e duas semanas, até o quarto mês de 1978
134	33	15 meses de vida	17 meses e duas semanas de vida

**ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE FABIO CAMARGO FLEURY OLIVEIRA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DO(A) FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICACAO DE BAURU.**

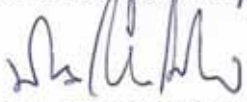
Aos 22 dias do mês de agosto do ano de 2014, às 09:00 horas, no(a) Auditório dos Programas de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. MAURO DE SOUZA VENTURA do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. JOSE CARLOS MARQUES do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. MARCOS PAULO DA SILVA do(a) Centro de Ciências Humanas e Sociais / Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de FABIO CAMARGO FLEURY OLIVEIRA, intitulado "Jornal 'Coração' , o porta-voz da torcida corintiana: uma aventura na imprensa esportiva paulista (1976-1977)". Após a exposição, o discente foi arguido oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: APROVADO. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.



Prof. Dr. MAURO DE SOUZA VENTURA



Prof. Dr. JOSE CARLOS MARQUES



Prof. Dr. MARCOS PAULO DA SILVA

*Dedico este trabalho à Therezinha e à Giovana, mãe e sobrinha-neta, que representam as gerações da família Camargo Fleury de Oliveira e à todos os parentes, de sangue ou agregados, que permeiam essa linha geracional fraterna. E de coração, aos amigos e professores que, de muitas formas, participaram dessa privilegiada e feliz imersão acadêmica.*

## AGRADECIMENTOS

Ao meu caríssimo orientador Mauro de Souza Ventura, pela recepção, atenção e confiança;

Ao professor Dr. Marcos Paulo da Silva pela disposição e valiosa contribuição na banca examinadora;

Ao professor Dr. José Carlos Marques pelo incentivo e ensinamentos no Gecef e no programa Observatório do Esporte;

À banca de qualificação, composta pelos professores Dr. Célio José Losnak e Dr. Juarez Tadeu de Paula Xavier pelas preciosas dicas e correções;

Aos professores do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – UNESP/FAAC, pelo carinho e conhecimento compartilhado;

Aos colegas de classe pela amizade e ânimo, em particular ao companheiro Luiz Henrique Mendonça Ferraz;

As amigas Marina Fontanelli e Wanessa Ferrari pelo apoio e carinho;

Aos amigos da rádio UNESP FM, em especial Cilene Barros, Silvestre Oliveira, Sergio Magson e Wellington Leite;

Aos professores e alunos integrantes do programa Observatório do Esporte da UNESP FM;

Aos funcionários da Pós-graduação, sempre prontos e gentis;

À Universidade Estadual Paulista – Júlio de Mesquita Filho – UNESP, pelo esteio e o conhecimento;

A Rádio UNESP FM, minha segunda casa;

E aos amigos do ‘Coração’ conquistados com o presente trabalho: Elói Gertel, Tim Teixeira, Edison Scatamachia, Otacílio do Carmo, João Prado e Pedro Autran.

OLIVEIRA, Fábio Camargo Fleury de. **Jornal ‘Coração’, o porta-voz da torcida corintiana: uma aventura no jornalismo esportivo paulista (1976/1977)**. Dissertação de Mestrado em Comunicação, 297 folhas. UNESP, Bauru, 2014.

## RESUMO

A presente dissertação pretende reconstruir a história do ‘Coração’, jornal publicado em meados dos anos 70, na capital paulista, por seis jovens jornalistas da imprensa escrita futebolística, dedicado especialmente ao torcedor do *Sport Club Corinthians Paulista*. O tabloide foi lançado no mercado consumidor em outubro de 1976 e encerrou as atividades em dezembro de 1977, com 58 edições, em 15 meses de vida. O semanário, independente, sem vínculo político ou financeiro com o clube alvinegro, apresentou em suas habituais 16 páginas uma linguagem parcial, simples, criativa e objetiva. Coração divulgou todos os fatos e articulações que envolviam o universo corintiano, dentro e fora do campo, em editoriais, notícias, artigos, fotos e charges. A dissertação foi construída utilizando o jornal como objeto e fonte de si mesmo e por meio da técnica de entrevista. Os depoimentos dos seis fundadores do tabloide foram registrados por meio de gravação em áudio e a pesquisa foi realizada nas edições de nº 1 ao nº 10. As informações coletadas, se entrecruzaram, formando um texto único, rememorando a trajetória de um produto jornalístico peculiar para a história da imprensa esportiva brasileira.

**Palavras-chave:** História da imprensa esportiva; Futebol; Jornalismo; Jornal Coração; *Corinthians*.



OLIVEIRA, Fábio Camargo Fleury de. **Jornal ‘Coração’, o porta-voz da torcida corintiana: uma aventura no jornalismo esportivo paulista (1976/1977)**. Dissertation (Master’s degree in Communication). 297 folhas. UNESP, Bauru, 2014.

### ABSTRACT

This dissertation aims to reconstruct the history of ‘Coração’, a newspaper published during the 70s, in the capital of São Paulo state, by six young journalists from soccer written press, specially dedicated to the rooters of *Sport Club Corinthians Paulista*. The tabloid was released in the consumer market in October, 1976 and terminated its activities in December, 1977, with 58 editions, during 15 months of existence. The independent weekly publication, without any political or financial link to the black-and-white club, presented on its customary 16 pages a biased, simple, creative and direct language. Coração publicized all the facts and articulations involving the *Corinthians* universe, on and off field, on editorials, news, articles, photos and cartoons. This dissertation was composed using the newspaper as the object and source of itself and throughout the interview technique. The testimonies from the six founders of the tabloid were registered through audio recording and the research was conducted over the editions n. 1 to n. 10. The collected information intercross, forming a single text that recalls the journey of a peculiar journalistic product for the history of the Brazilian sports press.

**Keywords:** History of sports press; Soccer; Journalism; Coração newspaper; *Corinthians*.

## Sumário

Introdução.....	14
Capítulo 1 – Fundamentos Teóricos & Metodologia .....	19
1.1 Revisão Bibliográfica dos Capítulos (2) História e o Universo Simbólico do <i>Sport Club Corinthians Paulista</i> , (3) Breve Histórico da Imprensa Esportiva no Brasil: o Futebol em Notícias e (4) Contextualizações e Características do Mercado Editorial e do Jornalismo dos Anos 1970: os Protagonistas do ‘Coração’ Abrem o Jogo .....	19
1.2 Metodologia Aplicada no Capítulo (5) Reconstrução Histórica do Jornal ‘Coração’: Descrições e Análises Quantitativas. Análise do <i>Corpus</i> e Entrevistas .....	23
1.2.1 História oral e Memória.....	27
Capítulo 2 – A História e o Universo Simbólico do <i>Sport Club Corinthians Paulista</i> .....	32
2.1 Primeiros Momentos.....	32
2.2 O <i>Corinthians</i> Representado pela Boca do Povo.....	36
2.3 Símbolos Corintianos: Uniforme, Distintivo, Hino e Bandeira.....	38
2.4 <i>Corinthians</i> : Religioso, Místico e Mítico .....	39
2.5 Torcida: Avulsos e Organizados.....	40
Capítulo 3 – Breve Histórico da Imprensa Esportiva no Brasil: o Futebol em Notícias .....	44
3.1 A Origem do Futebol no Mundo e no Brasil .....	44
3.2 A Origem da Imprensa Esportiva Nacional: Primeiros Movimentos e Registros .....	49
3.3 A Configuração da Imprensa Esportiva: o Futebol nos Jornais.....	52
3.4 A Gazeta Esportiva e o Jornal dos Sports.....	56
3.4.1 A Gazeta Esportiva: Cásper Líbero e Thomaz Mazzoni.....	58
3.4.2 Mário Filho e os Jornais O Globo e Jornal dos Sports.....	60
3.5 Revistas e Jornais da Imprensa Esportiva da Década de 1970 .....	62
Capítulo 4 – Contextualizações e Características do Mercado Editorial e do Jornalismo dos Anos 1970: os Protagonistas do ‘Coração’ Abrem o Jogo.....	66
4.1 Panorama dos Meios de Comunicação de Massa e do Mercado Editorial dos Anos 1970 .....	66
4.2 O Mercado Segmentado.....	71
4.3 O jornalismo Especializado .....	72
4.4 Jornais do Segmento Político no Mercado Editorial no Período do Regime Militar: Breves Considerações sobre a Imprensa Alternativa .....	74
4.5 ‘Coração’: os Protagonistas do Jornal Rememoram a Imprensa Esportiva dos Anos 1970 .....	75
Capítulo 5 – Reconstrução Histórica do Jornal ‘Coração’: Descrições e Análises Quantitativas .....	82
5.1 O Nascimento do ‘Coração’ .....	82
5.2 As Primeiras Batidas do ‘Coração’ .....	86
5.3 ‘Coração’: Independente e Provocativo.....	90
5.4 O Perfil e a Estrutura Editorial do ‘Coração’ .....	95
5.5 As Seções do ‘Coração’ .....	99
5.6 A Linguagem do ‘Coração’ .....	105
5.7 Os Colaboradores do ‘Coração’ .....	109

5.8	Personagens do ‘Coração’: Carlito Maia, Dona Geralda e um Porquinho Polêmico .....	111
5.8.1	Assado ou Cozido? .....	115
5.9	Tiragem, Vendagem e Publicidade do ‘Coração’ .....	117
5.10	As Últimas Batidas do ‘Coração’ .....	126
Capítulo 6 – Considerações Finais .....		132
6.1	Considerações finais .....	132
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		138
Apêndice – Entrevistas com os Protagonistas do Jornal ‘Coração’ .....		145

### **Lista de Quadros**

Quadro 1 - Médias anuais das porcentagens da venda avulsa dos principais jornais da Grande São Paulo .....	69
Quadro 2 - Rateio das verbas de Propaganda no Período entre 1970 e 1979 .....	71
Quadro 3 - Quadro com números de fotos, charges e tiras em quadrinhos por edição .....	98
Quadro 4 - Quantidade de publicidade por edição .....	120

### **Lista de Fac Similes**

Fac Simile 1 - Cabeçalho do Jornal 'Coração' .....	85
Fac Simile 2 - Capa da edição nº 01 do jornal ‘Coração’ .....	88
Fac Simile 3 - Página 2 da edição nº 05 do jornal ‘Coração’ .....	89
Fac Simile 4 - Capa da edição nº 11 do jornal ‘Urubu!’ .....	93
Fac Simile 5 - Capa da Edição nº 2 do jornal 'Coração' .....	95
Fac Simile 6 - Capa da Edição nº 9 do jornal 'Coração' .....	95
Fac Simile 7 - Página 02 da edição nº 09 do jornal ‘Coração’ .....	96
Fac Simile 8 - Páginas 08 e 09 da edição nº 01 do jornal ‘Coração’ .....	97
Fac Simile 9 - Páginas 08 e 09 da edição de nº 07 do jornal ‘Coração’ .....	98
Fac Simile 10 - Seção Arquivo (Edição. nº 2) .....	100
Fac Simile 11 - Seção Nossos Ídolos (Edição nº 9) .....	100
Fac Simile 12 - Seção Os últimos Jogos (Edição Nº 2) .....	101
Fac Simile 13 - Seção Nossos Jogadores (Edição nº 5) .....	101
Fac Simile 14 - Seção Nossos Adversários (Edição nº 6) .....	102
Fac Simile 15 - Seção Torcida (Edição nº 1) .....	102
Fac Simile 16 - Seção Amadores (Edição nº 6) .....	103
Fac Simile 17 - Corintestes (Edição nº 4) .....	103
Fac Simile 18 - Seção Gente Corintiana (Edição nº 8) .....	104
Fac Simile 19 - Seção Gente Corintiana (Edição nº 3) .....	104
Fac Simile 20 - Páginas 10 e 11 da edição de nº 07 do jornal ‘Coração’ .....	106
Fac Simile 21 - Páginas 12 e 13 da edição de nº 02 do jornal ‘Coração’ .....	109
Fac Simile 22 - Página 04 da edição de nº 08 do jornal ‘Coração’ .....	113
Fac Simile 23 - Capa da Edição nº 37 do jornal 'Coração' .....	117

Fac Simile 24 - Capa da Edição nº 38 do jornal 'Coração' .....	117
Fac Simile 25 - Tabela de Preços Publicitários do jornal 'Coração' .....	120
Fac Simile 26 - Edição nº 4, Página 3. ....	121
Fac Simile 27 - Edição nº 1, página 3.....	122
Fac Simile 28 - Edição nº 8, página 7.....	122
Fac Simile 29 - Edição nº 7, páginas 12 e 13. ....	123
Fac Simile 30 - Edição nº 2, página 5.....	123
Fac Simile 31 - Edição nº 1, página 16.....	124
Fac Simile 32 - Edição nº 9, página 11.....	124
Fac Simile 33 - Capa da última Edição do jornal 'Coração' – Edição de nº 58, de 16/12/1977 .....	130

### **Lista de Transcrições de Entrevistas**

Entrevista 1 - Tim Teixeira – 06/08/13 .....	145
Entrevista 2 - Edison Scatamachia – 13/08/13 .....	153
Entrevista 3 - Otacílio do Carmo – 13/08/13.....	164
Entrevista 4 - Pedro Autran – 11/10/13 .....	171
Entrevista 5 - Elói Gertel – 16/10/13.....	178
Entrevista 6 - João Prado – 18/10/13.....	185
Entrevista 7 - Edison Scatamachia – 23/11/13 .....	193
Entrevista 8 - Otacílio do Carmo – 25/11/13.....	214
Entrevista 9 - Tim Teixeira – 25/11/13 .....	226
Entrevista 10 - Elói Gertel – 04/12/13.....	247
Entrevista 11 - Pedro Autran – 15/12/13.....	267
Entrevista 12 - João Prado – 27/12/13.....	285

## **INTRODUÇÃO**

## Introdução

---

A relação comunicacional centenária entre a mídia e o esporte desperta, sobretudo nas últimas décadas, o interesse e a conseqüente ampliação de pesquisas acadêmicas de diversos métodos e abordagens. Os trabalhos oriundos das universidades se debruçam em estudos direcionados à reconstrução histórica e de perfis; revisões bibliográficas; análises de conteúdo e de discurso; aspectos culturais, sociológicos e de identidade; linguística; publicidade; recepção; mercado e consumo e demais assuntos pertinentes.

No processo de investigação dessas pesquisas científicas, os periódicos impressos são considerados fontes elementares. As revistas e os jornais, publicados em tempo e espaço diversos, são indispensáveis como fonte e objeto na construção de histórias e conhecimento relacionados ao universo da imprensa esportiva, que nasceu do encontro da mídia e do esporte no último quartel do século XIX.

O presente estudo tem como matriz um jornal peculiar: periódico dedicado ao futebol e destinado à torcida de um clube específico. Materializa-se em um produto do subsegmento do esporte com especialização jornalística própria.

O objeto dessa dissertação é o tabloide ‘Coração’, semanário lançado em 29 de outubro de 1976, na cidade de São Paulo, idealizado por seis jornalistas esportivos atuantes na imprensa paulista. ‘Coração’ foi uma aventura editorial direcionada especialmente ao torcedor corintiano que, na época, esperava obsessivamente há 22 anos pelo tão sonhado título de Campeão Paulista. O jornal surgiu como porta-voz da massa alvinegra e alçou como bandeira a postura independente em relação à direção do *Sport Club Corinthians Paulista*.

O tabloide apresentou discurso gráfico ousado e linguagem textual e visual peculiares. O semanário representou em suas costumeiras 16 páginas todos os sentidos e articulações que envolviam o universo corintiano, dentro e fora do campo: esportivo/competitivo, político, administrativo, cultural e social. ‘Coração’ foi idealizado como um produto de mercado que tinha como objetivo auferir lucro, porém, o negócio editorial esvaeceu e gerou apenas experiências e boas histórias.

Para a constituição do presente estudo foram utilizados os métodos de pesquisa bibliográfica, análise documental e relato oral. Pretendeu-se, de forma geral, reconstruir a trajetória histórica e evidenciar as características do objeto: identificar a linguagem e a linha editorial, descrever a estrutura e o conteúdo informativo, além de analisar quantitativamente

elementos visuais e a ocorrência publicitária. Como fruto da metodologia adotada, a partir da coleta de informações por meio de entrevistas, foi possível também, de forma direta e indireta, revelar um panorama global da imprensa esportiva da década de 1970.

É necessário ressaltar que esse trabalho teve em seu cerne dois momentos distintos que posteriormente se complementaram. Isto porque, somente foi possível analisar e compreender o jornal ‘Coração’ em seus diversos aspectos após intensa investigação, pesquisa e aplicação de entrevistas, que possibilitaram a reconstrução do objeto. Se tal metodologia não tivesse sido adotada, a pesquisa se focaria apenas nas análises de conteúdo e discurso dos exemplares físicos, obtendo respostas relevantes, mas incompletas e até incorretas, se não fossem comparadas e interpretadas com as informações obtidas através dos depoimentos prestados. Assim, em alguns momentos dessa dissertação, há o posicionamento da reconstituição histórica do jornal como objetivo precípua. Entenda-se a isso, por uma ordem natural: sem a recuperação da trajetória histórica do ‘Coração’, não haveria uma análise global e abrangente do próprio objeto, de seu contexto em relação à história da imprensa esportiva e da prática cotidiana no jornalismo esportivo.

Neste estudo são oferecidos três capítulos (2, 3 e 4), cujos conteúdos históricos e referenciais se configuram como essenciais para a compreensão do capítulo final. Esses capítulos serão descritos a seguir, mas antes se faz necessária, a apresentação da metodologia aplicada na elaboração da dissertação.

Para a construção dos capítulos 2 e 3, foram utilizadas como técnicas a revisão bibliográfica e a análise e pesquisa em periódicos impressos. A bibliografia consultada, analisada e selecionada, constituída de livros e artigos, proporcionou a construção crítica dos dois capítulos basilares desse estudo. No capítulo 4, foi realizada pesquisa bibliográfica com o objetivo de coletar elementos sociais, econômicos e políticos da década de 1970, visando constituir uma base de conhecimento para a compreensão da dissertação. No capítulo 5, foram aplicados dois métodos: a análise do jornal como objeto e fonte de si mesmo e realização de entrevistas, técnica que possibilitou a coleta de dados com os seis jornalistas fundadores do projeto ‘Coração’.

O Capítulo 2 tem o objetivo de fornecer noções básicas da história, formação e representações do *Sport Club Corinthians Paulista*. O texto trabalha o universo popular, simbólico, mítico e místico do time do Parque São Jorge e a relação de identidade e alteridade de sua torcida. O capítulo propõe também identificar o vocabulário característico relacionado ao *Corinthians*, com a intenção de facilitar a compreensão do capítulo que apresenta a narrativa histórica do jornal ‘Coração’, isso porque o clube tem vários apelidos, epítetos e

referências, que são habituais na linguagem cotidiana dos torcedores e que são espalhados e popularizados pela mídia esportiva.

No Capítulo 3, enfatiza-se a trajetória histórica e as características da imprensa esportiva nacional, principalmente do eixo Rio – São Paulo, desde seu nascimento, no final do século XIX, até os anos 70 do século XX, década de lançamento do jornal ‘Coração’. O texto identifica as fases, os formatos e os modelos da imprensa esportiva, principalmente a futebolística. Foi dedicada atenção especial à linguagem utilizada pelos jornalistas do primeiro quartel do século XX, devido à originalidade e singularidade apresentadas na composição das notícias.

A história da imprensa esportiva se confunde com a do futebol, assim, é preciso mencionar que ambas são construídas basicamente tendo como referência seus personagens centrais e pela análise da *performance* das publicações esportivas lançadas no mercado editorial.

Neste estudo, a década de 1970 foi privilegiada, pois foi receptáculo de duas formas de contextualização: a pesquisa em livros, artigos e periódicos e os depoimentos prestados pelos jornalistas do ‘Coração’, profissionais que trabalharam em diversas funções na editoria de esportes e conseguiram rememorar o ambiente e o cotidiano de uma redação e os processos de construção e captação das notícias esportivas.

O Capítulo 4 apresenta um panorama geral da economia e da política dos anos 1970, direcionando-se às questões do mercado editorial, à configuração dos meios de comunicação de massa e às transformações da produção jornalística. Esse período, de intensa movimentação social e de instabilidade financeira, foi fase também de modernização da imprensa, época na qual surgiram e morreram diversos periódicos nacionais. O conteúdo, coletado em livros da área de Comunicação Social e de História da Imprensa, foi estruturado para servir de apoio, complementação e contextualização ao capítulo seguinte.

O Capítulo 5 é destinado à recuperação da trajetória do ‘Coração’. É nesse espaço que a trama é tecida a partir das informações coletadas nas entrevistas e na análise e pesquisa do jornal como fonte e objeto. Recortados e selecionados, os fragmentos se entrecruzam e reconstituem uma história que traz à tona seus personagens, experiências e acontecimentos.

No final da dissertação, no apêndice, são apresentadas em ordem temporal as transcrições integrais das 12 entrevistas aplicadas: primeiramente, as mediadas por telefone e, depois, as pessoais, registradas com gravador digital. No capítulo 5, no rodapé, todas as citações orais inseridas na construção da narrativa são direcionadas à página específica da transcrição da qual o trecho selecionado foi recortado.



As informações, aglutinadas em um texto único, construíram histórias dentro da história. Foi possível recuperar fatos pertinentes à constituição e ao percurso do jornal, as relações dos protagonistas entre si e com seu objeto de criação, as características e os modos de fazer o jornalismo esportivo, as leis naturais do mercado editorial, os espaços de sociabilidade, as curiosidades, as decepções, as alegrias, enfim, todo contexto existencial e articulatório de um tabloide semanal peculiar, que estava até então ausente na história da imprensa esportiva nacional.

## **CAPÍTULO 1**

### **FUNDAMENTOS TEÓRICOS & METODOLOGIA**

## Capítulo 1 – Fundamentos Teóricos & Metodologia

---

Este capítulo, dividido em duas seções, ocupa-se dos procedimentos metodológicos aplicados a presente dissertação. A primeira parte é direcionada à análise e revisão bibliográfica dos capítulos 2, 3 e 4. A segunda é dedicada ao capítulo 5, que apresenta as técnicas de pesquisa adotadas na coleta de dados destinadas à reconstrução histórica do objeto, bem como, à demonstração do *corpus* pesquisado e analisado.

### **1.1 Revisão Bibliográfica dos Capítulos (2) História e o Universo Simbólico do *Sport Club Corinthians Paulista*, (3) Breve histórico da Imprensa Esportiva no Brasil: o futebol em notícias e (4) Contextualizações e Características do Mercado Editorial e do Jornalismo dos anos 1970: os protagonistas do ‘Coração’ abrem o jogo**

O capítulo 2 dessa dissertação tem o objetivo de apresentar brevemente a trajetória histórica do *Sport Club Corinthians Paulista* e as representações simbólicas, míticas e místicas dos personagens envolvidos no seu espaço de sociabilidade: dirigentes, jogadores, torcedores e jornalistas, além de servir como glossário para a compreensão do vocabulário característico empregado às características do universo corintiano.

As referências bibliográficas que contribuem para a formação histórica do *Corinthians* são constituídas por pesquisas acadêmicas, fragmentos de periódicos, capítulos de obras que trabalham a trajetória do futebol nacional e de livros, independentes ou oficiais, destinados especificamente à temática corintiana. Na formulação deste trabalho foi pesquisado o conjunto dessas obras, contudo, é necessário prestar alguns esclarecimentos relacionados a questões historiográficas das fontes consultadas. Nesses livros, semelhante ao capítulo 3, encontram-se publicações de memorialistas, jornalistas e aficionados pelo time do coração, autores que pesquisavam o objeto, normalmente sem os procedimentos científicos da academia, às vezes, até patrocinados pelo próprio clube trabalhado.

Plínio Labriola Negreiros (1992, p. 64), em sua dissertação, definiu as fontes patrocinadas pela direção dos clubes de futebol como uma literatura apaixonada: “Independentemente de uma verificação acerca da veracidade dos fatos narrados e das análises apresentadas, observa-se uma construção que identifica o clube com alguns valores,

que foram sedimentados com o passar dos anos.” As publicações oficiais enfatizam e repetem alguns fatos, cujos valores passam a fazer parte, por algum interesse, da história da agremiação esportiva. No caso do *Corinthians*, podemos citar a preocupação em fomentar a origem humilde do Clube. Negreiros completou: “Tornou-se inevitável ligar o SCCP à ideia de uma associação esportiva que sempre obtém conquistas em meio a dificuldades. Faz-se do resgate do passado um espaço para enfatizar todas as dificuldades que foram surgindo e como cada uma foi suplantada.” (1992, p. 64). Porém, o autor pondera que a literatura apaixonada não perde a força em função dos seus limites.

A questão de veracidade ou não das informações dadas torna-se uma questão menor; o fundamental é perceber os valores que permeiam o SCCP e o processo de apropriação da história do clube. Não importa se cada detalhe narrado acerca de um evento foi ou não real, mas compreender o porquê daquela narrativa com suas múltiplas funções. (NEGREIROS, 1992, p. 65).

O livro “Campeão dos Centenários”, uma edição especial da Revista *Corinthians*, é modelo significativo dessa literatura apaixonada e oficial. Lançada em 1965, a obra reuniu consagrados jornalistas da época, como De Vaney (Adriano Neiva), Arajunior, Solange Bibas, Antonio de Almeida e Thomaz Mazzoni. O livro contou a história do *Corinthians* em pequenas colunas, apresentando uma linguagem detalhista e romanceada, como exemplificado abaixo:

#### A LUZ DO LAMPIÃO

Os cinco quase não dormiram, na noite de 31 de agosto para 1º de setembro. Cada qual traçava seus planos de argumentação, para que maior possibilidade de êxito tivesse a ideia.

Oito e meia da noite do dia 1º de setembro de 1910. Plena via pública. Rua José Paulino. Debaixo de um lampião de gás. Noite enfeitada de estrelas.

Foi assim, nesse cenário, que se reuniu pela primeira vez - 13 pessoas, não mais - a gente que pretendia fundar um clube de futebol no Bom Retiro. Desnecessário tornou-se o debate sobre a ideia. Todos concordaram em fundar um clube. (DE VANEY, 1965, p. 6).

Nesse mesmo caminho, podemos citar o livro do jornalista e cronista Lourenço Diaféria, chamado “Coração Corinthiano”, de 1992, patrocinado pela Fundação Nestlé de Cultura. Nessa obra de fôlego, o autor utilizou linguagem poética e factual para descrever a trajetória alvinegra no futebol nacional. Os demais livros pesquisados foram lançados no período de 1980 a 2010: obras de jornalistas que também, cada um a sua dosagem,

apresentaram uma linguagem romanceada e se basearam em livros clássicos, fontes orais e fragmentos de revistas e jornais antigos, oficiais ou independentes.

Nestes capítulos, foi realizada também uma pesquisa no acervo digital do jornal *O Estado de S. Paulo* com a intenção de recuperar fatos históricos do esporte, da imprensa esportiva e do *Corinthians*, além de conhecer a linguagem adotada pelo jornalismo esportivo de décadas passadas.

O capítulo 3 da presente dissertação é destinado à construção diacrônica da história da imprensa esportiva no Brasil. O estudo reuniu obras de memorialistas, jornalistas e historiadores de diversas áreas das ciências humanas, que por ofício cotidiano ou dedicação à pesquisa acadêmica, têm seus trabalhos ligados à temática esportiva, especificamente ao futebol. Os livros, cada um representando e analisando determinado tempo e espaço, discorrem sobre o período de mais de dez décadas que abrange do fim do século XIX, com as primeiras notícias esportivas em jornais e revistas da época, ao final do século XX, com a presença de revistas e jornais de prestígio nacional e seus respectivos cadernos de esportes e de publicações segmentadas específicas direcionadas a várias modalidades esportivas, tendo o futebol como assunto principal.

Os momentos iniciais da imprensa esportiva e do futebol foram reconstituídos em obras redigidas por jornalistas memorialistas, que edificaram documentos únicos e fundamentais diante da escassez de registros históricos sobre o tema na bibliografia nacional.

Thomaz Mazzoni, um dos principais narradores da época, em 1950, ano de lançamento de seu livro “História do futebol no Brasil – 1894-1950”, já denunciava logo no introito da sua obra:

A História do futebol brasileiro, que iremos ler, foi possível tão somente a 30 anos de arquivo por nós organizado, onde reunimos todos os documentos possíveis e necessários. Foi uma tarefa difícil, senão penosa, mas que tornou realizável essa obra, auxiliada também pela nossa biblioteca especializada. Não se trata, pois, de nenhuma história escrita pelo método “ouvimos dizer”, ou “nos contaram assim e assado”. (p. 13).

E completou:

Mas, torna-se difícil, muito difícil uma história fiel e detalhada porque, com o transcorrer dos anos, tudo foi desleixado. Ficaram poucos documentos, raros clubes organizaram seus arquivos, poucos esportistas arquivaram tudo quanto se escreveu e as próprias entidades são o que há de mais pobre possível nesse particular, de modo que pouco ou nada existe e as pesquisas, por obra de uns poucos estudiosos e abnegados, têm sido feitas penosamente. Tudo quanto foi possível até agora está cuidadosamente registrado nos poucos livros publicados sobre o futebol brasileiro ou aproveitado através de crônicas e artigos nas seções especializadas dos jornais

[...] Talvez esses historiadores do nosso futebol possam ser contado nos dedos de uma mão. (p. 15).

Thomas Mazzoni prosseguiu sua introdução descrevendo uma pequena lista com nomes dos esportistas e jornalistas que se dedicaram ao registro da história do futebol nacional e que produziram anotações e livros que foram utilizados pelo autor na pesquisa e na consumação de sua obra. O rol de autores era formado por Antonio Figueiredo, Leopoldo Santana, Paulo Varzea, Max Valentim, Horácio Werner, Mario Cardim, Afonso de Castro, Mario Filho, Indalicio Mendes e Pimenta Neto.

Os livros referenciais apresentam alguns entraves ao pesquisador que quer recuperar e compreender as transformações, características e os modos de produção da imprensa esportiva futebolística nacional. Isto porque as obras antigas e contemporâneas, majoritariamente, dedicaram quase que integralmente seus espaços para a história e análise do futebol.

Para quem se interessa pelo papel da imprensa nesse processo, as primeiras informações disponíveis encontram-se, quase sempre, como elemento secundário ou acessório nos estudos que historiadores, sociólogos, antropólogos, professores de literatura e mesmo jornalistas têm dedicado ao início do futebol no Brasil. (STYCER, 2009, p. 36).

No livro “História do Lance! – projeto e prática do jornalismo esportivo”, de 2009, Mauricio Stycer elaborou uma revisão bibliográfica e apresentou uma lista com autores contemporâneos que têm se debruçado na investigação e análise das temáticas do esporte. São citados Anatol Rosenfeld, Joel Rufino dos Santos, Marcelino Rodrigues da Silva, Plínio Labriola Negreiros, Waldenyr Caldas, Leonardo Affonso Miranda Pereira, José Sérgio Leite Lopes, Luis Henrique Toledo, José Renato Campos Araújo, Fábio Franzini e Nicolau Sevcenko. Esses autores, entre outros, trabalharam diversos aspectos do esporte e do futebol em críticas, análises e reconstruções, direcionadas a temáticas gerais ou pontuais - como a história factual, social, política e econômica do futebol, dos clubes, dos jogadores, dos jornalistas esportivos, de produtos jornalísticos, dos atores envolvidos no esporte - e em revisões bibliográficas.

É preciso pontuar uma consideração relacionada a uma crítica recorrente, destinada a determinadas obras que tem o memorialismo como natureza constitutiva. Esses livros foram construídos por meio de observações, anotações, descrições e opiniões, mas sem o necessário rigor e exercício da reflexão histórica. Para Priore e Melo: “Embora de grande importância, tais livros são, na verdade, esforços de preservação de memória, sem a preocupação de uma discussão mais ampla e crítica [...]” (2009, p. 10).

Enfim, nesse estudo, trabalhou-se com fontes bibliográficas diversas e abrangentes, acadêmicas ou com viés jornalístico/memorialístico, produzidas em tempo e espaço distintos, que serviram como suporte para a consumação da proposta precípua de apresentar a história e a atividade da imprensa esportiva de forma linear e temporal, todavia, sem o atrevimento de esgotar um tema tão extenso e ainda desconhecido.

No capítulo 4, por meio da pesquisa em livros acadêmicos da Comunicação Social e da História da Imprensa, foram selecionadas informações e coletados dados estatísticos das áreas de economia, política, jornalismo e mercado editorial, com a proposta de construir uma base de conhecimento, propiciando o estabelecimento de conexões e comparações com os acontecimentos contemporâneos do lançamento do jornal ‘Coração’. O conteúdo coletado serviu também como notas de rodapé que complementaram a trama narrativa do capítulo 5, dedicado à reconstituição da história do tabloide corintiano. Neste capítulo, também, a partir de fragmentos narrativos coletados por meios de entrevistas, construiu-se um item reunindo breves observações dos fundadores do jornal acerca do ambiente e da produção da imprensa esportiva na década de 1970.

## 1.2 Metodologia aplicada no Capítulo 5: Análise do *Corpus* e Entrevistas

A metodologia utilizada no capítulo 5 da presente dissertação foi sustentada inicialmente por duas técnicas de pesquisa: a análise do jornal como objeto e fonte de si mesmo e por meio de entrevistas com os protagonistas da ação, os sujeitos fundadores do jornal ‘Coração’. Primeiramente, é necessário expor que a opção pelo procedimento de coleta de informações por relato oral foi circunstancial e essencial, pois no momento da elaboração do presente trabalho acadêmico não havia nenhuma fonte de consulta, audiovisual ou escrita, relacionada ao tema. As histórias do ‘Coração’, trajetória e perfil, não estavam registradas em livros, artigos de periódicos ou trabalhos científicos, fisicamente ou digitalmente.<sup>1</sup>

Trabalhar, pois, com relato oral, para recompor aspectos do cotidiano de décadas, aliás, vem se mostrando uma estratégia de pesquisa das mais ricas. Acresça-se ainda o fato de que os arquivos permanentes vão sendo construídos e que gerações futuras de pesquisadores terão acesso a eles e poderão reanalisar estes dados e repensar as interpretações que atualmente se elaboram. (BIASOLI-ALVES, 1995, p. 7).

---

<sup>1</sup> A primeira apresentação oral de um capítulo desta dissertação foi realizada em outubro de 2013 no Gecef – Grupo de Estudos em Comunicação Esportiva e Futebol da UNESP de Bauru. A primeira publicação foi no caderno de resumos do 2º Simpósio Internacional de Estudos sobre Futebol, evento que aconteceu de 13 a 16 de maio de 2014, promovido pelo Ludens do Departamento de História da USP e Museu do Futebol.

O estudo do documento primário, o jornal ‘Coração’, compreendeu-se primeiramente na coleta e análise dos elementos de identificação e das mensagens editoriais que possibilitariam a investigação e a revelação dos protagonistas e dos fatos constitutivos do tabloide. O jornal foi utilizado como fonte de si mesmo com a intenção de reconstituir, a partir de fragmentos, a sua própria história por meio dos editoriais, expedientes, cartas e suas respectivas respostas publicadas. O passo seguinte foi buscar conhecimento geral do periódico. Para isso, realizou-se análise da estrutura e de conteúdo do objeto com a proposta de identificar a linha e a postura editorial, as estratégias de comercialização, os critérios de noticiabilidade, diagramação, linguagem, utilização de recursos de textuais e visuais e a incidência de publicidade.

A análise de conteúdo pode ser empregada em estudos exploratórios, descritivos ou explanatórios. Os pesquisadores que utilizam a análise de conteúdo são como detetives em busca de pistas que desvendem os significados aparentes e/ou implícitos dos signos e das narrativas jornalísticas, expondo tendências, conflitos, interesses, ambiguidades ou ideologias presentes nos materiais examinados. (HERSCOVITZ, 2007, p. 127).

A pesquisa no tabloide foi realizada nos exemplares de nº 1 ao nº 10, de 29 de outubro de 1976 a 07 de janeiro de 1977. A delimitação do *corpus* se deu pelo fato da ausência da integridade do mesmo na fase inicial da pesquisa e pelo entendimento de que o material analisado ofereceu dados necessários para o processo de investigação e conhecimento geral das características estruturais e comunicacionais do objeto. Também foram estudadas as 48 edições não selecionadas na amostra precípua.

Em uma fase posterior, quando possibilitado o contato integral com a coleção do jornal, das edições de 11 ao 58<sup>2</sup>, optou-se por recortar e inserir no trabalho, com o propósito de embasar a reconstrução histórica, os elementos textuais que apresentavam relação direta com fatos pontuais lembrados pelos entrevistados, que se mostraram fundamentais para a reconstrução e compreensão total do objeto.

A pesquisa realizada no *corpus*, constituído pelas edições de nº 1 ao nº 10, se prestou a dois fins específicos: a busca de informações para a sustentação e incrementação da pauta de questionamentos, elaborada para a etapa de entrevistas, e a reunião de elementos históricos ou representativos do jornal, como conteúdo para o entrecruzamento com os fragmentos

---

<sup>2</sup> O jornalista e fundador do ‘Coração’ Elói Gertel possui uma coleção completa do jornal. Até o final dessa dissertação não havia conhecimento de nenhuma outra coletânea integral. O autor deste estudo tem 27 edições pessoais arquivadas, incluindo os dez primeiros números que integraram o *corpus* principal pesquisado.



narrativos dos depoentes, possibilitando assim a construção da trama reconstitutiva da trajetória do ‘Coração’.

A entrevista foi eleita como técnica para a consumação da proposta de reconstrução do objeto e, conseqüentemente, estabeleceu uma conexão entre o jornal e os sujeitos da ação, provocada pelo pesquisador, após 36 anos da criação coletiva. Reconhecendo a importância da técnica de entrevista para o estudo, foram adotados os procedimentos da metodologia da história oral.

Durante a coleta de dados de identificação do jornal, especificamente na seção do expediente, foram obtidos os nomes dos seis fundadores e suas respectivas funções jornalísticas. Com a ajuda de ferramentas de pesquisa na internet, de redes sociais e da comunicação telefônica, foi possível localizar os protagonistas, os quais foram formalmente convidados para participar do projeto. Aceitos os convites, foram entrevistados os jornalistas Elói Lacerda Gertel, Edison Scatamachia, Otacílio do Carmo, Antônio Euclides Teixeira, Pedro Autran Ribeiro e João Prado de Almeida Pacheco.

Portanto, podemos certificar que a opção pela técnica de coleta de dados através da Entrevista deve ser feita quando o pesquisador/entrevistador precisar valer-se de respostas mais profundas para que os resultados da sua pesquisa sejam realmente atingidos e de forma fidedigna. E só os sujeitos selecionados e conhecedores do tema em questão serão capazes de emitir opiniões concretas a respeito do assunto. (ROSA; ARNOLDI, 2006, p. 16).

No primeiro contato, mediado por telefone, o autor fez uma apresentação pessoal, a exposição dos objetivos do trabalho e o agendamento para a primeira gravação exploratória, também via telefone. A pauta, como já dito, foi elaborada a partir da pesquisa realizada no *corpus* selecionado, na qual prevaleceram como questionamento as perguntas e hipóteses inerentes aos elementos constitutivos do jornal, da estrutura editorial, da linguagem, da produção de notícias e de sua trajetória histórica. “Com questionamentos diversos, o entrevistador conduz o entrevistado para que se volte para si próprio, fazendo-o lembrar de acontecimentos, datas, relações por ele vividas, de modo a compor um relato coerente e organizado para si mesmo e para aquele que o ouve.” (ROSA; ARNOLDI, 2006, p. 41). As entrevistas por telefone foram realizadas no período de 06 de agosto de 2013 a 18 de novembro de 2013, somando três horas de duração.

Os primeiros registros foram fundamentais, pois forneceram respostas às questões basilares e também suscitaram novas histórias que reforçaram a fertilidade e a curiosidade do estudo escolhido. As informações coletadas ajudaram na elucidação estrutural e editorial do jornal e ainda enriqueceram com dados a pauta elaborada para a gravação pessoal, executada

posteriormente. O contato inicial serviu também para esclarecer que algumas perguntas deveriam ser realizadas com mais contumácia a um determinado entrevistado, pois foi perceptível que cada protagonista rememorava com mais facilidade a atividade laboral na qual era responsável durante a execução do jornal.

Trabalhar com relato oral, quando a prioridade é recompor uma história do cotidiano de muitas décadas atrás, implica, de início, dois pontos interligados: de um lado, a necessidade de ativar o dinamismo da memória do narrador, do outro, a de buscar dados que respondam à curiosidade gerada no e pelo projeto. (BIASOLI-ALVES, 1995, p. 2).

Após o agendamento prévio, a segunda rodada de gravações foi realizada em horários e locais definidos pelos próprios entrevistados. Todos escolheram a própria residência para o encontro e se dispuseram em tempo suficiente para a conclusão dos questionamentos propostos. As entrevistas pessoais foram registradas no período de 23 de novembro de 2013 a 27 de dezembro de 2013, por meio de gravador digital, somando oito horas de duração.

Há duas modalidades mais gerais de entrevista: a face a face e a mediada. A primeira se refere àquela modalidade em que o entrevistador e entrevistado se encontram um diante do outro e estão sujeitos às influências verbais (o que é dito ou perguntado), às não verbais (comunicação cronêmica - pausas e silêncios -, cinésica - movimentos corporais -, e paralinguística - volume e tom de voz) e às decorrentes da visualização das reações faciais do interlocutor. A segunda modalidade inclui as entrevistas feitas por telefone, por computador e por questionários, que também estão sujeitas às mesmas influências verbais e não-verbais, mas de modo diferenciado, em especial quando não permitem a visualização das reações faciais do interlocutor. (FRASER; GONDIM, 2014, p. 143).

Seguindo os preceitos da história oral, as 12 entrevistas foram devidamente duplicadas, arquivadas, transcritas e tratadas. Na sequência, após uma análise global das transcrições, alguns trechos das entrevistas foram selecionados a partir da percepção do seu potencial de inserção no texto destinado à reconstrução do objeto. É preciso registrar que os fragmentos narrativos coletados via telefone, quando oportuno, também foram inseridos na construção dos textos dos capítulos 4 e 5. A decisão de utilizar trechos das entrevistas mediadas no corpo da redação ocorreu ao perceber que alguns depoimentos se mostravam mais pontuais, concisos e claros. Porém, só foram empregados quando comparados em fidedignidade com o conteúdo coletado com a gravação face a face.

Nas falas recortadas, quando convergentes, optou-se pela citação mais concisa e apropriada ao sentido do discurso. O fragmento narrativo também foi utilizado como complementação, reforçando uma ideia anterior. No caso de divergência, gerando noção

dúbia ou crítica do fato mencionado, as citações implicadas foram empregadas para comparação e contextualização apreciativa e subjetiva do leitor.

Assim, as informações pesquisadas no jornal, como objeto e fonte, e as narrativas coletadas nas entrevistas com os depoentes se entrecruzaram formando um texto único, que rememora uma experiência editorial singular da imprensa escrita esportiva brasileira dos anos 1970, o tabloide ‘Coração’.

A partir dos enunciados narrativos somos capazes de colocar as coisas em relação umas com as outras em uma ordem e perspectiva, em um desenrolar lógico e cronológico. [...] Isso quer dizer que a forma narrativa de contar está impregnada pela narratividade, qualidade de descrever algo enunciando uma sucessão de estados de transformação. [...] Ao estabelecer sequências de continuidade (ou descontinuidade), as narrativas integram ações do passado, presente e futuro, dotando-as de sequenciação. (MOTTA, 2010, p. 143).

Por fim, visando contribuir na compreensão do estudo proposto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica complementar, que teve o intuito de buscar informações gerais, econômicas, políticas, culturais e sociais, com potencial de conexão e contextualização ao período de configuração e atuação do jornal ‘Coração’.

### **1.2.1 História oral e memória**

Os procedimentos da metodologia da história oral foram utilizados no capítulo 5, com o propósito de instruir e oferecer precisão, principalmente, às etapas de coleta e tratamento das informações obtidas por meio das entrevistas.

O método da história oral é utilizado também por muitos estudiosos, particularmente sociólogos e antropólogos, que não se consideram historiadores orais. O mesmo se dá com jornalistas. Contudo, todos eles podem estar escrevendo; e, sem dúvida, estão provendo à história. (THOMPSON, 1998, p. 104).

No caso da reconstrução do ‘Coração’, embora tenha sido feita uma pesquisa frutífera nos dez primeiros números do jornal, somente foi possível recuperar a trajetória do tabloide por meio de uma coletânea de narrativas obtidas por meio de entrevistas.

O uso da história oral se justifica quando não há documentação suficiente para o estudo de um objeto ou quando é utilizada como uma segunda versão em relação a um documento já existente. Essa metodologia de pesquisa surgiu nos Estados Unidos em meados do século XX, após a invenção do gravador de áudio em fita de rolo e em fita em cassete.

Ela consiste na realização de entrevistas gravadas com indivíduos que participaram de, ou testemunharam, acontecimentos, conjunturas do passado e do presente. Tais entrevistas são produzidas no contexto de projetos de pesquisa, que determinam quantas e quais pessoas entrevistar, o que e como perguntar, bem como que destino será dado ao material produzido. O trabalho com a história oral se beneficia de ferramentas teóricas de diversas disciplinas das Ciências Humanas [...]. Trata-se, pois, de metodologia interdisciplinar por excelência. (ALBERTI, 2005, p. 155-156).

Para completar a exposição acima, é interessante destacar o conceito formulado por Meihy e Holanda (2007, p. 15), no livro “História oral: como fazer, como pensar”.

História oral é um conjunto de procedimentos que se inicia com a elaboração de um projeto e que continua com o estabelecimento de um grupo de pessoas a serem entrevistadas. O projeto prevê: planejamento de condução das gravações com definição de locais, tempo de duração e demais fatores ambientais; transcrição e estabelecimento de textos; conferência do produto escrito; autorização para o uso; arquivamento e, sempre que possível, a publicação dos resultados que devem, em primeiro lugar, voltar ao grupo que gerou as entrevistas.

As entrevistas em história oral são fontes para o entendimento de um tempo pretérito e permitem ao indivíduo “[...] refazer, reconstruir, repensar, com imagens e ideias de hoje, as experiências do passado. A memória não é sonho, é trabalho.” (BOSI, 2010, p. 55).

Segundo a teoria dessa metodologia, a técnica de entrevista empregada no estudo é a do gênero da história oral temática, pois trabalha um tema cujo entrevistado é o ator da ação que se pretende rememorar. “Em geral, a escolha de entrevistas temáticas é adequada para o caso de temas que têm estatuto relativamente definido na trajetória de vida dos depoentes, como um período determinado cronologicamente, uma função desempenhada ou conjunturas específicas.” (ALBERTI, 2005, p. 175).

Já em relação ao uso das entrevistas, as mesmas se encaixam na história oral híbrida, pois para o resultado final se prestam a cruzamentos internos e externos, como explicam Meihy e Holanda (2007, p. 129): “No caso da história oral híbrida preza-se o poder de ‘conversa’, contatos ou diálogos com outros documentos, sejam iconográficos ou escritos como: historiográficos, filosóficos e literários.”

O tratamento das entrevistas seguiu os preceitos da história oral: a duplicação da gravação, o arquivamento, o trabalho de transcrição literal, a validação, o ajuste da linguagem oral para a linguagem escrita (quando pertinente, fazer correções gramaticais e de vícios de linguagem) e, por último, a apuração e a edição das transcrições com o objetivo de dar sentido e clareza à narrativa a ser publicada.

Outra especificidade da entrevista de História oral é o fato de um de seus principais alicerces ser a narrativa. Um acontecimento vivido pelo entrevistado não pode ser

transmitido a outrem sem que seja narrado. Isso significa que ele se constitui (no sentido de tornar-se algo) no momento mesmo da entrevista. Ao contar suas experiências, o entrevistado transforma o que foi vivenciado em linguagem, selecionando e organizando acontecimentos de acordo com determinado sentido. (ALBERTI, 2005, p. 170-171).

Por opção do autor, as transcrições foram enviadas aos entrevistados para a ciência da fidelidade do conteúdo transcrito. A carta de cessão, item de resguardo jurídico do pesquisador em relação ao depoente, foi elaborada com o pedido de legalização do uso do áudio da entrevista gravada e da transcrição, bem como, a autorização para a publicação do texto final em trabalhos acadêmicos, na forma impressa e digital. Os pedidos foram formalmente acatados sem limite temporal de utilização.

É interessante anotar que a entrevista é uma das etapas de um projeto de história oral e tem como particularidade ser fonte intencionalmente produzida. Para Robert Frank (1999, p. 107): “Quando o historiador, ou o arquivista, interroga a testemunha, ele mesmo constrói a fonte, e seu usuário é ao mesmo tempo a seu modo o produtor. Nesse sentido, há o imediatismo entre a construção da fonte oral e o historiador que a provoca.” Nesse mesmo artigo, “Questões para as fontes do presente”, Frank acrescentou:

[...] Se há contemporaneidade entre a testemunha e o historiador, existe em compensação uma distância temporal entre a ação de testemunhar e a ação contada pela testemunha. É certo que, na construção da fonte oral, há solicitação da memória daquele que depõe. A memória para como fonte para o historiador – veremos logo que a memória não é somente uma fonte para o historiador – é insubstituível em muitos casos, mas ela também é geradora de erros, de mitos, de mitologia e, evidentemente, o historiador tem muito o que fazer para corrigir e desmitificar. (1999, p. 107).

Dentre as críticas do uso da história oral, a de maior ênfase é a possível distorção da memória, que implicaria ao tema trabalhado e recuperado um grau elevado de subjetividade, se distanciando da história e se aproximando do mito. Porém, se utilizando da psicologia social, antropologia e sociologia, os estudiosos da história oral criaram mecanismos de defesa, como expõe Alistair Thomson (2000, p. 52):

Garrochados pelas censuras dos historiadores documentalistas, os primeiros historiadores orais desenvolveram diretrizes para avaliar a confiabilidade da memória oral (ao mesmo tempo que, perspicazes, lembravam aos tradicionalistas que as fontes documentais não são menos seletivas e tendenciosas). [...] Durante os anos 70, historiadores orais em distintas partes do mundo começaram a questionar a ênfase nas “distorções” da memória, e a encarar “as peculiaridades da história oral” como um ponto forte, em vez de fraqueza. Uma das mudanças mais significativas nos últimos 25 anos de história oral foi o reconhecimento de que a, assim chamada

não confiabilidade da memória pode ser um recurso, em vez de um problema para a interpretação e a reconstrução históricas.

Nesse mesmo sentido, é oportuno complementar a posição acima com as palavras de Paul Thompson, na clássica obra “A voz do passado: história oral”.

Contudo, como sabe qualquer historiador experiente, a simples afirmação ou contra-afirmação de que as fontes da história oral são fidedignas ou não, verdadeiras ou falsas, para este ou aquele fim, obtidas desta ou daquela pessoa, encobrem as questões de real interesse. A natureza da memória coloca muitas armadilhas para os incautos, o que frequentemente explica o ceticismo daqueles menos informados a respeito das fontes orais. Porém, oferecem também recompensas inesperadas para um historiador que esteja preparado para apreciar a complexidade com que a realidade e o mito, o “objetivo” e o “subjetivo”, se mesclam inextricavelmente em todas as percepções que o ser humano tem do mundo, individual e coletivamente. (1998, p. 179).

Os fundadores do ‘Coração’, após 36 anos da produção coletiva, lembraram de fatos que resistiram somente em suas memórias. Destarte, como observação pessoal, é preciso ressaltar que os entrevistados se dedicaram ao exercício de mergulhar ao passado e revelaram possuir uma boa memória, após quase quatro décadas do acontecimento. Os protagonistas se mostraram saudosistas e se entusiasmaram com a possibilidade de reviver uma história de que, por motivos circunstanciais, estava sem registro documental. Portanto, que não existia no presente.

O processo da memória depende, pois, não só da capacidade de compreensão do indivíduo mas também de seu interesse. Assim, é muito mais provável que uma lembrança seja precisa quando corresponde a um interesse e necessidade social [...] A fidedignidade depende, em parte, do interesse que determinado assunto tem para o informante. (THOMPSON, 1998, p. 153).

## **CAPÍTULO 2**

### **A HISTÓRIA E O UNIVERSO SIMBÓLICO DO *SPORT CLUB* *CORINTHIANS PAULISTA***

## Capítulo 2 – A História e o Universo Simbólico do *Sport Club Corinthians Paulista*

---

O presente capítulo tem o objetivo de reconstruir parte da história do *Sport Club Corinthians Paulista* e apresentar os significados, representações e simbologias produzidas e incorporadas pelo clube durante a sua trajetória, iniciada em 1910. Em relação ao desencadeamento dos fatos históricos, o texto focará, principalmente, as fases que compreendem a fundação, estruturação e conformação da instituição social e esportiva, dedicada majoritariamente à prática do futebol como competição.

Pretende-se ainda, neste capítulo, expor e esclarecer termos, expressões e símbolos utilizados referencialmente à linguagem própria do futebol e do universo comunicacional corintiano. São denominações que foram criadas e registradas no tempo, por meio de tradição oral ou pela imprensa esportiva e que representam as peculiaridades do *Sport Club Corinthians Paulista*. O jornal ‘Coração’ foi receptáculo e transmissor dessa linguagem característica, pois apresentou em suas páginas os significados e referências do futebol, do clube, dos torcedores e adversários. Com a popularidade conquistada desde os primórdios, o *Corinthians* tornou-se destinatário de epítetos, apelidos, histórias e lendas, reforçando assim o seu caráter de clube de massa, ostentando terreno fértil para a produção de sentidos. A reprodução pela imprensa das particularidades do universo corintiano, originadas em fatos reais ou imaginários, propagou uma diversidade de símbolos e representações que constituíram um conjunto de palavras e expressões próprias. Essa linguagem conotativa será identificada no decorrer do capítulo com o propósito de facilitar a compreensão e a leitura dos textos recortados do jornal ‘Coração’ e dos fragmentos narrativos coletados por meio das entrevistas, que foram inseridos no capítulo 5 dessa dissertação.

### 2.1 Primeiros Momentos

Com o nome de S. C. Corinthians Paulista, fundou-se nesta capital mais uma sociedade sportiva, que tem o seu ground instalado a rua Ribeiro de Lima, 3. A sua diretoria está assim composta: Presidente, Miguel Bataglia; vice-presidente, Alexandre Magnani; primeiro secretário, Antonio Nunes; segundo secretário, João Spina; primeiro tesoureiro, João da Silva; segundo tesoureiro, Salvador Lopomo; captain, Raphael Perrone; fiscal, Joaquim Fernandes; procurador, Felipe Valente. (p. 8 e 9)<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Acervo digital do jornal *O Estado de S. Paulo*.



Essa nota de 22 de setembro de 1910, publicada no jornal *O Estado de S. Paulo*, na edição de quinta-feira, anunciou publicamente a fundação do *Sport Club Corinthians Paulista*, que adotou o dia primeiro de setembro daquele ano como data oficial de nascimento. A partir de então, o *Corinthians* e os corintianos vem gerando uma farta e movimentada articulação de seus atores, protagonistas de histórias que estão registradas em documentação relativamente numerosa.

Desde os primeiros passos, o *Corinthians* foi designado como clube do povo: reputação conquistada por meio do ambiente social compartilhado e pelo contexto de democratização e profissionalização pelo qual passava o futebol nacional. Formado por membros da classe operária e imigrante, o clube começou a participar de espaços até então exclusivos à elite esportiva paulistana. O sucesso inicial nos gramados, subjugando os times da classe alta, e a postura democrática, abarcando cidadãos distintos de religião, cor e classe econômica, fez do *Corinthians* um fenômeno social. “Na prática seria um time de todas as pátrias e de todas as raças, criado para alegrar a gente simples do Bom Retiro [...]” (DUARTE e TURETA, 2008, p. 30).

Em 1910, o Bairro do Bom Retiro tinha aproximadamente seis mil habitantes e mesclava sotaques e esperanças, porque ali chegavam prontos ao labor, em maior número, imigrantes italianos, espanhóis e portugueses. O local foi escolhido pelos trabalhadores pela proximidade ao centro da cidade e estações de trem, por possuir comércio e prestação de serviços emergentes, oferecer oportunidades de emprego e acesso fácil ao transporte urbano. Nos momentos de lazer, além de passear na praça pública, assistir ao circo ou andar de barco no rio Tietê, os cidadãos poderiam jogar futebol nos campos de várzea ou em algum terreno baldio.

O futebol começou a ser praticado em São Paulo no final do século XIX, em princípio pela elite paulistana, porém, a bola correu, pulou e chegou rapidamente aos pés e ao domínio dos trabalhadores das fábricas, do comércio e das ferrovias, que passaram a se organizar em clubes sociais e esportivos, instituindo o jogo de bola como lazer preferido, praticado costumeiramente aos finais de semana. Foi nesse ambiente citadino que nasceu o *Sport Club Corinthians Paulista*.

Em meados de 1910, no Bom Retiro, um grupo de amigos vinha planejando a criação de uma associação esportiva para a comunidade local. Os interessados se reuniram na noite de 1º de setembro e decidiram pela criação do clube. Destacaram-se na condução da fundação os operários Joaquim Ambrósio, pintor de parede; Rafael Perrone, sapateiro; Anselmo Correia, motorista de bonde; Carlos da Silva, trabalhador braçal; e o pintor autônomo, Antônio Pereira.

O local onde se confirmou a fundação do Corinthians foi a residência do Sr. Miguel Bataglia, mas onde o Corinthians foi sonhado, e que deve ser considerado o seu berço, foi o salão de barbeiro de Salvador Bataglia, irmão de Miguel, e que existia à Rua Júlio Conceição, esquina da Rua dos Italianos. (De VANEY; ARAJUNIOR, 1965, p. 8).

Assim, nasceu um clube social e esportivo ainda sem bola, nome e campo, com escassos recursos e um punhado de simpatizantes. Para a sua presidência, os fundadores convidaram o alfaiate italiano Miguel Bataglia, que aceitou a missão de organizar os primeiros dias de vida da agremiação. E na noite de 5 de setembro, na residência do presidente, os protagonistas escolheram em votação uma denominação para o clube esportivo. Depois de alguns palpites, os conselheiros decidiram adotar um nome em homenagem a uma equipe de futebol inglesa, a primeira a excursionar pelo Brasil.

A vinda de quadros estrangeiros a S. Paulo causava nova onda de entusiasmo pelo futebol. Nova semente atiravam esses quadros no terreno fértil do já enraizado futebol paulista. Após regressarem esses quadros estrangeiros eram fundados clube locais em sua homenagem, tomando sua denominação. (MAZZONI, 1950, p. 79).

Em 1910, o time britânico Corinthian Football Club veio ao Brasil e arrasou as equipes nacionais, ganhando de goleada os seis jogos que participou no eixo Rio - São Paulo. Em reverência ao clube inglês, o time do Bom Retiro adotou o nome de *Sport Club Corinthians Paulista*. Sugestões patrióticas, como Santos Dumont e Carlos Gomes, foram desbancadas pela admiração provocada pela equipe europeia. Nos primeiros meses, com poucos recursos financeiros, os sócios do clube coletaram dinheiro para alugar o campo, comprar a primeira bola e o uniforme de estreia.

Segundo Diaféria (1992), no livro “Coração Corinthiano”, o mais antigo estatuto do *Corinthians* que se tem conhecimento é de julho de 1913. Nele é possível reconhecer os objetivos da associação: vocação poliesportiva, promoção da educação física e do futebol, formação de uma biblioteca, organização de *matches*, *pic-nics* e saraus e a reunião de indivíduos de bons costumes, não se observando nacionalidade, religião ou política.

O *Corinthians*, já no berço, foi creditado como clube de operários, pois formou a sua equipe com praticantes do bairro e com jogadores de outros times de várzea, que foram convencidos a participar da nova promessa clubística da cidade. No dia 10 de setembro de 1910, a equipe corintiana estreou com derrota, mas no jogo posterior, em 14 de setembro, conquistou a primeira vitória.

Nos dois anos seguintes, o time do Bom Retiro ganhou na várzea a fama de imbatível, o que estimulou o clube a solicitar uma vaga na Liga Paulista de Football, unindo-se assim

aos grandes do futebol da elite local. Depois de um breve torneio, o *Corinthians* saiu vencedor e foi diplomado para integrar a primeira divisão do futebol paulista. No primeiro campeonato que disputou, entre seis participantes, a equipe ficou em quarto lugar, superando as dificuldades naturais de um time popular sem muitos recursos. Segundo um balancete aprovado em assembleia geral, em 1913, a manutenção e os investimentos do clube eram realizados a partir de três fontes de renda: a mensalidade dos sócios, a venda de entradas nos jogos e a lista de rateios com doações espontâneas (DIAFÉRIA, 1992).

No segundo ano em que disputou a Liga Paulista, em 1914, o *Corinthians*, surpreendendo a todos, tornou-se campeão de forma invicta e revelou o primeiro ídolo alvinegro, o centroavante Neco, artilheiro da competição. A década de 1920, foi um período de ouro para a equipe alvinegra, que conquistou cinco títulos paulista e o primeiro tricampeonato. Com o sucesso em campo, multiplicou a torcida nas arquibancadas. Em 1922, em plena efervescência da Semana de Arte Moderna de São Paulo, o poeta e pintor Menotti del Pichia, em discurso, exaltou: “O Corinthians é um fenômeno sociológico a ser estudado em profundidade.” (KFOURI, 1983, p. 63).

O *Corinthians* surgiu como um clube de operários, porém, nos primeiros anos, atraiu também cidadãos oriundos da classe média. O número de sócios foi crescendo: se em 1928 havia 1.210 associados, em 1933, já atingia o patamar de 3.615 associados. Segundo Diaféria (1992, p. 139), “o clube harmonizava colônias de imigrantes de várias origens e ia continuar fazendo isso, essa miscigenação esportiva.”

O Clube alvinegro foi a primeira equipe paulista a receber em seus quadros um jogador negro.

Era do Botafogo e era do Corinthians o lendário jogador chamado Davi, considerado um dos melhores centromédios de São Paulo, que muitos apontam como tendo sido o primeiro jogador negro reconhecido como craque, como ídolo, e o primeiro a conseguir romper a muralha do preconceito e da discriminação racial no futebol paulista. (DIAFÉRIA, 1992, p. 60).

Assim, considerando que o Clube foi fundado num bairro com perfil operário e imigrante, que dentro e fora das quatro linhas do campo acolheu uma diversidade de cidadãos e se manteve por meio de um esforço coletivo de seus protagonistas e torcedores, justifica-se, então, a fama que o *Corinthians* conquistou de time do povo. “É a alma do povo que se materializa nas arquibancadas e gerais dos estádios ao longo de décadas, independente de o time estar bem ou mal, independente de vitórias ou derrotas, independente de crises ou glórias.” (DIAFÉRIA, 1992, p. 67).

O primeiro campo de futebol do *Corinthians* foi construído no bairro do Bom Retiro, num terreno que precisou ser adaptado. Em 1918, nas proximidades do rio Tietê, o clube inaugurou seu primeiro estádio, construído em mutirão por jogadores e simpatizantes, batizado de Ponte Grande. Em 1926, necessitando crescer, o *Corinthians* comprou um pedaço de terra no bairro do Parque São Jorge. Com o tempo foi agregando novos terrenos, até construir a sede definitiva e o estádio Alfredo Schürig, em 1928.

## 2.2 O *Corinthians* representado pela boca do povo

O *Corinthians* é uma equipe de futebol que coleciona alcunhas: o time alvinegro vem recebendo vários epítetos e apelidos que foram criados em momentos e situações específicas. São referências à postura guerreira do time, hipérboles e expressões carinhosas de enaltecimento ou circunstâncias do cotidiano. Em épocas distintas, o *Corinthians* foi - e ainda é - chamado e grafado como, “Clube de operários”, “Mosqueteiro”, “Campeão dos Centenários”, “Campeão dos campeões”, “Time das viradas”, “Gualicho”, “Charuto”, “O mais querido do Brasil”, “Timão” e “Coringão”.

“Clube de operários” surgiu motivado pela natureza constitutiva da equipe, fundada por trabalhadores braçais residentes de um bairro popular da capital paulista. Numa passagem do livro “História do Futebol no Brasil”, o jornalista e escritor Thomaz Mazzoni reforçou esta representação: “A popularidade do Corinthians, agora na APEA, cresceu extraordinariamente. Estava no lugar que merecia, enquanto que o campeonato da liga tinha sido para o “clube dos operários”, (outra sua denominação que era familiar naqueles tempos)[...]” (1950, p. 114).

Já o nome “Mosqueteiro” tem duas versões: em 1913, a equipe disputou o campeonato da Liga Paulista com mais três times apelidados de mosqueteiros e o *Corinthians* tornou-se o quarto; ou quando conquistou, em 1929, a primeira vitória contra um time internacional.

Surgiu a denominação “Mosqueteiro”, em 1929, após a sensacional vitória do Corinthians sobre o Barracas, da Argentina. Foi na crônica de A GAZETA ESPORTIVA, escrita por Thomaz Mazzoni, o conhecido Olympicus, que ao analisar a conduta do conjunto corinthiano nesta peleja, cognominou-se de “Mosqueteiros”. (De VANEY; ARAJUNIOR, 1965, p. 50).

“Campeão dos Centenários” surgiu em 1922, com a vitória da equipe no campeonato Paulista no ano do Centenário da Independência do Brasil.

A referência “Campeão dos campeões” também tem duas explicações. A primeira é de 1915, quando o *Corinthians* foi convidado para participar de um campeonato beneficente com

os times campeões das duas entidades paulistas de futebol: o *Germânia*, pela LFP, e o AA das *Palmeiras*, pela APEA. O *Corinthians* ganhou os dois confrontos e passou a ser chamado pela torcida e pela imprensa como “Campeão dos campeões”. Outra versão, de 1930, diz que o *Corinthians*, então campeão paulista, venceu um desafio contra o campeão carioca, o *Vasco da Gama*. A disputa ocorreu em dois jogos: no primeiro, o time mosqueteiro venceu no Parque São Jorge por 4 a 2; no segundo confronto, no Estádio de São Januário, o *Corinthians* ganhou de 3 a 2, após estar perdendo de 2 a 0. Com a vitória, a equipe alvinegra paulista reforçou também outro apelido que vinha se configurando: o time das viradas.

O apelido “Gualicho” é uma referência a um cavalo vencedor do começo dos anos 50 que, igualmente ao *Corinthians*, havia sido campeão em 1951, 1952 e 1954, assim a comparação foi inevitável, considerando que o turfe também tinha público fanático.

“Charuto” também foi criado nos anos 1950, época em que virou moda fumar charutos nos estádios em dia de jogo. As arquibancadas do Parque São Jorge eram invadidas por torcedores que esfumaçavam o ambiente esportivo.

“O mais querido do Brasil” foi criado em 1955, resultado de uma pesquisa promovida pela *TV Paulista*, em todo o território nacional, com apoio do jornal *Última Hora*. A enquete perguntava qual era o clube mais querido do Brasil. O *Corinthians* ficou em primeiro lugar com 471.450 votos, seguido por *Flamengo* e *São Paulo*.

“Timão”, o mais usual qualificativo, foi atribuído pela imprensa em 1966, ano em que o *Corinthians* montou um forte time para tentar sair de uma fase ruim e vencer o campeonato paulista, título que não comemorava há 12 anos (DIAFÉRIA, 1992) e (UNZELTE, 2010). O time não vingou, mas o adjetivo ficou eternizado. Há ainda, o apelido “Coringão”, um neologismo carinhoso criado do nome próprio *Corinthians*.

Não é somente o clube de futebol que tem um tratamento figurado. A torcida do Parque São Jorge é popularmente conhecida como Fiel. Para Diaféria (1992), o termo teve origem num barco da equipe de remo que foi batizado como fiel em 1937 e passou a referenciar à leal torcida corintiana.

Um orgulho para a nação corintiana foi ter em seu rol de torcedores o ilustre craque de bola Charles Miller, introdutor do futebol no Brasil. Segundo John Mills (2005, p. 168), os fundadores do *Corinthians* foram ao encontro de Miller para obter dele um parecer em relação ao nome de batismo da equipe do Bom Retiro. “Tamanho era o respeito que os fundadores do novo Timão paulista tinham pelo pai do futebol brasileiro, que pediram sua opinião sobre o nome escolhido. Imediatamente, Charles Miller deu seu aval e total apoio, parabenizando-os pela excelente decisão.” Charles Miller retribuiu o carinho e o respeito dos corintianos,

passando a assistir aos jogos do *Corinthians* como torcedor. Em 1941, a histórica torcedora Elisa, sabendo da constante presença de Charles Miller na numerada do Pacaembu, organizou e confeccionou junto à torcida uma faixa com os dizeres: “A nova geração saúda Charles Miller, o vovô do nosso futebol.” (MILLS, 2005, p. 191).

### 2.3 Símbolos Corintianos: Uniforme, Distintivo, Hino e Bandeira

As histórias relacionadas aos símbolos do *Corinthians* são curiosas. No que concerne ao uniforme, o time adotou inusitadamente uma cor de camisa que foi consequência do desbotamento da cor original. Em homenagem ao *Corinthian* Inglês, a equipe do Bom Retiro vestiu inicialmente meias e calção preto e camisa creme, que perdeu a cor depois de algumas enxaguadas. “Após três jogos, as meias estavam desbotadas, e as camisas manchadas pelo preto dos detalhes; ademais, o creme virara branco.” (DUARTE E TURETA, 2008, p. 34). Os primeiros calções eram brancos, feitos de sacos de farinha, sendo depois substituídos pelos pretos.

A camisa só ganhou o primeiro escudo três anos depois, quando foi criado um brasão simples com as letras C e P sobrepostas. Em 1919, o distintivo foi incrementado, recebendo um círculo negro com o nome do clube, a data de fundação e a bandeira de São Paulo no centro. Depois de duas décadas, o escudo corintiano adquiriu uma nova concepção influenciada pelas águas do rio Tietê, época em que o clube adotou a prática de esportes aquáticos, como o remo e a natação. Assim, em 1939, o artista plástico Francisco Rebolo Gonzales, ex-jogador do clube, estilizou o distintivo: transformou o círculo em uma boia e incluiu dois remos cruzados e uma âncora na cor vermelha. Atualmente, o símbolo do *Corinthians* é praticamente o mesmo do anterior, apenas com pequenas adequações visuais, que tiveram o objetivo de modernizar os traços do distintivo.

As bandeiras do Timão empunhadas em campo, normalmente, são confeccionadas nas cores do time, preto e branco, e com o brasão. Algumas propagam mensagens em forma de incentivo, outras prestam homenagens a ilustres torcedores ou apenas identificam a própria torcida organizada.

A mascote do *Corinthians* surgiu no episódio de 1929, quando o jornal *A Gazeta* atribuiu aos jogadores alvinegros a fama de terem fibra de mosqueteiro, depois da vitória contra o time argentino do *Barracas*. No mesmo ano, *A Gazeta* criou diversos mascotes aos clubes de futebol e destinou à equipe alvinegra o símbolo em forma de charge de um Mosqueteiro com sua espada em posição de luta.

O primeiro hino do *Corinthians* foi composto em 1930, mas caiu no esquecimento por não atrair a simpatia da torcida. Em 1952, o jornalista Lauro D'Ávila lançou uma marchinha de carnaval chamada "O campeão dos campeões". A música não fez sucesso, mas em 1955, com a conquista do título paulista, foi executada novamente e estourou no carnaval daquele ano e, aos poucos, foi adotada como hino do *Corinthians*, oficialmente pelo clube, em 1970.

#### 2.4 *Corinthians*: Religioso, Místico e Mítico

A devoção do corintiano ao time é representada normalmente pela criação de personagens, simbologias e de histórias místicas, produzidas e difundidas pelo próprio torcedor, por pessoas ligadas ao futebol ou pela imprensa esportiva.

Um exemplo significativo da crença alvinegra é a adoção do guerreiro São Jorge como santo protetor, a partir de meados de 1920, logo após a aquisição do terreno no Parque São Jorge. Dentro do clube há uma capela com a imagem de São Jorge, que é cultuada durante todo ano. Outra versão, mais antiga, é a de que os corintianos, desde a fundação, já haviam adotado o santo como protetor, isto porque São Jorge também seria o padroeiro do *Corinthian* Inglês.

Dentro da mística corintiana também existem histórias ligadas a causas divinas e espirituais. Há uma lenda de que no período em que o *Corinthians* ficou sem títulos no campeonato paulista, por 22 anos, o infortúnio foi motivado por um sapo que estaria enterrado sob o gramado do Parque São Jorge. A crença foi inspirada em um jogador que, ao sair do clube com má fama, na década de 1930, teria realizado a mandinga. Centenas de velas foram acesas e pais de santo consultados, mas a "maldição" durou até 1977, ano em que a equipe alvinegra saiu da fila e conquistou o título paulista.

O *Corinthians* em sua história registrou personagens que se tornaram ícones da sua torcida, devido à identificação deles com o time. Uma torcedora que ficou na memória do corintiano foi a paulista Elisa, natural da cidade de Tietê, que nasceu coincidentemente em 1910. Ela tornou-se símbolo da torcida pela frequência aos jogos, postura e animação nas arquibancadas e por prestar depoimentos apaixonados: "Minha alma é preta e branca. Sou toda *Corinthians* por dentro e por fora e quando eu morrer, só quero uma coisa: que a bandeira do clube cubra meu caixão. Minha alma pertence ao *Corinthians*." (DIAFÉRIA, 1992, p. 303) Elisa Alves do Nascimento morreu em 1987, aos 77 anos.

Se na torcida há personagens devotos e singulares, é possível encontrar também na administração e direção da equipe figuras que entraram para a história do clube e do esporte

nacional. O presidente do *Corinthians* que mais se destacou como cartola e fiel torcedor foi o caricatural Vicente Matheus, que comandou o clube com mãos de ferro por três mandatos (1959 a 1961, de 1972 a 1981 e de 1987 a 1991). Vicente Matheus sofreu como dirigente, pois foi o presidente que mais atuou na fase sem títulos paulistas do *Corinthians*, que durou de 1955 a 1976. Matheus ficou popular pelas frases desconexas e engraçadas que verbalizava: “Minha gestação foi a melhor que o *Corinthians* já teve” ou “quem está na chuva é para se queimar”. Vicente Matheus, espanhol e brasileiro, morreu aos 88 anos, em 1997.

Outro tema que acompanha a trajetória histórica do *Corinthians* é a rivalidade com a *Sociedade Esportiva Palmeiras*, denominada Palestra Itália até a Segunda Guerra Mundial. A rivalidade começou já em 1917, motivada por uma vitória alviverde que quebrou um longo período de invencibilidade do *Corinthians*. “No 3º jogo do *Corinthians* o adversário foi o Palestra. O Parque Antarctica foi o local. Nessa tarde houve para os corintianos um terremoto... Perderam por 3 a 0 e choraram de pesar por terem encontrado, depois de 3 anos, quem os derrotasse, no campeonato.” (MAZZONI, 1950, p. 114).

Lourenço Diaféria, no livro “Coração Corinthiano” (1992), narrou uma antiga história que identifica que o então Palestra Itália foi o provocador inicial em referência aos insultos animais. Em 1940, um torcedor palestrino levou um galo pintado de verde ao Parque São Jorge e o soltou no campo durante a partida. O galo foi depenado e duas penas viraram troféu corintiano, exposto até hoje no memorial do clube. Em referência ao apelido dos Palmeirenses, consta que começou durante a Segunda Guerra Mundial, época em que os imigrantes italianos eram ofensivamente chamados de porcos. Relacionado à rivalidade com o *Corinthians*, a alcunha teve origem em 1969 quando o *Palmeiras* em uma reunião da Federação Paulista de Futebol, votou contra o time do Parque São Jorge, que queria substituir dois jogadores que haviam falecido no decorrer do campeonato. A represália corintiana foi propagar o insulto pouco elegante. Mas em carne e osso, o porco surgiu num jogo entre *Corinthians* e *Palmeiras*, em agosto de 1976, quando um torcedor alvinegro soltou um porquinho com a camisa do *Palmeiras* e o estádio ecoou: porco! porco! porco! Até que em 1986 o apelido foi assumido pela própria torcida do Parque Antarctica (UNZELTE, 2010).

## 2.5 Torcida: Avulsos e Organizados

O *Corinthians* já foi cantado em diversos ritmos, por diferentes gerações de torcedores. A música que se tornou mais popular foi criada para o carnaval de 1969, composta



por Manoel Ferreira, Ruth Amaral e Gentil Júnior, inspirada nos anos de jejum de títulos do campeonato paulista. A canção “Transplante Corinthiano”, que ficou famosa na voz do apresentador Silvio Santos diz: “Doutor, eu não me engano, meu coração é corintiano. Eu não sabia mais o que fazer, troquei o coração cansado de sofrer. Ah, doutor, eu não me engano, botaram outro coração corintiano”.

Seguindo no embalo desta melodia, bem humorada, mas que narra o sofrimento do corintiano durante os anos sem títulos, é válido relembrar o período mais angustiante, marcante e paradoxal do *Sport Club Corinthians Paulista*: mesmo no jejum do campeonato paulista - disputa mais antiga do futebol nacional e, até os anos 1980, mais valorizada que o Campeonato Nacional de clubes - a cada ano, a torcida ganhava novos adeptos e ficava mais fanática. O tabu corintiano começou depois da vitória do torneio de 1954, na Copa do Centenário, com um empate com o *Palmeiras*. E o título, que acabou com a espera de 22 anos, foi conquistado em uma noite de quinta-feira, em 13 de outubro de 1977. O *Corinthians* ganhou da Ponte Preta com um gol de Basílio aos 36 minutos do segundo tempo, com um público pagante de 86.677 pessoas.

Depois do jogo, a torcida corintiana invadiu a Avenida Paulista e comemorou intensamente a conquista até o amanhecer. Nos jornais do dia seguinte, as chamadas de capa louvavam a conquista alvinegra. O jornal ‘Coração’ do dia 14 de outubro de 1977, de nº 49, em uma edição especial de 24 folhas, estampou na capa uma grande foto e a seguinte manchete: “Saravá Campeão!”.

A conquista colocou fermento na massa corintiana. Segundo Diaféria (1992), uma pesquisa do Instituto Gallup do começo dos anos 1980, divulgada pela revista *Placar*, revelou que só na cidade de São Paulo havia cerca de três milhões de mosqueteiros.

Passado o período de angústia, a equipe alvinegra tornou-se um time centenário vitorioso, com uma grande galeria de troféus. O Timão é o maior campeão paulista com 27 títulos, foi cinco vezes campeão brasileiro, campeão da taça Libertadores da América e duas vezes campeão mundial de clubes pela FIFA. O título que ainda falta, porém, que muitos torcedores acreditam já ter conquistado, é o de ser a maior torcida do Brasil. Os números das pesquisas ainda apontam o Flamengo como líder. Segundo Celso Unzelte (2010), no livro “Bíblia do Corinthiano”, uma pesquisa de 2009, da Folha de S. Paulo/Datafolha, aferiu ao time que tem o Urubu como símbolo 19% da torcida brasileira, enquanto o *Corinthians* 13%, o que corresponde a cerca de 30 milhões de torcedores rubro-negros; e em torno de 24 milhões de corintianos.

Juca Kfoury em seu livro “A emoção Corinthians” escreveu que o fenômeno é constatar que a torcida alvinegra nunca deixou de crescer, independente do momento vivido. Para reforçar a afirmativa, ele resgatou um pensamento do falecido jornalista José Roberto de Aquino, que foi assessor de imprensa do clube até 1983: “Todo time tem uma torcida. No *Corinthians* é ao contrário. É a torcida que tem um time.” (1983, p. 65).

Na virada dos anos 1960 para os 1970, um novo fenômeno começou a acontecer nas arquibancadas. Torcedores passaram a se reunir em associações, fundando as torcidas organizadas. Em julho de 1969, nascia a Gaviões da Fiel, com número expressivo de sócios. A motivação foi o descontentamento de um grupo de torcedores em relação às questões políticas do clube. Curiosamente, em agosto de 1971, surgia a segunda maior torcida organizada do Timão, a Camisa 12, dissidente da Gaviões da Fiel, originada também por diferenças políticas, relativas ao apoio de alguns associados à direção do *Corinthians*. A ideia de organizar torcedores em grupos tornou-se uma febre: amigos por vizinhança, grupos escolares, encontros espontâneos na arquibancada, entre outras situações, estimularam a criação de torcidas como: Coração Corintiano, Toco, Povão, Mosqueteiros do Timão, Coringão, Tupan, Pantera Negra, Falcões do Timão, Swatmão, Fito, Massa Corintiana, Garra Negra, Espadão, Brasões, Unida da Barra Funda, Força Atuante Corintiana, Piratas da Fiel, Paz Corintiana, Até a Morte e a torcida da Curvinha, que tinha o orgulho de ostentar o título de a única torcida desorganizada do *Corinthians*. (CORAÇÃO, 14/10/77, p. 16). A torcida da curvinha tem uma história interessante, pois ela nasceu do encontro frequente de corintianos que se sentavam no mesmo local, a primeira curva à direita do portão de entrada do Pacaembu, fugindo do alvoroço das organizadas.

Um episódio que reverberou a paixão da fiel torcida corintiana pelo time ocorreu em 1976, na semifinal do campeonato brasileiro. Em um confronto com o Fluminense, no Maracanã no Rio de Janeiro, houve o deslocamento de uma massa formada por 70 mil corintianos, que testemunhou a vitória de seu time na disputa de pênaltis. O fato ficou conhecido historicamente como “A invasão corintiana”. A reportagem do ‘Coração’ esteve lá e cobriu o evento. O jornal divulgou na edição de nº 7, de 10 de dezembro de 1976, toda a repercussão da conquista alvinegra, inclusive publicando uma longa e romanceada matéria do então jovem jornalista Caco Barcelos, que prestou um trabalho eventual ao tabloide paulistano.

## **CAPÍTULO 3**

### **BREVE HISTÓRICO DA IMPRENSA ESPORTIVA NO BRASIL: O FUTEBOL EM NOTÍCIAS**

### Capítulo 3 – Breve Histórico da Imprensa Esportiva no Brasil: o Futebol em Notícias

---

O presente capítulo tem como objetivo apresentar de forma diacrônica a história e as transformações da imprensa esportiva nacional, do final do século XIX até os anos 1970. Por meio de pesquisa bibliográfica foram destacados os principais momentos do encontro entre o futebol e o jornalismo esportivo.

#### 3.1 A Origem do Futebol no Mundo e no Brasil

Na Inglaterra, no século XIX, influenciada pelo iluminismo e pela industrialização, surgiu uma reforma social que estendeu aos estudantes, além da formação intelectual, uma educação moral e física. Segundo Carravetta (1997), desde o início, o método pedagógico calcado no esporte conquistou rapidamente o território britânico e foi privilégio da aristocracia inglesa, servindo como distinção social em relação à massa da população. O esporte promovia a disciplina, afugentando os jovens dos maus hábitos, dos bares e dos prostíbulos.

Em 1828, Thomas Arnold tornou-se diretor de uma escola na cidade de Rugby e revolucionou a educação moral dos jovens ricos da nação. O esporte e a educação física foram fundamentais para esta missão. Os jogos foram introduzidos como estrutura de caráter, ensinando as virtudes de liderança, lealdade e disciplina, sintetizando a nobre filosofia de mens sana in corpore sano. (GIULIANOTTI, 2010, p. 18).

O esporte moderno, também produto da sociedade industrial, foi incorporado pela classe operária a partir do desenvolvimento do lazer, fruto da relação entre o trabalho e o tempo livre. Assim, modalidades esportivas coletivas como o rugby e futebol, que estavam em processo de configuração, foram consideradas importantes atividades recreativas destinadas à distração e a manutenção da forma física dos trabalhadores.

O futebol, por exemplo, tinha sua prática restrita às escolas de elite da Inglaterra, permanecendo como uma recreação aristocrática até o início da década de 1880, quando as classes trabalhadoras começaram a ter folga nas tardes de sábado. Como, porém, para praticá-lo com mais frequência, os operários precisavam de dinheiro, a questão do profissionalismo começou a surgir e a criar uma polêmica que perdurou por muito tempo. A Football Association, que tinha fundado o novo esporte em 1863, teve, assim, de enfrentar um sério problema, pois com a diminuição da

jornada de trabalho, os operários começaram a se interessar cada vez mais, pelo novo esporte. (HELAL, 1990, p. 36).

A Inglaterra tinha seus tentáculos imperialistas fincados, diretamente ou indiretamente, em considerável parte do mundo. Símbolo global do capitalismo, crescente desde a revolução industrial, os britânicos, em busca de novos mercados, expandiram sua tecnologia e seus produtos em terras distantes, conseqüentemente, levando seus hábitos e elementos de identificação. O esporte estava inserido nesta bagagem cultural, destacadamente o futebol, que foi adotado rapidamente por vários países, primeiro pelas elites locais e em seguida pelos cidadãos de outras classes.

Antes de o esporte moderno aportar em terras nacionais, entre os séculos XVI e XIX, o brasileiro fazia suas atividades físicas direcionadas ao labor ou a ludicidade.

Os exercícios físicos - abstração feita dos índios – restringiam-se no país essencialmente a realizações práticas, como caçar, pescar, cavalgar, nadar e atividades semelhantes. Tratava-se aqui, não apenas de conhecimentos lúdicos ou esportivos para o preenchimento de horas vagas, como também, pelo contrário, principalmente de esforços de trabalho para a manutenção da vida. [...] Já antes podem se qualificar como exercícios físicos no sentido moderno, a tradicional malha (um jogo de lançamento de disco) e, num grau mais alto ainda, a famosa capoeira [...]. (ROSENFELD, 1974, p. 62).

Segundo narra Rosenfeld, em seu artigo “O futebol no Brasil”, em 1882, Rui Barbosa alertou as autoridades nacionais para a necessidade da prática de exercícios na formação dos alunos nas escolas primárias, porém o seu discurso não foi bem recepcionado. “Onde faltou a iniciativa do Estado, entrou em ação o impulso dos imigrantes e de numerosos brasileiros que haviam estudado na Europa.” (1974, p. 62).

Então, na virada do século XIX para o XX, o esporte na sua concepção moderna foi introduzido no país por imigrantes europeus e jovens brasileiros que trouxeram o material esportivo específico e as regras para uma contenda humana e organizada, sendo praticado inicialmente nas grandes cidades, como Rio de Janeiro, Porto Alegre e São Paulo.

Desde o início é importante deixar claro que certamente não houve uma via única de desenvolvimento do esporte no Brasil. Como se tratava de uma manifestação cultural importada, que chegava com os ventos da modernização que sopravam fundamentalmente do continente europeu, a prática esportiva adquiriu em terras brasileiras contornos peculiares tanto em função das diferentes naturezas de contato com o exterior quanto devido aos diálogos estabelecidos com as especificidades locais. (MELO, 2009, p. 36).

Para Priore e Melo (2009, p. 12), o esporte foi uma das mais relevantes manifestações culturais do século XX.

[...] tem sua configuração articulada com todas as outras dimensões sociais, culturais, econômicas, políticas: arquitetura, *modus vivendis*, nova dinâmica das cidades, aumento da presença dos meios de comunicação etc. A construção do ideário da modernidade, seus sentidos e significados, passa também pelas peculiaridades que adquiriu a prática esportiva no decorrer do tempo.

As atividades físicas lúdicas ou organizadas, para bel prazer ou competição, passaram a fazer parte da paisagem urbana. Desde meados do século XIX e no início do século XX, calcado nas suas qualidades humanas e sociais, o esporte foi conquistando praticantes e simpatizantes. O emergente fenômeno social e cultural ganhou novos espaços, tornando os locais de prática esportiva pontos de encontro da população, lugar para uma nova sociabilidade cidadina.

Daí por diante, mais e mais modalidades esportivas se ambientarão em São Paulo, trazidas pelos estrangeiros que se estabeleciam na cidade como representantes do capital “civilizador” ou pelos filhos da próspera elite dos barões do café, em contato direto e constante com as novidades do velho mundo. (FRANZINI, 2010, p. 52).

Os imigrantes trouxeram seus esportes como forma de lazer, atividade física e identificação, constituindo clubes, promovendo encontros, com o propósito de manter vivas as suas tradições culturais.

Os imigrantes das diversas nações, que foram portadores do esporte como valor cultural, tinham preferências por determinadas modalidades, obviamente as mais difundidas nos países de que eram provenientes. Havia uma grande identificação de alemães, ingleses, italianos e espanhóis com algumas dessas atividades, que estavam mais arraigadas em suas terras e foram naturalmente mantidas em seus países de adoção. (NICOLINI, 2001, p. 53).

O futebol tem procedência inglesa, mas foi praticado concomitantemente por imigrantes alemães, espanhóis e italianos, inicialmente pela elite, que se reunia em associações particulares ou nos espaços fabris de origem internacional.

O ano de 1894 é o marco inicial da prática organizada do futebol no Brasil. Charles Miller, filho de um inglês com uma brasileira, é considerado o personagem introdutor do esporte bretão em solo nacional. Após um período de estudos na Inglaterra, Miller voltou à capital paulista trazendo na bagagem o material esportivo e as regras para uma disputa organizada de futebol, além da experiência e da técnica obtida por lá como praticante assíduo do esporte.

Segundo Mills (2005, p. 77), os primeiros autores que escreveram sobre o futebol paulista, Antônio Figueiredo, Leopoldo Sant'anna e os jornalistas esportivos Paulo Várzea, Thomaz Mazzoni e Adriano Neiva foram unânimes em afirmar que Charles Miller introduziu o futebol no Brasil. Adriano Neiva, citado por Shirts (1982, p. 89), foi categórico na questão da paternidade do futebol brasileiro, afirmando que: “Esse fato da fundação do futebol já foi exaustivamente pesquisado, debatido e provado, que, antes de Charles Müller havia bolas, mas não existia futebol [...]” Neste mesmo artigo, do livro “Futebol e cultura: coletânea de estudos”, Shirts (1982, p. 90), por outro lado, baseando-se na antropologia e no nacionalismo, faz uma crítica aos narradores que aceitaram passivamente a versão oficializada e que relegaram a bola de borracha do povo indígena brasileiro: “Se na realidade trata-se de discutir não só a simples origem do futebol, e sim, o próprio sentido da cultura brasileira, percebe-se que é através da valorização de Müller que se esquece a tradição local.”

É possível mencionar ainda a origem da prática futebolística aos marinheiros estrangeiros, jesuítas e ferroviários. “Há indicações de que, na década anterior, marinheiros disputavam partidas de futebol em diversas regiões portuárias do país; também é verdade que futebol e ferrovias têm muito haver entre si.” (WITTER, 1990, p. 48). E segundo Duarte (2003, p. 220), na cidade de Itu, no interior do Estado de S. Paulo, jogava-se futebol desde 1880: “A verdade é que os jesuítas estavam sempre querendo entreter os alunos com os mais variados esportes e tinham contatos com a Europa, daí a fácil explicação.” Reunidas todas essas versões, independente do pioneirismo da prática do futebol em solo nacional, há um consenso geral entre a maioria dos pesquisadores que aponta Charles Miller como o esportista responsável pela organização e promoção do esporte bretão no Brasil.<sup>4</sup>

Em uma entrevista concedida ao jornal *Gazeta Esportiva*, Charles Miller relembrou o primeiro jogo que organizou na cidade de São Paulo, no final do século XIX:

Realizamos o primeiro ensaio em terras brasileiras no ano de 1895, precisamente na várzea do Carmo, nas proximidades da rua do Gasômetro e da rua Santa Rosa. Para isso, reuni um grupo de britânicos da Companhia de Gás, London Bank e S. P. R. S. [...] Logo que nos sentimos mais traquejados, e que o número de praticantes do jogo tinha crescido, convoquei a turma para o primeiro cotejo regulamentar: “*The Gas Works Team*”, que era integrado por empregados da companhia, contra “*The São Paulo Railway Team*”, formado por funcionários desta ferrovia. Foi isso a 14 ou 15 de abril de 1895. [...] Logo depois iniciávamos nosso jogo, que transcorreu interessante, sendo que alguns dos companheiros jogavam mesmo de calças, por falta de uniforme adequado. Venceram os de *S P. Railway* por 4 a 2, entre os quais eu formava, e que eram, na sua maior parte sócios do S.P. Athletic. Quando deixamos o campo já estava assumido o compromisso de promovermos um segundo

---

<sup>4</sup> A introdução do futebol no Rio de Janeiro é atribuída ao jovem Oscar Cox, que ao voltar da Europa em 1901 propagou o esporte na sociedade carioca.

jogo, sendo que a exclamação geral foi esta: “que ótimo esporte, que joguinho bom.” (MAZONNI, 1950, p. 18 e 19).

Na primeira década de 1900, a elite organizadora e praticante do futebol no Brasil, tentou seguidamente, de forma explícita, evitar a popularização do esporte bretão. O jogo importado da Inglaterra não podia sair do campo da alta sociedade, deveria somente ser praticado pelos nacionais endinheirados e bem formados e pelos imigrantes que trabalhavam nas empresas estrangeiras, ligadas ao ramo de estradas de ferro, construção civil e energia.

Pelos primeiros artigos publicados sobre futebol nos jornais e revistas, ficava clara a divisão do esporte em dois grupos. De um lado, os filhos de boa família, e do outro, os varzeanos humildes. Os primeiros eram considerados dignos representantes do foot-ball, importado da Europa, e os outros vistos como brutos, incapazes de seguir as regras de conduta, ridicularizados muitas vezes pelos jornalistas como um bando de jogadores que davam chutões para o alto, sendo chamados de canelas negras. (RIBEIRO, 2007, p. 27).

Porém, a bola pulou o muro do clube dos grã-finos e foi parar nas ruas de bairros operários e nas várzeas dos rios da cidade de São Paulo.

Na aparência, tratava-se de dois mundos incomunicáveis; o crescente interesse pela bola, contudo, não demoraria a constituir um campo comum de práticas e experiências, que forçaria a aproximação de camadas sociais historicamente separadas pelo fosso da exclusão e da desigualdade à medida que as inúmeras ligas e competições pela cidade revelavam jogadores de talento e atraíam um público que crescia a cada partida. (FRANZINI, 2010, p. 62 e 63).

Em meados de 1900, em uma carta destinada a amigos na Inglaterra, Charles Miller contou o quão o futebol já era popular em São Paulo. Ele salientou na missiva que na capital paulista havia mais de 60 clubes, que a média do público espectador era de duas, três mil pessoas por jogo e que, nos últimos meses, duas mil bolas tinham sido vendidas. A carta foi publicada em março de 1904, na revista da *Banister Court School* (HAMILTON, 2001).

Assim, o esporte - notadamente o futebol - se espalhou pelos quatro cantos da cidade, invadindo terrenos e, várzeas de rios, motivando a criação de clubes sociais. A articulação provocada pela prática esportiva fomentou a adequação e a valorização de novos comportamentos da sociedade, que passaram a ser representados por uma imprensa escrita com apelo comercial e base industrial.

A cidade intromete-se na imprensa. [...] O processo social que transforma a cidade passa também a configurar as publicações [...] Reunir-se para dançar, formar grupos dramáticos e musicais, associações carnavalescas e esportivas era também oportunidade para escrever e fazer imprensa. (CRUZ, 1997, p. 22 e 23).



### 3.2 A Origem da Imprensa Esportiva Nacional: Primeiros Movimentos e Registros

Estudar a imprensa esportiva brasileira, com o propósito de reconstruir a sua trajetória histórica no século XX, requer esforço investigativo minucioso, pois ela contou muito, mas foi pouco contada. Já o futebol, sujeito maior do jornalismo esportivo, foi e continua sendo receptáculo de um significativo repertório de trabalhos bibliográficos, cujas temáticas abordam as suas diversas facetas: social, cultural, econômica, política e clubística.

Em sequência à proposta deste item, será apresentada, diacronicamente, a trajetória da imprensa esportiva, sustentada em obras clássicas e contemporâneas sobre o esporte e o futebol e em notícias pesquisadas pelo autor no acervo digital do jornal *O Estado de S. Paulo*.

Na passagem do século XIX para o XX, a valorização dos acontecimentos do esporte estimulou a produção de informações temáticas dedicadas integralmente para uma ou um conjunto de modalidades.

Se as primeiras notícias foram destinadas ao turfe, touradas, remo, tiro ao alvo, corridas a pé, ciclismo e futebol, logo surgiram outros esportes importantes que ganharam as folhas dos jornais, como patinação, natação, luta romana, boxe, hipismo, esgrima, automobilismo, polo aquático, tênis, tênis de mesa, pelota e capoeira. Em São Paulo, além dos jornais habituais que destinavam espaço limitado para o esporte, surgiram também publicações específicas, destacando as diferentes atividades praticadas pela alta sociedade:

As práticas esportivas da elite paulistana, como turf, a esgrima, o ciclismo, o futebol e rowing são discutidas em folhas e revistas tais como o *São Paulo Sportivo* (1892), jornal dedicado ao hipismo paulistano; *A Bicycleta* (1896), semanário ciclístico ilustrado; *A Vida Sportiva* (1903), ex-Sportman, órgão dedicado ao desenvolvimento da cultura física do Club Masaniello Parisi e *Ideal Sport* (1905), do Ideal Sport Club. (CRUZ, 1997, p. 25).

Obra de fôlego dedicada ao tema é a tese de doutorado da historiadora Ana Luiza Martins, lançada editorialmente em 2001, com o nome “Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de república, São Paulo (1890-1922)”. A autora, no capítulo destinado às revistas esportivas e afins, levantou em sua pesquisa a circulação de 29 publicações temáticas no período de 1890-1922 na cidade de São Paulo. Segundo Martins (2001, p. 341), “as revistas eram produzidas em gráficas, como subproduto comercial de sua atividade.” Os interessados no esporte passaram a se completar como leitores, consumindo notícias específicas do gênero, alimentando um novo assunto na pauta jornalística diária.

A voracidade pelas notícias esportivas passou a exigir das publicações periodicidade semanal. Era necessário divulgar com presteza os torneios, os resultados do turfe, as partidas entre os clubes, *os matches*. Neste ritmo, rapidamente, esportistas amadores

improvisaram-se em editores, percebendo naquele segmento da imprensa um filão comercial, desde que abordassem as diversas modalidades em voga. (MARTINS, 2001, p. 345).

Todavia, a autora Ana Luiza Martins pontuou que essas publicações representavam um discurso tendencioso dentro do ideário da época, atrelado a um projeto de construção nacional: “Junto aos resultados de *matches* e estampas coloridas do saudável esportista, quase sem perceber, os leitores eram alvo de uma campanha entranhada no dia a dia, reforçando, subliminarmente, as teorias científicas então em voga.” (2001, p. 346). A historiadora completou que os periódicos disseminavam um programa de purificação, cultuando o aperfeiçoamento da reprodução humana: “Da pureza da raça e seu obsessivo branqueamento, à propaganda da educação física como regeneradora da ‘malsinada’ população do país, o discurso saneador impregnava aquelas páginas esportivas.” (2001, p. 346).

O jornal do final do século XIX e começo do século XX, normalmente com poucas páginas, dividia sua diagramação ainda caótica, entremeando diversas editorias - social, policial, internacional, política e econômica -, com textos em vários tamanhos, dedicando ao esporte um espaço reduzido, raramente como destaque de capa. As primeiras notícias esportivas em periódicos nacionais eram fomentadas pelos organizadores e praticantes esportivos, que entendiam o jornal como o meio de comunicação mais eficiente para divulgar os eventos (MELO, 2012). Em sua maioria, eram pequenos textos que descreviam a composição nominal de uma diretoria esportiva eleita ou a criação de uma nova entidade do gênero ou ainda convidando o público para um evento esportivo. No jornal *O Estado de S. Paulo*, de 26 de setembro 1893, uma nota dizia o seguinte:

São Paulo Athletic Club – No dia 12 de outubro próximo deve realizar este club uma de suas esplêndidas festas, que constará com corridas a pé, de velocípedes e diversos jogos atléticos sendo conferido dois prêmios aos vencedores da corrida. A inscrição acha-se aberta na casa Levy e será encerrada no dia 30. (MILLS, 2005, p. 62).

A informação, como o exemplo acima, com o objetivo de divulgar um evento esportivo, era fornecida pelo próprio organizador, que levava o texto à redação ou enviava ao jornal por carta. Essa informação poderia ser publicada também como propaganda, em forma de classificados, com custos ao interessado. O espaço reservado para as matérias esportivas, em regra, era pequeno, o que forçava o redator a criar um texto em linhas reduzidas: “A informação, quando divulgada, tinha de ser feita de maneira objetiva, sem detalhes; bastava dizer qual o jogo, local e resultado, até por que os jornais deste período eram muito pequenos, com quatro ou cinco páginas, no máximo.” (RIBEIRO, 2007, p. 25).

É preciso ressaltar que, nos últimos anos do século XIX, a notícia esportiva era praticamente monotemática: reduzia-se ao turfe, que despertava no leitor a curiosidade pela possibilidade de apostas. Como exemplo, utilizando o jornal *O Estado de S. Paulo* como fonte, na edição de 26 de abril de 1891, encontra-se um texto na página de anúncios, assinado pelo “Hippodromo Paulistano”, no qual a entidade divulgava a abertura das inscrições para a corrida de 10 de maio. Após dois dias, o jornal divulgou na primeira página, na seção de *Sports*, o resultado dos sete páreos:

Com regular concurrencia realizaram-se ante-hontem, no Hippdromo Paulistano as primeiras corridas deste ano. No primeiro pareo correram, Gavião, Itambé II, Atila e Mutuca, ex-pipoca, antigos competidores do pareo dos *pungas*, e já conhecidos desde o anno passado [...]<sup>5</sup>

Outra nota, publicada pelo jornal *O Estado de S. Paulo*, no dia 14 de junho de 1891, reforça a incidência das informações do turfe. Essa, por sua vez, não era um convite e nem um resultado de uma prova, mas um prognóstico de um fã do esporte, na primeira página: “SPORT: de um dos nossos mais distinctos sportman, recebemos hontem os seguintes palpites para as corridas de hoje: 1º pareo - Grumete em 1º e Mutum em 2º lugar. 2º pareo – Zambéze em 1º e Litta em 2º lugar [...]”. (Acervo digital do jornal *O Estado de S. Paulo*)

As notícias esportivas foram sendo formatadas, editadas e publicadas de acordo com a evolução do esporte, de suas modalidades, do interesse provocado e do consumo dos leitores. Os jornalistas foram se amoldando e se aperfeiçoando, tanto no texto como na cobertura jornalística. A imprensa por meio do esporte dialogava com a alta sociedade local, agregando valor político e social ao produto jornalístico. Os empresários perceberam que a articulação com a elite e os agentes esportivos poderia render financeiramente.

A imprensa de outra forma percebia que sua participação era interessante e necessária, por estimular a venda, trazendo leitores ávidos pelas informações de um assunto atraente; e devido a entrada de recursos financeiros em forma de propaganda dos próprios clubes e de produtos ligados, diretamente ou indiretamente, ao esporte. Logo uma imprensa esportiva específica surgiria, mesmo que muitas vezes amadoristicamente. (MELO, 1999, p. 107).

A relação interessante e interesseira entre a imprensa e o esporte configurou os passos iniciais da imprensa esportiva e a evolução dos formatos - espaço e conteúdo -, das primeiras notícias. O espaço reservado ao esporte, motivado pela repercussão que este estava causando, principalmente o futebol, cresceu gradativamente, pois o jornal deixou de apenas divulgar o evento e passou a tratá-lo como notícia, criando uma narrativa própria para descrever, interpretar e opinar sobre o acontecimento passado.

---

<sup>5</sup> Acervo digital do jornal *O Estado de S. Paulo*

A imprensa servia como aliada das instituições esportivas, porém, com a prática, descobriu um novo ângulo na produção das informações. Os periódicos impressos não se limitaram a publicar as notícias costumeiras em relação aos eventos esportivos, passaram a divulgar também seus desdobramentos factuais: entreveros, desordem, escândalos e fofocas, temas que também atraíam o público consumidor e alavancavam a tiragem das edições (MELO, 2012). Assim, as informações esportivas passaram a ter abordagens diferenciadas, selecionadas pelo editor do jornal, que já reconhecia o poder de influência das folhas noticiosas no ambiente político da cidade.

Em função do forte relacionamento estabelecido, a imprensa se constitui em excelente fonte para melhor compreendermos a construção de representações ao redor do esporte. [...] Enfim, a imprensa progressivamente noticiou o esporte porque ele crescentemente tornou-se uma prática socialmente valorizada, e a prática também se tornou crescentemente valorizada porque foi progressivamente noticiada na imprensa. Nem só causa, nem só consequência: causa e consequência. (MELO, 2012, p. 47 e 48).

### 3.3 A Configuração da Imprensa Esportiva: o Futebol nos Jornais

“Por um processo de irradiação, deixava o futebol o Continente europeu para desenvolver-se em outras áreas geográficas e encontrar, na terra brasileira, o solo fértil e fecundo, no qual se enraizou e ganhou uma posição especial.” (WITTER, 1982, p. 77). O futebol, como fenômeno social e cultural, teve o seu tempo de inserção e maturação na sociedade brasileira, principalmente no eixo São Paulo-Rio de Janeiro. Nos primeiros anos do século XX, o futebol foi praticado majoritariamente pela elite da cidade de São Paulo e foi noticiado principalmente pelo jornal *O Estado de S. Paulo*. “Foi nesse momento que Charles Miller conheceu o jornalista que se tornaria nas duas décadas iniciais do século XX a principal figura da imprensa esportiva brasileira: Mário Cardim, um jovem de apenas 18 anos, que trabalhava no jornal *O Estado de S. Paulo*.” (RIBEIRO, 2007, p. 20).

O jornalista Mário Cardim, também estudante de direito e praticante de futebol, fundou com amigos, em 1900, o clube Paulistano e, em 1901, ajudou na criação da primeira Liga de Futebol Paulista. O repórter do *Estado de S. Paulo* conseguiu estampar nas páginas do jornal a notícia que anunciava a formação da primeira Liga, que na época contava apenas com cinco equipes da classe alta local. A criação da entidade foi motivada por um fato futebolístico que mexeu com os simpatizantes do esporte e da imprensa esportiva do eixo Rio de Janeiro-São Paulo. Em 1901, foi realizado na capital paulista o primeiro evento esportivo

interestadual, com dois jogos entre formações do futebol carioca e do esquete paulista. A disputa ocorreu em 18 e 19 de outubro e recebeu cobertura esportiva do jornal *O Estado de S. Paulo*, cuja matéria foi realizada pelo jornalista Mário Cardim.

E assim foi feito. Nas páginas de *O Estado de S. Paulo*, Cardim escreveu sobre os dois empates ocorridos no campo do SPAC, na região central da cidade, time em que Charles Miller jogava. Falou da presença de “distintas famílias” e enalteceu a qualidade técnica dos jogadores cariocas, uma grata surpresa para os paulistas, que se imaginavam superiores. (RIBEIRO, 2007, p. 25).

A reportagem de Mário Cardim foi publicada no *Estado de S. Paulo*, na edição de 21 de outubro de 1901, na página 2. O texto jornalístico demonstra o estilo da época, com uma narrativa predominantemente descritiva, mas já com elementos do gênero interpretativo e opinativo. Os fragmentos recortados da notícia apresentam também, o habitual vocabulário de origem inglesa e sinais de uma linguagem bélica.

#### SPORT- FOOT-BALL

##### Match entre S. Paulo e Rio de Janeiro

Como sabem os nossos leitores, um grupo de rapazes amadores do foot-ball do Rio de Janeiro, chegou à nossa capital no dia 18 do corrente, pela manhã, vindo disputar com os paulistas um grande match de foot-ball, dividido em duas provas, das quaes nos occuparemos agora da primeira e depois da segunda.

As 5 horas menos cinco minutos da manha de ante-hontem, no campo do São Paulo Athletic Club foi, pelo referee, dado o signal de princípio de jogo. [...] Este manteve-se em equilibrio até os fowards dos fluminenses num admirável jogo de combinação, conseguiram levar a bola as proximidades do goal adversário onde o sr. Felix Frears (out side left) fez um bellissimo goal. O entusiasmo então era enorme e uma prolongada salva de palmas fez-se ouvir das archibancadas. Poucos momentos depois era dado o signal de half-time, após o qual seguiu-se a segunda parte do jogo. [...] Entretanto cada vez mais se enthusiamavam os paulistas não perdendo a calma com os dois goals já feitos pelos seus adversários, muito até pelo contrário, melhorando o seu jogo, isto é, fazendo-e com mais combinação e passes conseguiram pouco a pouco avançar, e assim iam quando o sr. Walter Jeffery, destacando-se dos fowards fez uma bonita escape fazendo um magistral goal em out side right, sendo nesta accasão saudado por uma prolongada salva de palmas. [...] Poucos momentos eram decorridos e o referee dava o signal de terminado o jogo, que nesta primeira parte ficou empate. Foi então pelo captain do team paulista erguido o primeiro hurrah, calorosamente correspondido pelos jogadores e innúmeros espectadores. Não desejamos entretanto terminar a descrição da primeira prova deste interessante jogo, sem salientarmos, entre os paulistas os srs, Charles Miller, Muns, Walter Jeffery, o Alicio de Carvalho e entre os do team fluminense todos os fowards sem exceção de um os seus dois firmes full-backs. A noite foi pelos jogadores do team paulista e outros rapazes de diversas sociedades offerecido aos fluminenses um lauto jantar que correu na máxima cordialidade [...]<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Acervo digital do jornal *O Estado de S. Paulo*

O acontecimento desses jogos interestaduais envolvendo selecionados do Rio e São Paulo teve uma repercussão considerável e motivou a cobertura “ao vivo” da imprensa. No jogo final do primeiro Campeonato Paulista, ocorrido em 26 de outubro de 1902, *O Estado de S. Paulo* publicou a decisão em detalhes, descrevendo para o leitor o ambiente social e os lances fundamentais da partida. Segundo o jornal, um público de aproximadamente 4 mil pessoas presenciou a vitória do SPAC sobre o time de Mário Cardim, o Paulistano.

Diante da considerável aceitação do público pelo futebol, nos campos e nas páginas dos jornais, da apropriação da prática, da organização frequente de campeonatos locais, regionais e internacionais, e do surgimento de novas modalidades, os periódicos multiplicaram o espaço dedicado a esse esporte, com o objetivo de atingir um mercado consumidor entre praticantes e curiosos.

Se no início era comum um jornal divulgar uma partida de futebol e na edição seguinte ignorar o resultado, logo, com o aumento do interesse da pauta esportiva, o jornal passou a tratar a informação com continuidade, como nota e notícia, inclusive dedicando um caráter valorativo. O leitor acompanhava, a partir de então, o antes e o depois do jogo futebolístico, por meio de uma linguagem descritiva, interpretativa, emotiva e opinativa. As informações normalmente chegavam à redação pelos organizadores, diretores e simpatizantes de um clube de futebol. Ou também quando o jornalista conferia “*in loco*” um jogo e transformava suas observações em notícia, que raramente era assinada.

O profissionalismo do futebol, tendo como base o eixo Rio-São Paulo, produziu um novo comportamento de clubes e jogadores. O futebol passou a ser mais um campo profissional dentro da ciranda capitalista, que possibilitava o sustento do jogador e a oportunidade de ascensão social. Os clubes, por outro lado, ganharam poder de negociação, de aferir renda e de fazer girar o dinheiro no mundo da bola. A passagem do futebol amador para o profissional influenciou os jornais paulistas e cariocas, impulsionando quantitativamente e delineando uma nova imprensa esportiva.

O número de publicações dedicadas ao esporte alcança um crescimento estrondoso, saltando de cinco, em 1912, para 58, em 1930, o que ajuda a consolidar “uma sólida indústria em torno do jogo”. Nasce nesse período, não por acaso, as duas publicações que vão ser, por meio século, sinônimo de imprensa esportiva brasileira: a *Gazeta Esportiva*, em São Paulo, e o *Jornal dos Sports*, no Rio de Janeiro. (STYCER, 2009, p. 54).

A imprensa esportiva, com a popularização do futebol, foi conquistando gradualmente espaço nos jornais e revistas das primeiras décadas do século XX. A trajetória do noticiário esportivo, inicialmente, irregular e modesta, foi se inserindo e se reinventando, atraindo os

cidadãos que se relacionavam de alguma forma com o esporte: organizadores, praticantes ou simplesmente admiradores e curiosos que queriam acompanhar os desdobramentos do novo fenômeno social, o esporte, principalmente o futebol.

Os acontecimentos futebolísticos foram incorporados ao cotidiano informativo dos jornais, passando a concorrer com as editorias de polícia e social, recebendo um tratamento específico, com abordagem, referências e linguagem próprias, porém, inicialmente, com pouca admiração dos demais companheiros de redação e direção do periódico. Na década de 1920, segundo Lopes, “[...] os repórteres esportivos ocupavam a posição mais baixa da hierarquia dos jornalistas, os que cobriam futebol escorando seus pobres salários com as refeições que os clubes lhe ofereciam nos dias de treino.” (1994, p. 68). A posição de desprestígio laboral do jornalista esportivo pode ser sustentada tendo como hipótese a mentalidade de que a temática não exigia saberes teóricos significativos nas áreas de conhecimento científico, político e cultural, pois o cotidiano desse jornalista era redigir notas e notícias de eventos e reportar às páginas do jornal os fatos esportivos. Para Marques, “uma das explicações possível reside no fato de que a ação do jornalista esportivo, a priori, não detém o poder de provocar mudanças significativas em sistemas políticos ou em estruturas econômicas complexas.” (2003, p. 2). Paradoxalmente, eram os jornalistas dessa área, desprestigiados na redação, que produziam as notícias do futebol, divulgando, além da preparação e dos resultados dos confrontos, o ambiente e o comportamento elegante da elite cidadina nas cadeiras sociais.

Desde a primeira década do século XX, surgiram várias publicações destinadas ao esporte nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, porém, a maioria com vida efêmera. Na virada da década de 1920 para a década de 1930, a imprensa esportiva estrategicamente articulou-se com o futebol competição, os jogadores, a torcida, os dirigentes de clubes e agentes políticos, conquistando um ambiente fecundo e sólido para a atuação dos jornais esportivos.

Nesta época, concorrendo com as seções de esportes de folhas de prestígio do eixo Rio de Janeiro–São Paulo, nasceram dois jornais símbolos da imprensa esportiva nacional, o paulistano *A Gazeta Esportiva* e o carioca *Jornal dos Sports*, que se diferenciaram dos demais periódicos pela imersão no mundo do futebol e pela perenidade alcançada.

Holanda (2012), no livro “O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil”, produziu um artigo destinado à análise histórica do *Jornal dos Sports*, fundado no início da década de 1930. Nele, o pesquisador identificou os motivos que deram vida longa ao periódico e do sucesso em vendagem, embora, o mesmo tenha sofrido fases de turbulência

durante a sua existência. Todavia as explicações tenham sido destinadas ao *Jornal dos Sports*, elas se encaixam quase que totalmente ao jornal paulista, *A Gazeta Esportiva*. O primeiro argumento de Holanda, este sim, é próprio do jornal carioca, pois ele afirma que: “É evidente que o *Jornal dos Sports* beneficiou-se do fato de estar situado na capital da República, vórtice político-institucional do país.” (2012, p. 81). Vale anotar, porém, que São Paulo passava por processos de reurbanização, crescimento populacional e desenvolvimento econômico extraordinários, sendo assim, também local de intensa troca de ideias e informações, cenário propício para a prática esportiva e para o consumo da notícia diária. O autor complementou sua argumentação citando os outros elementos que contribuíram para o bom êxito do jornal carioca: o contexto econômico-político nacional, a profissionalização do futebol, a unificação das ligas de futebol, a organização dos campeonatos, a difusão pelo rádio e o crescente público nos estádios (2012, p. 81-82). É possível identificar em São Paulo, na mesma época, todos esses elementos, que também alicerçaram o sucesso e a longevidade de *A Gazeta Esportiva*.

### 3.4 *A Gazeta Esportiva e o Jornal dos Sports*

Na sequência deste capítulo, pretende-se extrair e reunir fragmentos de obras especializadas com a intenção de apresentar, não exaustivamente, as transformações da imprensa esportiva, seus produtos e protagonistas, no período de 1930 até 1970, década do nascimento do jornal ‘Coração’, objeto de estudo do presente trabalho.

Os pesquisadores que se dedicam ao estudo dos movimentos da imprensa esportiva nacional, posterior à década de 1930, vêm se utilizando como fonte primária e prioritária dos jornais: *A Gazeta Esportiva* e o *Jornal dos Sports*. No âmbito geral, percebe-se que os textos referenciais preocupam-se em desvendar as articulações de seus protagonistas com os organismos políticos e administrativos do esporte e caracterizar, pontualmente, a história dos jornais e suas repercussões como produtos de mercado. Assim, a análise da trajetória da atividade jornalística esportiva em si - conformação, linguagem, formas de coleta, redação e produção noticiosa -, ganhou tratamento menos incisivo, ou seja, os pesquisadores dispensam mais atenção à espécie do que ao gênero, mais aos jornais do que à imprensa esportiva nacional.

A importância da *A Gazeta Esportiva* e do *Jornal dos Sports*, a partir de 1930, é comumente ratificada pelos estudiosos da comunicação esportiva. Juarez Bahia (1960, p. 89),



em sua obra “Três fases da imprensa brasileira”, já realçava a inserção e o alcance dos respectivos jornais.

O noticiário esportivo conquistou as massas. Dois jornais dedicados exclusivamente às atividades desportivas, *A Gazeta Esportiva*, de S. Paulo e o *Jornal dos Sports*, do Rio de Janeiro, marcaram nos últimos dez anos, mais cedo que os melhores e mais equipados órgãos de imprensa das duas metrópoles, tiragens nunca antes assinaladas, na imprensa diária. *A Gazeta Esportiva*, matutino, tem uma tiragem média de 150 mil exemplares. Em edições especiais ultrapassa os 200 mil.

O futebol era o assunto principal nos periódicos, mas eles também dedicavam espaço para outros esportes que surgiam na cidade, modalidades que apresentavam potencial de permanência e de conquistar praticantes, admiradores e consumidores. *A Gazeta Esportiva* e o *Jornal dos Sports* adotaram “táticas” semelhantes em diversos aspectos na intenção de angariar e fidelizar leitores. Inicialmente, aplicaram a estratégia da retroalimentação, que consistia em criar ou valorizar um evento esportivo, por meio da cobertura e promoção do próprio jornal, tornando-o mais atraente e vendável. Já os torcedores/leitores não entravam em campo, mas estavam próximos de seus clubes, por intermédio das linhas dos jornais, participando de enquetes e promoções, como por exemplo: o melhor jogador, o mais querido e a torcida mais animada. “A invenção do profissional da crônica de futebol é simultânea à do próprio futebol profissional, donde temos uma múltipla simbiose: o jornal a criar a demanda para a produção do evento, e este a fornecer elementos para a atuação do homem da imprensa esportiva.” (MARQUES, 2012, p. 17). Os periódicos também assumiram uma linguagem menos rebuscada, se aproximando do público leitor comum e dos personagens do universo do futebol. Jogadores, até então tratados como senhores, passaram a ser grafados com apelidos e epítetos e os confrontos entre as grandes equipes ganharam nomes clássicos, como Derby e Majestoso.

Os jornais faziam um discurso local, clubístico, o que provocou uma forte rivalidade entre paulistas e cariocas, que se reverberava no campo e nas concorridas disputas entre os selecionados de São Paulo e do Rio de Janeiro, que vinham acontecendo desde 1902.

A paixão rapidamente despertada pelo futebol também se exprime, de forma significativa, na rivalidade que se estabelece, desde os primórdios, entre os dois principais centros urbanos do país. As disputas entre Rio de Janeiro e São Paulo, no que nos interessa em particular, serão desde o princípio acompanhadas também como uma disputa entre jornais das duas cidades. (STYCER, 2009, p. 51).

Os impressos se cercaram também de consagrados cronistas e jornalistas que ajudaram a consumir as estratégias editoriais, a ampliação temática e as articulações sociais e políticas de interesse das direções dos jornais. A pauta jornalística se ampliou e o profissional já não

ficava mais somente na redação, esperando informações oficiais dos clubes ou das ligas de futebol. O repórter esportivo saía às ruas em busca da notícia, que agora alcançava inclusive a vida particular dos personagens esportivos. O jornal fazia o pré-jogo, o jogo e as repercussões do confronto, com análises e comentários em uma linguagem descritiva, interpretativa e opinativa, recheada de hipérboles. As informações do futebol que ocupavam nos grandes diários das capitais algumas colunas, nos jornais segmentados alimentavam dezenas de páginas.

Os projetos adotados pelos impressos da época foram semelhantes, porém, com singularidades locais e naturalmente, contaram também com o trabalho e a criatividade de outros personagens inseridos nesta fase do jornalismo esportivo brasileiro. “Cásper Líbero, com a importante ajuda de Mazzoni e Mario Filho foram hábeis em entender que o futebol, na década de 30, havia se tornado um fenômeno de massas e exigia, por isso, um jornalismo mais popular, com forte apelo à emoção do leitor.” (STYCER, 2009, p. 83).

### **3.4.1 A *Gazeta Esportiva*: Cásper Líbero e Thomaz Mazzoni**

O jornal *A Gazeta* nasceu em 16 de maio de 1906. Em 1918, o vespertino foi adquirido por Cásper Líbero. Após 10 anos, em 24 de dezembro de 1928, surgiu um suplemento semanal intitulado *A Gazeta – Edição Esportiva*, que circulava às segundas-feiras. Uma década depois, foi rebatizado de *A Gazeta Esportiva* e passou a ser publicado três vezes por semana. Em 10 de outubro de 1947, quatro anos após a morte de seu fundador, o jornal se tornou diário.

*A Gazeta Esportiva*, através de sua trajetória, tem potencial de esclarecer os primeiros movimentos da imprensa esportiva que cultivou e conquistou o consumo de um público massivo. Isto foi possível pelas criações e implementações de seu fundador, Cásper Líbero, e de seu editor, o jornalista Thomaz Mazzoni, que assumiu em 1930 a chefia do periódico.

Desde o início, o principal assunto do jornal é o futebol. A novidade, em relação a outros diários que também tratavam do assunto em suas páginas, é o volume de informações. Com 12 páginas diárias, (chegou a 72 na década de 70), a *Gazeta* fazia a cobertura dos principais clubes da cidade, então agrupados em torno da Associação Paulista de Esportes Atléticos, e também – isso era uma novidade – dos campeonatos de várzea e dos torneios promovidos pelas associações classistas, como as ligas operárias. (STYCER, 2009. p. 61).

O jornalista Thomaz Mazzoni permaneceu no comando da *Gazeta Esportiva* por dez anos. Neste período, inovou a articulação entre a imprensa, o torcedor e os agentes do futebol.

Sua atuação à frente do jornal se dará em duas frentes. Por um lado, vai estabelecer um diálogo com o torcedor, de uma forma que a imprensa esportiva de São Paulo ainda não havia feito, buscando torna-lo um leitor fiel do jornal, por meio de inúmeros artifícios e promoções. Por outro lado, numa militância ferrenha, em sua coluna de jornal, vai dar combate, nas suas palavras, “à degeneração completa, à desordem e à desmoralização” do futebol brasileiro, causada por dirigentes de clubes e ligas, bem como por jornalistas, todos acusados de praticarem o que ele chama genericamente de clubismo. (STYCER, 2009, p. 66).

Mazzoni implantou uma nova linguagem, deixando de lado a erudição das décadas passadas e fazendo do texto futebolístico algo mais simples, simulando uma conversa entre amigos. O jornalista buscava despertar a paixão do torcedor pelo seu time e pelo jornal, pois ele representava as relações emocionais do leitor/torcedor.

Se na primeira década do século os jogadores ainda eram chamados em alguns jornais de “senhores”, com nome e sobrenome, na década de 30 eles serão conhecidos, sem restrições, por nomes, apelidos ou diminutivos. Mazzoni vai se encarregar de inventar apelidos para todos os times de São Paulo, tais como Mosqueteiro e Timão (para o Corinthians) [...] também criou, como Mário Filho, títulos para os confrontos entre os principais times da cidade, tais como [...] Derby Paulista (Corinthians e Palmeiras, inspirado na mais importante corrida de cavalos da Inglaterra), Majestoso (jogo entre Corinthians e São Paulo). (STYCER, 2009, p. 66 e 67).

A *Gazeta Esportiva*, segundo Toledo (2012, p. 77) fez escola no jornalismo esportivo: “O certo é que deixou plasmado um *modus operandi* no simbolismo da cidade com repercussões que ainda perduram como sendo características presentes tanto no campo da crônica esportiva como no campo torcedor.” O autor indicou as causas do enfraquecimento do jornal paulistano:

A *Gazeta Esportiva* sucumbiu de vez somente ante os novos desígnios do jornalismo esportivo, pulverizado primeiro pelo poderio televisivo, depois pelas novas tecnologias. Outras iniciativas mais preencheram fatias de mercado esportivo, sendo que o último contemporâneo de a *Gazeta Esportiva* fora *Lance!* (1997), curiosamente um projeto sem o gosto e o cultivo pela cultura do localismo e do *paulistanismo* acalentados por Cásper Líbero e seus correligionários. (TOLEDO, 2012, p. 76-77).

O diário cujo slogan era “se a Esportiva não deu, ninguém sabe o que aconteceu” deixou de circular fisicamente em 19 de novembro de 2001, mantendo-se atualmente em formato digital, com uma página na internet.

### 3.4.2 Mário Filho e os jornais *O Globo* e *Jornal dos Sports*

Natural de Recife, Mário Filho nasceu em 1908 em uma família versada às letras e ao jornalismo. Seu irmão Nelson Rodrigues ganhou destaque nacional como escritor, dramaturgo e cronista, escrevendo sobre futebol nos jornais *O Globo* e *Jornal dos Sports* e nas revistas *Cruzeiro*, *Globo Esportivo* e *Manchete Esportiva*. Mário Filho começou na imprensa escrita no Rio de Janeiro, aos 18 anos. Em 1947, o jornalista publicou a primeira edição do clássico livro “O negro no futebol brasileiro”. Após 40 anos de intensa carreira jornalística, faleceu em 1966. Antes de comprar, em 1936, o *Jornal dos Sports*, Mário Filho já havia exercido a sua verve de jornalista esportivo nos periódicos *A Manhã* e *Crítica*. Paralelamente ao trabalho de editor de esportes de *O Globo*, fundou em 1931 o efêmero *Mundo Esportivo*, jornal que não chegou a completar um ano de existência. No jornal *Crítica*, Mário Filho segundo Silva: “[...] começou a desenvolver um estilo editorial que, influenciado pelo sensacionalismo das páginas políticas e policiais desse jornal, destoava totalmente daquele modelo hegemônico de jornalismo esportivo.” (2006, p. 97 e 98). Como editor de esportes de *O Globo*, no primeiro ano da década de 1930, Mário Filho ampliou os assuntos ligados ao futebol, incrementando a cobertura jornalística direcionada ao tema.

Ao contrário da imprensa esportiva tradicional, que geralmente se limitava a estar presente nos jogos e receber informações oficiais dos clubes e ligas, *O Globo* enviava seus repórteres aos treinos dos times, aos vestiários dos jogos, à casa dos atletas e aos bares e cafés que eles frequentavam. Essas incursões pelos bastidores do mundo esportivo eram a oportunidade para entrevistar jogadores e cartolas, tentar conseguir algum furo, fazer novas fotografias e surpreender algum episódio curioso ou conversa reveladora. (SILVA, 2006, p. 108).

Essa nova forma de abordagem e construção do noticiário esportivo naturalmente influenciou a diagramação e a forma de redigir os textos jornalísticos. As páginas dedicadas ao esporte se transformaram: passaram a receber manchetes, conter mais fotos, desenhos e humor. Também surgiram colunas fixas, blocos de entrevistas e matérias autônomas que ganharam títulos e subtítulos. A linguagem tornou-se mais simples e coloquial, substituindo o tom conservador das décadas passadas.

Além disso, a estrutura dos textos também sofreu uma transformação importante, intimamente relacionada à fragmentação dos conteúdos em matérias autônomas operada pela nova diagramação. Em lugar do formato tradicional, que emoldurava o relato dos acontecimentos com comentários de análise e avaliação, eram publicados textos curtos, em que cada um dos temas em foco podia ser abordado de uma forma específica. A narrativa, o diálogo e o depoimento passaram a ser mais utilizados, disputando com o comentário o controle sobre os sentidos e valores dos fatos e produzindo textos estruturalmente mais abertos à incorporação de diferentes opiniões e perspectivas interpretativas. [...] Combinando essa nova temática, esse

repertório mais diversificado de procedimentos de investigação e essa escrita mais coloquial e estruturalmente mais flexível, os repórteres e redatores dirigidos por Mário Filho produziam um noticiário esportivo radicalmente diferente do usual. (SILVA, 2006, p. 109).

Outra estratégia aplicada por Mário Filho foi a de fomentar o imaginário dos torcedores em relação aos jogos de futebol. O jornal, antes do confronto, criava uma atmosfera de suspense, construindo um discurso com formato jornalístico, todavia, investido de persuasão, objetivando atrair mais leitores e, configurando assim, um processo de retroalimentação.

Além das próprias entrevistas, que concorriam indiretamente para isso, a função era executada por matérias informativas e comentarísticas que antecipavam as partidas e, sobretudo, pelos títulos e manchetes bombásticas que anunciavam. As exclamações e adjetivos hiperbólicos, que transformavam qualquer jogo no maior, mais emocionante e mais esperado espetáculo dos últimos tempos, e as frases interrogativas, que estimulavam e amplificavam as expectativas do público [...] (SILVA, 2006, p. 112).

Em 1949, Mário Filho deixou *O Globo*, onde havia trabalhado por quase 20 anos e passou a dedicar-se integralmente ao *Jornal dos Sports*, momento em que se tornou acionista majoritário da publicação.

O *Jornal dos Sports* foi fundado por Argemiro Bulcão, em 13 de março de 1931, e lançado como primeiro diário exclusivo de esportes no Brasil. Em 23 de março de 1936 o periódico adotou a capa cor-de-rosa, identificação distintiva que obteve sucesso. O slogan do impresso era: “O matutino esportivo de maior circulação da América do Sul”. Em 1936, foi adquirido por Mário Filho, em sociedade com amigos empresários. Com a morte do jornalista, o periódico passou para a família, até ser vendido para investidores.

Os dois influentes jornais dedicados exclusivamente ao esporte, notadamente o futebol, entraram os anos 1990 em decadência, chegando ao fim na primeira década do século XXI. O paulista *A Gazeta Esportiva* em 2001 e o carioca *Jornal dos Sports* em 2007. Como avaliou Stycer (2009), nenhum dos jornais teve a trajetória investigada profundamente, revelando detalhadamente as causas dos períodos de enfraquecimento e de fechamento. O autor, baseando-se em Helal (1997) e Proni (1998), apresenta algumas interpretações que justificariam o empobrecimento dos jornais nas décadas de 1980 e 1990, entre elas estão: a desorganização do futebol e dos respectivos campeonatos, o uso político do futebol, a recessão econômica e a inflação descontrolada. Para Stycer, as explicações acima não são excludentes e, somando-as, faz as seguintes considerações em relação aos extintos periódicos:

Não se pode dizer que tenham sido abalados pela concorrência, uma vez que a única novidade de peso no mercado editorial, no período, foi o surgimento da revista

*Placar*, da editora Abril, em março de 1970, com circulação semanal. É possível pensar no impacto da televisão, que passa a transmitir jogos de futebol com alguma frequência (e em cores, com o advento da nova tecnologia) a partir da década de 70, e em ritmo massificado na década seguinte, mas é uma hipótese de difícil verificação. É notório que o rádio, usado de forma intensiva em transmissões esportivas justamente a partir da década de 30, não afetou o interesse pelos jornais esportivos, muito pelo contrário. Se for correta a hipótese exposta anteriormente que *A Gazeta Esportiva* e o *Jornal dos Sports* cresceram apoiados na popularização do futebol, faz sentido imaginar que tenham começado a decadência no momento em que a desorganização atingiu o auge e os clubes enfrentaram a maior crise de sua história. (2009, p. 86-87).

### 3.5 Revistas e jornais da Imprensa Esportiva da década de 1970

A revista *Placar*, publicada pela *Editora Abril*, foi lançada comercialmente em 20 de março de 1970, com tiragem de cerca de 120 mil exemplares. Segundo Holanda (2012), a revista passou a ser concorrente do *Jornal dos Sports* na disputa do mercado de leitores e recrutou jornalistas experientes do periódico carioca para os seus quadros. A equipe também foi formada por integrantes da redação de esportes dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde*. (RIBEIRO, 2007)

No editorial da primeira edição, a revista anunciou uma postura inovadora, pautada pela crítica construtiva, análise ponderada e imparcialidade, superando o clubismo e os interesses pessoais dos agentes esportivos.

Esse processo em busca de maior “qualificação” do jornalista esportivo brasileiro seria incrementado em 1970 com o lançamento, pela Editora Abril, da Revista *Placar*, que procurou revolucionar a cobertura esportiva no país. Utilizando uma linguagem mais moderna, buscando novas abordagens no tratamento dos atletas, abusando do uso de imagens e fugindo dos lugares-comuns próprios do meio do futebol, a revista sedimentou-se rapidamente como um dos veículos mais importantes do mundo do esporte e passou a influenciar as coberturas dos principais jornais brasileiros. (MARQUES, 2003, p. 9).

Embora a revista tenha conquistado um público consumidor significativo, a primeira crise surgiu rapidamente, logo após a Copa do Mundo de 1970. Segundo Ribeiro, “a revista *Placar* viu as vendas despencarem logo após a Copa, até chegarem à marca de 59 mil exemplares em setembro de 1970. A crise era tão grave que a *Editora Abril* pensou em fechar o periódico esportivo.” (2007, p. 212). Nos primeiros anos da década de 1970, a vendagem oscilou com frequência entre 59 mil e 90 mil.

*Placar* teve também as maiores tiragens, em torno de 200 mil exemplares semanais nos seus primeiros anos. Porém, nunca foi uma revista lucrativa, sendo mantida pela Abril certamente para garantir uma fatia do mercado (a do jornalismo esportivo) fora

do alcance de seus concorrentes. [...] Após o sucesso inicial, mesmo nos anos 70 já enfrentava uma recorrente crise de vendas. Nesse aspecto, o maior problema era a concorrência do rádio, da TV e dos jornais, que já traziam todos os noticiários de futebol, transmitiam os jogos e mostravam os gols. [...] o maior problema de *Placar* era a falta de anunciantes, obtidos, com a ajuda de pacotes na área de revistas masculinas. (MIRA, 2001, p. 161).

Entre 1974 e 1978, época em que o jornalista Juca Kfourri foi chefe de reportagem, a revista *Placar* vendia em torno de 120 mil exemplares, quantia insuficiente para bancar os altos custos da estrutura e evitar uma nova crise. Segundo Chiarioni e Kroehn (2010, p. 106), autores de um livro dedicado à história da *Placar*, uma das maiores vendagens da revista teve o *Corinthians* como personagem: em 1977, a edição especial comemorativa da conquista do Campeonato Paulista daquele ano vendeu cerca de 500 mil exemplares.

Nos anos 1970, houve também o relançamento da revista *Manchete Esportiva*, que já havia sido publicada entre os anos 1955 e 1959. Em 1977, a publicação da *Editora Bloch* voltou às bancas com o objetivo de divulgar os principais acontecimentos dos esportes do Brasil e do mundo, trazendo como diferencial o tratamento apurado ao texto visual. Em sua segunda fase, o periódico assumiu a cobertura do futebol como proposta principal, valorizando novamente o fotojornalismo e inserindo a participação de um grupo relevante de cronistas. A revista teve vida breve, durou 28 números. Segundo Couto (2012), a crise financeira mundial e nacional do final dos anos 1970, a concorrência com a revista *Placar* e a divisão de espaço com o rádio e a televisão foram fatores determinantes para o segundo fim da *Manchete Esportiva*.

Em 1976, surgiu no *Jornal da Tarde* um caderno de esportes que também revolucionou o *modus operandi* da imprensa esportiva. A proposta da equipe de esportes do periódico paulista era se diferenciar da linha editorial até então adotada há décadas pelos outros veículos de comunicação. “O *JT*, como ficou conhecido, começou a circular no dia 4 de janeiro de 1966 sob a direção de Mino Carta, e tinha o objetivo de informar muito, mas com a maior leveza editorial [...] O *JT* tinha obsessão pela notícia, pelo furo, mas com o cuidado extremo do cultivo do texto.” (RIBEIRO, 2007, p. 197-198). Segundo Coelho, o *Jornal da Tarde* era imbatível, foi o melhor exemplo e modelo de cobertura esportiva: “Os vestiários, a tática, as avaliações de cada jogador, os detalhes do jogo, os momentos que antecederam e sucederam a partida. E ainda os desenhos dos gols, para quem não tivesse visto na véspera.” (2003, p. 90).

É oportuno mencionar que o semanário ‘Coração’ foi notícia na revista *Placar*, no *Jornal da Tarde* e na *Manchete Esportiva*. Os três periódicos anunciaram em suas páginas a existência do tabloide dedicado à torcida corintiana. A *Manchete Esportiva* lançou uma

edição histórica, logo após a conquista corintiana de 1977, estampando uma foto da equipe do jornal com a legenda: “A fiel tem até o seu órgão oficial. Um jornal chamado Coração. Nome próprio.” Já o *Jornal da Tarde* e a revista *Placar*, em outubro de 1976, deram boas-vindas ao novo periódico esportivo. Três semanas antes do lançamento, o chefe de reportagem da revista *Placar*, Juca Kfourri, saudou a chegada do jornal corintiano. Na edição de 05 de Novembro de 1976, de nº 2, ‘Coração’ reproduziu a mensagem:

Coração- belo nome! estará nas bancas editado por uma equipe dos melhores jornalistas esportivos de São Paulo. Quer ser o porta-voz da torcida corintiana... Sua maior ambição é estampar, ao fim do próximo campeonato paulista, a manchete mais esperada do mundo esportivo: CORÍNTIANS CAMPEÃO. (p. 2)



## **CAPÍTULO 4**

### **CONTEXTUALIZAÇÕES E CARACTERÍSTICAS DO MERCADO EDITORIAL E DO JORNALISMO DOS ANOS 1970: OS PROTAGONISTAS DO 'CORACÃO' ABREM O JOGO**

## **Capítulo 4 – Contextualizações e Características do Mercado Editorial e do Jornalismo dos Anos 1970: os protagonistas do ‘Coração’ abrem o jogo**

---

O presente capítulo pretende contextualizar o período temporal e espacial de atuação do jornal ‘Coração’, apontando os acontecimentos gerais –em âmbito nacional e internacional- que influenciaram o país, especificamente o mercado editorial e a produção jornalística brasileira entorno da década de 1970. Na parte final do texto, os jornalistas fundadores do tabloide são apresentados e, a partir de suas experiências profissionais, fazem observações e considerações acerca da imprensa esportiva da época. Os conteúdos elaborados neste capítulo propõem fornecer dados que possibilitem o estabelecimento de conexões com o capítulo vindouro, propiciando uma melhor compreensão e formação argumentativa sobre o tema recuperado e seus desdobramentos próprios.

Seguindo a regra da maioria das publicações dedicadas aos esportes, ‘Coração’ foi um produto editorial segmentado, produzido por jornalistas especializados e com intuito comercial. Foi um projeto de mídia financiado e mantido pelos próprios sócios fundadores, inserido em um mercado dominado por editoras poderosas, originárias de grupos empresariais ou familiares. Porém, ao mesmo tempo, participou de um período histórico da imprensa nacional, a chamada “Imprensa Alternativa”, anos em que nasceram e morreram centenas de tabloides que se caracterizavam pela oposição sistemática e ousada ao regime político vigente ou pela crítica e alerta à condição social do cidadão brasileiro. Fatores estruturais e questões conjunturais ligadas à política e à economia da década de 1970 abreviaram a trajetória de vários periódicos alternativos e também de grandes jornais de prestígio nacional.

### **4.1 Panorama dos Meios de Comunicação de Massa e do Mercado Editorial dos anos 1970**

O avanço da industrialização, após os anos 1950, influenciou positivamente o processo de modernização da imprensa brasileira. A evolução qualitativa e quantitativa das mídias foi motivada pelo aumento na receita de anúncios.

Com a maior diversificação da atividade produtiva trazida pela indústria, começaram os investimentos de peso em propaganda e surgiram as primeiras grandes agências de publicidade. Era preciso, agora, anunciar produtos como automóveis e

eletrodomésticos, além de produtos alimentícios e agrícolas. [...] A publicidade também obrigou os jornais a se preocupar em aumentar a circulação, já que as agências preferiam entregar seus anúncios aos veículos de maior tiragem, que cobrissem as maiores áreas do território nacional. (ABREU, 2002, p. 9-10).

O regime militar implantado no Brasil em março de 1964 estabeleceu uma relação de duas mãos com as empresas de comunicação. Motivado por um projeto de segurança nacional e visando o controle do sistema de informação, o Estado centralizou o comando das atividades comunicativas. Fazia parte da estratégia de integração estimular o crescimento dos veículos impressos e audiovisuais de massa:

Ao mesmo tempo em que censuravam matérias e interferiam no conteúdo da informação, os governos militares financiaram a modernização dos meios de comunicação de massa. [...] A formação de grandes redes, estimuladas pelos militares, exigia investimentos. Foi então que se assistiu à formação dos oligopólios da informação, com recursos obtidos junto ao governo. Não se deve esquecer que nos anos de regime militar a imprensa escrita, o rádio e a televisão já dependiam fundamentalmente da publicidade para sobreviver, e que os maiores anunciantes eram os órgãos estatais. (ABREU, 2002, p. 15-16).

Segundo Abreu, o contraponto à formação desse oligopólio, da concentração dos meios de comunicação, foi o fechamento de vários periódicos, alguns tradicionais.

[...] jornais que haviam sido criados entre o início do século e a década de 1940, foram extintos. Foi esse o caso do *Diário Carioca* (1928-1965), do *Correio da Manhã* (1901-1974), do *O jornal* (1919-1974) e do *Diário de Notícias* (1901-1974). Outros, como a *Última Hora*, entraram em decadência. Se em 1959, existiam no Rio de Janeiro 22 jornais diários comerciais, entre matutinos e vespertinos, com as mais diversas tendências políticas, em 1960 esse número foi reduzido para 16 jornais, e no final de 1970, para sete. (2002, p. 17-18).

Segundo Marialva Barbosa (2010, p. 199), a explicação para a diminuição da quantidade de publicações impressas em circulação no mercado e o processo de concentração dos jornais diários abarca diversas considerações. Para autora, foi uma década em que a imagem dominou o universo cultural e a discussão política saiu da pauta do jornalismo diário, somado ainda à mudança no cenário midiático e econômico, como a crise do papel.

Num momento em que, por força da conjuntura política, não há mais pluralidade de espaços para o exercício de sectarismos e tomadas de posição – que resultam a maioria das vezes em favorecimentos administrativos e financeiros – cabe ao grupo que melhor serve naquele momento às elites políticas (até porque domina com sucesso outras esferas midiáticas, incluindo rádio e televisão), no caso O Globo, alcançar sucesso empresarial cada vez mais representativo.

A atividade jornalística é predominantemente capitalista e industrial e é regida pelas regras do mercado consumidor, que são diretamente influenciadas pelas leis da economia e da política nacional e internacional, que analisadas em uma perspectiva marxista, são

contingenciadas pela classe dominante. O mercado editorial como parte desta engrenagem capitalista é receptáculo das variações sazonais ocasionadas pelos acontecimentos da economia e da política global. No Brasil, na virada dos anos 1960 para 1970, ocorreram fases de intensa transformação na economia.

É sabido que entre 1967 e 1973 ocorreu um forte crescimento econômico no país. Assistiu-se a um processo de verticalização da indústria e a um aumento considerável de bens duráveis. Foi o período do chamado “milagre econômico”, quando o PIB cresceu uma média de 10% ao ano, e a inflação, sob controle, oscilou em torno de 20% ao ano. (ABREU, 2002, p. 20).

Mas o chamado “milagre econômico” foi de duração efêmera. Em meados dos anos 1970, surgiu uma nova crise mundial, que influenciou negativamente a economia brasileira. Segundo Abreu (2002, p. 26), “A partir do primeiro choque do petróleo, em 1973 - a que se seguiria um segundo, em 1979 -, houve uma desaceleração no ritmo de crescimento econômico do país, uma retomada do processo inflacionário e um aumento colossal do endividamento externo.” A crise atingiu o mercado editorial, dificultando a manutenção de pequenos e grandes veículos de mídia impressa. A elevação do preço do petróleo encareceu os insumos: “A explicação para o desaparecimento de um número elevado de jornais e revistas nos anos 70 está relacionada também à elevação do custo de papel. [...] Nesse período o país importava 60% do seu consumo em papel jornal.” (ABREU, 2002, p. 18).

Por outro lado, nos anos de 1970, com a redução do analfabetismo e o incentivo à graduação, houve um crescimento do mercado livreiro, como demonstrou a autora Sandra Reimão:

Em 1972 o mercado editorial brasileiro ultrapassa a marca de um livro por habitante ao ano. Essa marca, com oscilações, será ascendente no decorrer da década de 1970. Para abordar esses dados em seu aspecto quantitativo é preciso, de início, levar em conta dois indicativos básicos. O primeiro é a queda da taxa do analfabetismo de 39% para 29% entre os anos de 1970 e 1980, tomando-se por referência o total da população com mais de cinco anos, e o segundo é o crescimento do número de estudantes universitários de cem mil para quase um milhão no mesmo período. (1996, p. 24).

O período de modernização da imprensa estimulou o início da formação das grandes organizações jornalísticas e a expansão do mercado de publicações de informações gerais e específicas:

A adoção de novos métodos de impressão, editoração e distribuição contribuiu para a ampliação das áreas do jornalismo e para o fortalecimento do jornalismo especializado. Surgiram publicações destinadas a cobrir as áreas do comércio, agricultura, indústria, fotografia, artes, esportes [...] (REGO, 1987, p. 39).

A pesquisadora Gisela Taschner, no livro “Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil”, (1992, p. 192), dedicou-se a um estudo sobre a história e as estratégias de mercado do Grupo Folha, nas décadas de 60 e 70. Em capítulo apropriado, ela apresentou uma tabela identificando, ao longo dos anos 70, o movimento de vários jornais no mercado da Grande São Paulo<sup>7</sup>: as médias anuais das porcentagens em relação à venda avulsa dos principais jornais em dias normais, de terça-feira a sexta-feira.

Anos	Jornais											
	NP	FSP	UH	GAZ	GE	FT	DN	DSP	JT	EST EST	DT	DPT
1971	13,0	14,5	3,5	2,1	8,1	9,4	13,7	1,0	12,7	10,1	9,0	1,5
1972	12,7	13,5	2,8	1,5	8,0	12,4	11,9	0,8	12,5	10,1	9,8	2,7
1973	13,1	12,4	2,0	0,8	6,5	14,6	11,5	1,0	13,8	10,0	9,3	4,5
1974	12,7	12,2	1,5	0,7	6,9	16,9	10,1	0,8	15,4	9,6	8,6	4,2
1975	12,2	12,8	1,0	0,5	6,8	18,8	9,3	0,7	15,5	9,3	9,0	3,5
1976	12,4	12,9	1,1	0,3	6,3	18,4	8,1	0,5	16,7	8,6	8,9	4,9
1977	13,0	12,0	1,1	0,3	7,1	16,8	7,4	0,5	17,7	7,5	8,9	7,4
1978	13,3	11,9	1,1	0,3	6,8	16,5	6,9	0,6	17,4	7,5	10,0	7,6

Fonte: Ibope, boletins mensais do serviço de controle da venda avulsa de jornais. Médias calculadas.

\* 1971: média de setembro a dezembro; 1978: média do primeiro trimestre.

Quadro 1 - Médias anuais das porcentagens da venda avulsa dos principais jornais da Grande São Paulo

Juarez Bahia (1990, p. 372), também ofereceu alguns números da década de 70, relativos ao mercado de periódicos impressos.

Em 1978, estimativas feitas pela Marplan (pesquisa de hábitos de leitura) e pelo Instituto Verificador de Circulação (auditorias de circulação paga e controlada) concluem que a tiragem diária dos 31 principais jornais de São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Minas Gerais, Brasília, Goiás, Bahia, Pernambuco, Ceará, Pará e Amazonas atinge 5.932.648 exemplares.

Segundo o autor, a média de leitor por exemplar é de 4,6 e baseado nos dados fornecidos pela fonte Veículos Brasileiros de Publicidade (ed. 1971), complementou: “[...] entre os anos de 1969 e 1970 o número de jornais no país sobe de 555 para 574 e o de revistas cai de 502 para 435. O maior contingente localiza-se em São Paulo, que em 1970 editou 239 jornais e 210 revistas.” (1990, p. 372).

<sup>7</sup> Notícias Populares, Folha de S. Paulo, Última Hora, Gazeta, Gazeta Esportiva, Folha da Tarde, Diário da Noite, Diário de S. Paulo, Jornal da Tarde, Estado de S. Paulo, Diário da Tarde e Popular da Tarde.

Como já visto, desde a década de 1950, a publicidade se configurou como peça importante na engrenagem da modernização da imprensa nacional. Segundo Taschner, (1992, p. 107):

O ingresso no Brasil na etapa monopolista firmou as bases para o desenvolvimento da publicidade, pois nessa etapa ela ganha maior relevância no processo de acumulação, enquanto técnica privilegiada de competição entre as grandes empresas e enquanto elemento agilizador da realização - e com isso da rotação – do capital dos setores da economia ditos produtivos.

A publicidade conheceria o seu auge nesse período, complementa Taschner (1992, p. 107): “Entre 1970 e 1974, por exemplo, os investimentos nessa área, no Brasil, passaram de 370 para 900 milhões de dólares. [...] O aumento da publicidade é vital para o desenvolvimento da indústria cultural, pois ela financia, em parte ou no todo, a maioria dos meios de comunicação [...]”

No livro “A propaganda no Brasil: evolução histórica” (2006, p. 188), o autor Roberto Simões faz uma avaliação da transformação do setor da propaganda na década de 1970:

Se a década de sessenta serviu como pano de fundo para a chamada era da criatividade de nossa propaganda onde os profissionais de maior prestígio foram os de criação, nos anos setentas sentimos uma súbita ascensão da área de mídia ao lado da valorização daquilo que Mauro Salles, com propriedade, definiu como sendo a indústria da propaganda. O ramo encorpou-se verdadeiramente como negócio.

Segundo Simões (2006, p. 191), nos anos 1970, a verba cresceu expressivamente: “De um bilhão de cruzeiros em investimentos no início da década o negócio publicitário chegou, ao fim dela, com um orçamento global que se avizinhava dos 45 bilhões.” O autor completou informando que além do governo, as verbas particulares também cresceram e novos segmentos foram conquistados, principalmente no setor terciário dos prestadores de serviço. Na obra (p. 190), Roberto Simões apresentou também uma tabela identificando o rateio das verbas de propaganda distribuída entre a mídia, no período compreendido entre os anos de 1970 e 1979.

RATÍO DAS VERBAS DE PROPAGANDA - 1970 A 1979							
Ano	TV	Jornal	Revista	Rádio	Outdoor	Cinema	Outros
1970	39.6	21.0	21.9	13.2	3.8	0.5	-
1971	39.3	24.8	17.0	12.7	5.3	0.9	-
1972	46.1	21.8	16.3	9.4	5.1	1.3	-
1973	46.6	20.9	15.6	10.4	5.1	1.4	-
1974	51.1	18.5	16.0	9.4	4.0	1.0	-
1975	53.9	19.8	14.1	8.8	2.7	0.7	-
1976	51.9	21.1	13.7	9.8	2.9	0.6	-
1977	55.8	20.2	12.4	8.6	2.4	0.6	-
1978	56.2	20.2	12.4	8.0	1.5	0.5	1.2
1979	55.9	20.1	13.0	8.5	1.5	0.6	0.2

Fontes: J. W. Thompson - 1970/76 e Grupo de Mídia - 1977-79

Quadro 2 - Rateio das verbas de Propaganda no Período entre 1970 e 1979

Entre os grandes anunciantes da década de 1970, despontaram na lista de investidores os bancos comerciais e estatais Caixa Econômica Federal, Itaú e Banespa; no varejo, os supermercados; e na indústria automobilística, praticamente todas as marcas da época, entre elas, Ford, General Motors, Volkswagen, Mercedes Bens e Fiat. Já no ranking dos bens de consumo, as empresas que se destacaram foram Souza Cruz, Gessy Lever, Nestlé, Dorsay, Johnson & Johnson, Colgate-Palmolive, Kibon, Gillete, Rhodia, Coca Cola, Estrela, Philips/Walita, Editora Abril e Rio Gráfica. (SIMÕES, 2006)

## 4.2 O Mercado segmentado

A segmentação de publicações periódicas é uma prática comum no mercado editorial mundial. É considerada uma estratégia que busca atingir um público consumidor determinado, que possui interesse temático afim e específico. Segundo Scalzo (2003), “Os tipos de segmentação mais comum são os por gênero (masculino e feminino), por idade (infantil, adulta, adolescente), geográfica (cidade ou região) e por tema (cinema, esporte, ciência...)” (p. 49)

Outra estratégia habitual do mercado é o lançamento de produtos destinados ao segmento do segmento, também tratado como subsegmento. Marília Scalzo, no livro “Jornalismo de Revista”, ofereceu uma exemplificação: “Partindo do público de pais de crianças, é possível fazer revistas para pais, para mães, para mães de bebês, para mães de bebês gêmeos, para mães de bebês gêmeos que moram em São Paulo.” (2003, p. 49). A autora completou afirmando que os segmentos reforçam a identidade dos destinatários:

Como já vimos, as revistas tem capacidade de reafirmar a identidade de grupos de interesses específicos, funcionando muitas vezes como uma espécie de carteirinha de acesso a eles. [...] É preciso entender quais são as tendências que estão surgindo e quais delas podem traduzir-se em novos títulos. (2003, p. 50).

No mesmo sentido, Mira (2008, p. 213) afirma que: “Quando novas condições de vida se instalam, alterando hábitos culturais, práticas sociais e o cotidiano desses segmentos, certas publicações podem estabelecer com eles canais de comunicação.” Porém, quando surge uma nova tendência na sociedade, de um novo nicho, faz se necessário um estudo de viabilidade do produto no mercado, com o objetivo de avaliar o potencial de consumo dos propensos leitores e de investimento dos presumíveis anunciantes. As mídias segmentadas trabalham com um público definido, o que facilita a relação dialógica com o leitor/consumidor.

Para concluir, apresenta-se a posição de Carmem Carvalho (2007, p. 10), que com base nas transformações da produção jornalística em relação ao mercado fez uma conexão entre a segmentação da notícia e o jornalismo especializado:

As novas técnicas de produção são incentivadas pelas regras de comercialização e industrialização do universo noticioso e essas, por sua vez, levam à segmentação da informação. No fazer e saber jornalísticos, o conceito de segmentação da notícia é conhecido como ‘jornalismo especializado’.

### 4.3 O jornalismo especializado

Segundo Beltrão (1960), o jornalismo “deve ser a mais completa síntese de tudo quanto interessa e reclama o organismo social.” (p. 72). Considerando a extensão do campo jornalístico, o autor concluiu:

A essa universalidade de aspectos, a essa multiplicidade de setores, de objetivos e de temas, é que se dá o nome de *variedade*. [...] Foi esse atributo do jornalismo que exigiu, nos tempos modernos, a criação da figura do jornalismo especializado, introduzindo ao mesmo tempo, nas tarefas periodísticas, a divisão de trabalho, figura e método que eram desconhecidos em até épocas recentes. (1960, p. 73).

Bahia (2009, p. 236) definiu jornalismo especializado como “informação dirigida à cobertura de assuntos determinados e em função de certos públicos, dando à notícia um caráter específico [...] tudo que se reserva uma identidade específica, restrita.”

Historicamente, para Frederico de Mello Brandão Tavares (2009, p 117), “a especialização periodística está associada, em sua maioria, à evolução dos meios de comunicação e a formação de grupos sociais consumidores de mídia cada vez mais distintos.” Em seu artigo, o autor, sustentado pela literatura estrangeira, explanou que:



Com a chegada do rádio e posteriormente da televisão, aponta-se para o surgimento de uma crise cujo ápice está associado ao final da década de 1960 e início da década de 1970. E neste contexto é que, definitivamente, como apontam Berganza Conde (2005), Fernández del Moral e Esteve Ramirez (1996), entra em cena a especialização propriamente dita. (2009, p. 118).

Segundo Rego (1987, p. 40) os conteúdos especializados se desenvolviam nas páginas da imprensa diária e ao mesmo tempo, surgiam novos veículos destinados a temáticas diversas e públicos específicos:

Por esta razão, a especialização no jornalismo assumiu dois aspectos: 1) a especialização nos veículos de comunicação geral (jornais, revistas, etc.), que transmitem informações sobre determinadas áreas (ciências, administração, esportes, economia, automobilismo); 2) a especialização vista sob o ângulo de produção de veículos especializados. Neste caso, apresentam conteúdo global sobre a área especializada. São os jornais e revistas dedicados exclusivamente aos esportes, à economia, à administração, etc.

O periodismo de conteúdo especializado inclina-se, como afirma Tavares (2011), em se associar a uma classificação temática. No interior do campo jornalístico, o jornalismo especializado é visto como formatado por uma dupla exigência: “1) do próprio público, cada vez mais setorizado e/ou, 2) como uma necessidade dos próprios meios para alcançar uma maior qualidade informativa e uma maior profundidade dos conteúdos para os quais de volta.” (TAVARES, 2008, p. 7).

Por outro lado, há uma visão que propõe a análise crítica ao jornalismo especializado. Para Ricardo Alexino Ferreira (2002), deve-se inicialmente perguntar se é possível existir um jornalismo especializado. Para responder à questão, segundo o autor, é necessário redimensionar o termo e inseri-lo dentro de um contexto mais amplo: “[...] É um equívoco imaginar que o jornalista possa tomar para si a ideia de que é especialista em áreas do conhecimento. No cotidiano das redações jornalísticas, o jornalista quase sempre passa por um carrossel de editorias e funções.” (FERREIRA, 2002, p. 2).

Ferreira argumenta ainda que existe uma confusão semântica em relação ao jornalismo especializado. “Na maioria das vezes, atribui-se ao conceito de jornalismo especializado o simples fato de o jornalista cobrir áreas especializadas.” (2002, p. 2). O autor oferece outra dedução:

Observa-se, também, uma confusão entre a especialidade jornalística e a rotina jornalística. Não há dúvidas que um jornalista (principalmente setorista) que cobre diariamente ou rotineiramente determinada área do conhecimento irá desenvolver habilidade maior na cobertura daquela área, mas isso não poderá lhe dar a pseudo-ideia de ser especialista. (2002, p. 3).

Em seu artigo, Ricardo Alexino Ferreira concluiu a sua tomada de posição, afirmando “que existem jornalismo, que podem atuar ou cobrir algumas áreas específicas, mas preservando as suas principais características. Assim, não é possível se falar em um jornalismo especializado, mas sim de jornalismo que vão cobrir áreas especializadas.” (p. 4).

Dentro dessa rotina jornalística exposta por Alexino, o autor Mário Erbolato (1981, p. 15) afirma que a área de esportes tem importância pela diversidade de temas que trabalha e que segue as regras básicas de produção, como qualquer outra editoria.

Para cada especialidade esportiva recomenda-se um profissional que entenda do assunto e que explique e comente as possibilidades dos concorrentes e as consequências de uma vitória, derrota ou empate. Aplicando-se as regras gerais sobre entrevista, reportagem, redação e diagramação, pode uma Seção Esportiva abordar aspectos variadíssimos, dependendo da orientação da Editoria e da Produção.

#### **4.4 Jornais do segmento político no mercado editorial no período do regime militar: breves considerações sobre a imprensa alternativa**

Fator que contribuiu entre as décadas de 1960 a 1980 na movimentação e pluralização da imprensa foi a efervescência de publicações do segmento político. Tais periódicos eram produzidos normalmente por pequenas empresas ou cooperativas, alguns obtendo, dentro de seus limites, significativa circulação, principalmente nos grandes centros urbanos.

A chamada “imprensa alternativa”, conheceu grande sucesso na fase mais aguda da repressão do regime militar. Surgiu no momento em que se tornou visível o fracasso da luta armada, e foi através dela que muitos jornalistas, intelectuais e ex-militantes tentaram construir espaço legal de resistência política, além de uma frente de trabalho alternativa à imprensa comercial e à universidade. Muitos dos jornais tinham o formato tabloide e as tiragens eram irregulares. (ABREU, 2002, p. 19).

Segundo Bernardo Kucinsky: “Durante os quinze anos de ditadura militar no Brasil, entre 1964 e 1980, nasceram e morreram cerca de 150 periódicos que tinham como traço comum a oposição intransigente ao regime militar.” (1991, p. 13).

Esta forma de imprensa, normalmente de postura antigovernista, ficou conhecida como política, nanica ou alternativa. No livro “Comunicação de massa sem massa”, Sérgio Caparelli definiu o conceito de imprensa alternativa:

É um dos termos mais apropriados, principalmente porque esse conceito sugere imediatamente referência ao contexto de seu aparecimento. A alternativa indica uma relação de com outro, um *alter* que chama si os que se desviam de um caminho inicial, no caso, a imprensa tradicional. Aqui, alternativa poderia ser o ponto de vista

do produtor, que, não contente com a imprensa tradicional, se propõe a elaborar ele mesmo seu produto. Ou do leitor, que no mercado capitalista de ideias, tem opção a uma maior diversidade de conteúdos, fugindo ao monopólio dos grandes grupos que reforçam o *status quo*. (1980, p. 44).

Os jornais alternativos se sustentavam em sistema de cooperativa, sociedades anônimas ou limitadas, por meio de doações e pela lógica do mercado: publicidade, venda em banca, de mão em mão e assinaturas. A organização administrativa, profissional ou amadora, enfrentou as dificuldades naturais de um veículo comercial: salários, investimento material, preço do papel, impressão, conquista de consumidores e a complexa e dispendiosa distribuição. Muitos dos jornalistas, segundo pesquisou Caparelli, tinham dois empregos: atuavam na grande imprensa e nos alternativos. “Como a imprensa alternativa não tinha capacidade econômica de absorção dos contingentes em conflito com a imprensa tradicional, outra parcela permaneceu na grande imprensa e igualmente dedicou seu trabalho de denúncia nos alternativos.” (1980, p. 59).

Embora a missão fosse árdua e incerta, com pouca perspectiva de longevidade e de retorno financeiro, muitos periódicos foram lançados, inclusive com abrangência em outras temáticas:

[...] os alternativos se multiplicaram chegando nos anos 70 a mais de 100 jornais, muitos desses voltados à política, ecologia, escatologia, religião, mas todos com um ponto em comum: minorias que procuravam criar seus próprios canais de comunicação, vozes que queriam fazer-se ouvir com apesar da imprensa tradicional. (CAPARELLI, 1980, p. 48).

Os mais destacados jornais alternativos, normalmente citados em livros e artigos acadêmicos são: *Pasquim*, *Pato Macho*, *Opinião*, *De fato*, *Versus*, *Movimento*, *Coojornal*, *Posição*, *Paralelo*, *Informação*, *Repórter*, *Ex* e *Em tempo*. Segundo Abreu (2002, p. 20), “Tais jornais foram responsáveis pela formação de muitos jovens jornalistas que depois continuaram sua carreira profissional na imprensa.”

#### **4.5 ‘Coração’: os protagonistas do jornal rememoram a imprensa esportiva dos anos 1970**

O jornal ‘Coração’ nasceu em uma década em que o futebol e a imprensa esportiva nacional ganhavam novos contornos influenciados pelo fortalecimento da televisão como meio de comunicação de massa. O jornal e o rádio já dividiam o mercado esportivo desde a primeira irradiação de um jogo de futebol, em 1931. As empresas de comunicação garantiam

a audiência evidenciando suas características como veículo de informação e com a criação de estratégias de sobrevivência.

Na década de 1970, houve uma valorização no tratamento da editoria de esportes em alguns jornais de prestígio regional, como *Popular da Tarde*, *Diário Popular*, *Última Hora* e *Folha da Tarde* e também surgiram novos produtos jornalísticos dedicados especificamente à temática, como as revistas *Placar* e *Manchete Esportiva*, que dividiram espaço com os já tradicionais periódicos *Gazeta Esportiva*, *Jornal dos Sports* e com o caderno de esportes do *Jornal da Tarde*.

O jornal ‘Coração’ nasceu nesse contexto da vida brasileira, inserindo-se no mercado editorial com uma proposta inovadora de abordagem e atuação na imprensa esportiva paulista. Os seis fundadores do tabloide eram jornalistas esportivos do *Jornal da Tarde* e do *Estado de S. Paulo*. Este trabalho de reconstrução da trajetória histórica do ‘Coração’ somente foi exequível com a colaboração dos próprios protagonistas da ação, que por meio de entrevistas relembrou os acontecimentos vividos naqueles anos de 1976 e 1977. Nesses encontros, em uma extensão de pauta, foi possível também colher dos entrevistados, a partir de suas experiências profissionais, breves considerações acerca do cotidiano do ofício da imprensa esportiva dos anos 1970.

Neste momento, se faz necessário e oportuno apresentá-los, pois são os personagens edificadores do objeto de pesquisa e estarão presentes, de agora até as linhas finais deste trabalho. São eles: Edson Scatamachia, Otacílio do Carmo, Elói Lacerda Gertel, João Prado de Almeida Pacheco, Pedro Autran Ribeiro e Antônio Euclides Teixeira: os quatro últimos serão grafados como Elói Gertel, João Prado, Pedro Autran e Tim Teixeira. Antes de destacar os depoimentos de cada jornalista acerca do ambiente e da prática do jornalismo esportivo, faz-se indispensável uma breve introdução com informações pessoais e profissionais de cada um destes protagonistas.

Tim Teixeira nasceu em Brotas, em 1940. Começou na *Gazeta Esportiva*, concomitantemente ao curso de jornalismo da Faculdade Cásper Líbero. Trabalhou na edição de Esportes do *Estado de S. Paulo* e, depois, no *Jornal da Tarde*. Integrou a equipe das revistas *Realidade* e *Veja*, teve passagem pela *Rádio Globo*, *TV Bandeirantes* e pela *Imprensa Oficial do Estado*.

O paulistano Pedro Luiz Autran Ribeiro nasceu em 1947. Formou-se em Direito pela Universidade de São Paulo e em Jornalismo pela Cásper Líbero. Começou em 1970 na edição de Esportes do *Estado de S. Paulo*, que passou a ser depois o caderno de esportes do *Jornal da Tarde*. Trabalhou no *Grupo Estado* durante 36 anos, de 1970 a 2006.

João Prado de Almeida Pacheco nasceu em 1945, na cidade de Jaú. Trabalhou durante dez anos como jornalista no *Estado de S. Paulo*. Passou pela *Rádio Record* e *Rádio Bandeirantes*, onde permaneceu por 15 anos. Posteriormente, voltou ao *Jornal da Tarde*, onde ficou por mais 16 anos. Atualmente, trabalha no Tribunal de Contas do Estado de S. Paulo.

Otacílio do Carmo nasceu em 1945, na cidade de Frutal, no triângulo mineiro, e chegou a São Paulo no ano de 1967. cursou Rádio e TV na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) e já no primeiro ano de faculdade trabalhou no periódico *Última Hora*. Posteriormente, foi para o *Jornal da Tarde* e, no ano seguinte, para o *Estado de S. Paulo*, onde permaneceu por 15 anos. Trabalhou na *TV Manchete* e, em seguida, na *TV Globo*, por oito anos.

O paulistano Edison Scatamachia nasceu em 1946 e cursou a faculdade de jornalismo pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP). Em 1972, iniciou a carreira na *Folha de S. Paulo* e logo foi para a reportagem esportiva do *Jornal da Tarde*. Integrou a equipe da *Rádio Globo* no final de 1977, onde atuou por oito anos com Osmar Santos. Teve passagens pela *TV Record*, *TV Gazeta*, *TV Manchete* e foi presidente da Associação dos Cronistas Esportivos do Estado de S. Paulo. Ao mesmo tempo, trabalhou no programa Domingão do Faustão, na *Rede Globo*.

O paulistano Elói Lacerda Gertel nasceu em 1945. Começou no *Diário Popular* em 1967. Em 1971, foi para a *Folha de S. Paulo* e em seguida trabalhou na editoria de esportes do *Jornal da Tarde*, onde ficou até 1984. Exerceu a função de chefe de reportagem na *TV Globo* em São Paulo até 1988. Na sequência, voltou ao *Grupo Estado*, especificamente, para a *Agência Estado*.

Os seis fundadores do ‘Coração’ atuaram na imprensa esportiva paulistana em diversas funções da editoria de Esportes. Foram pauteiros, repórteres setoristas, chefes de reportagem e redatores nos periódicos do *Grupo Estado*. Os jornalistas esportivos viveram intensamente os bastidores e as articulações do cotidiano da cobertura do futebol paulista e nacional e também de Copas do Mundo. Durante a coleta dos depoimentos, veio à tona, em forma de conexão e contextualização, as experiências acumuladas pelos fundadores, no exercício da função de jornalista esportivo durante as décadas de 1970, 1980 e 1990, com inevitáveis comparações aos dias de hoje. O saudosismo imperou na rememoração dos afazeres profissionais, segundo eles, realizados com muita dedicação, solidariedade e trabalho de campo.

Tim Teixeira afirmou que foi uma época em que houve uma explosão na área do jornalismo esportivo. O próprio *Jornal da Tarde*, segundo ele, tinha um viés muito forte na

área: a editoria de esportes tinha uma equipe grande de profissionais e a cobertura diária era muito boa. Ele fez um breve panorama em relação aos outros periódicos existentes na década de 1970.

*A Gazeta Esportiva* já estava em decadência nessa época, tinha sido o jornal mais importante da imprensa brasileira dedicada à área esportiva. Outro jornal que existia era o *Mundo Esportivo* que havia sido fechado uns tempos atrás, então a *Gazeta* tinha ficado sozinha nessa área de cobertura esportiva. Mas outros jornais tinham uma cobertura muito boa: o *Última Hora* e o *Diário Popular*. [...] Os únicos jornais que tinham uma cobertura mais contida em relação ao esporte era o *Estadão* e a *Folha*<sup>8</sup>.

Pedro Autran lembrou que os tempos eram outros, com mais autonomia e liberdade de atuação profissional.

Eu cobria o *Palmeiras* para o *Jornal da Tarde* e na época o repórter entrava no vestiário, subia, descia, assistia os treinos dentro do campo, entrevistava quem quisesse, chamava o cara de lado e falava, conversava com ele. Hoje em dia não, é o clube designa um ou dois e geralmente quem não tem nenhuma importância, o terceiro goleiro, o cara que não vai jogar para falar e você só pode falar com esses. A gente tinha telefone dos jogadores, do técnico, de todo mundo e às vezes, quando eles precisavam de alguma coisa, telefonavam para gente. Era muito diferente. Então, eu acho que a meninada de hoje faz até milagre. Se você conseguir ganhar a confiança: não é ficar amiguinho, eu nunca fiquei amiguinho de nenhum jogador, a gente conhecia e se respeitava, eles sabiam que a gente trabalhava em veículos sérios e eles sabiam que o ‘Coração’ era um jornal independente e que falava sobre o time deles. Não tinha nenhum problema em falar com eles, nós falávamos muito, entrevistamos todos<sup>9</sup>.

Para Autran, atualmente, o trabalho do jornalista esportivo está mais complicado: “Os clubes te obrigam a fazer o que eles querem, precisa ser muito bom repórter, bem relacionado, ter muita fonte para conseguir alguma coisa. Hoje, dar furo é praticamente impossível, até porque a internet dá um furo em segundos.”<sup>10</sup>

Já Otacílio do Carmo lembrou as dificuldades que existiam para escrever e enviar uma matéria para o jornal quando se cobria jogos pelo interior do Brasil ou em outro Estado. Ele relatou que telefonava à *Agência Estado* e lia a matéria para um funcionário que datilografava a mensagem.

Às vezes, diante do tempo exíguo para o fechamento do jornal, você tinha que, à medida que iam acontecendo os lances, escrever mais ou menos à mão, em papel, o que estava acontecendo. Assim que o jogo terminava, você já passava por telefone. Eu me lembro do datilógrafo Arquimedes que era muito rápido, ele era mais rápido do que a gente falando. Se estivesse com tempo havia outras maneiras. Por exemplo, eu viajei várias vezes com o *Corinthians* para jogos, em Bauru, contra o Noroeste, e

<sup>8</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 25/11/2013. (p. 242)

<sup>9</sup> Entrevista de Pedro Autran ao autor, São Paulo, 15/12/2013. (p. 272)

<sup>10</sup> Entrevista de Pedro Autran ao autor, São Paulo, 15/12/2013. (p. 273)

aí, eu levava a máquina e redigia, às vezes, no estádio, às vezes, no hotel. Mas aí, tinha tempo de elaborar um pouco mais e passar por telefone<sup>11</sup>.

Para Edison Scatamachia, a imprensa esportiva periódica não sofria tanta influência da televisão como hoje em dia, contudo, ele considera admirável a atual tecnologia de transmissão que facilita em muito o trabalho do repórter esportivo.

Na época, como hoje, tinham os jornalistas mais sérios, os mais competentes e tinham picaretas, isso não mudou muito. A única coisa que eu acho é que na época a imprensa esportiva tinha mais valor e mais força, porque não tinha televisão. A televisão transmitia só os jogos finais, então, nessa área esportiva o jornal era mais forte. Eu que trabalhei em rádio muito tempo, e hoje sinto um pouquinho de inveja quando vejo uma transmissão da *SportTV*, quando eles abrem link em tudo quanto é estádio do país, na coletiva de técnico, repórter falando com jogador no vestiário, porque no meu tempo fazer vestiário e fazer transmissão num Estado qualquer do país e, principalmente, no exterior era um trabalho árduo. Às vezes, não entrava a linha, a Embratel não conseguia abrir a linha. Então, a tecnologia hoje é muito forte<sup>12</sup>.

Scatamachia criticou também a qualidade no conteúdo jornalístico esportivo atual e declarou que os personagens eram mais interessantes.

Eu acho que o conteúdo daquela época era muito melhor que o de hoje, a imprensa era mais investigativa. Nós tínhamos repórteres que ficavam fuçando e tomavam processo. Hoje o cara acessa a internet, e mal fala por telefone com o diretor do clube. No meu tempo, tinha plantão de madrugada para ver se o César escapava para ir para uma boate. Hoje, se o jogador escapar, eles não estão nem aí, porque vão fotografar ele na boate com o celular e depois colocar na internet. O futebol tinha mais ídolos do que tem hoje. Hoje os craques são ricos, mas, na época, a quantidade era muito maior de jogadores como Rivelino. Não tem craque, não tem ídolo. Mudou muito. Era mais romântico no meu tempo<sup>13</sup>.

Elói Gertel foi ao encontro do pensamento de Scatamachia em relação à qualidade superior da imprensa esportiva nos anos 1970 e afirmou que a mesma era muito mais ativa e participante.

Gostava muito mais dela na época. Os jornais hoje têm poucos repórteres na área de esportes, principalmente no futebol. Naquela época, cada clube tinha um repórter fixo que acompanhava aquele time diariamente, não pelo telefone, não pela internet, não pela assessoria do clube. As relações mudaram e hoje para você marcar entrevista com o jogador, tem que bater na assessoria do clube ou na assessoria dele. Na época, o repórter tinha que ir lá e acompanhar. Ele observava tudo: quem chegou, quem não chegou, quem atrasou, quem veio, o que o técnico falou, como falou, o que disse, o que não disse<sup>14</sup>.

<sup>11</sup> Entrevista de Otacílio do Carmo ao autor, São Paulo, 25/11/2013. (p. 221)

<sup>12</sup> Entrevista de Edison Scatamachia ao autor, São Paulo, 23/11/2013. (p. 210)

<sup>13</sup> Entrevista de Edison Scatamachia ao autor, São Paulo, 23/11/2013. (p. 210)

<sup>14</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 262)

Segundo Gertel, o jornalismo esportivo atual está se pautando por fatos corriqueiros, preterindo temáticas mais profundas e matérias investigativas, e está dominado pelos colunistas.

Hoje você não vê mais aquele tipo de matéria que a *Placar* publicava, que o *Jornal da Tarde* publicava, que os jornais publicavam, você não tem mais perfis, você não tem mais reportagens com começo, meio e fim, você só tem declaratórias e entrevistas mais simples, ninguém vai além, ninguém explica melhor. Isso sem nenhum saudosismo. Nós somos hoje nas redações, isso não só o futebol, mas o futebol também é, vítima do que chamo de ‘colunocracia’, todo mundo quer ter sua coluna, mas ninguém quer ir campo, ninguém quer ir reportar<sup>15</sup>.

O jornalista Elói Gertel destacou a importância e atuação dos repórteres setoristas na cobertura diária do futebol.

A função do setorista era acompanhar um clube no seu dia-a-dia, ele tinha de ser o primeiro a chegar e o último a sair, saber o que estava acontecendo e transmitir isso através de reportagens, de perfis, de boas histórias. [...] Todos os repórteres do *Jornal da Tarde* quando voltavam para a redação, não voltavam com o que o time fez hoje ou qual treino fez hoje no coletivo ‘assim e assado’, eles voltavam com uma história bem contada que interessasse o leitor. Podia ser o perfil de um jogador, de um técnico, de algo que no momento tivesse envolvendo o time, uma história saborosa. Alegre, triste, mas saborosa para o leitor<sup>16</sup>.

João Prado também rememorou a importância dos setoristas. Ele, como todos os outros companheiros, exerceu a função. Prado foi setorista do *São Paulo*, da *Portuguesa*, do *Corinthians* e do *Palmeiras*. Em seu depoimento, revelou que viajou muito para cobrir os jogos do Campeonato Brasileiro porque os jornais na época não tinham correspondentes em todas as cidades.

Paralelo ao trabalho na editoria de esportes do *Grupo Estado*, pelas mãos desses seis jornalistas nascia em 29 de outubro de 1976, com as marcas de originalidade e inovação, o jornal ‘Coração’, idealizado para ser porta-voz da torcida corintiana, com a proposta de divulgar e opinar sobre todos os acontecimentos e fatos, no campo e extracampo, do *Sport Clube Corinthians Paulista*.

Conhecer a trajetória do tabloide semanal ‘Coração’ é compreender os sentidos, as articulações e o modo de produção e atuação de um produto midiático impresso do segmento do esporte inserido no mercado consumidor brasileiro da década de 1970. As experiências pessoais e jornalísticas reveladas são parte de uma fase histórica da imprensa esportiva nacional e adquirem relevância e importância quando analisadas e interpretadas sob o olhar do presente.

---

<sup>15</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 263)

<sup>16</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 263)



## **CAPÍTULO 5**

### **RECONSTRUÇÃO HISTÓRICA DO JORNAL 'CORÇÃO': DESCRIÇÕES E ANÁLISES QUANTITATIVAS**

## Capítulo 5 – Reconstrução Histórica do Jornal ‘Coração’: Descrições e Análises Quantitativas

---

O presente capítulo propõe reconstruir a história do jornal ‘Coração’ utilizando como técnica o entrecruzamento dos dados analisados nas dez primeiras edições do jornal com os fragmentos narrativos coletados nas doze entrevistas. São apresentadas também informações em notas de rodapé, a partir de bibliografia selecionada, com o objetivo de contextualizar e estabelecer conexões com os fatos e considerações teóricas em relação ao tema reconstituído.

### 5.1 O Nascimento do ‘Coração’

O *Sport Club Corinthians Paulista* foi fundado em 1910, no Bairro do Bom Retiro, por um grupo de amigos operários. Depois de 66 anos, no centro da capital paulista, o jornal ‘Coração’ começou a bater no peito e fluir na imaginação de seis jornalistas esportivos que trabalhavam no *Estado de S. Paulo* e no *Jornal da Tarde*. Em meados dos anos 1970, além de dividirem o espaço nas redações do *Grupo Estado*, os amigos também se encontravam diariamente nos estúdios da *Rádio Record*, de onde comandavam o programa “Viva o Esporte”. A atividade radiofônica durou cerca de dois anos e fortaleceu os laços de afinidade entre os jornalistas no exercício da profissão. O trabalho cotidiano na editoria de esportes prosseguiu, com a peculiaridade do fechamento dos jornais avançar as madrugadas. Os jornalistas, costumeiramente depois do expediente, se reuniam em um bar nas proximidades da Rua Major Quedinho para trocar ideias e falar de futebol. A concepção basilar do ‘Coração’ foi manifestada nesses encontros informais, como lembrou um dos fundadores do semanário, Edison Scatamachia:

A idéia de lançar este jornal foi do corintiano Elói Gertel. Nós éramos em seis: eu, o Elói Gertel, o Tim Teixeira e o Pedro Autran, trabalhávamos no *Jornal da Tarde* e o João Prado e o Otacílio do Carmo, no *Estadão*. [...] Chegamos a uma conclusão: “Vamos abrir esse jornal”. Porque naquela época o *Corinthians* não era campeão há 22 anos<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Entrevista de Edison Scatamachia ao autor, São Paulo, 13/08/2013. (p. 153)

A ausência de títulos do *Corinthians* no Campeonato Paulista foi o pontapé inicial para a criação do jornal. A última conquista havia sido em 1954, assim, em 1976, o corintiano já estava há 22 anos com o grito de campeão engasgado na garganta. A carência de troféus despertou um estado de ânimo na torcida, que com o passar dos anos ficou mais ansiosa e fanática, esperando a quebra do tabu, que virou piada na boca dos adversários.

O jornalista Elói Gertel, corintiano fanático, frequentava os jogos assiduamente e observou que a equipe corintiana levava um público imenso aos confrontos do Timão.<sup>18</sup> Durante as partidas, ele percorria o estádio papeando com torcedores nos alambrados e nas arquibancadas: anônimos, amigos, representantes das organizadas e figuras históricas, como a simbólica Elisa. Elói Gertel percebeu que um meio de comunicação impresso, direcionado ao torcedor corintiano, poderia ser muito bem recebido pela massa alvinegra.

Comecei a perguntar para as pessoas, sem nenhum método científico, o que achavam disso, de um tabloide sobre o Timão. Todo mundo adorou a ideia. “Compraria, compraria, compraria”. [...] Se o *Corinthians* atrai tanta atenção; se o *Corinthians* atrai tanto a imprensa; se ele ocupa tanto as páginas dos jornais; se você vai a uma entrevista numa terça-feira na véspera de um jogo do *Corinthians*, você tem quinze repórteres, dez fotógrafos; se vão duas mil pessoas nos treinos; se o Pacaembu está sempre lotado; se a televisão está sempre interessada em transmitir os jogos cada vez mais; então por que um jornal não poderia ter sucesso? [...] Os outros amigos com quem tinha conversado a respeito, nem todos corintianos, também gostaram da ideia. Começamos a perguntar e fomos incentivados de certa forma: “Olha, a ideia parece viável, é boa, vamos fazer”<sup>19</sup>.

Os jornalistas decidiram apostar na ideia e fazer do ‘Coração’ o segundo ofício, investindo na empresa comercial uma parcela do salário mensal. O planejamento do produto foi realizado de maneira superficial, sem nenhuma avaliação mercadológica do potencial de consumo, como confessou Tim Teixeira:

A gente não fez nenhuma pesquisa, saímos assim como um bando de aloprados para fazer um jornal, sem nenhuma base sólida, sem nenhuma informação que desse à gente alguma garantia. Até porque a gente era tudo molecada ainda e não tinha maiores compromissos: se desse certo daria, se não desse, estava tudo no lucro na verdade. [...] Ele era muito feito na base do entusiasmo<sup>20</sup>.

Embora o jornal tenha sido planejado sem os cuidados estratégicos necessários para o lançamento de um produto no mercado editorial, havia um projeto no íntimo de cada sócio. Os jornalistas, exercendo também o papel de empresários, com prevalências pessoais, aliaram

<sup>18</sup> Em 35 jogos comandados pelo técnico Osvaldo Brandão no campeonato paulista de 1977, a média de público do *Corinthians* foi de 54.680 presentes – pagantes e menores. (TEIXEIRA, 2005, p. 207).

<sup>19</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 249)

<sup>20</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 06/08/2013. (p. 145)

a esperança de obter um retorno comercial e o prazer de fazer um jornalismo esportivo de qualidade e inovador.

Elói Gertel tinha o desejo de fazer do jornal um empreendimento de sucesso, em termos de leitura e financeiro. Edison Scatamachia apostou que o lucro poderia vir da editora e não do semanário: “O meu sonho era plantar uma editora na qual um dos produtos fosse o jornal ‘Coração’, para daí, lançar outras publicações do *Palmeiras, Santos, Portuguesa, seleção Brasileira*, que era um caminho que, na época, ninguém tinha explorado”<sup>21</sup>. No mesmo caminho, João Prado evidenciou que pretendia conquistar independência financeira com a comercialização de outros produtos jornalísticos esportivos. Pedro Autran apostou no retorno financeiro e na satisfação de experimentar uma linguagem jornalística diferenciada. Otacílio do Carmo topou participar do projeto motivado pela novidade, identificação com o clube, além de um possível lucro, e Tim Teixeira até vislumbrou um acréscimo financeiro, mas tinha outras intenções: “nosso objetivo mesmo era fazer um jornal bem feito, se divertir, de alcançar alguma coisa na área jornalística, que nunca havia sido feito. Mas ganhar dinheiro mesmo, não era uma tremenda preocupação”<sup>22</sup>.

Independente das diferenças no projeto pessoal de cada fundador, o tabloide<sup>23</sup> foi consumado e batizado. Depois de várias sugestões, eles decidiram lançar o jornal com um nome que representasse o afeto habitual do torcedor pelo clube, como explicou Pedro Autran: “‘Coração’, porque é o coração do torcedor que bate pelo time dele, ‘cor’ e ‘ação’, se divide em duas palavras e uma delas é agir, e ‘cor’ é uma coisa que está muito presente no futebol, em todas essas torcidas, além de ‘cor’ de *Corinthians*”<sup>24</sup>. Elói Gertel completou: “Achamos que ‘Coração’ retratava melhor o que o corintiano estava sentindo, depois de tantos anos sem título e com tanta paixão, superando todas as gozações. Uma torcida fiel”<sup>25</sup>.

A palavra ‘Coração’ favoreceu a construção de uma identidade gráfica, pois a primeira letra ‘o’, na capa, foi estilizada com dois remos e uma âncora em vermelho, sugerindo a estética do distintivo oficial do *Corinthians*.

<sup>21</sup> Entrevista de Edison Scatamachia ao autor, São Paulo, 23/11/2013. (p. 194)

<sup>22</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 25/11/2013. (p. 230)

<sup>23</sup> Segundo Dines: “O tabloide é seletivo e sintético, próprio talvez para jornais semanais [...]” (1986, p. 101).

<sup>24</sup> Entrevista de Pedro Autran ao autor, São Paulo, 15/12/2013. (p. 283)

<sup>25</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 249)



Fac Simile 1 - Cabeçalho do Jornal 'Coração'

O semanário, cuja proposta era ser porta-voz do torcedor do time do Parque São Jorge, de mosqueteiro para mosqueteiro, curiosamente, não foi produzido somente por jornalistas alvinegros. A direção era composta pelos corintianos Elói Gertel, Otacílio do Carmo e Pedro Autran; pelos são-paulinos Tim Teixeira e João Prado; pelo o palmeirense Edison Scatamachia. O palestrino Scatamachia revelou que a diferença clubística foi administrada com espírito esportivo: “Na primeira reunião nós chegamos a uma conclusão: os que não eram corintianos não se metiam na parte do conteúdo do jornal, na parte editorial”<sup>26</sup>. A primeira providência foi a distribuição de tarefas entre os sócios: João Prado na parte de captação financeira e administração geral; Tim Teixeira na edição, criação gráfica e texto final; Elói Gertel na pauta, redação e editorial; Pedro Autran e Otacílio do Carmo na redação e reportagem, e Edison Scatamachia na organização de eventos.

Em relação ao clubismo, é interessante acrescentar que os jornalistas fundadores não-corintianos do ‘Coração’ revelaram ter sofrido apenas pequenos contratemplos com a decisão de “vestir” a camisa e gerenciar um semanário destinado a uma equipe adversária. Para João Prado, o compromisso profissional superou a questão clubística: “Eu sempre me identifiquei como são-paulino. Lá, era um empreendimento comercial, o meu sentimento era diferente”<sup>27</sup>. Já Tim Teixeira sofreu uma leve pressão familiar: “A única pessoa que me fez uma provocação foi o meu irmão que também era são-paulino. Ele falou assim: ‘Puxa vida, a última pessoa que eu imaginei que fosse fazer um jornal do *Corinthians* era você”<sup>28</sup>. A história de Edison Scatamachia é semelhante, porém, teve maior repercussão, motivada pela capa de um exemplar que zombou a torcida do *Palmeiras*: “O meu pai ficou chateado com essa história do porco e eu fui considerado “persona non grata” no *Palmeiras* [...]”<sup>29</sup>.

<sup>26</sup> Entrevista de Edison Scatamachia ao autor, São Paulo, 13/08/2013. (p. 153)

<sup>27</sup> Entrevista de João Prado ao autor, São Paulo, 27/12/2013. (p. 293)

<sup>28</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 25/11/2013. (p. 245)

<sup>29</sup> Entrevista de Edison Scatamachia ao autor, São Paulo, 23/11/2013. (p. 211)

O jornalista corintiano Elói Gertel, num tom chistoso, contou que no momento de pautar e escrever as matérias, mesmo os que não eram, tinham que parecer corintianos: “Era o meu momento de vingança e eu brincava, dizia pra eles: “Vocês estão se saindo muito bem como corintianos, às vezes melhor do que eu”. Posso garantir que nós não tivemos problemas nesse aspecto, porque eles realmente vestiram a camisa”<sup>30</sup>. Segundo o mosqueteiro Otacílio do Carmo, escrever no ‘Coração’ foi uma satisfação e uma forma de participar na construção da história do clube. Já Pedro Autran disse que foi possível unir o útil ao agradável:

Engraçado, você sabe que eu sou corintiano, torço até hoje pelo *Corinthians*, gosto muito do meu time, mas o meu maior prazer era fazer o jornal e melhor que fosse do *Corinthians*. Mas assim como o João, o Tim e o Edison que não eram corintianos e faziam aquilo muito bem feito, se fosse o jornal do *Santos*, eu faria do mesmo jeito. Aquilo estava sendo para mim uma coisa muito prazerosa e muito gostosa de fazer. Essa era a sensação que eu tinha e, além de tudo, se pensar hoje, era uma coisa meio ingênua, muito romântica. Nós tínhamos vinte e poucos anos todos e aquilo era uma grande família na verdade<sup>31</sup>.

Depois de definidas as funções jornalísticas e administrativas, tornou-se necessário encontrar uma sede para a empresa, que foi denominada de *Editora Tecla Comunicações Ltda.* Em junho de 1976, os jornalistas foram trabalhar nos novos prédios do *Grupo Estado*, no bairro do Limão, ao lado da Marginal Tietê. Assim, resolveram procurar uma casa perto do local de trabalho para facilitar o acesso e otimizar o tempo, pois todos iriam produzir o tabloide em período alternativo ao emprego precípuo. Nesse episódio, o grupo mostrou certa dose de ingenuidade: alugou um sobrado na Rua Padre Chico, na Vila Pompéia, a cerca de 400 metros do campo do *Palmeiras*, em território “inimigo”. Os times são rivais históricos<sup>32</sup>.

## 5.2 As primeiras batidas do ‘Coração’

O semanário chegou às bancas na manhã de 29 de outubro de 1976<sup>33</sup>, ao preço de quatro cruzeiros. No editorial, o jornal enalteceu a paixão da torcida corintiana pelo clube e declarou o compromisso do tabloide em relação aos torcedores.

Este CORAÇÃO que começa a bater agora e que estará nas bancas todas as sextas-feiras será um jornal totalmente fiel à torcida corintiana e manterá sempre um

<sup>30</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 250)

<sup>31</sup> Entrevista de Pedro Autran ao autor, São Paulo, 15/12/2013. (p. 272)

<sup>32</sup> Segundo Campos: “As rivalidades futebolísticas alimentam-se da oposição identidade/alteridade. Torcer por uma agremiação significa também torcer por todos os adversários do clube que representa a sua maior alteridade. Significa torcer pelo fracasso do seu principal oponente simbólico tanto quanto pelo próprio sucesso de seu clube”. (p. 1).

<sup>33</sup> A edição número zero foi lançada para a imprensa e agências de publicidade em setembro de 1976.

espírito independente, crítico e otimista. Cantará as vitórias explicando porque e como elas foram conquistadas; mostrará as derrotas tentando sempre apontar os caminhos certos para que elas não se repitam; não vai ter ou aceitar compromisso algum com dirigentes e cartolas (passados, presentes ou futuros) [...] Será, como todo corintiano, fiel dentro ou fora do campo, não importando a cor, raça, a política ou a religião. Suas páginas estarão sempre abertas aos corintianos e suas palavras serão sempre respeitadas. CORAÇÃO nasce sabendo que ser corintiano é uma carteira de identidade que foi, permanece e será sempre ostentada com muita fé e orgulho. (Edição nº 1, 29/10/1976, p. 2).

Os exemplares de estreia foram calorosamente disputados pelos leitores na primeira semana. A tiragem do primeiro número foi de 20 mil unidades, insuficiente, deixando muitos corintianos inconformados, como revelou o editorial da edição nº 2, de 05 de novembro de 1976.

As bancas de jornais do meu bairro não têm mais CORAÇÃO. Como eu faço para conseguir um? Eu estou telefonando do Rio e quero saber o que faço para assinar o Coração. Por que vocês não imprimiram um número maior de exemplares? Eu não consegui achar mais CORAÇÃO. Na redação de CORAÇÃO, sexta feira à tarde, o telefone não parava de tocar. Dezenas de torcedores telefonavam apenas para cumprimentar, centenas para reclamar que nas bancas de seus bairros o jornal estava esgotado [...] Nas agências da Distribuidora Abril, à tarde, formavam-se até filas de jornaleiros procurando mais exemplares. A corrida pelo CORAÇÃO começou muito cedo, ainda nas impressoras de o Estado de S. Paulo [...] No centro da cidade, zona leste e na maioria dos bairros, a procura por CORAÇÃO era intensa e jornaleiros não venciam os pedidos. Alguns chegaram a telefonar para Dagmar e Casarim, responsáveis pela Distribuidora Abril, ameaçando-os se não conseguissem mais exemplares para os corintianos que cercavam as suas bancas. [...] Por isso, CORAÇÃO está dobrando a sua tiragem. (p. 2).



Fac Simile 2 - Capa da edição nº 01 do jornal 'Coração'

O entusiasmo do público leitor em relação ao semanário pode ser mensurado por meio da quantidade de cartas recebidas pela redação do jornal e pelo discurso das mesmas que foram divulgadas na seção de Cartas. Nas dez edições iniciais, os depoimentos revelaram a empolgação e a solidariedade dos leitores, que se referiam ao 'Coração' como: "nosso jornal", "um produto de corintiano para corintiano" e "um representante da família corintiana". Os textos eram sempre otimistas e elogiosos. Assumido o papel de porta-voz da torcida corintiana, o jornal estabeleceu um diálogo com os leitores, que se materializava nas seções de Cartas:

CORAÇÃO, com que dificuldade consegui encontrar nesta manhã o nosso jornal. Que alegria quando comecei a ler. Tudo sobre o nosso glorioso Coríntians. Sou sócio do Coríntians há 27 anos e faço votos que CORAÇÃO continue eternamente, semanalmente em todas as bancas de jornais. Quero continuar procurando em todas as bancas e tenho certeza que o jornal está vendendo horrores. Gassan Izar, Capital. (Edição nº 3, 12/11/1976. P. 2).



Que bom que o CORAÇÃO está batendo forte igual aos nossos. Foi uma alegria, uma satisfação que só nós, coríntianos, sentimos quando vimos CORAÇÃO nas bancas. Obrigado, de todo o coração. Todas as matérias estão perfeitas e quanto mais eu leio, mais quero ler. Não dá para aumentar o número de páginas? Jaime Corrêa, Capital. (Edição nº 4, 19/11/1976, p. 2).

Estava faltando a nós um jornal ou uma revista que nos desse informações mais íntimas do grande clube do povo, quer queiram ou não. Espero que CORAÇÃO seja o início de uma nova era para o informativo do Coríntians e que na continuação venha falar de perto ao nosso coração. Nelson Mandergan, Mirassol. (Edição nº 5, 26/11/1976, p. 2).

Justamente na boa hora em que nosso alvinegro precisava de um estímulo extraordinário, aconteceu o CORAÇÃO. Não é preciso dizer mais nada, vocês têm a alma e o corpo do corintianismo. Muito sucesso é o que lhes desejo com todo amor de corintiano. Oswaldo Venudo Júnior, Vila Ré, capital. (Edição nº 6, 03/12/1976, p. 2).

Fiquei muito contente quando vi CORAÇÃO pela primeira vez nas bancas e agora a grande família corintiana sente-se muito feliz por ter seu próprio jornal. Desejo que o CORAÇÃO cresça a cada dia e possa servir e encher de alegria essa imensa torcida que é o coração que aciona o futebol brasileiro e que dá a cada jogo uma lição de amor e fidelidade. Obrigado CORAÇÃO. Reinaldo Gavasso Araujo, Santana, Capital. (Edição nº 8, 17/12/1976, p. 2).



Fac Simile 3 - Página 2 da edição nº 05 do jornal 'Coração'

Os sócios, estimulados pelas mensagens recebidas, decidiram dobrar a tiragem do segundo número. Como registrou o expediente de 05 de novembro de 1976, o jornal circulou nessa semana com um total de 40 mil exemplares.

Nessa mesma edição, o jornal repercutiu a cobertura de seu próprio lançamento pela imprensa. *Coração* foi notícia no *Jornal Nacional*, *Redação Esporte da TV Tupi*, no *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *Última Hora*, *Diário da Noite*, *Popular da Tarde* e na *Revista Placar*. A *Gazeta Esportiva* exaltou: “Já esgotado em algumas bancas, circula desde ontem o jornal ‘Coração’, dirigido à torcida corintiana. Fundado, feito e dirigido exclusivamente por jornalistas, o jornal pretende ser um órgão fiel à torcida do Corinthians”. (Edição nº 2, 05/11/1976, p. 2).

### 5.3 ‘Coração’: Independente e Provocativo

O grupo fundador optou por lançar um jornal editorialmente independente, sem se beneficiar ou sofrer influência política e administrativa do *Sport Club Corinthians Paulista*. Assim, os jornalistas poderiam escrever livremente, respeitando o compromisso de atuar como representantes da torcida corintiana.

A contenda pelo comando da direção do Parque São Jorge nem sempre ocorria num ambiente de paz, a rivalidade causava, costumeiramente, um debate nada cordial, como afirmou Elói Gertel:

O *Corinthians* tinha uma briga política terrível na época entre grupo de Wadih Helú, grupo de Vicente Matheus, grupo que não estava nem com Wadih Helú, nem com Vicente Matheus, e decidimos: “Não queremos ser de grupo nenhum, queremos ser independentes, queremos ser um jornal da torcida”. Isso marcou o jornal, fomos independentes, sempre pudemos apoiar quem achávamos que tinha razão no momento; apoiar ou não quem tinha razão sobre determinado fato, mantendo a neutralidade<sup>34</sup>.

Assim, era comum o jornal publicar matérias criticando o elenco ou a direção do clube, que na época tinha como presidente o popular Vicente Matheus. Para Tim Teixeira, a independência foi o grande diferencial do ‘Coração’: “A gente não queria ter nenhuma vinculação com o clube e nunca aceitamos nenhum apoio por parte do *Corinthians*, nunca recebemos nada”<sup>35</sup>. Otacílio do Carmo, responsável pela redação, escrevia seus textos

<sup>34</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 248)

<sup>35</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 06/08/2013. (p. 148)

livremente, desaprovando a equipe quando necessário: “Eu fazia uma resenha do jogo, comentando, daí eu ‘descia o pau’ se a coisa não estivesse bem. Não era ligado ao Clube. Nada de bajular presidente”<sup>36</sup>. A postura editorial incomodou o presidente Vicente Matheus. Edison Scatamachia lembrou uma passagem ocorrida com o dirigente alvinegro, que ilustra o jeito peculiar e anedótico do dirigente, comportamento que foi constantemente usado pelo próprio e reforçado pela mídia. Em uma tarde, Matheus apareceu na redação do *Jornal da Tarde* e foi tirar satisfação com os responsáveis do ‘Coração’:

Eu estava sozinho lá, Seu Vicente chegou à mesa, se apresentou: “O senhor é sócio deste jornal, Coração corintiano?” (sic) Sou sim Seu Matheus. “Eu vim saber quanto vocês querem no jornal porque eu vou comprar.” Por que senhor Matheus? O jornal não está venda. “É que vocês ficam dando notícia que eu não gosto.” O jornal não está à venda. “Não meu filho, eu quero comprar, eu vou publicar o jornal, vocês ficam dando notícia que eu não gosto.” Aí, quando eu falei para ele, infelizmente o jornal não está à venda, ele virou para mim e falou assim: “Então vocês estão proibidos de entrar no Parque São Jorge.” Eu falei: “Que bom Seu Matheus, que legal isso pra gente, por que se você proibir a gente de entrar, nós vamos ganhar muito mais força, daí que nós vamos nos tornar um jornal independente e os corintianos vão acreditar naquilo que a gente escreve”. Ele respondeu: “Ah, então vocês podem entrar sim!”<sup>37</sup>.

A atitude de independência não desagradou somente ao presidente Vicente Matheus: outros conselheiros também ficaram magoados com as críticas recebidas e a falta de apoio político dos fundadores do ‘Coração’.

Nos primeiros meses de vida do tabloide, empresários ligados à direção do clube, postulantes a uma eleição próxima, investiram em propaganda nas páginas do jornal corintiano. Em pesquisa realizada nas dez primeiras edições, observou-se a inserção de publicidade das lojas Marisa (5 vezes), das embalagens metálicas Luiz Pasqua S.A. (2 vezes) e da pedreira São Matheus S.A. (1 vez), empresas que pertenciam respectivamente a Bernardo Goldfarb, Roberto Pasqua e à família Matheus.

Na edição de nº 13, de 28 de janeiro de 1977, a redação do jornal publicou uma matéria apresentando os quatro candidatos à presidência do clube, cuja eleição aconteceria em abril daquele ano. Na edição de nº 15, de 11 de fevereiro de 1977, saiu um novo artigo com o seguinte título “Todo mundo está ganhando as eleições (só o Corinthians está perdendo)”. Nele, em tom crítico, o jornal fez uma avaliação dos então candidatos: Vicente Matheus, Isidoro Matheus, (na época inimigo político do irmão Vicente), Roberto Pasqua e Bernardo Goldfarb. E na edição de nº 24, de 24 de março de 1977, ‘Coração’ informou que por meio de uma eleição apertada, Vicente Matheus havia sido eleito presidente do *Corinthians*. Em uma

<sup>36</sup> Entrevista de Otacílio do Carmo, São Paulo, 13/08/2013. (p. 168)

<sup>37</sup> Entrevista de Edison Scatamachia ao autor, São Paulo, 13/08/2013. (p. 160)

pesquisa global no jornal, constatou-se que após a edição de nº 11, de 14 de janeiro de 1977, nenhuma outra propaganda das empresas dos dirigentes corintianos foi inserida nas páginas do ‘Coração’.

Tim Teixeira relatou um fato que reforça a postura de independência do tabloide e que elucida pontualmente a relação do jornal com os anunciantes ligados à direção do clube:

Teve até um fato interessante: numa eleição no *Corinthians*, tinha um candidato, conselheiro, o Bernardo Goldfarb, que queria ser presidente. Mas, quem fez contato foi o filho dele. Eles eram donos da Loja Marisa. Começaram colocando anúncios no jornal, tudo bem. Mas num certo instante, chegaram a propor que a gente trabalhasse para a candidatura deles e aí a gente caiu fora: “Não tem isso daí. A ligação que vocês podem ter com o jornal é botar o anúncio. Mas, a colocação dos anúncios não significa nada.” Tanto é que depois de um tempo eles tiraram os anúncios. Eles queriam até financiar o jornal, dar um suporte financeiro, mas a gente não aceitou. Tinham alguns conselheiros que eram corintianos, que gostavam do jornal e inseriam anúncios<sup>38</sup>.

Pedro Autran passou por uma situação semelhante, também motivada pela disputa eleitoral à presidência do *Corinthians*. Um candidato que concorreu essa mesma eleição foi cobrar os laços de amizade da família com o jornalista:

Durante a época do jornal, teve uma eleição no *Corinthians* para presidente. Aí, o Elói resolveu fazer uma matéria, analisando os quatro candidatos, o que eles já tinham feito pelo *Corinthians*, o programa deles e tudo... e chegou à conclusão de que nenhum dos quatro servia. E eu lembro que o Dr. Roberto Pasqua, grande figura, uma ótima pessoa; eu tinha estudado com os filhos dele no Colégio Santo Américo. Aí um dia ele apareceu lá e falou “Pedro, por quê? Você me conhece, você sabe que..., por que vocês estão fazendo isso comigo?”. “Não doutor, a matéria era sobre os quatro, o repórter que fez a matéria chegou à conclusão de que o programa de nenhum dos quatro serve para o *Corinthians*.”. Daí, ele saiu de lá mais conformado<sup>39</sup>.

Além da independência, ‘Coração’ assumiu uma atitude provocadora em relação aos adversários. O *slogan* adotado exemplifica: “O jornal da maior torcida do Brasil”. Porém, a apropriação de magnitude não ficou impune. No exemplar de nº 3, de 12 de novembro de 1976, ‘Coração’ divulgou e repercutiu uma matéria publicada nas páginas da edição de outubro do tabloide mensal *Urubu!*, jornal comercial dedicado a torcida do Flamengo. A mensagem do periódico carioca ironizou a postura do ‘Coração’ e também provocou:

PERDOA, CORAÇÃO, MAIOR MESMO É O MENGÃO: Um grupo de jornalistas de São Paulo – dos bons, aliás – lançou mês passado o número experimental de um tabloide dedicado à torcida do *Corinthians*. Até aí, nada de mais. Acontece que o jornal, chamado “Coração”, teve a petulância de adotar um slogan onde diz ser “O jornal da maior torcida do Brasil”. [...] Enquanto o tão sofrido povo lá em São Paulo, tem que gritar Coríntians, no resto do Brasil a turma grita Mengô. [...] O fanatismo do corintiano não é aquele alegre, bem humorado, gozador. Afinal, nem dá,

<sup>38</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 06/08/2013. (p. 149)

<sup>39</sup> Entrevista de Pedro Autran ao autor, São Paulo, 15/12/2013. (p. 270)

coitados. Torcer por uma camisa branca, não tem nada a ver. O pobre do *Coríntians* não tem nem cor. [...] Por essas e outras tratem de mudar o slogan do jornal. É uma apropriação indébita e só por isso resolvi reclamar [...] (p. 6).

A carta do jornal *Urubu!* foi respondida pela direção do jornal no mesmo número e na mesma página. ‘Coração’ jogou na defesa e no ataque:

UM URUBU DE PAPO FURADO: O Chilique do Urubu foi tão grande, tão enorme a sua mágoa, que Coração ficou com pena, como se tivesse tirado o brinquedo das mãos de um menino. Por que tanto ódio contra nosso slogan – O jornal da maior torcida do Brasil? Só o despeito explica, pois a prova definitiva de que o Coríntians pertence a maior torcida do Brasil, está justamente na existência deste jornal. É preciso, no mínimo, um semanário para dar a esta torcida as informações que ela exige; a do Flamengo se contenta com vôos mensais (e rasantes, algumas vezes) do seu trôpego Urubu. [...] Porque a torcida do Coríntians não é apenas a maior – é, também principalmente, a melhor. Carrega o apelido de fiel, por que lota os estádios a cada semana, não importa com quem jogar [...] (p. 6).

Segundo Elói Gertel, ‘Coração’ não surgiu inspirado no *Urubu!* e considerou que o episódio foi uma polêmica saudável. O entrevero entre os jornais perdurou por algumas semanas, se estendendo até a seção de Cartas, espaço onde os torcedores do Timão puderam defender o time de coração. O jornalista alegou que o *slogan* nasceu para sustentar que o corintiano só tem um time e não dois, como alguns torcedores de outros estados do Brasil.

Os flamenguistas sempre acharam que eles têm a maior torcida do Brasil e nós sempre dissemos que não por um motivo muito simples: você ia para o nordeste e perguntava: “pra que time você torce?”, “ah, eu sou Bahia, mas no Rio, Flamengo”. Como a transmissão de futebol na época de rádio pegava o futebol carioca de Minas para cima, a influência dos times cariocas lá era maior dos que o do sul. A diferença, marcante: o torcedor corintiano lá, ele fala, “eu sou corintiano”. Bom se é assim, realmente nós somos a maior torcida<sup>40</sup>.



Fac Simile 4 - capa da edição nº 11 do jornal 'Urubu!'

<sup>40</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 253)

A linha editorial também cutucava a torcida adversária em artigos e reportagens. Até a publicidade institucional que promovia a venda de assinaturas continha uma mensagem desafiadora. Logo no primeiro número, em 29 de outubro de 1976, havia o seguinte texto:

Marque seu gol em cima dos adversários. Assine CORAÇÃO e mostre durante um ano inteiro, todas as semanas, seu exemplar aos palmeirenses, são-paulinos, santistas e lusos. Se eles ficarem com inveja, pelo fato da torcida corintiana ter seu próprio jornal, mostre que ainda é tempo de mudarem de time e também assinarem CORAÇÃO: (p. 15).

Destinado a um grupo específico de consumidores, o tabloide adotou uma postura que destoava dos outros produtos da mídia impressa esportiva da época, dedicados a diversas modalidades ou exclusivamente ao futebol. Os jornais e revistas da década de 70, como *Manchete Esportiva*, *Gazeta Esportiva*, *Placar* e os cadernos específicos dos diários de prestígio nacional, adotavam a imparcialidade como regra. Já ‘Coração’ tinha um comportamento pretensamente parcial e provocador, como justificou Elói Gertel:

Isso é típico do futebol, você não gosta de provocar o seu rival? Você na escola não tinha um amigo palmeirense que te enchia a paciência toda vez que o *Corinthians* perdia e te provocava? E você não fazia a mesma coisa com ele. Não é verdade? É o espírito do torcedor. Eu acho que a gente conseguiu captar algumas coisas no coração, das arquibancadas, das gerais, sem violência<sup>41</sup>.

Outra decisão polêmica, que gerou controvérsias, foi a grafia escolhida para o nome próprio *Corinthians*. Os fundadores resolveram acompanhar a forma adotada pelo *Jornal da Tarde* e escreveram o nome do time sem a letra ‘h’ e com acento agudo no primeiro ‘i’: “Coríntians”. Já no segundo número, cartas foram enviadas à redação reclamando da ortografia não usual, como lembrou Pedro Autran: “Foi legal porque teve uma reação grande dos torcedores, coloca o ‘h’ aí no Corinthians! [...] No começo estranharam, mas depois foi tudo bem”<sup>42</sup>. Segundo Tim Teixeira, a adoção da grafia não foi uma preocupação com o direito autoral ou de patente e revelou que uma letra a menos, no nome comprido como *Corinthians*, ajudava na diagramação do tabloide. Já Elói Gertel confessou, em tom de lamento, que esse episódio foi o único pesar que teve em toda a história do ‘Coração’: “[...] eu hoje colocaria esse ‘h’, se você perguntar qual é um arrependimento; foi não ter colocado esse ‘h’”<sup>43</sup>.

<sup>41</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 16/10/2013. (p. 184)

<sup>42</sup> Entrevista de Pedro Autran ao autor, São Paulo, 11/10/2013. (p. 176)

<sup>43</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 16/10/2013. (p. 182)

## 5.4 O perfil e a estrutura editorial do ‘Coração’

O jornal era impresso em preto e branco, habitualmente, em 16 páginas, às vezes 12 ou até 20, com 37 cm de altura por 29 cm de largura, e mancha gráfica de 34 cm de altura por 25 cm de largura; com 6 colunas de 4 cm cada. A impressão era no processo de *off-set*. A capa estampava sempre uma manchete chamativa, em letras garrafais, acompanhada de uma grande foto central, uma charge e cerca de quatro chamadas de matérias com pequenos títulos, fotos ou ilustrações.



Fac Simile 5 - Capa da Edição nº 2 do jornal 'Coração'



Fac Simile 6 - Capa da Edição nº 9 do jornal 'Coração'

Na segunda página, havia o editorial (opiniões), a seção de Cartas e o expediente. O editorial tratava de temas políticos do clube ou relacionados ao desempenho da equipe. A seção de Cartas abria espaço para a manifestação plural do leitor. O expediente trazia a escalação completa dos jornalistas, colaboradores, fotógrafos, funcionários administrativos, informações técnicas e de localização, com destaque para a identificação dos jornalistas fundadores: Tim Teixeira, diretor responsável; João Prado, diretor comercial; Edison Scatamachia, Elói Gertel, Otacílio do Carmo e Pedro Autran, diretores de redação.



Fac Simile 7 - Página 02 da edição nº 09 do jornal 'Coração'

Nas páginas seguintes, 'Coração' oferecia várias seções, que abrangiam todos os assuntos e sentidos da relação torcedor/clubes/competição. Em seções fixas e eventuais, o leitor, por meio de notícias, reportagens e entrevistas, era informado dos resultados dos jogos, opiniões e críticas sobre o time, dos "cartolas" e adversários, de pesquisas reverenciando a história e os ídolos do time, enquetes, divulgação de eventos do esporte amador, perfis das torcidas organizadas e de celebridades identificadas com o *Corinthians*. As seções mais regulares foram: Opiniões, Cartas, Arquivo, Os últimos jogos, Nossos jogadores, Nossos adversários, Amadores, Torcida, Gente corintiana, Agenda corintiana e "Corintestes".

O discurso gráfico era dinâmico e criativo, com liberdade na elaboração das páginas, determinado pela proposta textual e visual do exemplar da semana. Assim, as colunas podiam variar de comprimento e largura, de acordo com a quantidade de fotos, charges e publicidade. Os textos publicados no formato de artigos, editoriais, reportagens e cartas tinham diversos tamanhos, com corpos de 6/6 a 12/12. Na edição de estreia, de 29 de outubro de 1976, por exemplo, podemos encontrar matérias com 27, 50, 77, 92, 64 a 222 linhas, que eram distribuídas normalmente em colunas de 4 cm, mas, às vezes, de 6, 7 e 8 cm.

As fotos eram publicadas sempre como complemento da matéria editada ou com o objetivo de ambientar a notícia, ilustrando transições de uma partida de futebol ou as expressões de jogadores, torcedores e entrevistados. As charges tinham, na maioria das vezes, a função de reforçar uma matéria opinativa ou uma reportagem e eram providas de liberdade,



às vezes soltas, representando um argumento próprio com imagem e texto ou somente imagem.



Fac Simile 8 - Páginas 08 e 09 da edição nº 01 do jornal 'Coração'

Por meio de uma análise quantitativa, tendo como objeto as dez edições eleitas, de nº 1 a nº 10, constatou-se uma publicação média de 29,9 fotos por exemplar. A edição com maior número foi a de nº 1, com 45 fotos, e a menor, a de nº 9, com 8. As fotos publicadas eram de dimensões variadas. Tendo como parâmetro a edição de estreia, de 29 de outubro de 1976, as fotos mediam em centímetros: 3,5 x 3,5; 4 x 4; 4 x 6; 5 x 4; 5 x 8; 5 x 17; 5 x 4; 7 x 10,5; 6 x 4; 6,5 x 21; 7,5 x 12,5; 8 x 4; 8 x 19; 8,5 x 12,5; 16 x 25; 17 x 13,5; 19 x 12 e 19 x 27.

Em relação à charge, o levantamento quantitativo, também nas dez primeiras edições, apontou uma média de 2,3 charges por edição, tendo a nº 10, sete charges e outras quatro edições, apenas uma imagem. Para exemplificar a diversidade de tamanhos das charges, selecionou-se a edição de nº 07, que apresentou o maior número de ilustrações: 8 cm x 14 cm; 6 x 11; 14 x 6,5; 6 x 7; 9 x 11,5; 7 x 10 e 7 x 7.

O jornal também abriu espaço para as tiras em quadrinhos, que começaram a surgir a partir da edição nº 5. Até a edição nº 10, foram impressas seis bandas desenhadas, com média de uma tira por exemplar. A quantidade de quadrinhos variava entre duas a 25 bandas desenhadas para cada historinha. Na edição com maior aparição do gênero, a de nº 05,

encontrou-se tiras de tamanhos diversos, em centímetros: 4 x 13; 4,2 x 4,2; 4,2 x 4; 4,2; 8,5; 4,2 x 6,5 e 6,5 x 5,5.

Edições	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
Número de páginas	16	16	16	16	20	16	16	16	12	12
Fotos	45	43	40	35	33	30	19	28	08	18
Charges	01	01	05	01	01	02	02	00	03	07
Tiras em quadrinhos	00	00	00	00	03	01	01	01	00	01

Quadro 3 - Quadro com números de fotos, charges e tiras em quadrinhos por edição

Abaixo, uma amostra da diversidade de ilustrações: fotos, charge e tira em quadrinhos num mesmo artigo, reforçando o contexto da mensagem.



Fac Simile 9 - Páginas 08 e 09 da edição de nº 07 do jornal 'Coração'

## 5.5 As seções do ‘Coração’

O conteúdo apresentado pelo jornal, por meio de suas seções fixas, contemplou temas diversos: críticos e polêmicos ou ligados ao entretenimento, a memória e a vida esportiva e social do clube.

A seção “Opiniões”, na forma de editorial, tratava de temas ligados, internamente ou externamente, ao clube, com destaque para a política desportiva, principalmente em relação à organização e à conduta das federações paulista e nacional. O espaço também era utilizado para cobrar os dirigentes, a evolução e a *performance* da equipe do Parque São Jorge.

A seção “Cartas” representava a voz do leitor. Homens e mulheres, de diversas idades, tinham a oportunidade de estabelecer um breve diálogo com o jornal, pois todas as cartas eram respondidas. Os textos eram normalmente elogiosos, demonstravam solidariedade e alegria pela criação e manutenção do jornal. Alguns usavam o espaço para oferecer sugestões editoriais e, outros, para desabafar contra a campanha do time ou a direção do clube. O volume recebido era significativo, como registrou a própria redação em um comentário na edição nº 8, de 17 de dezembro de 1976: “Temos recebido mais de 50 cartas por semana”. Na edição seguinte, de nº 9, de 31 de dezembro de 1977, outro comentário reforçou a quantidade das missivas:

Queremos mais uma vez pedir calma aos leitores que escrevem ao Coração. Nunca vimos tantas cartas em nossas vidas, se publicássemos todas as que chegam semanalmente, elas ocupariam metade do jornal, mas prometemos: continuaremos respondendo a todas as cartas, pela ordem de chegada, e queremos receber sempre mais cartas. (p. 2).

O jornal publicava por edição seis cartas em média, oriundas de várias cidades, principalmente da capital, mas também de grande número do interior paulista e até de outros Estados. Em uma ordem quantitativa, no período pesquisado, das edições de nº 1 ao nº 10, podemos citar as cidades de São Paulo, Santo André, Taubaté, Mogi das Cruzes, Tietê, Franca, Araraquara, Palmital, Pirapozinho, Mirassol, Osasco, Guarulhos, São Caetano, São Bernardo do Campo, Itanhandu (MG), Parnaíba (MT), Blumenau (SC) e Curitiba (PR). Também no período pesquisado, foram publicadas 58 cartas, tendo a capital como maior remetente, somando 34 cartas e a cidade de Santo André com quatro.

“Arquivo” foi a única seção assinada: a pesquisa e o texto eram de responsabilidade do experiente jornalista Solange Bibas. O espaço era reservado aos saudosistas, pois relembrava histórias de títulos conquistados, de jogos inesquecíveis e curiosidades em geral.

A seção “Nossos ídolos”, também era destinada à história do clube, mas com a proposta de lembrar os grandes jogadores que vestiram a camisa alvinegra, como: Neco, Gilmar, Teleco e Domingos da Guia.

### ARQUIVO

(de Solange Bibas)

**Valei este aniversário**

Hoje faz 70 anos que a história do futebol do Corinthians se inicia com o jogo entre o clube e o Fluminense em 1913, no Estádio de São Paulo, com 10 jogadores de cada time.

**70 Anos de História**

O primeiro jogo do futebol do Corinthians foi em 1913, no Estádio de São Paulo, com 10 jogadores de cada time.

**70 Anos de História**

O primeiro jogo do futebol do Corinthians foi em 1913, no Estádio de São Paulo, com 10 jogadores de cada time.

**Neco**

Um dos maiores jogadores da história do futebol brasileiro, Neco jogou por vários clubes e se tornou um ídolo do povo.

**70 Anos de História**

O primeiro jogo do futebol do Corinthians foi em 1913, no Estádio de São Paulo, com 10 jogadores de cada time.

**70 Anos de História**

O primeiro jogo do futebol do Corinthians foi em 1913, no Estádio de São Paulo, com 10 jogadores de cada time.

**70 Anos de História**

O primeiro jogo do futebol do Corinthians foi em 1913, no Estádio de São Paulo, com 10 jogadores de cada time.

### NOSSOS ÍDOLOS

## NECO

**NECO**

Um dos maiores jogadores da história do futebol brasileiro, Neco jogou por vários clubes e se tornou um ídolo do povo.

**70 Anos de História**

O primeiro jogo do futebol do Corinthians foi em 1913, no Estádio de São Paulo, com 10 jogadores de cada time.

**70 Anos de História**

O primeiro jogo do futebol do Corinthians foi em 1913, no Estádio de São Paulo, com 10 jogadores de cada time.

**70 Anos de História**

O primeiro jogo do futebol do Corinthians foi em 1913, no Estádio de São Paulo, com 10 jogadores de cada time.

**70 Anos de História**

O primeiro jogo do futebol do Corinthians foi em 1913, no Estádio de São Paulo, com 10 jogadores de cada time.

Fac Simile 10 - Seção Arquivo (Edição. nº 2)

Fac Simile 11 - Seção Nossos Ídolos (Edição nº 9)

A seção “Os últimos jogos” informava e comentava os confrontos do time corinthiano no campeonato. O jornal, nesse momento, se aproximava do ofício da imprensa esportiva diária, oferecendo ao leitor a cobertura do “dia” anterior, dos jogos do fim e do meio de semana. Os jogos de quinta-feira ficavam comprometidos, pois o jornal rodava na sexta-feira pela manhã. Na edição de nº 3, de 12 de novembro de 1976, na seção de cartas, um leitor reclamou da ausência da cobertura do jogo de quinta-feira e teve a seguinte resposta da redação:

E a explicação é simples: por problemas técnicos, de impressão e distribuição é impossível a CORAÇÃO ir para as rotativas na quinta-feira à noite. Nosso último prazo vai até a manhã de quinta-feira, única forma de o leitor ter seu jornal em todas as bancas da cidade na sexta-feira, bem cedinho. (p. 2).

A seção “Nossos jogadores” mostrava os atletas que defendiam a camisa do Corinthians na época. Em forma de artigo, subsidiada por entrevistas, a seção apresentava depoimentos do jogador eleito para ser divulgado na semana. O texto trazia o perfil do

jogador, suas avaliações, previsões, opiniões e histórias de vida e da trajetória do atleta no futebol. Servia também para apresentar ao leitor as novas contratações do clube. Participaram da seção os jogadores: Romeu, Luciano, Neca, Zé Eduardo, Russo e Vladimir.



Fac Simile 12 - Seção Os últimos Jogos (Edição Nº 2)



Fac Simile 13 - Seção Nossos Jogadores (Edição nº 5)

A seção “Nossos adversários” apresentava histórico da campanha, análise tática do time adversário e a atuação de alguns jogadores. Também destacava os pontos fortes e vulneráveis das equipes e comentava como o esquete corintiano deveria jogar para vencer a próxima partida.

A seção “Torcida” exibia, a cada edição, um grupo organizado de torcedores do time. A matéria, ilustrada com fotos, estampava uma ficha técnica com o nome do presidente, a data de fundação, números de sócios, endereço da sede, preço da mensalidade e atividades sociais. Mostrava também algumas curiosidades e a relação das organizadas com a direção do clube. Editorialmente, o jornal assumiu claramente a intenção de estimular a criação de novos grupos organizados, e quando consumados, eram divulgados efusivamente na seção apropriada. Em ordem de publicação, nas primeiras edições, foram registradas as torcidas: Gaviões da Fiel, Camisa 12, Coração Corintiano, Toco, Povão e Mosqueteiros do Timão.



Fac Simile 14 - Seção Nossos Adversários (Edição nº 6)



Fac Simile 14 - Seção Torcida (Edição nº 1)

Embora a política editorial do jornal fosse independente, nas seções “Agenda corinthiana” e “Amadores”, ‘Coração’ se aproximava do clube, auxiliando na divulgação e na cobertura de eventos. Em formato de coluna, o jornal datava os acontecimentos sociais, culturais e esportivos, principalmente, do esporte amador. Na seção “Amadores”, em página inteira, o ‘Coração’ destacava os eventos e noticiava os resultados do esporte amador do *Corinthians*: futebol de campo, basquete, natação, remo, handebol, boxe, vôlei, judô, boliche, tamboreu, peteca, bocha, atletismo, tênis de mesa e futebol de salão.

“Corintestest” é um neologismo criado para denominar a seção destinada ao entretenimento. Nela, o leitor podia passar o tempo respondendo perguntas sobre o time, avaliar seu conhecimento com os testes de foto e esquentar a cabeça com jogos como sete erros e labirinto.

amadores

## Corinthians, bicampeão de remo. Só depende da CBD

Apresentamos  
corintianos



Os atletas corintianos de remo conquistaram o bicampeonato em 1976 e 1977. O sucesso depende da CBD, pois a Federação Brasileira de Canoas (FBC) não possui uma equipe nacional de alto nível. O time corintiano é formado por atletas que treinam no clube e competem em eventos nacionais e internacionais. O sucesso depende da CBD, pois a Federação Brasileira de Canoas (FBC) não possui uma equipe nacional de alto nível. O time corintiano é formado por atletas que treinam no clube e competem em eventos nacionais e internacionais.

### Meninos, campeões de muita raça.

Os atletas corintianos de remo conquistaram o bicampeonato em 1976 e 1977. O sucesso depende da CBD, pois a Federação Brasileira de Canoas (FBC) não possui uma equipe nacional de alto nível. O time corintiano é formado por atletas que treinam no clube e competem em eventos nacionais e internacionais. O sucesso depende da CBD, pois a Federação Brasileira de Canoas (FBC) não possui uma equipe nacional de alto nível. O time corintiano é formado por atletas que treinam no clube e competem em eventos nacionais e internacionais.

CORACAD - 1

Fac Simile 16 - Seção Amadores (Edição nº 6)

corintistas

## Seis perguntas Tema: um jogo com o Inter.



Seis perguntas Tema: um jogo com o Inter. O jogo será realizado em São Paulo, no Estádio do Morumbi, às 20h30. O Corinthians enfrentará o Inter de Limeira. O jogo será transmitido em TV. O jogo será realizado em São Paulo, no Estádio do Morumbi, às 20h30. O Corinthians enfrentará o Inter de Limeira. O jogo será transmitido em TV.

### D jogo dos sete erros

Seis perguntas Tema: um jogo com o Inter. O jogo será realizado em São Paulo, no Estádio do Morumbi, às 20h30. O Corinthians enfrentará o Inter de Limeira. O jogo será transmitido em TV. O jogo será realizado em São Paulo, no Estádio do Morumbi, às 20h30. O Corinthians enfrentará o Inter de Limeira. O jogo será transmitido em TV.

### ASSINATURA

Nome \_\_\_\_\_ Nº \_\_\_\_\_

Endereço \_\_\_\_\_

Cidade \_\_\_\_\_ Estado \_\_\_\_\_

Assinatura \_\_\_\_\_

CORACAD - 1

Fac Simile 17 - Corintistas (Edição nº 4)

“Gente corintiana” destacava, sobretudo, as celebridades femininas que torciam ou tinham simpatia pelo *Corinthians*. Participaram da seção Pepita Rodrigues, Sonia Braga, Regina Duarte, Zélia Martins, Rita Lee, Marly de Fátima, Therezinha Sodré e Nadir Fernandez. Em texto leve e desprezioso, as convidadas falavam da carreira e da relação com o time alvinegro.



Fac Simile 18 - Seção Gente Corinthiana (Edição nº 8)



Fac Simile 19 - Seção Gente Corinthiana (Edição nº 3)

Em relação aos critérios de noticiabilidade, o jornalista Elói Gertel explicou como era elaborada a pauta de atualidade, tanto nas seções permanentes, como nas matérias com retrancas temporais.

Tudo do universo corintiano. Primeiro o atual: “Como é que está o time?”, “o que aconteceu na semana que passou?”, “o que vai acontecer nessa semana?”, “qual a expectativa que a gente têm para o próximo jogo?”, “o que está bom?”, “o que está ruim?”, “como é que a gente pode tratar esse assunto?”, “quem merece o perfil essa semana?”, “o que o torcedor quer saber mais sobre esse ou aquele jogador?”, o jogador foi mal “Por que ele foi mal?”, o jogador foi muito bem, então vamos contar a história desse cara, “o que mudou de uma semana para outra?”, “o que ele está treinando?”, “como é que ele está evoluindo?”. Isso no futebol. E com menor ênfase, mas acompanhando também as outras atividades em que o *Corinthians* estava envolvido e que despertavam alguma atenção da torcida<sup>44</sup>.

<sup>44</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 252)



## 5.6 A linguagem do ‘Coração’

Os textos do ‘Coração’ eram escritos, quase sempre, em primeira pessoa do plural, uma estratégia adotada pela redação com o objetivo de assumir o papel de porta-voz da massa alvinegra. Segundo Elói Gertel: “tinha que ser uma linguagem coloquial, sempre como um corintiano escrevendo para outro corintiano”<sup>45</sup>. No mesmo sentido, Otacílio do Carmo afirmou que a proposta era valorizar o torcedor e o clube, criando uma identidade própria. O jornal se expressaria como o torcedor, nas menções ufanistas ou nas eventuais críticas. Os dois fragmentos abaixo, que abordam o desempenho do time, reforçam a proposta da linguagem:

As três últimas batalhas que vencemos serviram como mais um exemplo para todos os que duvidam da força do Coríntians e de sua torcida. Mas serviram como uma lição a nos mesmos, para ser recebida e meditada com muito carinho. [...] Não queremos que os muitos exemplos dessa lição sejam, mais uma vez, apenas passageiros. Preferimos acreditar que ela está sendo bem pensada, apreendida e que será cultivada ainda com mais amor e carinho domingo, em Recife, e depois nos jogos finais desse Campeonato Brasileiro. Que a alegria do povo seja levada até o fim, para vencermos não batalhas, mas a guerra. (Edição nº 5, 26/11/1976, p. 2, no editorial: “A boa lição que devemos seguir”).

O torcedor corintiano que foi ao Morumbi ver nosso time vencer o Palmeiras teve bons motivos para sair do estádio aborrecido com o empate sem gols. Afinal, seu adversário, campeão paulista, tratado como um time perigoso pela imprensa, não mostrou absolutamente nada além de um bom goleiro e um esquema tímido, medroso demais. Mais uma vez atacamos, tivemos um bom começo, dominamos a maior parte do jogo, sentimos que pelo menos dois pontos poderiam ser conquistados sem grandes dificuldades, mas o gol acabou não saindo. Por isso nossos torcedores saíram aborrecidos do estádio (Edição nº 3, 12/11/1976, p. 5, na seção nossos adversários: “A vitória que deixamos escapar”).

A linguagem do semanário era diversa, em um mesmo exemplar, poderia se apresentar de forma objetiva, simples e direta ou criativa, persuasiva e adjetivada. O repertório vocabular grafado era típico do torcedor habitual e as construções gramaticais respeitavam as normas da língua portuguesa. Os textos eram de tamanhos diversos: alguns curtos, de até dez linhas, e outros de página inteira, com mais de 200 linhas. Alguns artigos eram extensos e aprofundados, outros breves e leves, pertinentes ao objetivo da mensagem e a temática abordada.

---

<sup>45</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 264)



Fac Simile 20 - Páginas 10 e 11 da edição de nº 07 do jornal 'Coração'

Para Otacílio do Carmo, a linguagem do tabloide foi influenciada pelo *Jornal da Tarde*<sup>46</sup>, espaço de sociabilidade e de trabalho da maioria dos fundadores: “O pessoal do *Jornal da Tarde* cuidava mais da qualidade do texto, que deveria ser simples e direto. A linguagem do ‘Coração’ foi meio que assimilada pela linguagem que o próprio *JT* trouxe para a imprensa na época”<sup>47</sup>.

Pedro Autran, que também foi responsável direto pela criação e produção dos textos jornalísticos, confirmou a influência do *Jornal da Tarde* na linguagem e reforçou a qualidade do texto, apesar da simplicidade.

Frases bem curtas, texto bem diferenciado e foi interessante por que apesar de ter um texto, que não era, digamos, popularesco, era de boa qualidade e bem inteligível, dentro da linha do *Jornal da Tarde*, mas até um pouco mais simplificado. A gente queria ser bem entendido, mas escrever bem ao mesmo tempo<sup>48</sup>.

<sup>46</sup> O *Jornal da Tarde* nasceu em 04 de janeiro de 1966. O vespertino, do *Grupo Estado*, apresentou inovações na diagramação e no tratamento dos textos. A programação visual era criativa, com capas ousadas, profusão de fios, espaços brancos, e charges e fotos que ocupavam uma página inteira. A equipe, formada por jovens jornalistas, se dedicava a feitura de matérias investigativas, com textos longos e o emprego de técnicas literárias. Segundo Beltrão, o jornal (1980, p. 55): “Oferece diferentes ângulos de visão da situação, complementa-as com históricos depoimentos, dados estatísticos, documentário fotográfico, outras ilustrações, enquadramentos ideológicos, prognósticos.” O *Jornal da Tarde* circulou por 46 anos e encerrou a atividade em 31 de outubro de 2012.

<sup>47</sup> Entrevista de Otacílio do Carmo ao autor, São Paulo, 13/08/2013. (p. 168)

<sup>48</sup> Entrevista de Pedro Autran ao autor, São Paulo, 11/10/2013. (p. 174)

O jornalista completou o pensamento revelando que, além da tradicional redação esportiva, foi possível experimentar algumas construções: “O texto do *Jornal da Tarde* ficou famoso por seguir talvez o *new journalism*<sup>49</sup> e ter aquela coisa de fazer uma linguagem diferenciada, uma linguagem literária e contar fatos reais ao mesmo tempo, notícia e informação”<sup>50</sup>. O jornalista Tim Teixeira revelou que a preocupação com o texto no *Jornal da Tarde* era profunda.

Eu lembro que, principalmente no começo do *Jornal da Tarde*, a gente pegava um texto de um repórter, sentavam às vezes três ou quatro pessoas para decidir sobre a abertura daquela matéria. “Ah, esse lead não pode ser assim, vamos fazer assim”, três ou quatro pessoas mudando para fazer uma abertura de matéria, para fazer uma estruturação nova no texto. No *Jornal da Tarde*, a preocupação com o texto era um negócio levado ao extremo, era um negócio até meio insano mesmo<sup>51</sup>.

Já no ‘Coração’, por questões estruturais, ele justifica que não foi possível dispender tanta atenção no tratamento dos textos jornalísticos.

No ‘Coração’ a gente não tinha condição de fazer isso até porque eram poucas pessoas fazendo o jornal e cuidando da redação. A gente não tinha esse tempo todo para mexer nos textos. E também, geralmente, eram textos que não davam trabalho, eram praticamente definitivos. [...] O que a gente seguia como influência do *Jornal da Tarde* era produzir páginas arejadas, ter um espírito bem criativo em tudo que se fazia, isso era a influência maior que o *JT* trazia para o ‘Coração’<sup>52</sup>.

Tim Teixeira confessou que a equipe da redação do ‘Coração’ até tentou criar uma identidade que se desvincilhasse da influência do *Jornal da Tarde*, mas não conseguiu.

A gente procurava fugir um pouco para não ficar parecendo que era um filhote do *Jornal da Tarde*. Mas era praticamente impossível. Afinal, procurávamos fazer o melhor para o *Jornal da Tarde* e natural que procurássemos fazer o melhor também para o ‘Coração’. Daí as semelhanças, apesar do esforço para que o ‘Coração’ não ficasse, como eu disse, parecendo um apêndice do *Jornal da Tarde*<sup>53</sup>.

‘Coração’ apresentou também um texto visual ousado, reservando espaço destacado para a iconografia. As fotos e charges são recursos fundamentais para um produto editorial dedicado ao futebol, que precisava de leveza e de contextualizações às narrativas naturalmente imagéticas, como o gol, a torcida, o árbitro, o desenvolvimento do jogo, o

<sup>49</sup> O *new journalism* resgataria, para essa última metade do século XX, a tradição do jornalismo literário e conduzi-lo-ia a uma cirurgia plástica renovadora sem precedentes. Mesmo no Brasil, é possível conjecturar que o *novo jornalismo* americano tenha influenciado dos veículos lançados em 1966 – portanto no auge da produção dos novos jornalistas americanos-, que se notabilizariam exatamente por uma proposta estética renovadora: a revista *Realidade*, considerada a nossa grande escola de reportagem moderna, e o *Jornal da Tarde*. (LIMA, 2009, p. 191-192)

<sup>50</sup> Entrevista de Pedro Autran ao autor, São Paulo, 15/12/2013. (p. 268)

<sup>51</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 25/11/2013. (p. 238)

<sup>52</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 25/11/2013. (p. 239)

<sup>53</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 25/11/2013. (p. 238)

jogador e as expressões sentimentais dos personagens do evento: alegria, agonia, tristeza, dor, raiva e solidariedade.

As charges e os quadrinhos eram criados e desenhados pela dupla de ilustradores Gepp e Maia, que também trabalhava no *Jornal da Tarde*. O corintiano Haroldo George Gepp e o são-paulino José Roberto Maia de Olivas Ferreira, com a proposta de incrementar a história em quadrinhos, criaram um personagem, o sapo, representado como sendo um inimigo do time alvinegro, que a cada história tentava prejudicar o *Corinthians*, mas que no fim, sempre acabava mal. ‘Coração’ valorizou a utilização da charge como mensagem editorial. Tim Teixeira explicou o motivo:

Isso se explica pois tivemos uma dupla de chargistas que resolveu embarcar no nosso projeto, o Gepp e o Maia [...] A gente usava muito o trabalho deles, que era até uma forma de se diferenciar. Os jornais não costumavam dar muita importância para charges. Então achamos que um dos caminhos seria valorizar a charge, até por que não tínhamos condições de ficar utilizando muita foto<sup>54</sup>.

A padronização gráfica e a diagramação também eram tratadas com apreço e se diferenciavam das outras publicações, fazendo com que o leitor identificasse imediatamente o jornal, principalmente pelo texto visual estampado na capa. ‘Coração’ seguiu o padrão do *Jornal da Tarde*, como explicou Pedro Autran:

Tim Teixeira era o homem que desenhava o jornal todo, então, a escolha de tipos, de títulos, os tipos mais pesados, mais leves para cada seção, tudo isso era o Tim que fazia. Apesar de ser um tabloide, a gente usava brancos. Eu acho que o jornal era muito bonitinho, muito apropriado para o que ele se propunha, tanto em linguagem visual, como em linguagem de texto, eu acho que ele foi uma pequena joiazinha.[...] Eu achava um jornal muito gostoso de ler, não só gostoso de fazer<sup>55</sup>.

No exemplo oferecido abaixo, seguindo as lições de Rafael Souza Silva, no livro “Diagramação: planejamento visual gráfico na comunicação impressa” (1985), é possível notar que igualmente a outros poucos periódicos, o jornal ‘Coração’ adotou a liberdade de criação estética como regra: a diagramação é assimétrica, há deslocamentos de elementos gráficos e utilização do espaço em branco, realçando e dando leveza às páginas.

<sup>54</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 06/08/2013. (p. 149)

<sup>55</sup> Entrevista de Pedro Autran ao autor, São Paulo, 15/12/2013. (p. 274)



Fac Simile 21 - Páginas 12 e 13 da edição de nº 02 do jornal 'Coração'

### 5.7 Os colaboradores do 'Coração'

O jornal era produzido, sobretudo, pelo trabalho cotidiano dos seis jornalistas fundadores, que eram auxiliados por funcionários do setor administrativo e um grupo de colaboradores formado por repórteres, fotógrafos e ilustradores.

Como já vimos, os idealizadores do projeto se dividiram em funções precípuas, respeitando a opção clubística, assim, os corintianos ficaram com a redação jornalística e os demais nas funções de marketing e administração. Porém, em tempo de carência, eles atuavam em qualquer área, suprimindo a necessidade do momento. Elói Gertel escreveu editoriais e artigos e respondeu às cartas dos leitores. Pedro Autran fez reportagens e textos de várias seções. Otacílio do Carmo também fez reportagens e a redação de matérias diversas. Tim Teixeira atuou como editor, diagramador, escreveu a seção "Corintistes" e acompanhou as etapas da impressão. Edison Scatamachia trabalhou na promoção e na publicidade. E João Prado administrou a editora, o jornal e cuidou da distribuição do tabloide.

A manutenção da trajetória do 'Coração' somente foi possível pela contribuição constante dos amigos conquistados no exercício da profissão: os seis jornalistas trabalharam,

em alguma fase da carreira, na função de repórter setorista no *O Estado de S. Paulo* ou no *Jornal da Tarde*, cobrindo o cotidiano dos principais times de São Paulo. Os encontros diários nos bastidores dos clubes favoreciam o contato e a troca de informações e os amigos jornalistas eram convidados para atuar como colaboradores. Nas 58 edições do jornal, houve um número expressivo de profissionais escalados, alguns participaram de toda a jornada e outros, esporadicamente. Os jornalistas foram: Flávio Aduato, Fausto Silva, Percival de Souza, Solange Bibas, José Eduardo Savóia, Márcio Guedes, Paulo Stein, Michel Laurence, Luis Carlos Ramos, Fernando José Dias da Silva, Mauro Pinheiro, Dante Mattiussi, César Teixeira, Sérgio Baklanos, Marco Antônio Rodrigues, Anélio Barreto, Luciano Ornelas, José Eduardo Andrada, Pio Pinheiro, Mário Iório, Milton José de Oliveira e Dinoel Marcos de Abreu. E os fotógrafos: Reginaldo Manente, Armando Leal, Valentin Gentil, Alfredo Rizzutti, Claudinê Petrolli, Osvaldo Luís Palermo, Sidinei Carralo e Solano José.

O jornal, que sobrevivia com pouco capital e dificuldades de investimento, conseguiu agregar esses parceiros de profissão na execução do projeto por diferentes motivos. Alguns atuaram fraternalmente, desejando o sucesso da iniciativa, entre eles, jornalistas corintianos motivados também pelo amor à camisa; e outros, na expectativa de quando possível, de entrar na folha eventual de pagamento.

Tim Teixeira revelou que a relação funcionou na base da camaradagem. “Tudo *freelancer*, alguns recebiam, outros não recebiam nada. Alguns trabalhavam mais por amor à arte, outros por amizade”<sup>56</sup>. O jornalista exemplificou: “o Fausto Silva era repórter do *Estadão* e cobria o *Corinthians* e vira e mexe fazia alguma coisa para gente, mas como eu disse, na base da amizade”<sup>57</sup>. Elói Gertel completou: “Sempre pedíamos alguma coisa e eles se prontificavam. Sabiam que era um projeto no qual a gente estava apostando e não estava nadando em dinheiro. Havia um companheirismo muito grande na época”<sup>58</sup>. Ele lembrou e descreveu como foi a participação de alguns colaboradores no dia a dia do ‘Coração’:

Todos eram amigos, evidente. O Savoya, um grande corintiano, era repórter do *Jornal da Tarde*, não tinha tempo de entrar para o ‘Coração’, mas sempre se dispôs apaixonadamente a colaborar com tudo. O Fernando José Dias da Silva era um repórter querido que trabalhava na editoria de política do *Jornal da Tarde*, não era corintiano, mas sempre se dispôs, animado com a nossa ideia, nos incentivando. O Luiz Carlos Ramos era na época editor de esportes do *Estado*, acho, um velho companheiro, cobrimos a Copa de 1974 juntos, ele também nos incentivou e nos auxiliou em tudo que ele conseguiu. O Solange Bibas, nós conversamos com ele sempre sobre a ideia desde o primeiro momento, ele nos incentivou, a mesma coisa o Mário Pinheiro e o Michel Laurence, um velho amigo do *Jornal da Tarde*. O

<sup>56</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 06/08/2013. (p. 147)

<sup>57</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 06/08/2013. (p. 151)

<sup>58</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 16/10/2013. (p. 181)

Marco Antônio Rodrigues trabalhava no *Jornal da Tarde* e nos incentivou o tempo todo; mas participava pouco, não tinha tempo porque já acumulava *Jornal da Tarde* e a *TV Globo*. O Milton José de Oliveira, repórter muitos anos no *Estado*, também corintiano histórico; a mesma coisa o Flávio Aduato. O Percival de Souza era são-paulino, mas também amigo de todos nós e nos incentivava. O Sérgio Backlanos, um grande repórter, já falecido, era repórter do *Jornal da Tarde* na época, também não tinha condições de estar lá o tempo todo, mas nos ajudou bastante; a mesma coisa o Luciano Ornelas que era editor no *Jornal da Tarde* e se colocou sempre a disposição. O Anélio Barreto trabalhou comigo, trabalhamos quase 30 anos juntos, ele nos incentivou muito também, conversava com o Tim sobre as páginas do jornal, a diagramação, também ajudou em algumas matérias e era palmeirense<sup>59</sup>.

Os colaboradores sabiam que se a editora crescesse, surgiriam novas oportunidades de trabalho efetivo ou eventual e, conseqüentemente, a possibilidade de obter um retorno financeiro.

Além dos colaboradores eventuais, havia também alguns poucos efetivos que apostavam no projeto, no sucesso da *Editora Tecla*, desejando uma possível participação na sociedade. João Prado rememorou a participação da dupla de chargistas: “O Gepp e Maia não chegaram a receber [...] Eles eram colaboradores e apostaram na ideia, e se o negócio crescesse, eles fariam parte da repartição do bolo”<sup>60</sup>.

## 5.8 Personagens do ‘Coração’: Carlito Maia, Dona Geralda e um porquinho polêmico

A reconstrução da história do jornal revelou a existência de duas pessoas interessantes que fizeram parte da trajetória do semanário. Eles não participaram diretamente da produção editorial do jornal, mas foram essenciais para a sobrevivência do ‘Coração’. Os personagens foram o publicitário Carlito Maia e a cozinheira Dona Geralda. De cultura, profissão e hábitos diferentes, eles acabaram se entrecruzando e, literalmente, “alimentaram” o jornal ‘Coração’, cada um com o seu ofício e dedicação.

O jornalista Edison Scatamachia, responsável pelo setor promocional do ‘Coração’, logo nas primeiras semanas do jornal, inventou um projeto criativo, cuja proposta estratégica era proclamar o “*Corinthians*” campeão paulista de 1977. Por meio de um amigo, conseguiu estabelecer contato direto com o publicitário Carlito Maia, homem forte do marketing da *Rede Globo*, que se tornou personagem importante na história do jornal. Scatamachia contou como foi o primeiro encontro dos dois:

<sup>59</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 265)

<sup>60</sup> Entrevista de João Prado ao autor, São Paulo, 18/10/2013. (p. 190)

Eu sem querer, meio ingenuamente, fui à *Rede Globo* e como cuidava da promoção do jornal tive uma ideia. Como o *Corinthians* não era campeão há 22 anos eu tive a ideia de o jornal criar um campeonato no qual o *Corinthians* seria campeão. Como isso? Só participavam times chamados *Corinthians*. [...] Daí, fui à sala dele e falei [...] “Carlito, eu arrumei um jeito do *Corinthians* ser campeão”. Ele falou, “como?” “Ah, vamos fazer um campeonato só com times chamados *Corinthians*”. Ele brincou: “que ideia!”<sup>61</sup>.

O pródigo Carlito Maia<sup>62</sup> passou a colaborar na promoção do jornal, utilizando a *TV Globo* como veículo de produção e divulgação. Segundo Scatamachia, o que ele pedia, o publicitário fazia acontecer.

Ele mandou fazer vinheta, anúncio na televisão, enfiava no meio dos jogos de futebol, chegou a colocar no meio do Jornal Nacional. Mandou criar um comercial na própria TV Globo. Tinha um anúncio que ia ao ar e era assim: aparecia um coração e fazia “tum tum tum tum”, daí, ele se transformava no distintivo do *Corinthians* e tinha um texto, um locutor falava assim: “Jornal ‘Coração’, o jornal da torcida corintiana”<sup>63</sup>.

Para a *Editora Tecla* seria inviável pagar pelos serviços publicitários prestados, assim, a permuta foi a forma encontrada para encaminhar a negociação. O jornal começou a estampar uma propaganda institucional da *TV Globo* de página inteira. Na edição de nº 8, de 17 de dezembro de 1976, o anúncio de estreia foi publicado com um *slogan* e um texto parcial e comprometedor. Na página 4, os símbolos do *Corinthians* acima e o da *Rede Globo* abaixo, eram divididos pela expressão: “tudo nos une, nada nos separa”. Ao lado da marca global, outro texto completava:

Em 1975, através de eleição no Brasil todo feito pelo jornal interno “O Aldeião”, o Coríntians foi aclamado “o clube mais querido dos funcionários da Rede Globo”. Foram batidos inapelavelmente o Palmeiras, São Paulo, Santos, Flamengo, Fluminense, Vasco, Atlético, Cruzeiro, Grêmio, Internacional e outros, ainda menos votados.

<sup>61</sup> Entrevista de Edson Scatamachia ao autor, São Paulo, 13/08/2013.(p. 154)

<sup>62</sup> Carlos de Souza Maia (1924-2002). No livro “Vale o escrito”, de 1992, Carlito Maia, que dizia ser ex-são-paulino e ex-admirador do futebol, citou a “Copa Coríntians”: “Eu tinha pena dos ‘sofredores’, mas taquei apelido no time: ‘saco’, participa mas não entra. Não era campeão desde 54. Em 77, anunciamos: o Corinthians vai ser campeão, a Globo garante. Com o extinto jornal Coração, promovemos a Copa Corinthians, restrita a clubes do mesmo nome e disputada junto com o Campeonato Paulista. Chamadas no ar exibiam o Maracanã tomado pela galera alvinegra (contra o Flu, lembrem-se?), milhares de bandeiras e a loucura correspondente. De fundo musical, o glorioso hino do Corinthians, cujo autor – Lauro D’Avila – era velho amigo meu.” (p. 20 e 21)

<sup>63</sup> Entrevista de Edson Scatamachia ao autor, São Paulo, 13/08/2013. (p. 154)





Fac Simile 22 - Página 04 da edição de nº 08 do jornal 'Coração'

A colaboração de Carlito Maia na preparação da “Copa Coríntians” não tinha limite. Ele, por meio da *TV Globo*, intermediou e investiu também na compra de bolas e no transporte das equipes. Além de ceder o tempo publicitário na programação, Carlito Maia ainda autorizou a criação de uma nova chamada específica para o projeto, como lembrou Scatamachia:

A gente fez uma chamada “Vem aí a copa *Corinthians*. O *Corinthians* vai ser campeão. A *Globo* garante”. Virou um rebu. Quando foi segunda-feira, já tinham telefonado para se inscrever uns oitenta *Corinthians*. Eu corri para a *Globo* e falei “Carlito, vamos tirar a chamada do ar já, porque nós não temos condições de fazer um campeonato, já têm oitenta que telefonaram”<sup>64</sup>.

A “Copa Coríntians” repercutiu favoravelmente e o jornal pode desfrutar de bons momentos com o projeto. O torneio com times corintianos amadores (18 da capital e 11 do interior do Estado de S. Paulo) recebeu cobertura efetiva do jornal, com várias páginas

<sup>64</sup> Entrevista de Edson Scatamachia ao autor, São Paulo, 23/11/2013. (p. 201)

dedicadas aos desdobramentos do evento. Segundo Edison Scatamachia, o processo de organização e execução foi extremamente trabalhoso, durou cerca de um ano, e contou com a colaboração de Carlito Maia até o fim, que inclusive garantiu a transmissão ao vivo do jogo final pela *TV Globo*. Foram 66 jogos em três meses de campeonato. Em parte, o objetivo da “Copa Coríntians” foi frustrado, pois coincidentemente, o time profissional finalmente sagrou-se campeão paulista. O alvinegro amador, o *Corinthians* de Presidente Venceslau, cidade situada a cerca de 600 quilômetros de São Paulo, conquistou a taça em 02 de outubro de 1977 e o *Corinthians* do Parque São Jorge, em 13 de outubro de 1977. A divulgação do ganhador da “Copa Coríntians” saiu no exemplar de sete de outubro de 1977, de nº 48, dez números antes da edição derradeira do jornal ‘Coração’.

Se Carlito Maia assumiu a responsabilidade pela visibilidade do jornal, foi Dona Geralda<sup>65</sup> quem atraiu a mão de obra necessária para a manutenção do ‘Coração’. Como as finanças do tabloide não eram suficientes para novas contratações, os fundadores dependiam dos trabalhos eventuais prestados por amigos jornalistas, que ajudavam por solidariedade, por pequena remuneração ou por um animado e disputado almoço, como lembrou Tim Teixeira:

Muita gente trabalhava lá por conta do almoço que era servido na empresa, nós tínhamos uma empregada chamada Dona Geralda que fazia uma comida divina. Ela fazia almoço todo dia lá para o pessoal, então, muita gente ia lá só por conta do almoço dela e fazia matéria e trabalhava por conta disso<sup>66</sup>.

O jauense João Prado, radicado em São Paulo, foi o responsável pela inserção da cozinheira na história do ‘Coração’. “A Dona Geralda trabalhava no meu apartamento e eu almoçava lá nessa época, e aí como o apartamento era longe do ‘Coração’, eu achei melhor que a gente fizesse o almoço na sede, para poder render mais o trabalho”<sup>67</sup>. O bife acebolado de Dona Geralda ficou tão famoso que até Carlito Maia começou a almoçar eventualmente na sede do jornal. Para os sócios do ‘Coração’ foi fantástico e providencial, porque eles podiam pedir socorro ao publicitário na própria *Editora Tecla*, entre uma garfada e outra.

Edison Scatamachia lembrou com humor a participação de Dona Geralda, considerada por todos os entrevistados uma senhora simpática, generosa e profissional. A comida “caseira” da cozinheira era um alento para os jornalistas e colaboradores.

Eu sempre brincava que uma das causas de não ter ido muito para frente o jornal era aquela cozinha da Dona Geralda, porque, às vezes, tinha vinte, trinta pessoas almoçando lá. Repórter falava “Ah, antes de ir para o treino do *São Paulo* eu vou passar lá, comer uma coisinha”. Aí, o cara ia levar uma matéria ficava lá e

<sup>65</sup> Os fundadores do jornal perderam contato com Dona Geralda.

<sup>66</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 06/08/2013. (p. 147)

<sup>67</sup> Entrevista de João Prado ao autor, São Paulo, 18/10/2013. (p. 186)

almoçava; às vezes, ele voltava no dia seguinte e não tinha matéria nenhuma para entregar. Era uma comida deliciosa que ela fazia e cá para nós, graças a Deus, porque repórter comia tão mal. [...] Ela era maravilhosa, mas a gente brincava com o João Prado: “Pô, você vai por a gente à falência com essa cozinheira”. Parecia um restaurante e a conta no açougue era sempre muito alta<sup>68</sup>.

### 5.8.1 Assado ou cozido?

Personagem que não saiu da memória dos fundadores do jornal foi o porquinho vestido com a camisa do *Palmeiras* da capa do exemplar de 22 de julho de 1977. Dos fatos rememorados nas entrevistas, essa história peculiar foi a que mais gerou pluralidade de versões de natureza de fato, porém, manteve a unidade na reconstituição da ideia central do acontecimento. Assim, optou-se por adotar os fragmentos narrativos que se mostraram convergentes nos depoimentos dos entrevistados e que se aproximaram do que foi publicado nas páginas do jornal. Elói Gertel lembrou como nasceu a pauta:

Em 1977, num *Palmeiras e Corinthians* anterior no Morumbi, me lembro bem, eu estava lá assistindo como torcedor e um torcedor da geral inferior, lá embaixo, soltou um porco; foi uma correria, o estádio louco, mas passou alguém pegou o porco, sumiu, não sei para onde levaram o porco, mas aquilo marcou. Então, “por que não uma manchete na véspera de um jogo que despertava tanta atenção como *Corinthians e Palmeiras*? Por que não colocar uma camisa do *Palmeiras* em um porco e fazer uma primeira página bem provocativa? Vamos fazer?”. Alguns ficaram com receio, mas a maioria topou “vamos”, uma coisa saudável, “quem vai fazer?”<sup>69</sup>.

Pedro Autran também lembrou do episódio e contou como o porquinho foi aparecer na redação do jornal:

Um cara telefonou e disse que ia soltar um porquinho no *Palmeiras e Corinthians* que ia ter no domingo seguinte no Morumbi. E aí, sugerimos: “Traz o porquinho aqui que a gente vai entrevistar ele”. Aí, o cara levou o porquinho e colocaram a camisa do *Palmeiras* nele. E saiu aquela manchete: “Assado ou cozido?”. O jornal saiu na manhã de sexta-feira e todos os programas de rádio do meio-dia falavam sobre isso e todo mundo “descendo o cacete” na gente: “Estão ofendendo uma colônia paulistana”. Eu lembro que só o Osmar Santos falou: “Que nada, isso é futebol, é brincadeira, vamos brincar!”<sup>70</sup>.

A dimensão da popularidade do clássico e do grau de rivalidade entre os dois times paulistanos, já nos anos de 1970, podem ser inferidas por meio dos dados da ficha técnica do jogo ocorrido em 24 de julho de 1977. Nessa partida do Campeonato Paulista, o Morumbi recebeu um público de 79.644 pessoas (NAPOLEÃO, 2001).

<sup>68</sup> Entrevista de Edson Scatamachia ao autor, São Paulo, 23/11/2013. (p. 198)

<sup>69</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 259)

<sup>70</sup> Entrevista de Pedro Autran ao autor, São Paulo, 15/12/2013. (p. 275)

A capa provocativa, em letras garrafais, não ficou sem resposta e, em um contra-ataque influenciado pelo resultado do jogo, os alviverdes também deixaram suas marcas. Mesmo com a fachada discreta, sem identificação institucional, um grupo de torcedores do *Palmeiras*, por meio do endereço do expediente do jornal, localizou a sede do ‘Coração’. Pedro Autran completou a história:

O pior de tudo, no domingo foi *Corinthians* 2, *Palmeiras* 4. E aí, quando a gente chegou segunda-feira de manhã para abrir a editora, estavam os muros todos pichados, xingando a gente com os maiores palavrões possíveis. O telefone tocando e passando carro pela frente da editora, que ficava a quatro quarteirões do Parque Antártica. Eu lembro que a gente tinha um secretário, o Milton, que ficava atendendo telefone e ficava só assim: “É a sua. É a sua. É a sua.” [...] Eu lembro que eu cobria o *Palmeiras* e o João Prado também: nós dois fomos considerados “persona non grata” no Parque Antártica, mas isso logo passou. [...] A atitude inteligente da torcida palmeirense, não sei de quem exatamente partiu isso, foi ter incorporado essa brincadeira e aí o porco virou *Palmeiras* e não teve mais graça nenhuma<sup>71</sup>.

No jornal, o episódio foi registrado nas edições de nº 37 e de nº 38. Em uma matéria intitulada “Porco no Espeto”, a reportagem do tabloide entrevistou o torcedor corintiano que planejava soltar um porquinho no clássico do domingo, entre *Palmeiras* e *Corinthians*.

Imaginem um porco vestido com a camisa do *Palmeiras*, correndo assustado pelo gramado do Morumbi e sendo perseguido pela polícia, pelo juiz, pelos bandeirinhas... O estádio inteiro iria se transformar numa grande gargalhada corintiana. [...] Por que José Roberto vai se arriscar tanto para colocar um porco em campo? Ele responde: “Sei lá. Acho que um porco com a camisa do *Palmeiras* será um motivo de muita gozação para nossa torcida.” [...] O novo porco foi comprado no sábado passado, por 270 cruzeiros. A camisa do *Palmeiras* já estava comprada por 60 cruzeiros. Agora só falta conseguir colocar o bichinho em campo. (22/07/1977, p. 8).

A repercussão do evento foi comentada na edição seguinte, em forma de editorial. O título da capa fazia uma referência à polêmica: “Salve o porco: sacudi o futebol paulista”. No texto opinativo, a direção do jornal justificou a atitude, reforçando a rivalidade entre os times e atenuando a ação provocativa.

Suas torcidas jamais trocaram elogios e nem vão trocar. Perguntem a qualquer corintiano de que time ele gosta de ganhar e a resposta será imediata: do *Palmeiras*. E vice-versa. As duas sempre se respeitaram, mas a do *Corinthians* com uma terrível desvantagem, principalmente nestes 23 anos sem título [...]. E como as torcidas rivais passaram a expressar esses sentimentos? Tratando os corintianos não apenas com desprezo, mas com achincalhe, falta de respeito humano [...] isso quando não usam termos pejorativos, como “marginal, maconheiro” e outros sinônimos empregados na base de “isso é coisa de corintiano, coisa de...” [...] Assim, quando um torcedor corintiano telefona para a redação e diz que tem uma boa reportagem para o jornal, pois vai fazer uma brincadeira com a torcida do nosso maior rival, nós temos que atendê-lo. E foi o que fizemos, mostrando que ele tentaria, no último

<sup>71</sup> Entrevista de Pedro Autran ao autor, São Paulo, 15/12/2013. (p. 276)

domingo, soltar um porco com a camisa do *Palmeiras*, dentro de campo. Sem nenhum mau gosto, sem nenhum desrespeito, como alguns abutres anti-corintianos tentaram fazer ver. [...] Mas a torcida corintiana, obrigada a curtir em silêncio os achincalhes de que é vítima, tão perseguida, maltratada e difamada pelos que invejam a sua força, não pode se expressar em nada? Talvez, não pudesse, mas hoje pode e CORAÇÃO, seu jornal, nasceu e está crescendo exatamente para isso. (29/07/1977, p. 2).

Depois da polêmica do porquinho, nenhuma outra capa foi publicada com provocação direta aos times adversários, porém, em 23 de setembro de 1977, na edição de nº 46, após um novo clássico contra o *Palmeiras* desta vez, vencido pelo *Corinthians*, o jornal fez uma nova menção aos atos de vandalismo praticados no patrimônio da editora.



Fac Simile 23 - Capa da Edição nº 37 do jornal 'Coração'



Fac Simile 24 - Capa da Edição nº 38 do jornal 'Coração'

## 5.9 Tiragem, Vendagem e Publicidade do 'Coração'

O jornal travou uma batalha contínua na busca do equilíbrio entre receita e custo, relação contábil determinada pela conquista de publicidade, assinaturas e comercialização em banca, *versus* as despesas com aluguel, quadro funcional, materiais de consumo e com serviços para a produção do jornal.<sup>72</sup> Durante todo o período de existência do tabloide, foram

<sup>72</sup> Tendo como parâmetro a trajetória do jornal *Movimento* (1975-1981), é possível compreender as dificuldades de sobrevivência de um periódico alternativo, em meados dos anos 70. Na obra "Jornal Movimento, uma reportagem", (2011), o autor Carlos Azevedo explicou: "A dificuldade era acumular capital de giro suficiente

impressos semanalmente uma média de 20 mil exemplares, que eram distribuídos pela *Editora Abril*, principalmente nas bancas<sup>73</sup> da cidade de São Paulo. Tim Teixeira afirmou que “o jornal se mantinha praticamente com a venda em banca [...] e não sobrava nada para investir”<sup>74</sup>. Houve tiragens maiores, de 40 mil exemplares, na tentativa de aumentar a vendagem, mas a porcentagem de comercialização mantinha-se praticamente abaixo de 50 por cento, como revelou Edison Scatamachia:

O jornal vendia muito, mas era assim: tirava 40 mil, vendia 20 mil [...] Ele começou a vender bem, só que no começo a gente não tinha o retorno da Abril, porque demora muito para voltar o encalhe e chegar a informação. Quando percebemos que o encalhe era grande, lembro que o João Prado até falou: “vamos fazer uma tiragem maior para ver se aumenta a venda”. Nós fizemos uma tiragem maior, daí na quarta, quinta edição, aumentou um pouco a venda<sup>75</sup>.

Edison Scatamachia revelou outro entrave significativo em relação à distribuição do jornal. Além da demora no retorno dos números de encalhe, o destino dos exemplares era determinado pela *Editora Abril*.

A *Abril* colocava nos caminhões as revistas dela e colocava junto o ‘Coração’, assim iam 80 jornais para uma banca do Jardim Europa e 20 para Itaquera, onde era a torcida do *Corinthians*. Daí ficavam 10, 15 mil de encalhe que voltavam. Porque não vendiam 80 jornais no Jardim Europa, mas faltavam 50, 80, 100 em Itaquera. A gente ficava dependendo da Abril e ela não estava nem aí<sup>76</sup>.

A trajetória comercial do jornal se caracterizou pela falta de regularidade na circulação paga. Depois de um começo promissor, a procura em banca passou a ter altos e baixos e depender de fatos pontuais para obter sucesso. Foi o que aconteceu com as edições que repercutiram a conquista do Campeonato Paulista pelo *Corinthians* e a polêmica capa do porco em provocação aos palmeirenses. Ambas as edições venderam acima da média.

Os números financeiros da editora oscilavam: despesa regular, lucro irregular e vendagem inconstante, como explicou João Prado: “A melhor venda era 12 mil, 15 mil e atingiu no pico, 26 ou 30 mil e aí começou a cair para 10, 7, 5 mil”<sup>77</sup>. Ele ponderou dizendo que a média de venda foi de 10 mil exemplares e que o jornal não chegou a ter um quadro relevante de assinantes. Segundo Prado, o maior gasto era com a distribuição, pois o valor da

---

para a decolagem até que a receita das vendas do jornal pudesse cobrir o custo do tabloide de 28 páginas; como a distribuidora (a *Abril*) completava o pagamento de cada edição 90 dias depois de o jornal chegar à banca, a direção calculou que o ponto de equilíbrio seria atingido com a venda de 27 mil exemplares por edição – o que a experiência em *Opinião* provara ser possível – e um capital de um milhão de cruzeiros (valor atualizado: 1.700.000,00 reais)”. (p. 89)

<sup>73</sup> Segundo Goldenstein (1987), em 1970, o número de bancas na Capital era estimado em 2.100.

<sup>74</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 06/08/2013. (p. 148)

<sup>75</sup> Entrevista de Edson Scatamachia ao autor, São Paulo, 13/08/2013. (p. 156)

<sup>76</sup> Entrevista de Edson Scatamachia ao autor, São Paulo, 23/11/2013. (p. 204)

<sup>77</sup> Entrevista de João Prado ao autor, São Paulo, 18/10/2013. (p. 186)

venda do exemplar era dividido praticamente ao meio<sup>78</sup> com a DINAP (*Distribuidora Nacional de Publicações*). Mas os custos iam além: Prado reclamou também do preço do papel<sup>79</sup>, muito alto nos anos 70. O jornalista desabafou: “Então era muito pouco para se sustentar, e o que a gente precisava, era propaganda”<sup>80</sup>.

Todavia, a conquista de anunciantes para o ‘Coração’ encontrava entraves circunstanciais. Para uma empresa, investir no espaço publicitário do jornal significava praticamente se associar ao torcedor corintiano. A publicidade dirigida a um público específico pode ter desdobramentos ambíguos, pois ao mesmo tempo em que se aproxima de um grupo, se distancia de outros vários, postura agravada quando relacionada ao fenômeno futebol, que é regido pelo clubismo. Porém, mesmo sendo uma publicação do segmento do segmento do esporte, com especialização no *Corinthians*, ‘Coração’ não foi um vazio comercial e conseguiu apoio de anunciantes de vários setores do comércio.

A batalha diária para conseguir publicidade contou com o auxílio dos próprios colaboradores, que também traziam anúncios. Os responsáveis pela publicidade do jornal, estrategicamente, visitavam empresários e donos de agências de publicidade que torciam pelo *Corinthians*. O problema, segundo João Prado, foi o investimento inconstante dos anunciantes: alguns faziam propaganda em um número e depois sumiam, outros tinham mais frequência, mas a falta de regularidade era a regra.

Nas dez primeiras edições, por meio de um levantamento quantitativo, foi observado um total de 74 anúncios avulsos, o que corresponde à média de 7,4 por edição. O maior número de propagandas avulsas foi encontrado na edição de nº 7, com 13 anunciantes, e o menor índice, no exemplar de nº 8, com apenas dois anúncios. Foram 30 empresas diferentes, de diversos ramos do mercado, que investiram suas marcas nas páginas do jornal: instituições de ensino, consórcios de carros, bancos privados e estatais, fabricantes de refrigerantes, produtos alimentícios, pedreira, embalagens, fábrica de vidros, loja de esportes, lojas de varejo, papelaria, escritório contábil e veículos de comunicação.

Considerando os dez números pesquisados, nota-se uma inconstância na captação de publicidade em relação aos anúncios avulsos publicados.

---

<sup>78</sup> No livro “Jornal Movimento, uma reportagem”, o autor Carlos Azevedo afirmou que 45% do valor de cada exemplar (7 cruzeiros em 1976) do *Movimento* eram pagos à distribuidora *Abril*. (2011, p. 95)

<sup>79</sup> A crise do papel nos anos 1970 foi motivada segundo Alberto Dines, “Quando o petróleo passou a 14 dólares o barril [...] e o papel de imprensa pula de 171 dólares a tonelada (preço de 1971) para 320 dólares, em 1974 (187% de diferença), toda a estrutura desaba. (1986, p. 32)

<sup>80</sup> Entrevista de João Prado ao autor, São Paulo, 18/10/2013. (p. 185)

EDIÇÕES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ANÚNCIOS	12	9	8	7	8	2	13	8	4	3

Quadro 4 - Quantidade de publicidade por edição

As publicidades eram variadas, de tamanhos diversos, algumas de poucos centímetros, outras de página inteira. Na edição de lançamento, de 29 de outubro de 1976, foi possível encontrar propagandas com as seguintes medidas, em centímetros: de 5 x 6, 5 x 14; 12 x 12; 17 x 17; 16 x 26; 24 x 19 ou de 34 x 26. Uma página inteira (34 x 26) custava 12 mil e 100 cruzeiros e um décimo de página (4 x 4), mil e 210 cruzeiros, como pode ser confirmado no prospecto do Departamento Comercial do jornal, distribuído às agências de publicidade.

Você já percebeu que vive cercado de corinthianos? São loucamente apaixonados pelos camisas brancas e calções negros de seu time, sofrem há 23 anos e não há derrotas capazes de fazer com que desistam. Jovens, velhos, crianças, homens e mulheres, eles conseguem dominar a cidade de São Paulo. Sustentam e motivam a média de um terço das páginas esportivas de nossos jornais diários, dão programas de futebol nas rádios e televisões, levam mais dinheiro que qualquer outro torcido aos estádios e estão sempre presentes — como um tema irresistível — em qualquer conversa ou bate-papo. Ninguém é mais falador e otimista do que eles em casa, na escola, no trabalho e nas horas de folga. Ser corinthiano, e fazer questão disso, é uma maneira de identidade que ostentam com muita fé e orgulho. A partir de agora, eles terão um motivo a mais para justificar tanto entusiasmo: semanalmente, uma equipe de jornalistas, ligados ao futebol e à cidade, mostrará tudo o que acontece no mundo corinthiano. Todas essas pessoas que o cercam terão um **CORAÇÃO** especializado na maior prova de amor e fidelidade que o esporte já conheceu.

TABELA DE PREÇOS PARA PUBLICIDADE	
Determinado	cm/col - 75,00
Indeterminado	cm/col - 60,00
Página	\$
1	12.100,00
1/2	6.050,00
1/3	4.033,00
1/4	3.025,00
1/5	2.420,00
1/6	2.016,00
1/8	1.512,00
1/10	1.210,00

Tamanho da página: 34 x 26 cm (6 colunas de 4 cm)  
 Impressão: processo OFF-BE1  
 Cores: 2a. cor e última  
 Nº de páginas: 16  
 Material: fotolito  
 Tiragem: 20.000  
 Fechamento: 2as. feiras  
 Nas bancas: 6as. feiras

Fac Simile 25 - Tabela de Preços Publicitários do jornal 'Coração'

Os anunciantes que investiam no jornal tinham periodicidade inconstante, alguns apareciam em várias edições, outros em um ou dois exemplares. Em uma ordem de maior recorrência, podemos citar: Colégio Objetivo, Rede Globo, Lojas Marisa, Café Moka, Consórcio Almeida Prado, Relojoaria A Suissa, Banco Itaú, Banespa, Coca-Cola, Guaraná Antártica, Arapuã, Caixa Econômica do Estado de S. Paulo, Contábil Adiplan, Pedreira São Matheus S.A, Papelaria e Tipografia Andreotti, Fanavid Comercial, Construtora Balbo, Escola Profissional Urubatan, Luiz Pasqua S.A embalagens metálicas, Cinal, entre outros.



Os maiores investidores do ‘Coração’, considerando as dez primeiras edições, foram o Colégio Objetivo, nove edições; o Café Moka, seis exemplares; Lojas Marisa, cinco ocasiões; Contábil Adiplan, quatro vezes; Consórcio Almeida Prado, quatro edições; Rádio Tupi, três inserções e Rede Globo, também três números. Em relação aos “Classificados” e ao “Jornal de Empregos”, é possível observar que os “Classificados” eram formatados em uma coluna com poucas ofertas e o “Jornal de Empregos” teve vida efêmera, foi publicado apenas nas edições de números 5 e 6.

Nas imagens abaixo, uma amostragem da diversidade de propagandas inseridas no jornal ‘Coração’, destacando-se a diferença do tamanho das colunas e da disposição visual nas páginas. É interessante observar que alguns anunciantes, além de não se importarem em associar o nome da empresa com o clube, assumiam ainda uma postura solidária ao torcedor corintiano.

### ARQUIVO

(de Solange Bilas)

Deixa lá, menino! A brincadeira de futebol, desde criança, faz parte da vida de todos os brasileiros. Mas, hoje, a brincadeira de futebol não é mais apenas uma brincadeira de criança. Ela se tornou um esporte profissional e uma das principais fontes de renda para muitos brasileiros.



... e a história. Uma história de paixão, de luta, de sonhos e de uma grande vitória. O futebol brasileiro é uma das maiores fontes de renda para muitos brasileiros.

## Consórcio Almeida Prado

### AUTOMÓVEIS EM 50 MESES, SEM JUROS

MODELO	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR
VW Gol 1.6	32.500,00	2.500,00	Chevrolet Corsa 1.0	28.000,00	2.200,00
VW Gol 1.8	38.000,00	3.000,00	Chevrolet Corsa 1.4	32.000,00	2.600,00
VW Gol 2.0	42.000,00	3.500,00	Chevrolet Corsa 1.8	36.000,00	3.000,00
VW Gol 1.6i	35.000,00	2.800,00	Chevrolet Corsa 2.0	40.000,00	3.400,00
VW Gol 1.8i	40.000,00	3.300,00	Chevrolet Corsa 2.4	44.000,00	3.800,00
VW Gol 2.0i	44.000,00	3.800,00	Chevrolet Corsa 3.0	48.000,00	4.200,00
VW Gol 1.6i 4p	36.000,00	3.000,00	Chevrolet Corsa 4p	52.000,00	4.600,00
VW Gol 1.8i 4p	41.000,00	3.500,00	Chevrolet Corsa 4p 4p	56.000,00	5.000,00
VW Gol 2.0i 4p	45.000,00	4.000,00	Chevrolet Corsa 4p 4p	60.000,00	5.400,00
VW Gol 1.6i 4p 4p	38.000,00	3.200,00	Chevrolet Corsa 4p 4p	64.000,00	5.800,00
VW Gol 1.8i 4p 4p	43.000,00	3.700,00	Chevrolet Corsa 4p 4p	68.000,00	6.200,00
VW Gol 2.0i 4p 4p	47.000,00	4.200,00	Chevrolet Corsa 4p 4p	72.000,00	6.600,00
VW Gol 1.6i 4p 4p 4p	40.000,00	3.400,00	Chevrolet Corsa 4p 4p 4p	76.000,00	7.000,00
VW Gol 1.8i 4p 4p 4p	45.000,00	3.900,00	Chevrolet Corsa 4p 4p 4p	80.000,00	7.400,00
VW Gol 2.0i 4p 4p 4p	49.000,00	4.400,00	Chevrolet Corsa 4p 4p 4p	84.000,00	7.800,00
VW Gol 1.6i 4p 4p 4p 4p	42.000,00	3.600,00	Chevrolet Corsa 4p 4p 4p 4p	88.000,00	8.200,00
VW Gol 1.8i 4p 4p 4p 4p	47.000,00	4.100,00	Chevrolet Corsa 4p 4p 4p 4p	92.000,00	8.600,00
VW Gol 2.0i 4p 4p 4p 4p	51.000,00	4.600,00	Chevrolet Corsa 4p 4p 4p 4p	96.000,00	9.000,00
VW Gol 1.6i 4p 4p 4p 4p 4p	44.000,00	3.800,00	Chevrolet Corsa 4p 4p 4p 4p 4p	100.000,00	9.400,00
VW Gol 1.8i 4p 4p 4p 4p 4p	49.000,00	4.300,00	Chevrolet Corsa 4p 4p 4p 4p 4p	104.000,00	9.800,00
VW Gol 2.0i 4p 4p 4p 4p 4p	53.000,00	4.800,00	Chevrolet Corsa 4p 4p 4p 4p 4p	108.000,00	10.200,00

TELEFONE JA: 295-3299

Fac Simile 26 - Edição nº 4, Página 3.

2014

### Historiabus Corinthianis

#### Uma delicia

De 1914, quando o clube foi fundado, até hoje, o Corinthians viveu momentos de glória e de tristeza. Mas, sempre com a paixão dos torcedores, o clube sempre foi uma delicia para quem gosta de futebol. Hoje, com o novo presidente, o clube vive um momento de renovação e de esperança. O Corinthians é um clube que sempre foi uma delicia para quem gosta de futebol. Hoje, com o novo presidente, o clube vive um momento de renovação e de esperança.

#### O Corinthians na imprensa

O Corinthians sempre foi um clube muito conhecido e muito amado. O clube sempre foi uma delicia para quem gosta de futebol. Hoje, com o novo presidente, o clube vive um momento de renovação e de esperança.

## Todo mundo está sabendo que a Marisa está chegando

MOGI - Rio de Janeiro chegou em setembro/76

TAUBATÉ - São Paulo chegou em novembro/76

CAMPANÁ - São Paulo chegou em novembro/76

CAMPANÁ - São Paulo 2º loja em inauguração

PIRACICABA - São Paulo inauguração dezembro/76

JURICKI - São Paulo inauguração dezembro/76



48 lojas em todo o Brasil

Fac Simile 27 - Edição nº 1, página 3

### O super-time, de Duque a Mateus.

Um super-time... Um super-time... Um super-time...



Um super-time... Um super-time... Um super-time...

#### LIVERPOOL

meio masculina lida.

Rua Dr. César, 107.

Fone: 298-5109 - São Paulo

#### Papelaria LUIS MARR Ltda.

A mais completa da Zona Norte

Gratificação de todos os tipos. Serviços exclusivos. Serviço técnico, artigos para diagramação, impressão, etc.

Rua São Volante, de Faria, 1384 - Vila Mariana

Fone: 304-1344 - Fax: 298-7280 - São Paulo

#### ESPORTE YPIRANGA

Estavam esperando para ver o novo modelo?

Alguns para mostrar em geral. Uniformes, Capacetes, Cintos, Tênis, e tênis de corrida.

Abertura em novembro de 76, grande loja de tênis.

Rua Dr. Miguel Couto, 36 - São Paulo

Fac Simile 28 - Edição nº 8, página 7.

gente corinthiana



Em um ano, Marly de Freitas, conhecida como Marly, ganhou o apelido de Marly do Mundo. Mas não se deixe enganar pelo nome. Ela é brasileira e mora em São Paulo. Marly de Freitas ganhou esse apelido porque ela é a única brasileira a jogar futebol profissionalmente no mundo. Ela joga para o Corinthians.

**Marly, inteirinha do Corinthians.**

Muito gente se pergunta de onde que foi a ideia de trazer uma mulher para jogar futebol profissionalmente. Mas a ideia veio de dentro do próprio clube. O técnico, o então treinador do Corinthians, o Sr. Paulo de Almeida, viu que Marly de Freitas poderia ser uma excelente jogadora. Ela jogava futebol desde criança e sempre quis jogar profissionalmente. Ela chegou ao Corinthians em 1983 e desde então tem sido uma das jogadoras mais importantes do time. Ela joga no ataque e é conhecida por sua habilidade técnica e velocidade.

Marly de Freitas é casada e tem dois filhos. Ela continua jogando futebol e também trabalha como treinadora. Ela é muito apaixonada pelo Corinthians e sempre torce pelo time. Ela é considerada uma das jogadoras mais importantes da história do futebol feminino brasileiro.

**Perfil**

Nome: Marly de Freitas  
 Apelido: Marly do Mundo  
 Data de Nascimento: 15 de maio de 1958  
 Local de Nascimento: São Paulo, Brasil  
 Posição: Atacante  
 Clubes: Corinthians, Flamengo, Botafogo, etc.

**EM TODO MUNDO SE TOMA CAFÉ. MAS EM SÃO PAULO V. TOMA O MELHOR CAFÉ DO MUNDO.**

café MOKA

Por tudo de São Paulo, o café mais gostoso do Brasil.



**O amor que vocês demonstraram domingo foi o resultado mais importante.**

**banespa**

Banco do Estado de São Paulo SA

Fac Simile 29 - Edição nº 7, páginas 12 e 13.

os últimos jogos

## Roubo e azar em Curitiba



Apesar de ter sido derrotado, o Corinthians venceu o jogo de domingo em Curitiba. O time de Paulo de Almeida mostrou uma excelente atuação, especialmente no ataque. O goleiro do time visitante, o Sr. João, fez uma ótima partida, mas não conseguiu evitar o gol de Marly de Freitas. O Corinthians saiu do jogo com o placar de 1 a 0.

**Fora do campo, uma outra luta.**

O Corinthians está em uma situação financeira delicada. O clube precisa encontrar recursos para manter suas atividades. O técnico, o Sr. Paulo de Almeida, está preocupado com o futuro do time. Ele quer trazer novos jogadores e melhorar a infraestrutura do clube. Ele acredita que o Corinthians pode ser uma das grandes equipes do futebol brasileiro.

**A FELICIDADE DOS CORINTHIANS FAZ A BALBO FELIZ**

No momento em que os corinthians acabam de ganhar um jogo, a felicidade deles é contagiante. Eles comemoram cada vitória e cada gol. Eles se orgulham de serem jogadores do Corinthians. Eles sabem que o Corinthians é o maior clube do Brasil e que eles são parte de uma grande história.

Final, nós trabalhamos há 13 anos pensando na felicidade dos outros.

**comercial e construtora balbo s.a**

LUZILAC  
 Avenida Brasil, 1240 - Fone: 388-6733 - São Paulo - SP  
 BRASIL  
 Rua Augusta, 100 - Fone: 388-6733 - São Paulo - SP

Fac Simile 30 - Edição nº 2, página 5.

**TRAGA SEU FILHO PARA JOGAR COM OS CAMPEÕES**

O Colégio Objetivo campeão das Jogo da Primavera de '76 futuro campeão das Jogo da Primavera de '77 começa o tempo de colocar seu filho em boas mãos.

**ABERTAS AS INSCRIÇÕES DE MATRÍCULA**

**2º Grau (Colegial):** Biológicas, Exatas e Humanas

- Matemática, Jardim, e Pré-Prédio
- 1º Grau (Prédio e Giardas)
- Já em funcionamento há dois anos
- Corpo docente especializado
- Recursos apropriados para o 1º Grau
- Laboratórios

DUAS UNIDADES:  
 I. Paulista - Av. Paulista, 900  
 II. Itapetina - R. Luz Green, 2213

**Objetivo Junior:**

- Laboratório Profissionalizante
- Recursos Tecnológicos
- Televisão Colorida Educativa
- Professores Especializados
- Quadras de Esporte
- Piscinas

DUAS UNIDADES:  
 I. Santa Amara - R. da Liberdade, 139 - fone 247-3544  
 II. Juvilevi - R. Teodoro Sampaio, 688 - fone 852-2428

**OBJETIVO**  
 (CAMPEÃO NO ESPORTE, CAMPEÃO NO ENSINO)

Fac Simile 31 - Edição nº 1, página 16.

**O teste da foto**

**Cinco Perguntas. Temas: derrubando o Gelo.**

1) Quem sempre está lá fora? ...  
 2) Qual é a maior cidade do mundo? ...  
 3) Qual é a maior cidade do mundo? ...  
 4) Qual é a maior cidade do mundo? ...  
 5) Qual é a maior cidade do mundo? ...

**CLASSIFICADOS**

**FIADOR?**  
 Temas: Cadastre-se gratuitamente para qualquer necessidade. Assistência personalizada.  
 Praça de R. 100 - 2º andar - sala 106.

**SÓCIO SEM CAPITAL**  
 Faça seu investimento em uma oportunidade única de lucro. Investimento mínimo de R\$ 1.000,00. Prazo de 12 meses. Sem risco de perda de dinheiro. Contato: (11) 508-1111.

**CLUBE DA CONFRATERNIZAÇÃO**  
 Desportivas, recreativas, culturais, educativas, sociais e religiosas. Associação para todos os gostos. Contato: (11) 508-1111.

**MANNESSMANN**  
 AJUDANTES DE PRODUÇÃO  
 50 Vagas - Inicial Cr\$ 5,45 p/hora

Fac Simile 32 - Edição nº 9, página 11.

Embora o jornal, mesmo que de forma desigual, tenha conquistado anúncios variados durante a sua trajetória, João Prado afirmou que não foi suficiente para equilibrar a saúde financeira da empresa. Além do desequilíbrio da relação tiragem/vendagem, ele apontou que

o perfil segmentado do tabloide inibiu o investimento de empresários que temiam inserir seu nome em um produto carregado de valor simbólico, destinado a um público consumidor específico. E acrescentou também um entrave no plano profissional, ponderando que os seis protagonistas eram jornalistas esportivos e não tinham vocação comercial: “Não éramos especialmente vendedores de anúncios, embora muita gente ajudou, precisava mais, e nós fomos tocando muito mais com entusiasmo do que com dinheiro”<sup>81</sup>.

Em 25 de novembro de 1977, a direção do ‘Coração’ decidiu aumentar pela primeira e única vez o valor do exemplar, na tentativa de equilibrar a receita. Na capa do jornal da edição de nº 55, na forma de editorial, ao final da página, foi apresentada a seguinte justificativa:

Há mais de um ano o ‘Coração’ está junto a você, torcedor. E nesse tempo todo, em que tudo – papel, tinta, serviços gráficos, inclusive – aumentou, e muito de preço, o seu jornal mesmo com as despesas dobrando, manteve o preço, o do mais barato jornal tabloide do país. Agora, infelizmente, somos obrigados a subir o preço para que você possa continuar tendo o seu jornal com a mesma qualidade técnica e redacional todas as sextas feiras nas bancas. Um jornal que, com você, vai comemorar, ainda, muitos títulos corintianos.

A inflação no período de circulação do ‘Coração’, de 29 de outubro de 1976 a 16 de dezembro de 1977, foi de 46,7% em 1976 e de 38,78% em 1977. É possível traçar uma comparação com o tabloide *Pasquim*, que no período de 10 de dezembro de 1976 a 12 de agosto de 1977 aumentou três vezes o seu preço de capa: de 5 cruzeiros para 7 cruzeiros e depois 10 cruzeiros. A política de preços da revista *Placar* reforçou ainda mais a influência da inflação da época no mercado editorial de jornais e revistas. Até 1º de outubro de 1976, o periódico esportivo custava 8 cruzeiros, a partir dessa data, aumentou o valor mais três vezes; para 10 cruzeiros, 12 cruzeiros, e em 11 de novembro de 1977, atingiu o preço de capa de 15 cruzeiros.

Um acontecimento que concedeu ânimo e reduziu os custos do jornal foi a possibilidade de imprimir o tabloide em uma gráfica paulistana, em troca de serviços jornalísticos executados por membros da equipe do ‘Coração’. A partir da edição de nº 12, de 21 de janeiro de 1977, o jornal que era impresso nas gráficas do *Grupo Estado* passou a ser rodado na *PAT – (Publicações e Assistência Técnica Ltda)*. João Prado rememorou que, aos domingos, alguns jornalistas da equipe escreviam e diagramavam um periódico que era impresso na empresa que aceitou a permuta: “Foi interessante, pois deu sobrevida ao ‘Coração’. Foi um acordo que fizemos com o *Jornal da Semana*, de um grupo de empresários

---

<sup>81</sup> Entrevista de João Prado ao autor, São Paulo, 18/10/2013. (p. 186)

da região de Pinheiros. A gente fazia a edição de esportes, em compensação, imprimiam o ‘Coração’”<sup>82</sup>.

Outro ponto relevante que foi levantado durante as entrevistas foi a possível dificuldade de comercialização em relação à concorrência no mercado editorial daquele período dos anos 70. Havia em circulação produtos editoriais específicos de esporte/futebol, revistas e jornais como: *Placar*, *Manchete Esportiva*, *Gazeta Esportiva* e os dedicados cadernos de esporte do *Jornal da Tarde* e do jornal *Última Hora*. Em opiniões unânimes, os fundadores afirmaram que não houve concorrência, pois ‘Coração’ era um jornal segmentado, como exemplificou Tim Teixeira: “Não existia nenhum outro veículo que só tratasse do *Corinthians*, então a gente estava sozinho nesse ponto”<sup>83</sup>.

### 5.10 As últimas batidas do ‘Coração’

Na lógica do mercado editorial, principalmente para o sucesso de um jornal popular, a quantidade de exemplares publicados exerce influência direta no potencial de inserção de publicidade e de comercialização em banca, na venda avulsa<sup>84</sup>.

‘Coração’ estampou em suas páginas uma variedade de anunciantes, de diversos setores do comércio e de serviços, porém, a verba publicitária e a venda dos exemplares serviram apenas para a manutenção do tabloide, não geraram lucro e capital para investimento no produto. O jornalista Tim Teixeira comentou a trajetória comercial do jornal e confirmou a falta de retorno financeiro.

Como teve matéria na televisão e coisa e tal, foi um assunto que “bombou” naquela semana, então alguns anunciantes, até por conta desse impacto inicial, resolveram entrar no barco, mas eram anunciantes eventuais, que nunca foram assíduos. Teve um ou outro que permaneceu por algum tempo, mas a gente nunca conseguiu ter uma solidez nessa parte comercial. Tanto é que eu vou te dizer uma coisa, eu nunca consegui tirar um centavo deste jornal, um que fosse. Eu e os outros, zero<sup>85</sup>.

Mas o que fez o grupo de amigos acreditar que o jornal poderia se tornar um sucesso editorial e financeiro, considerando o mercado consumidor dos produtos de mídia impressa

<sup>82</sup> Entrevista de João Prado ao autor, São Paulo, 27/12/2013. (p. 289)

<sup>83</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 25/11/2013. (p. 241)

<sup>84</sup> Segundo Bahia (1990), “Os jornais de qualidade são mais prósperos que os populares, com lucros geralmente cinco vezes superiores. [...] Isso faz com que dependam mais do volume de anúncios e menos da circulação, como os populares, que baseiam nela a sua fonte de renda. [...] A batalha pelas tiragens, que no passado recente do jornalismo se configurava na corrida louca ao número mais alto, se restringe a jornais e revistas populares que baseiam seu lucro praticamente na venda avulsa”. (p. 252-253).

<sup>85</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 06/08/2013. (p. 147)

esportiva da época? João Prado revelou que a esperança era atingir boa parte da massa alvinegra, que naquele momento estava ansiosa por notícias de seu time:

Eu acho que todo sonhador tem isso [...] se todo torcedor do *Corinthians* saísse da casa dele e passasse na banca, na esquina lá do bairro dele, se cada um comprasse um jornal, nós chegaríamos a 100 mil jornais, 200 mil jornais facilmente, não é verdade? Mas precisaríamos incitar esse torcedor e essa incitação, essa publicidade em cima, era muito pouca<sup>86</sup>.

Em uma reunião, no final de 1977, munido da informação de que a venda média das últimas edições vinha diminuindo, João Prado fez o alerta: “Olha gente, eu acho que é melhor a gente parar, porque, pelo menos, não estamos com dívidas.<sup>87</sup> Podemos continuar a nossa vida profissional como ela já é. Vamos fechar e entregar a casa”<sup>88</sup>.

A trajetória do ‘Coração’ teve duração de um ano e três meses, totalizando 58 edições semanais, no período de 29 de outubro de 1976 a 16 de dezembro de 1977. O fim do jornal, segundo os protagonistas, tem explicações intrínsecas e extrínsecas: fatores pessoais, econômicos e de circunstâncias do universo esportivo e do mercado editorial.

Para o são-paulino Tim Teixeira, o cotidiano de trabalho com dois empregos fixos tornou-se muito desgastante, criando um ritmo de vida que não seria possível suportar: “[...] depois de certo tempo, se você não consegue ter nenhuma recompensa financeira, você vai perdendo o embalo e os próprios corintianos que tinham uma paixão maior ainda em fazer o jornal, foram vendo que não dava mais, que talvez a melhor solução fosse fechar o jornal”<sup>89</sup>.

O fator desgaste físico e mental foi unânime entre os fundadores. O corintiano Elói Gertel sublinhou essa questão e apresentou outras causas:

Eu estava muito cansado pelo trabalho principal que era meu ‘ganha pão’ no *Jornal da Tarde*, acumulando cada dia mais responsabilidade. Entrava no jornal, abria a redação, saía no final da tarde, começo da noite ia até a Rua Padre Chico e começava a pensar no ‘Coração’. Sacrifiquei muito a vida familiar, éramos obrigados a ficar até a meia-noite, ou uma hora da manhã para fechar o jornal. [...] Nós estávamos precisando colocar dinheiro para fechar o jornal a cada semana, não éramos sócios capitalistas, não tínhamos um sócio capitalista. [...] E ganhamos o título, já sabíamos o que era comemorar um título, essa surpresa não existia mais<sup>90</sup>.

Se o motivo externo principal para a criação do ‘Coração’ foi a obsessão da torcida em levantar a taça de Campeão Paulista, curiosamente, a decadência do semanário se evidenciou justamente com a conquista do título, no dia 13 de outubro de 1977, depois de 22 anos, oito

<sup>86</sup> Entrevista de João Prado ao autor, São Paulo, 18/10/2013. (p. 189)

<sup>87</sup> Surgiu uma pequena dívida, após o fechamento do jornal, ocasionada por entraves no procedimento de encerramento da *Editora Tecla* e que foi rateada pelo grupo nos anos seguintes.

<sup>88</sup> Entrevista de João Prado ao autor, São Paulo, 27/12/2013. (p. 292)

<sup>89</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 06/08/2013. (p. 151)

<sup>90</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 04/12/2013. (p. 257)

meses e sete dias. Segundo o palmeirense Edison Scatamachia, “o jornal já não vendia quase nada porque acabou aquela magia do *Corinthians* não ser campeão”<sup>91</sup>. O corintiano Otacílio do Carmo também reverberou que o jornal terminou influenciado pela conquista do Campeonato Paulista e acrescentou que a proximidade da Copa do Mundo de 1978, na Argentina, também causou um enfraquecimento nas pautas esportivas regionais: “O fato de o *Corinthians* estar com o título de campeão depois de tanta busca, de um jejum tão grande, satisfaz de certa forma o torcedor, até o público reduziu nos jogos seguintes após o título”<sup>92</sup>. O jornalista completou: “Toda a imprensa estava concentrada na seleção, na Copa do Mundo. Com isso o jornal ficou meio sufocado, abafado e não tinha muito o que dizer”<sup>93</sup>. Nesse mesmo sentido, foi considerado pelo grupo o problema da falta de jogos nos meses de janeiro e fevereiro, quando há sempre um hiato no calendário esportivo e em consequência não surgem tantos assuntos futebolísticos. Assim, a parada dos principais torneios de futebol e a Copa do Mundo no primeiro semestre de 1978, tornaram-se mais dois obstáculos para a continuidade e a recuperação comercial do ‘Coração’.

O jornal foi sofrendo um processo de resfriamento, pois já não encontrava mais em seu público fiel respaldo para competir em um mercado de preços inflacionados, situação que prejudicou o controle financeiro e os projetos futuros da *Editora Tecla*. Como já vimos, a inflação no período foi altíssima e o tabloide elevou o preço, possivelmente, tardiamente, sem tempo de equilibrar a receita.

O jornalista Tim Teixeira salientou que o perfil segmentado do ‘Coração’ foi um obstáculo para a conquista de investimentos publicitários, prejudicando assim a saúde financeira da empresa: “O fato de ser um segmento muito específico restringiu a obtenção de uma gama maior de anunciantes, isso foi mortal pra gente. E vai ser para qualquer veículo que queira se dedicar a um segmento muito específico, ele vai enfrentar esse problema”<sup>94</sup>.

Para o são-paulino João Prado, o término da “Copa Coríntians” também contribuiu para a queda de circulação paga do tabloide. O jornalista acrescentou que a falta de tino comercial do grupo exerceu forte influência no fechamento do semanário: “Acho que o principal fator foi a nossa inexperiência, nós só sabíamos escrever, éramos jovens, todos

---

<sup>91</sup> Entrevista de Edson Scatamachia ao autor, São Paulo, 13/08/2013. (p. 157)

<sup>92</sup> Entrevista de Otacílio do Carmo ao autor, São Paulo, 25/11/2013. (p. 219)

<sup>93</sup> Entrevista de Otacílio do Carmo ao autor, São Paulo, 13/08/2013. (p. 166)

<sup>94</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 06/08/2013. (p. 152)



jovens [...]”<sup>95</sup>. E lamentou: “Editorialmente o jornal foi um sucesso, ele só não foi comercialmente porque a nossa base financeira era fraca”<sup>96</sup>.

Assim aos 45 minutos do segundo tempo, resignados, reconheceram que o jogo estava próximo do apito final, como esclareceu Elói Gertel: “Foi a situação econômica: os custos superando as receitas, e nós não tínhamos capital nosso pra investir, todos assalariados. Nós levamos até onde foi possível”<sup>97</sup>.

Embora o jornal tenha consumido energia e horas de trabalho, não tenha conseguido uma vida longa e não tenha proporcionado um centavo de lucro aos seus idealizadores, todos os fundadores, após 36 anos da criação coletiva, foram unânimes em afirmar que a experiência foi gratificante e inesquecível, como declarou Pedro Autran: “Na verdade a gente não lucrou nada, mas se divertiu muito, aprendeu muito, foi uma experiência fantástica”<sup>98</sup>.

Tim Teixeira confessou que a empreitada foi realizada com espírito de aventura, típico de quem ainda estava na flor da idade, e que o grande pagamento que o grupo recebeu foi o prazer de fazer o tabloide com grande amor e vontade, explorando tudo o que o jornalismo podia dar. O jornalista, com bom humor, finalizou a história revelando que apenas uma personagem ganhou dinheiro no ‘Coração’: “A única pessoa que conseguiu receber alguma coisa da empresa foi a Dona Geralda, nossa cozinheira”<sup>99</sup>.

Após a publicação da edição de nº 58, sem justificativa editorial, o tabloide saiu de circulação. Na semana de 16 de dezembro de 1977, os fanáticos leitores/torcedores folhearam pela última vez um exemplar inédito do ‘Coração’. O sangue alvinegro parou de correr pelas veias do “jornal da maior torcida brasileira”.

---

<sup>95</sup> Entrevista de João Prado ao autor, São Paulo, 18/10/2013. (p. 187)

<sup>96</sup> Entrevista de João Prado ao autor, São Paulo, 18/10/2013. (p. 190)

<sup>97</sup> Entrevista de Elói Gertel ao autor, São Paulo, 16/10/2013. (p. 182)

<sup>98</sup> Entrevista de Pedro Autran ao autor, São Paulo, 11/10/2013. (p. 175)

<sup>99</sup> Entrevista de Tim Teixeira ao autor, São Paulo, 06/08/2013. (p. 150)



Fac Simile 33 - Capa da última Edição do jornal 'Coração' - Edição de nº 58, de 16/12/1977

**CAPÍTULO 6**  
**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

## Capítulo 6 – Considerações Finais

---

### 6.1 Considerações finais

O esporte e a imprensa esportiva brasileira caminham juntos desde a virada do século XIX para o XX. Esses fenômenos sociais e culturais se entrecruzaram por interesses próprios, envolvidos e impulsionados pelo ambiente e pelas transformações da vida moderna. Para os organizadores e praticantes, o jornal era a possibilidade de divulgar, socializar e estimular a evolução do esporte. Por outro lado, os empresários da informação cotidiana viram nesse tipo de pauta jornalística a possibilidade de conquistar mais investimento publicitário e de aumentar a circulação paga de seus produtos jornalísticos.

O futebol, logo no início dos anos 1910, passou a ser o sujeito principal da relação entre o esporte e imprensa esportiva. O esporte-rei atraiu leitores e anunciantes e foi conquistando progressivamente as páginas dos periódicos, inclusive de publicações específicas destinadas ao esporte. A vida editorial e econômica desses produtos se caracterizou por altos e baixos, em uma batalha contínua pela sobrevivência, situação que permanece até os dias atuais, e que foi agravada com o surgimento da Internet.

O *Sport Club Corinthians Paulista* é tratado pela bibliografia nacional, romanceada ou científica, como uma instituição peculiar e relevante dentro do contexto do futebol nacional. Os elementos construtores da trajetória do clube paulistano representam e edificam uma história permeada por uma simbologia generosa - mítica, mística e religiosa -, que reforça principalmente o aspecto humilde e popular de seus praticantes e torcedores. O Timão, segundo pesquisas divulgadas, tem a segunda maior torcida do Brasil, sendo assim, se configura como público consumidor atraente para a mídia nacional.

A história do jornal ‘Coração’ está reconstituída. Foi recuperada para o olhar do presente. Antes, ela existia apenas na memória de seus protagonistas e de alguns - ainda desconhecidos - colecionadores, que devem guardar um ou mais exemplares em seu baú de recordações.

Após este trabalho, a constituição, o *corpus* e a trajetória do jornal podem ser analisados e interpretados, ampliando, modificando e aperfeiçoando essa história “escondida”

de quase quatro décadas. O conteúdo reconstituído pertence à história da imprensa e ao jornalismo esportivo.

‘Coração’, embora apresente características únicas, tem enredo típico, semelhante ao de vários outros periódicos mencionados nesta dissertação. O tabloide foi fruto da energia, criatividade e disposição de jovens que dominavam o exercício da profissão e que dividiam um espaço de sociabilidade favorável à execução do projeto proposto. Em plena década de 1970, marcada por profundas mudanças econômicas e políticas, seis amigos do trabalho, com o objetivo de obter um acréscimo ao salário principal, sem pesquisa e pouco capital, embarcaram em uma aventura jornalística intuitiva.

Todavia, mesmo oriundo de um projeto artesanal, não podemos deixar de considerar que o principal fator externo responsável pela criação do jornal era revestido de valor e de perspectiva: um jornalista alvinegro fanático, em contato com a torcida, inferiu que aquele imenso público demonstrava ter perfil consumidor para um produto informativo específico. Curiosamente, era uma torcida que crescia e que a cada ano ficava mais fanática por conta da incompetência do time nas conquistas de títulos, o que gerava gozação dos adversários e causava constantes constrangimentos. Assim, um jornal que representasse essa torcida angustiada, exercendo o papel de porta-voz, seria um alento e uma forma de criar um diálogo entre seus adeptos que, juntos, poderiam exigir da administração corintiana e da equipe de futebol o tão sonhado troféu de Campeão Paulista.

A calorosa recepção registrada nos primeiros números do jornal demonstrou, de início, que a proposição era possível. Porém, na forma que foi planejado, o jornal enfrentou uma série de entraves, tanto pelas contingências do mercado editorial quanto por questões inerentes a sua constituição: algumas particularidades do tabloide alimentaram o seu percurso - como os colaboradores, Carlito Maia e Dona Geralda -, outras foram determinantes para o seu fim - como a inexperiência comercial, a empresa “familiar” e com publicidade dirigida.

O semanário ‘Coração’, do primeiro ao último exemplar, cumpriu com o compromisso assumido e exteriorizado no editorial de estreia. O tabloide executou o papel de porta-voz da torcida, manteve a independência e lutou pela conquista do título, cobrando seriedade da direção do Clube e profissionalismo e entusiasmo da equipe de futebol. Divulgou e repercutiu todos os temas que envolviam o universo corintiano e também criou eventos e pautas praticando a estratégia de retroalimentação, como fizeram diversos outros periódicos esportivos, com destaque para *A Gazeta Esportiva* e o *Jornal dos Sports*.

‘Coração’ participou de uma década movimentada da história política, social e econômica nacional. O Governo Militar, que estava no poder desde 1964, após a edição do

AI5, em 1968, intensificou a repressão política e a censura aos meios de comunicação de massa. Nessa década, o Brasil teve inicialmente um forte crescimento econômico, mas logo entrou em uma fase de desaceleração econômica. A taxa de analfabetismo caiu e houve aumento do ingresso de jovens nas universidades. Acompanhando esse cenário nacional, a imprensa, que se encontrava em pleno processo de modernização, alternou entre bons e maus momentos. Jornais de prestígio faliram e os periódicos alternativos tiveram, em sua maioria, vida efêmera. Somente as poucas empresas afinadas com as estratégias do regime militar se transformam em grandes redes de comunicação. A partir dos anos 1970, a televisão assumiu o papel de grande veículo de comunicação de massa e se apropriou de uma grande fatia da verba publicitária, antes repartida, basicamente, entre os meios impressos e emissoras de rádio.

Embora regido pela inconstância política e econômica, esse período permitiu que o mercado editorial fluísse e atingisse números consideráveis. Com a adoção de novos métodos de impressão e produção surgiram novos produtos jornalísticos, muitos deles destinados a grupos específicos de consumidores. O mercado de periódicos segmentados cresceu e fortaleceu a atuação do jornalismo especializado.

‘Coração’ nasceu nesse quadro da conjuntura nacional: foi lançado em outubro de 1976 e sobreviveu por 15 meses, até o final de 1977. Não sofreu pressão política, pois tratava de um tema que era de interesse do Governo Militar, o futebol.

O tabloide não poderia ser considerado alternativo, pois trabalhava os mesmos assuntos que as editorias de esporte da mídia tradicional. Assim, tinha o aspecto de um jornal complementar. Nesse sentido, é possível destacar a atitude política de independência do tabloide, que não se beneficiou e nem compactuou com o *stablishment* do Clube alvinegro.

O semanário surgiu com características peculiares, pois era um produto jornalístico do segmento do esporte, do segmento do futebol, com especialização própria e destinado a um público bem delimitado. Esse perfil único, ao mesmo tempo em que atraía público consumidor e publicidade, tornava-se forte empecilho para a manutenção de sua existência.

O jornal enfrentou um período de inflação alta e de encarecimento dos insumos na impressão do produto. A distribuição do tabloide era controlada por uma grande empresa que consumia uma fatia significativa do potencial lucro. ‘Coração’ se sustentou basicamente por meio da circulação paga, obtida principalmente pela venda em bancas. Mesmo caracterizada pela irregularidade, a comercialização e outras estratégias adotadas durante o percurso garantiram ao periódico 15 meses de vida.

A publicidade, outra fonte de renda fundamental para a manutenção do jornal, também sofreu da inconstância, ocasionada por uma questão intrínseca: a identificação da marca do produto com o universo corintiano. Embora alguns anunciantes tenham até vestido a camisa alvinegra, muitos se afugentaram, evitando tornar público uma relação identitária com o time do Parque São Jorge. Durante a pesquisa foi possível inferir que os investidores em publicidade eram em grande parte ligados de alguma maneira ao Clube: empresários corintianos, empresários corintianos envolvidos na política do clube e agências de publicidade de propriedade de corintianos.

Na década de 1970, a conquista de público consumidor e de rendimentos com produtos editoriais não parecia ser tarefa fácil. No presente estudo, é possível deduzir que só os ricos sobreviviam. A tradicional revista *Placar*, a mais popular no segmento esportivo nacional, há mais de 40 anos no mercado, raramente deu lucro para a *Editora Abril*. Segundo pesquisadores do tema, a editora responsável só não fechou o periódico porque segue a política de conservar títulos e preservar nichos de mercado. É interessante anotar que entre as tiragens mais relevantes da *Placar* está uma edição de 1990 em que o *Corinthians* foi o personagem principal. Esse fato confirma que o clube alvinegro é realmente um tema atraente para o mercado consumidor de periódicos esportivos.

Dentro dessa exposição fica fácil interpretar as dificuldades que os periódicos de pequenas empresas ou cooperativas enfrentavam em relação ao mercado editorial e aos problemas econômicos da época. Percebe-se que a sobrevivência de um produto editorial estava ligada ao acúmulo de capital da empresa ou a estratégia de comercialização pontual, em termos quantitativos ou qualitativos – revistas de preço elevado para público restrito. Assim, é possível compreender que para um jornal com as características empresariais e de marketing como as apresentadas por ‘Coração’, sobreviver ao mercado era necessário ter venda regular e circulação paga bem acima da média, senão estaria comprometido com o termo final. Foi o que aconteceu. Por motivos externos e internos, o jornal não teve vida longa e não gerou lucro. Um dos fatores principais, relativo à falta de planejamento, foi o amadorismo em relação à teoria e à prática comercial e de marketing.

Nas entrevistas, em diversos momentos, os protagonistas do ‘Coração’ salientaram ser versados ao jornalismo esportivo e não às técnicas de comercialização e de conquista de publicidade. Mesmo assim, dominados pelo entusiasmo, decidiram prosseguir com a aventura: “A oposição romantismo x profissionalismo parece indicar que até os anos 70 os jornalistas tinham um envolvimento político ideológico mais claro, agiam em função de valores e utopias, coisa que atualmente não ocorreria mais.” (ABREU, 2002, p. 38).

Os fundadores do ‘Coração’ apontaram vários motivos para o fechamento do jornal. Foram apresentadas questões pessoais e circunstanciais. Em relação ao foro íntimo, todos os jornalistas alegaram cansaço físico e mental e a falta de retorno financeiro como causas determinantes para a desistência do empreendimento. Os sócios não tinham capital para investimento e sentiram que era o momento certo para cerrar as portas da editora, evitando amontoar dívidas. Ademais, não desejavam comprometer o salário do emprego precípuo, pois tinham família e casa para sustentar. A expectativa e o entusiasmo foram consumidos pelas vicissitudes do projeto e pela gestão administrativa intuitiva.

Os motivos externos que influenciaram a decadência do tabloide estavam relacionados à instabilidade da economia nacional, às regras do mercado editorial e às circunstâncias do universo do futebol espetáculo e competitivo. Segundo os protagonistas do ‘Coração’, a conquista do título do Campeonato Paulista pelo *Corinthians* foi o fator principal na redução de comercialização do jornal. Curiosamente, o desejo coletivo que estimulou a criação do tabloide, quando alcançado, determinou o seu fim.

Com a redução de vendas avulsas, o jornal, que não tinha capital acumulado, perdeu a sua base de sustentação. Enquanto isso, contas a pagar, período de inflação alta e elevação do preço dos insumos da produção gráfica. A publicidade permanecia inconstante e sem perspectivas e, em tempo de crise, o produto supérfluo naturalmente deixa de ser consumido.

Sobreviver sob as imposições do mercado editorial, já nos anos 1970, exigia uma gestão administrativa atualizada, integrada aos projetos de marketing e às pesquisas de consumo e mercado. A Editora Tecla não tinha capital de investimento e nem conhecimento para suportar a crise econômica da época.

No livro “A modernização da imprensa (1970-2000)”, Alzira Alves de Abreu (2002), se referindo ao mercado editorial dos anos 1970, afirmou que aquela década era uma fase de mudanças: o sucesso de um empreendimento passava pela implantação de uma gestão administrativa eficiente e profissional.

Muitos consideram que as pesquisas e o marketing fazem parte da nova imprensa, que hoje não é possível editar um jornal com base apenas na experiência, na intuição e no faro, mas acham que os meios de comunicação não podem se orientar única e exclusivamente pelo gosto imediato do leitor. (p. 32).

A autora alertou em sua obra: “Muitos jovens jornalistas chamam a atenção para o fato de que, sem o marketing, sem a preocupação com o aspecto comercial e sem a participação de todos na busca de um constante aumento de vendagem, o jornal desaparecerá”. (ABREU, 2002, p. 32).



Como constatado, não só ‘Coração’ mas outros diversos periódicos impressos deixaram de circular, pois não conseguiram se adequar ao exigente mercado e driblar a conjuntura econômica.

Os jornalistas fundadores do projeto, hoje com o olhar do presente, distantes quase 40 anos da decepção do insucesso comercial, relembram do acontecimento com satisfação, orgulho, humor e alegria. Todos foram unânimes em afirmar, que o tabloide propiciou uma experiência jornalística fundamental para o prosseguimento de suas carreiras e que se divertiram muito com as aventuras vividas no ‘Coração’. Nas entrevistas, Elói Gertel, Edison Scatamachia, João Prado, Otacílio do Carmo, Pedro Autran e Tim Teixeira, quando questionados sobre a permanência da amizade, confessaram ter se encontrado muito pouco. Segundo eles, a vida profissional e a correria do cotidiano colaboraram para o distanciamento.

A história da relação desse grupo com sua criatura está registrada, e o jornal ‘Coração’ pode ser agora pesquisado e interpretado por outros ângulos e critérios. A história é feita de rupturas e permanências. Assim, seria interessante saber, dentre as experiências do jornal ‘Coração’, quais ficaram no passado e quais permanecem no presente, e como seriam recebidas pelo o atual mercado editorial e seus respectivos consumidores. Isto quer dizer que o ‘Coração’ ainda pulsa.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### *Livros*

---

- ABREU, Alzira Alves. **A modernização da imprensa (1970-2000)**. Rio de Janeiro: Editor Zahar, 2002.
- ALBERTI, Verena. **Histórias dentro da história**. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org). Fontes históricas. São Paulo: Contexto, 2005.
- ARAJUNIOR e DE VANEY. **Álbum Campeão dos Centenários: edição especial da Revista Corinthians**. São Paulo: Companhia Lithográfica Ypiranga, 1965.
- AZEVEDO, Carlos. **Jornal Movimento, uma reportagem**. Belo Horizonte: Manifesto editora, 2011.
- BAHIA, Juarez. **História, jornal e técnica: as técnicas do jornalismo**. v. 2, 5. ed., São Paulo: Ática, 2009.
- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira**. 4. ed., São Paulo: Ática, 1990.
- BAHIA, Juarez. **Três fases da imprensa brasileira**. Santos: Editora Presença, 1960.
- BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil 1900-2000**. 2. ed., Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.
- BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do Jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1960.
- BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo: filosofia e técnica**. 2 ed., Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BOSI, Ecléa. **Memória e sociedade: lembrança dos velhos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. São Paulo: Cortez editora, 1980.
- CARRAVETTA, Elio Salvador. **O esporte olímpico: um novo paradigma de suas relações sociais e pedagógicas**. Rio Grande do Sul: Editora da Universidade, 1997.
- CHIARIONI, Bruno e KROEHN, Márcio. **Onde o esporte se reinventa: Histórias e bastidores dos 40 anos de Placar**. São Paulo: Primavera Editorial, 2010.
- COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2003.
- COUTO, André Alexandre Guimarães. **O discurso pela imagem: Manchete Esportiva e sua proposta fotojornalística**. In: HOLANDA, Bernardo Borges Buarque e MELO, Victor Andrade de (orgs.). O Esporte na Imprensa e a imprensa esportiva. Rio de Janeiro: 7letras, 2012. Pgs 107-129
- CRUZ, Heloisa de Faria. **São Paulo em revista**. São Paulo: Arquivo do Estado, 1997.

- DIAFÉRIA, Lourenço. **Coração Corinthiano. Grandes clubes do futebol brasileiro e seus maiores ídolos.** São Paulo: Fundação Nestlé de Cultura, 1992.
- DINES, Alberto. **O papel do jornal: uma releitura.** São Paulo: Summus, 4 ed., 1986.
- DUARTE, Orlando e TURETA, João Bosco. **Corinthians: o time da fiel.** São Paulo: 2008, Companhia Editora Nacional.
- DUARTE, Orlando. **História dos esportes.** São Paulo: SENAC, 2003.
- ERBOLATO, Mário L. **Jornalismo especializado. Emissão de textos no jornalismo impresso.** São Paulo: Atlas, 1981.
- FRANK, Robert. **Questões para as fontes do presente.** In: CHAVEAU A. e TÉTARD, Ph. Questões para a história do presente. Bauru: EDUSC, 1999. Pgs 103-117
- FRANZINI, Fábio. **Esporte, cidade e modernidade: São Paulo.** In: MELO, Victor Andrade de (org.). Os sports e as cidades brasileiras: transição dos séculos XIX e XX. Rio de Janeiro, Editora Apicuri, 2010. Pgs. 49-70
- GIULIANOTTI, Richard. **Sociologia do Futebol: dimensões históricas e socioculturais do esporte das multidões.** São Paulo: Nova Alexandria, 2010.
- GOLDENSTEIN, Gisela Taschner. **Do jornalismo político à indústria cultural.** São Paulo: Summus, 1987.
- HAMILTON, Aidan. **Um jogo inteiramente diferente! Futebol: a maestria brasileira de um legado britânico.** Rio de Janeiro: Gryphus, 2001.
- HELAL, Ronaldo. **O que é sociologia do esporte.** São Paulo: Braziliense, 1990.
- HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. **Análise de conteúdo em jornalismo.** In: LAGO, Cláudia e BENETTI, Marcia. (orgs.). Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2010. Pgs 123-142
- HOLANDA, Bernardo Borges Buarque de. **O cor-de-rosa: ascensão, hegemonia e queda do Jornal dos Sports entre 1930 e 1980.** In: HOLANDA, Bernardo Borges Buarque e MELO, Victor Andrade de (orgs.). O Esporte na Imprensa e a imprensa esportiva. Rio de Janeiro: 7letras, 2012. Pgs 80-106
- KFOURI, Juca. **A emoção Corinthians.** São Paulo: Braziliense, 1983.
- KUCINSKY, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários nos tempos da imprensa alternativa.** 2 ed., São Paulo: Edusp, 2003.
- LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro reportagem como extensão do jornalismo e da literatura.** 4 ed., Barueri: Manole, 2009.
- LOPES, José Sérgio Leite. **A vitória do futebol que incorporou a pelada.** Revista USP, nº 22, 1994. Pgs 64-83.
- MAIA, Carlito. **Vale o escrito.** São Paulo: Globo, 1992.

- MARQUES, José Carlos. **O futebol em Nelson Rodrigues: o óbvio ululante, o Sobrenatural Almeida e outros temas**. São Paulo: EDUC, 2012.
- MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de república, São Paulo (1890-1922)**. São Paulo: Edusp e Imprensa oficial do Estado, 2001.
- MAZZONI, Tomás. **História do futebol no Brasil**. São Paulo: Edições Leia, 1950
- MEIHY, José Carlos Sebe B. e HOLANDA, Fabiola. **História oral: como fazer, como pensar**. São Paulo: Contexto, 2007.
- MELO, Victor Andrade de. **Das touradas às corridas de cavalo e regatas: primeiros momentos da configuração do campo esportivo no Brasil**. In: PRIORE, Mary Del, MELO, Victor Andrade de (orgs.). *História do esporte do Brasil: do império aos dias atuais*. São Paulo: Editora UNESP, 2009. Pgs. 35-70.
- MELO, Victor Andrade de. **História da educação física e do esporte no Brasil**. São Paulo: Ibrasa, 1999.
- MELO, Victor Andrade de. **Causa e consequência: esporte e imprensa no Rio de Janeiro do século XIX e década inicial do século XX**. In: HOLANDA, Bernardo Borges Buarque e MELO, Victor Andrade de (orgs.). *O Esporte na Imprensa e a imprensa esportiva*. Rio de Janeiro: 7letras, 2012. Pgs 21-51
- MILLS, John. **Charles Miller, o pai do futebol brasileiro**. São Paulo: Panda Books, 2005.
- MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Editora Olho d'Água, 2001.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise pragmática da narrativa jornalística**. In: LAGO, Cláudia e BENETTI, Marcia. (orgs.). *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2010. Pgs 143-167
- NAPOLEÃO, Antonio Carlos. **Corinthians x Palmeiras: rivalidade e paixão no futebol paulista**. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.
- NEGREIROS, Plínio José Labriola de Campos. **Resistência e rendição – a gênese do Sport Club Corinthians Paulista e o futebol oficial em São Paulo – 1910-1916**. São Paulo: PUC, 1992 – Dissertação de Mestrado.
- NICOLINI, Henrique. **Tietê – o rio do esporte**. São Paulo: Phorte Editora, 2001.
- PRIORE, Mary Del, MELO e Victor Andrade de (orgs.). **História do esporte do Brasil: do império aos dias atuais**. São Paulo: Editora UNESP, 2009.
- REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. **Jornalismo empresarial: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 1987.
- REIMÃO, Sandra. **Mercado editorial brasileiro, 1960-1990**. São Paulo: COM-ARTE FAPESP, 1996.

- RIBEIRO, André. **Os Donos do Espetáculo: histórias da imprensa esportiva do Brasil**. Editora Terceiro Nome: São Paulo, 2007.
- ROSA, Maria Virgínia de Figueiredo Pereira do Couto e ARNOLDI, Marlene Aparecida Gonzalez Colombo. **A Entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismos para validação dos resultados**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.
- SHIRTS, Matthew G. **Futebol no Brasil ou Football in Brazil?** In. MEIHY, José Carlos Sebe Bom e WITTER, José Sebastião. (orgs.). **Futebol e cultura: coletânea de estudos**. São Paulo, Imprensa Oficial: Arquivo do Estado, 1982. Pgs. 87 - 99
- SILVA, Marcelino Rodrigues da. **Mil e uma noites de futebol: o Brasil moderno de Mário Filho**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: o planejamento gráfico na comunicação impressa**. São Paulo: Summus, 1985.
- SIMÕES, Roberto. **A propaganda no Brasil: evolução histórica**. São Paulo: ESPM, 2006.
- STYCER, Mauricio. **História do Lance – Projeto e prática do jornalismo esportivo**. São Paulo: Alameda, 2009.
- TASCHNER, Gisela. **Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1992.
- TEIXEIRA, José de Souza. **A história de um tabu**. São Paulo: Danju, 2005.
- THOMPSON, Paul. **A voz do passado: história oral**. São Paulo: Paz e terra, 1998.
- THONSOM, Alistair. **Aos Cinquenta anos: uma perspectiva internacional da história oral**. In. ALBERTI, V, FERNANDEZ, TM, e FERREIRA, MM., (orgs.). **História oral: desafios para o século XXI**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2000.
- TOLEDO, Luiz Henrique. **A cidade e o jornal: a Gazeta Esportiva e os sentidos da modernidade na São Paulo da primeira metade do século XX**. In: HOLANDA, Bernardo Borges Buarque e MELO, Victor Andrade de (orgs.). **O Esporte na Imprensa e a imprensa esportiva**. Rio de Janeiro: 7letras, 2012. Pgs 52-77
- UNZELTE, Celso. **Bíblia do Corintiano**. São Paulo: Panda Books, 2010.
- WITTER, José Sebastião. **O que é futebol**. São Paulo: Braziliense, 1990.
- WITTER, José Sebastião. **Futebol...Futebol**. In. MEIHY, José Carlos Sebe Bom e WITTER, José Sebastião. (orgs.) **Futebol e cultura: coletânea de estudos**. São Paulo, Imprensa Oficial: Arquivo do Estado, 1982. Pgs 71- 85

## Revistas

---

ROSENFELD, Anatol. **O futebol no Brasil**. In: Argumento, ano 1, nº 4, fev., 1974, Rio de Janeiro. Pgs 61- 85

## Artigos

---

BIASOLI-ALVES, Zélia M.M. **Trabalhar com relato oral quando a prioridade é recompor uma história do cotidiano**. Temas psicol., Ribeirão Preto, v.3, n.3, dez. 1995. Disponível em [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413389X1995000300006&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413389X1995000300006&lng=pt&nrm=iso). Acesso em 14 jan. de 2014.

CAMPOS, Flávio de. **Torcida brasileira: eu quero uma pra viver**. LUDENS – Núcleo Interdisciplinar de pesquisas sobre futebol e modalidades lúdicas. São Paulo, jun. 2014. Disponível em [http://www.usp.br/ludens/index.php?option=com\\_content&view=article&id=254:torcida-brasileira-eu-quero-uma-pra-viver&catid=18&Itemid=124&lang=pt](http://www.usp.br/ludens/index.php?option=com_content&view=article&id=254:torcida-brasileira-eu-quero-uma-pra-viver&catid=18&Itemid=124&lang=pt). Acesso em 01 de jul. de 2014.

CARVALHO, Carmen. **Segmentação do jornal, a história do suplemento como estratégia de mercado**. Comunicação apresentada V Congresso Nacional de História da Mídia da Intercom, São Paulo, maio de 2007. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/R0136-1.pdf>. Acesso em 09 jul. de 2014.

FERREIRA, Ricardo Alexino. **Jornalismo especializado – jornalismo científico: Análise crítica, estudo de casos e a construção de novos paradigmas e de um novo currículo disciplinar**. Comunicação apresentada ao XXV Congresso Brasileiro da Intercom, Salvador, 2002. Disponível em [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_np9ferreira.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_np9ferreira.pdf). Acesso em 09 jul. de 2014.

FRASER, Márcia Tourinho Dantas; GONDIM, Sônia Maria Guedes. **Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa**. Paidéia, 2004, 14 (28), 139-152. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/paideia/v14n28/04.pdf>. Acesso em 08 de jun. de 2014.

MARQUES, José Carlos. **O estigma de ser jornalista esportivo**. Comunicação apresentada ao XXVI Congresso Brasileiro da Intercom, Belo Horizonte, 2003. Disponível em [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2004/errata2003/estigma\\_ser\\_jornalista\\_esportivo.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2004/errata2003/estigma_ser_jornalista_esportivo.pdf). Acesso em 21 maio de 2014.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **O jornalismo especializado e a especialização periodística**. Estudos em Comunicação nº 5, 2009. Pgs. 115-133. Disponível em <http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>. Acesso em 09 jul. 2014.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **Temas que acontecem: qualidade de vida e jornalismo especializado em revista**. Comunicação apresentada ao XXI Congresso Brasileiro da

Intercom, Natal, 2008. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0970-1.pdf>. Acesso em 09 de jul. 2014

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **Uma especialização que vem da especialidade: das aproximações entre revista e jornalismo especializado em *Vida Simples***. *Brazilian Journalism Research, SBPJor* vol. 7, n.º 11, 2011. Disponível em <file:///C:/Users/Fabio/Downloads/344-1304-1-PB.pdf>. Acesso em 09 jul. 2014.

### ***Entrevistas concedidas ao autor***

---

Tim Teixeira: 06 de agosto e 25 de novembro de 2013, São Paulo.

Edison Scatamachia: 13 de agosto e 23 de novembro de 2013, São Paulo.

Otacílio do Carmo: 13 de agosto e 25 de novembro de 2013, São Paulo.

Pedro Autran: 11 de outubro e 15 de dezembro de 2013, São Paulo.

Elói Gertel: 16 de outubro e 4 de dezembro de 2013, São Paulo.

João Prado: 18 de outubro e 27 de dezembro de 2013, São Paulo.

### ***Jornais***

---

‘Coração’ - Arquivo Pessoal. Pesquisa realizada nas edições de nº 1 ao nº 10, de 29/1976 e 07/01/1977. São Paulo: editora Tecla.

‘Coração’ coleção integral: arquivo de Elói Gertel. Pesquisa exploratória e análise nas edições de nº 11 ao nº 58, de 14/01/1977 a 16/12/1977. São Paulo: editora Tecla.

*Urubu!* – Arquivo pessoal. Pesquisa realizada nas edições de nº 2 (março de 1976), de nº 10 (outubro de 1976) e de nº 11 (Novembro de 1976). Rio de Janeiro: editora Lidador.

### ***Sites***

---

Acervo digital do jornal *O Estado de S. Paulo*:  
<http://acervo.estadao.com.br/>

Website oficial do *Sport Club Corinthians Paulista*:  
<http://www.corinthians.com.br/>

## **APÊNDICE**

### **ENTREVISTAS TRANSCRITAS**



## Apêndice – Entrevistas com os Protagonistas do Jornal ‘Coração’

### Entrevista 1 - Antônio Euclides Teixeira (Tim Teixeira) – 06/08/13

*Gravação com mediação: telefone*

*Entrevistador: Fábio Camargo Fleury de Oliveira*

**Fábio Fleury:** E como nasceu o jornal Coração? Você falou que foi de um grupo do *Jornal da Tarde*, de um grupo de jornalistas, isso a gente até confirma pelas cartas do número 2, por exemplo, o Juca Kfourri falando que nasceu um novo jornal por um grupo de jovens jornalistas. Mas como que nasceu a ideia desse pessoal do *JT* de fazer o jornal?

**Tim Teixeira:** Éramos todos integrantes da redação do *Jornal da Tarde*. Um dia, que eu imagino que tenha sido em meados de 76, naquela época, a sede do *Jornal da Tarde* era na Rua Major Quedinho, no centro de São Paulo, e todo dia a gente terminava de fechar o jornal, descia num bar que tinha na própria Major Quedinho e ficava lá de madrugada. Era tudo molecada, a gente estava na faixa dos vinte e poucos anos. E a gente ia para esse bar, tomar cerveja, conversar e coisa e tal. E aí, um dos fundadores do jornal, que é o Elói Gertel que era o mais fanático dos corintianos, ele veio com essa ideia “E se a gente montasse um jornal só do Corinthians?”. Daí nas reuniões, papos seguintes, a gente foi amadurecendo a ideia e coisa e tal. Foi de conversa de bar mesmo que surgiu, e aí se consolidou “Vamos fazer.” “Vamos fazer.” Definimos quem seriam as pessoas que estariam envolvidas no projeto e fomos à luta; dinheiro ninguém tinha, éramos todos assalariados, gastávamos tudo o que a gente tinha no boteco praticamente. Não tínhamos capital nenhum para montar o jornal. Vou passar primeiro os nomes das pessoas que se reuniram e resolveram criar o jornal: Elói Gertel, João Prado Pacheco, Edison Scatamachia... Esse Edison Scatamachia hoje ele é produtor do Faustão, se você prestar atenção nos créditos do programa, aparece o nome dele lá. Os outros são Pedro Luís Autran Ribeiro e Otacílio do Carmo, além de mim. E aí, criamos uma editora que se chamava Tecla Editora e fomos à luta.

**F:** Então, o momento é que mostrou que era possível montar um jornal só para um time no mercado. Vocês tinham essa suposição que era possível montar um jornal do Corinthians, um clube que tem uma história e que, no momento, tinha uma história diferente para o mercado.

**T:** Pura suposição, a gente não fez nenhuma pesquisa... Não fizemos nada, saímos assim como um bando alopados para fazer um jornal, sem nenhuma base sólida, sem nenhuma informação que desse a gente alguma garantia. Até porque a gente, como eu te disse, era tudo molecada ainda e não tinha maiores compromissos, se desse certo daria, se não desse não daria e estava tudo no lucro na verdade. E realmente o jornal nunca se consolidou por conta disso, dele nunca ter se estruturado para ser um jornal de verdade. Ele era muito feito assim na base do entusiasmo. Eu lembro que a gente alugou uma casa na Rua Padre Chico, pra você ver até a incoerência...

**F:** Perto do Palmeiras (risos).

**T:** A 100 metros do Palmeiras (risos). Inclusive, os primeiros corintianos falavam: “Vocês foram se instalar perto do Palmeiras”. Teve até um episódio interessante, teve um jogo

Palmeiras e Corinthians (talvez você tenha esse número com você) que a gente teve a ideia de soltar um porco. O torcedor palmeirense era identificado pejorativamente como porco e, naquela época, era muito pejorativo, o palmeirense não aceitava ser chamado de porco. Hoje em dia, o próprio palmeirense adotou o apelido de porco e leva numa boa, mas naquela época era muito pejorativo, se você chamasse palmeirense de porco era briga na certa. E aí, nem sei quem teve a ideia precisamente, mas acho que foi o Elói que teve a ideia de pegar um porquinho e soltar no Morumbi. Ia ter um clássico Corinthians e Palmeiras e a gente teve a ideia de soltar o porquinho antes do jogo. Compramos o porco e quem levou o porco foi meu irmão que era repórter, que trabalhava como *freela* para o jornal e levou o porco para dentro do Morumbi. Coisa que hoje em dia seria impensável, imagina hoje se você entra no estádio carregando um porco. Eu nem sei como ele fez para entrar com o porco, mas ele entrou e soltou. Mas, o reboliço se deu antes até do jogo, porque a gente bolou uma capa com uma foto do porquinho, a gente já tinha comprado o porquinho, fez a foto e a manchete tinha a cara do porco, tomava a página inteira, e era algo: frito ou assado? Alguma coisa assim. Talvez você tenha.

**F:** Esse eu não tenho, acredito que deva ser pós 77.

**T:** Se você não tem deve ser pós 77 mesmo. Mas, isso aí provocou muita revolta dos palmeirenses, os caras picharam a sede do jornal, quebraram o portão, fizeram umas bandalheiras lá. Isso foi apenas um episódio para mostrar que a coisa era feita na base do entusiasmo, da aventura, sem nada.

A primeira pessoa que nos deu alguma base pra fazer o jornal com certo prumo, certo rumo, foi um cara que trabalhava na *Rede Globo*, na *TV Globo*, chamado Carlito Maia, ele era da parte de marketing da televisão e foi uma cara que nos deu grande ajuda, porque nós não tínhamos dinheiro para nada e ele nos ajudou inclusive no lançamento do jornal fazendo comerciais. Olha que coisa que a gente conseguiu, coisa inacreditável, conseguimos comerciais na *TV Globo* que ele mesmo fez. Talvez esse comercial exista até hoje, não sei... Era um comercial que tinha uma imagem de um coração batendo, um som de um coração batendo e falava: “Vem aí um coração corintiano”. Alguma coisa assim. Era uma mensagem meio subliminar, não dizia exatamente o que era. Isso ajudou bastante, alavancou muito o lançamento do jornal.

**F:** Inclusive no Jornal Nacional apareceu uma matéria sobre o jornal quando ele foi lançado.

**T:** Tudo isso ele conseguiu pra gente, porque a gente não teria a menor possibilidade de fazer, primeiro de produzir o comercial, segundo pagar para inserir, tudo foi feito na faixa, de graça. E esse Carlito Maia nos deu uma ajuda muito grande também, que isso provocou até uma confusão na própria *TV Globo*, quando a gente resolveu fazer a chamada Copa Corinthians, isso foi antes do Corinthians ser campeão, com certeza. Ele bolou um comercial que dizia assim: “O Corinthians vai ser campeão, a Globo garante” (risos). Isso botou ouriço na cabeça da *Globo* do Rio. “Como a *Globo* de São Paulo está fazendo uma loucura dessas?” E depois vinha a explicação de que era uma copa só de times que se chamavam Corinthians e obviamente que um Corinthians iria ser campeão.

**F:** Vocês tinham uma equipe bem grande, vocês seis que eram os idealizadores, os dirigentes, mas vocês montaram uma equipe grande que tinha gente de São Paulo, Rio, Recife. Eram todos *freelas* aqueles colaboradores? Trabalhavam como *free lancers*? Muitos fotógrafos...

**T:** Tudo *freela*. Alguns recebiam, outros não recebiam nada, trabalhavam mais por amor à arte, alguns por amizade com a gente. Como a gente trabalhava no *Jornal da Tarde* e tinha um conhecimento com todo esse pessoal, a gente precisava de uma matéria, de uma ajuda de alguém, apelava e o cara falava: “Ah, eu faço matéria”. Muitos, na verdade, trabalhavam para gente... O que a gente tinha de bom lá na empresa (olha a falta de profissionalismo de nossa empresa), muita gente trabalhava lá por conta do almoço que era servido na empresa. Nós tínhamos uma empregada chamada Dona Geralda que fazia uma comida divina. Então, ela fazia almoço todo dia lá para o pessoal. Muita gente ia lá só por conta do almoço dela e fazia matéria e trabalhava por conta.

**F:** Isso, eles iam lá à sede na Padre Chico?

**T:** Na Padre Chico.

**F:** Ela cozinhava lá?

**T:** Cozinhava lá. Ela cuidava de tudo, fazia limpeza, cuidava do almoço. Mas era um negócio totalmente antiprofissional. Às vezes, a gente chegava a pagar algum *freela* para uma ou outra pessoa, até chegava a pagar. Mas, a nossa fonte de receita era muito pequena, a gente nunca conseguiu estabelecer um plano comercial bom que vendesse. A gente chegou à conclusão, depois de certo tempo, que embora o jornal tivesse aceitação por parte do público, ele tinha uma rejeição por parte dos anunciantes por conta de um fenômeno que só depois é que fomos descobrir que é: muitos anunciantes não querem atrelar o seu nome exclusivamente a um clube por conta de perder os torcedores dos outros times.

Hoje em dia, os clubes até conseguem manobrar bem isso daí, mas só se for um anunciante top da vida, tipo Caixa Econômica, para eles a visão é outra. Mas a gente como só tínhamos a possibilidade de pegar anunciante pequeno, não havia praticamente a possibilidade de fazer uma coisa comercialmente viável. Então, a gente tinha pequenos anunciantes, coisinhas mínimas...

**F:** Mas teve anunciante grande, mas eu acho que eles não seguiram o caminho. Vocês tiveram página inteira da Caixa Econômica, do Banespa, do Itaú, um pedaço, não inteira. De página inteira também tiveram um anúncio do Colégio Objetivo. Nos nove primeiros números, a última página era do Colégio Objetivo.

**T:** Teve, teve. Mas, digamos assim, foi uma coisa... Muitos desses anunciantes talvez tenham entrado pelo sucesso que o jornal fez de cara, ele saiu foi um estrondo na praça. Quando o jornal saiu, no primeiro número, eu me lembro que o jornal esgotou. Tínhamos feito uma tiragem algo em torno de 20 mil, o jornal esgotou, a gente reimprimiu o jornal que era semanal, dava até para pensar nessa hipótese de reimprimir e colocar na banca. No total, a primeira edição foi uns 30 mil jornais e esgotou completamente. Como teve matéria na televisão e coisa e tal, foi um assunto que “bombou” naquela semana, então, alguns anunciantes, até por conta desse impacto inicial, resolveram entrar no barco, mas eram anunciantes eventuais que nunca foram assíduos. Teve um ou outro que permaneceu por algum tempo, mas a gente nunca conseguiu ter uma solidez nessa parte comercial. Tanto é que eu vou te dizer uma coisa, eu nunca consegui tirar um centavo desse jornal, UM que fosse. Eu e os outros, praticamente, todos eles.

**F:** Os fundadores não ganharam dinheiro com o jornal?

**T:** Nada, nada, zero.

**F:** A venda em banca não trazia um retorno? O jornal custava 4 cruzeiros.

**T:** Então, o jornal se mantinha praticamente só com a venda de banca, mas a venda de banca pagava a impressão, basicamente pagava a impressão, e não sobrava nada para a gente investir, para que alguém pensasse em ter uma retirada mensal. Na verdade, o jornal foi uma aventura para quase todo mundo.

**F:** E a questão das seções, a questão estrutural, foram vocês seis que bolaram? Porque ele tem uma lógica, ele foi pensado.

**T:** Foi. Isso daí praticamente quem montou foi eu e o Elói. O Elói, na estrutura interna, era o pauteiro, era o cara que tinha as ideias, que dava o rumo que o jornal devia seguir e eu era o editor, eu fazia o fechamento, eu fechava o jornal. Então, praticamente as seções que tinham, tinha seção de “torcida”, agora não me lembro, mas você deve ter aí.

**F:** Eu fiz todo o levantamento de seções, os nomes das pessoas e tudo.

**T:** Então, isso quem bolou praticamente tudo fui eu e o Elói. O Elói, inclusive criou uma coisa que, na verdade, depois a gente percebeu que foi um erro monumental: dar voz às torcidas organizadas. Ele chegou um dia e falou “Vamos criar uma página para as torcidas organizadas.” Ele inclusive participava de uma torcida organizada que era a torcida Estopim. Perdão, estou falando besteira. A torcida da qual ele participava era a torcida da curvinha, mas era um grupinho pequeno.

**F:** Eu me lembro, eu ficava lá perto, quando o futebol começou a ficar meio violento eu fui para aquele lado também.

**T:** Então, ele surgiu com a ideia “Vamos fazer uma página para as torcidas”. Então, toda edição a gente dedicava uma ou duas páginas para uma determinada torcida. Fazia as matérias que envolviam aquela torcida, como era e como não era e praticamente foi o primeiro jornal que deu voz às torcidas organizadas. Isso daí para mim foi um erro, logo eu percebi que estava sendo um erro, mas como a gente começou a fazer, não ia poder parar. Porque, a partir do momento, que essas torcidas começaram a ter voz, a ter presença, a ter força, elas acabaram se tornando grupos voltados mais para violência, para um comportamento que não é adequado para o futebol e até hoje isso persiste.

Não vou dizer que a responsabilidade tenha sido do jornal. Mas, hoje em dia, um dos grandes erros que eu acho que cometemos foi esse: ter dado voz a essas torcidas organizadas, que nem são torcedores de verdade, são alguns mercenários que se aproveitam da paixão das pessoas. Tem muita gente que vive da paixão do torcedor, você sabe disso.

**F:** Tim, no editorial do jornal, no primeiro número, vocês falam e confirmam, eu quero que você me confirme, que o jornal era totalmente independente do clube, né?

**T:** Sim. Na verdade, quando a gente lançou o jornal, parece que já tinham existido pequenas experiências anteriores de jornais do próprio Corinthians... Não vou conseguir me lembrar do nome de um jornal do Corinthians que teve antes. Mas, o Corinthians tinha uma revista chamada *Corinthians* mesmo. Teve um jornal também. Mas, foram publicações que sempre foram financiadas pelo Corinthians. O grande diferencial que a gente queria ter era não ter nenhuma vinculação com o clube, a gente queria ter só uma vinculação com a torcida, a gente

queria ser a voz do torcedor. E nunca aceitamos nenhum apoio por parte do Corinthians e nunca recebemos nada. Teve até um fato interessante que foi uma vez que ia ter uma eleição no Corinthians e tinha um candidato... Minha memória está falhando agora... Tinha um candidato que era o Goldfarb, ele queria ser presidente do Corinthians, ele era conselheiro, não lembro o primeiro nome dele. Mas, quem fez contato com a gente foi o filho dele, Jaques Goldfarb, eles eram donos da *Loja Marisa*. Então, eles começaram colocando anúncios no jornal, tudo bem. Mas num certo instante, eles chegaram a propor que a gente trabalhasse para a candidatura deles e aí a gente caiu fora: “Não tem isso daí. A ligação que vocês podem ter com o jornal é botar o anúncio. Mas, a colocação dos anúncios não significa nada.” Tanto é que depois de um tempo eles tiraram os anúncios. Eles queriam até financiar o jornal, dar um suporte financeiro para o jornal, mas a gente não aceitou e eles acabaram retirando os anúncios. Tinham alguns conselheiros que eram corintianos, que gostavam do jornal e botavam anúncios. Tinha um Mansur... Um corintiano, Zezinho Mansur, ele era dono de uma empresa que tinha alguma ligação... Agora não lembro o nome da empresa.

**F:** Não era a contábil Adplan? Porque essa tinha um comercial pequenininho.

**T:** Não, não era essa.

**F:** Relojoaria a Suíça? Café Moka? Teve bastante.

**T:** Café Moka teve bastante. Todos esses foram anúncios que a gente começou a cavoucar no mercado, mas não eram...

**F:** Então, os anúncios se dividiam entre corintianos que queriam participar de alguma forma do jornal, até alguns com interesses políticos; e alguns cassados no mercado que não tinham vínculos nenhum com o Corinthians.

**T:** Exatamente.

**F:** E a opção por muitas fotos e charges, como surgiu? Porque tinha o Gepp e o Maia que faziam muitas charges, tiras de quadrinhos e muitas fotos também.

**T:** Então, isso se explica pelo fato que nós tínhamos uma dupla de chargistas que resolveram embarcar no nosso projeto, que era o Gepp e o Maia. Eles eram chargistas do *Jornal da Tarde* também. A partir do momento que a gente passou a ideia do projeto pra eles, eles falaram “A gente ajuda”. Tanto é que a capa do primeiro número, que eu falei, foram eles que bolaram, que é um sol.

**F:** Aquela capa do sol é do número nove. Como se fosse uma entrada para o ano de 77 com a esperança de o Corinthians ser campeão em 77. É o número nove.

**T:** Ah é? E do número um, qual era a capa?

**F:** Era o Zé Maria entrando e dizendo: “Agora, rumo ao título”.

**T:** Essa era a número um?

**F:** Essa é a número um. Certeza absoluta.

**T:** Então minha memória está falhando, porque na minha cabeça eu me lembro de que quando a gente foi lançar o jornal, a gente até fez um convite que era exatamente a imagem do sol

com base no distintivo do Corinthians e essa era a imagem que tinha no convite de lançamento.

**F:** Ah, então deve ser do convite.

**F:** E o nome ‘Coração’ quem que deu Tim? Você se lembra?

**T:** O nome foi o Elói.

**F:** E a única parte colorida era o vermelho do distintivo.

**T:** Só.

**F:** E outra coisa: vocês optaram pelo Corinthians sem “h” por conta da grafia moderna ou foi uma coisa de patente, alguma coisa assim?

**T:** Não, a gente nem levou em consideração esse fato da patente. Na verdade, se for verificar, você vai encontrar que no *Jornal da Tarde* a gente usava o Corinthians sem “h”, uma coisa meio absurda, não sei por que a gente usava o Corinthians sem “h” no *JT*. E aí, a gente continuou usando sem “h” e não foi por algum temor de algum problema com relação à patente, de usar o nome do time. Até porque o nome Corinthians é um nome comprido e o título ficava complicado. Então, uma letra que tirava, já ajudava.

**F:** Eu te interrompi. Então, por que a opção por várias fotos e charges?

**T:** Era porque a gente tinha essa dupla de chargistas que trabalhava com a gente. A gente usava muito o trabalho deles, que era até uma forma de se diferenciar, porque eles trabalhando fazendo charge para o *JT*, os jornais não costumavam dar muita importância para charges, então, a gente achou que um dos caminhos seria valorizar a charge. Até porque a gente não tinha uma condição de ficar utilizando muita foto. A gente tinha um fotógrafo que trabalhava muito para gente, mas também era um cara que trabalhava como a gente, praticamente de graça, não era um negócio que a gente podia falar: “Vai lá fotografar o treino do Corinthians e fotografa o jogador tal”. Então, a gente dava certa preferência para esse tipo de trabalho, até porque não tinha muita opção com fotógrafo.

**F:** A equipe que você falou era composta por jovens e têm nomes que você falou que se tornaram jornalistas esportivos. O Fausto Silva foi colaborador, o Savoya que é conhecido, o Michel Laurence que acho que foi de televisão, o Flávio Aduato. No Rio de Janeiro, vocês tinham o Márcio Guedes, Paulo Stein, que se confirmaram como repórteres esportivos. Fala um pouco dessa equipe, desses nomes. O que aconteceu para eles participarem na época? Tudo amizade?

**T:** Tudo amizade. Eu era repórter e participava muito de cobertura da seleção brasileira. Tanto eu quanto o Elói, como o Scatamachia, menos o João Prado que era mais da parte administrativa, todos os outros costumavam fazer, serem enviados para reportagens fora de São Paulo. Por isso, a gente tinha amizade com todo esse pessoal. Então, precisava de alguma coisa no Rio de Janeiro, a gente chamava o Paulo Stein. A gente colocava o nome dos caras no expediente sem que os caras tivessem qualquer vínculo empregatício, qualquer vínculo financeiro de receber qualquer coisa, não recebiam, porque nem a gente recebia, praticamente ninguém recebia nada lá. Eu acho que a única pessoa que conseguia receber alguma coisa da empresa era a Dona Geralda, nossa cozinheira.

**F:** (risos) E o que você se lembra desse pessoal? Por exemplo, Fausto Silva, o Edison, Vocês mantiveram amizade? Então, os seis eram repórteres?

**T:** Nós todos éramos repórteres do *Jornal da Tarde* até o João Prado, todos da área do esporte.

**F:** Todos na média de vinte, vinte e poucos anos?

**T:** Todos nessa média. Por exemplo, o Fausto era repórter do *Estadão* e ele era quem cobria o Corinthians para o *Estadão* e vira e mexe ele fazia alguma coisa para gente. Mas, como eu te disse na base da amizade. Então era “Fausto, faz uma matéria com fulano de tal, com Zé Maria”. E ele fazia, era tudo na base da amizade, não se pagava nada para praticamente ninguém, era muito raro pagar para alguém fazer uma matéria.

**F:** Mas, para encerrar esse assunto, vocês tinham a ambição, pelo menos a intenção, de sucesso de mercado e que vocês ganhassem dinheiro, certo?

**T:** Claro. Embora metade da nossa equipe fosse de corintianos, que trabalhassem com aquele amor... Todo mundo trabalhava com aquele amor. Para você ter uma ideia, no final do jornal que a gente já estava achando que não ia dar, estava sendo muito sacrificante para gente, eu saía do *JT*, o *JT* tinha o péssimo hábito de fechar muito tarde e a essa altura a gente já tinha mudado para o bairro do Limão no prédio novo do *Estadão*. Nessa época, eu era editor ou subeditor, estava numa função mais de redação, não ocupava mais o cargo de repórter, então eu ficava no fechamento de noite e o *JT* tinha esse hábito ruim, hábito ruim não, o bom hábito de fechar de madrugada para dar uma visão mais larga das coisas e costumava fechar muito tarde. Então, eu saía de lá e eu ia direto para a redação do ‘Coração’, sempre tinha alguma coisa pra fazer, diagramar, fazer o fechamento de uma matéria. Às vezes, ia sair do ‘Coração’ seis, sete horas da manhã, oito horas da manhã. Ia pra casa, tomava um banho, dormia um pouco, daqui a pouco já estava no batente de novo. Quero dizer, era um ritmo de vida que ninguém poderia aguentar, principalmente, não ganhando nada. Depois de certo tempo que você não consegue ter nenhuma recompensa financeira, você vai perdendo o embalo e os próprios corintianos que tinham uma paixão maior ainda por fazer o jornal, foram vendo que não dava, que talvez a melhor solução fosse fechar o jornal.

**F:** Pelo volume de cartas, eu fiz uma análise dos dez primeiros números, era uma média de seis, sete cartas por número de São Paulo da capital, de várias cidades do estado e de várias cidades do Brasil. Então, a gente pode, não estou afirmando, apenas pela pesquisa, a gente pode falar que o jornal ‘Coração’ foi um sucesso editorial, mas não econômico?

**T:** Absolutamente verdadeiro. Sucesso editorial e zero na parte econômica. Financeiramente foi um fracasso rotundo.

**F:** E no sucesso editorial, o que você considera importante e o que você acha que o jornal tem que fez esse sucesso?

**T:** Eu acho que o mais importante foi que a gente conseguiu fazer um jornal independente, só falando de um clube, sendo independente desse clube, sem ter nenhuma ligação com o clube. Tanto é que no começo, quando o jornal foi lançado, se eu não me engano, o presidente era o Wadiah Helu, não tenho certeza, checa para ver se era ele, mas eu tenho impressão que era o Wadiah Helu. Ele nunca gostou da gente, ele odiava o jornal, até porque a gente fazia críticas à

diretoria do Corinthians. Ele era um cara que não admitia críticas, o fato de dirigir o Corinthians era imunidade para não ser criticado.

**F:** O do Colégio Objetivo, você lembra por que em nove números eles fizeram a última página inteira, será que o Di Genio era corintiano? Tinha alguma ligação com Carlito?

**T:** Se eu não me engano o Di Genio era corintiano, tinha ligação com o Carlito e tinha ligação também com o nosso João Prado, porque ele fez amizade com o Di Genio e conseguiu esse apoio dele para o jornal. Não sei precisar quanto custava um anúncio de última página, mas não era grande coisa, tanto é que, praticamente, o jornal se mantinha com a venda de banca.

**F:** Só voltando às seções... Lá, a gente tem um jornal feito para a torcida, a maioria homens, e tinha uma seção de gente corintiana que sempre tinha uma mulher bonita da época, né? Quem bolou isso daí e qual era a intenção? Lembrando que Regina Duarte participou, Sonia Braga, Rita Lee.

**T:** Isso daí, eu tenho a impressão que foi coisa da ideia do Elói, porque como ele era o pauteiro. Quase tudo que a gente fazia, a gente se reunia e decidia em conjunto, mas, geralmente, tinha um pai das ideias e, normalmente, esse pai era o Elói, porque ele sempre foi um cara muito criativo, muito focado nas coisas e acho que também essa ideia de dar uma seção com gente corintiana foi dele. Não vou te garantir, mas acho que foi dele.

**F:** Só voltando, embora a publicidade não tenha dado dinheiro, vocês conseguiram a Caixa Econômica, Banespa, Arapuã. Existia uma visão do grande público que vocês atingiam, mas daí veio aquele erro que você falou, que eles não poderiam se ligar a um clube só, né?

**T:** O fato de ser um segmento muito específico é que restringiu a obtenção de uma gama maior de anunciantes, isso daí foi mortal para gente e vai ser pra qualquer veículo que queira se dedicar a um segmento muito específico. Ele vai enfrentar esse problema.



**Entrevista 2 - Edison Scatamachia – 13/08/13**

*Gravação com mediação: telefone*

*Entrevistador: Fábio Camargo Fleury de Oliveira*

**Fábio:** Então, eu quero que você fale a sua versão, a sua memória de como nasceu o jornal ‘Coração’.

**Edison:** O jornal ‘Coração’ nasceu... a ideia de lançar este jornal foi do Elói Gertel. Porque o Elói era corintiano. Pra você se situar bem, nós éramos em seis: eu, o Elói, o Tim e o Pedro Autran, nós trabalhávamos no Jornal da Tarde e o João Prado Pacheco e o Otacílio do Carmo, eles trabalhavam no Estadão. É o mesmo prédio, o mesmo grupo, só que de um lado era o *Jornal da Tarde* e de outro o *Estadão*. Nós todos éramos repórteres de esporte, então de vez em quando eu cobria o Corinthians, mas eu ficava mais no Palmeiras e outro cobria mais o São Paulo. E o Tim Teixeira era um copydesk do *Jornal da Tarde*, ele foi muito famoso, ele ficava na redação, ele diagramava muito bem e o Elói era repórter também do *Jornal da Tarde*. E a gente fez uma reunião, ali com dois do *Estado* e mais dois do *Jornal da Tarde* e depois a gente se reuniu todo mundo e chegamos a uma conclusão: “Vamos abrir esse jornal”. Porque naquela época o Corinthians não era campeão há 21 anos. Então, tinha aquele negócio da torcida. Não lembro bem, mas o Elói pode te dizer se o nome do jornal ‘Coração’ tem a ver alguma coisa com aquela música do Silvio Santos, “meu coração é corintiano”, não sei se é por causa disso. Mas, numa das reuniões se pensou nesse nome com aquele símbolo que você viu no jornal que você tem.

Aí, numa das primeiras reuniões a gente pensou: bom, temos que abrir uma editora pra editar esse jornal. Daí resolvemos abrir uma editora que se chamava Tecla Editora, tecla de máquina de escrever. E aí para abrir a Editora Tecla nós procuramos uma casa, um sobrado. Nós achamos um na Rua Padre Chico, que era em Perdizes e do outro lado do rio era o *Estadão* e o *Jornal da Tarde*. Então, era um lugar que a gente podia chegar rápido pra tocar o jornal quando precisasse e escolhemos a Rua Padre Chico. Só que a gente foi muito ingênuo, porque na rua debaixo era a Rua Turiassú, que era a rua do Palmeiras. E aí depois com aquele probleminha com a camisa do porco, a casa amanheceu toda pichada, vidros quebrados, uma confusão com as ameaças e tal, porque a gente estava muito perto do Palmeiras fazendo um jornal do Corinthians. Mas, a explicação de por que ali naquele lugar é porque ali era perto do *Estadão* e a gente achou uma casa antiga ali e fizemos uma redação ali.

**F:** Eu nasci na Rua Tucuna, ali do lado, na Pompeia.

**E:** Ah, é? Era ali mesmo.

**F:** Eu conheço ali lógico, essa é boa também.

**E:** Então, na primeira reunião nós chegamos a uma conclusão, como eu sou palmeirense, o Tim, são-paulino e o João Prado Pacheco também, restaram 3 corintianos, o Elói Gertel, que mais queria fazer o jornal, Otacílio do Carmo e o Pedro Autran Ribeiro. E a gente até acha que fez certo: os que não eram corintianos não se metiam na parte do conteúdo do jornal, na parte editorial. O João Prado Pacheco ficou administrando a editora, o sobrado, a distribuição do jornal, tudo que era parte administrativa ficou com o João Prado Pacheco que era são

paulino. O Tim Teixeira que era são paulino cuidava da diagramação do jornal, não se metia em nada.

**F:** E você? Você se esqueceu de falar de você.

**E:** Eu fiquei com a parte promocional. E aí quando eu chegar em casa, eu te dou o telefone e também queria um email seu... Porque eu fiz um texto para um livro que eu tentei fazer e não deu certo. Levei para a editora, eles fizeram tudo errado e não andou... Eu fiz um texto e uma das histórias desse livro que tentei fazer era justamente sobre o jornal 'Coração' e o Carlito Maia. O Carlito Maia foi um publicitário que deu muita força para o jornal. O jornal acabou ficando muito forte porque eu sem querer, meio ingenuamente, eu fui à TV Globo e como eu cuidava de promoção do jornal eu tive uma ideia, não sei se o Tim te falou: como o Corinthians não era campeão há 21 anos, eu tive a ideia do jornal criar um campeonato no qual o Corinthians seria campeão. Como isso? Só participariam times que se chamavam Corinthians. A idéia foi meio de brincadeira que eu pensei e como eu tinha um amigo no *Jornal da Tarde* que foi trabalhar na TV Globo, eu pedi para esse amigo marcar um papo com o Carlito Maia que trabalhava nas relações públicas da TV Globo. Aí eu fui à sala dele, eu sabia que ele era corintiano, falei: "Carlito, eu arrumei um jeito do Corinthians ser campeão". E ele falou: "Como?" Eu falei: "Vamos fazer um campeonato só que com times que se chamam Corinthians". E ele brincou: "Do caralho essa ideia!"

E no fim, quando eu mandar esse texto, você vai entender bem por que ele faz parte do jornal 'Coração'. O Carlito Maia começou ajudar, ele mandou fazer vinheta para pôr na televisão, anúncio na televisão, colocava no meio do jogo de futebol, chegou a pôr no meio do *Jornal Nacional*, mandou criar um comercial na própria TV Globo. Então, tinha um comercial que ia ao ar que aparecia um coração e fazia "tum, tum, tum", e esse coração se transformava num distintivo do Corinthians e tinha um texto, um locutor que falava assim: "Jornal 'Coração', o jornal da torcida corintiana". Na época foi um...

**F:** Edison, só pra a questão temporal: então essa sua ideia foi antes do jornal ser lançado, né?

**E:** Não, não foi depois.

**F:** Foi depois?

**E:** Quando o jornal já estava e precisava divulgar o jornal e criar alguma coisa é que eu...

**F:** Ah, tá. Então eu entendi porque a partir do número 7 começam as propagandas da Globo no jornal.

**E:** Isso, tanto é que eu falei para ele assim: "Carlito, você vai colocar um comercial no ar e a gente vai pagar como?" "Não, fazemos uma permuta, eu te mando o fotolito e você coloca." Então, tem a Fórmula 1 que a Globo anunciava, sabe, e ele mandava o fotolito e a gente colocava na última capa. E eu acho que durou até o número 8 ou 10.

**F:** Não, foi mais.

**E:** Não, até o final do jornal tinha a última página com a TV Globo.

**F:** Edison, só pra você me ajudar a esclarecer, porque o interessante disso é que eu também sou historiador, jornalista e até por isso que eu também me interessei por isso. O Tim Teixeira falou para mim, a gente está trabalhando com memórias, e o Tim Teixeira disse para mim que

o jornal tinha sido na Rua Major Quedinho, então não, vocês já estavam na Agência Estado na marginal, né?

**E:** Já, eu acho que ele se enganou, é que o Tim é muito antigo no jornal e ele trabalhou muito tempo lá na Rua Major Quedinho e eu também trabalhei.

**F:** É, 1970 acho que já estava na marginal, já estava lá.

**E:** É já estava lá, é no comecinho do bairro do Limão ali.

**F:** É que isso eu estou confirmando com todo mundo até chegar num número que me dê certeza.

**E:** A gente alugou a casa ali, pode até ser que a ideia tenha surgido na Rua Major Quedinho, mas eu não acredito.

**F:** Tá, mas isso a gente vai vendo, pode continuar agora.

**E:** O jornal quando rodou tava lá na Vila Pompeia, na Rua Padre Chico, isso eu tenho certeza.

**F:** Não, não, isso o endereço do expediente coloca.

**E:** Então foi assim. Aí o jornal começou, Otacílio fazia as reportagens, o Pedrinho também fazia um pouco de reportagens. O Elói fazia os editoriais do jornal. Eu até cito neste texto que vou te passar que na época, o *Pasquim* que era o grande xodó de uma parte da juventude brasileira, que era muito famoso, ele era quinzenal e vendia 15 mil por quinzena pra você ter uma ideia e a gente vendia mais de 20 mil por semana.

**F:** Perfeito. Segundo consta no primeiro e segundo número, porque eu também faço um levantamento da história do jornal por ele mesmo, ele contando a história dele. Então, vocês colocam no expediente do número 2, na seção de cartas que tinha saído com vinte mil e dobrou a tiragem no segundo número.

**E:** Isso aí era um pouco complicado porque um dos grandes problemas de qualquer jornal que seja editado, que seja feito, é o encalhe, porque aí a gente vendeu muito no primeiro número e depois o João Prado falou para gente... Porque a gente ficou sabendo depois, a gente não fica sabendo na semana que recolheu um encalhe nas bancas. Esse é um problema que atrapalhou um pouco a gente, porque a Abril que distribuía nosso jornal, a gente não tinha outra ideia de quem pudesse distribuir, nem sabia se era melhor dar para a “Quinalha” ou outra distribuidora, então a gente deu para Abril. A Abril não estava tão preocupada em fazer um estudo de onde o jornal ‘Coração’ deveria ser colocado, ela mandava junto com as revistas dela, junto com o caminhão dela que rodava SP. Então, mais tarde, eu lembro que uma vez eu fui à Abril com o João Prado Pacheco para estudar, tinha lá um mapa de distribuição e a gente descobriu algumas falhas muito grandes que a gente não tinha como resolver muito e no fim não deu tempo para resolver. O jornal vendia muito, mas era assim: tirava 40 mil e vendia 20 mil.

**F:** Tá, mas a tiragem era 40 mil mesmo, né?

**E:** Variava muito, outra vez era 35 mil, outra vez era 40, acho que chegamos a tirar até um pouco mais uma época.

**F:** Acredito que com o Fluminense, aquela coisa de final de campeonato.

**E:** É, mas mesmo naquele do porquinho vendeu 25 mil.

**F:** Só uma coisa, eu lembrei a outra confirmação que eu queria, a questão também de memória. O Tim tinha falado para mim dessa propaganda na televisão que achei muito interessante, ele falou que realmente vocês não teriam dinheiro para colocar e você me explicou que foi permuta, mas pelo que ele tinha falado era para o lançamento do jornal e não foi, foi para o lançamento da Copa Corinthians.

**E:** Não, a memória pode me trair, pode ser que para lançar o jornal, para começar o jornal, pode ter demorado um pouquinho, mas você mesmo notou nos seus exemplares que só entrou no sétimo número.

**F:** Até então era o Colégio Objetivo que fazia a última página inteira.

**E:** Isso é a prova, que no comecinho... É claro que o jornal ficou conhecido quando a TV Globo começou a colocar a chamada no ar, mas até ali não tinha tanta repercussão. Você coloca 6 semanas... Como eu cuidava da promoção e logo que a gente começou a fazer o jornal, eu já fui lá ao Carlito pra dar essa ideia que o Corinthians seria campeão. Mas, isso tudo, até fazer fotolito, até fazer comercial pra pôr na televisão demorou.

**F:** Na verdade a repercussão foi boa na imprensa, tanto é que no número dois tem uma seção que é só uma retranca na verdade, que diz a repercussão na imprensa paulista e tem todos os jornais dando, *Jornal Nacional*, TV Tupi e tal, isso eu já consigo pelo próprio jornal falando isso.

**E:** Então, e aí ele começou a vender bem, claro que ele estava vendendo bem. Só que no começo a gente não tinha o retorno da Abril, porque demora muito para voltar o encalhe, chegar e daí chegar informação na gente. Quando nós percebemos que o encalhe era grande, eu lembro que o João Prado falou: “Vamos fazer uma tiragem maior para ver se aumenta a venda”. Aí nós fizemos uma tiragem maior na quarta ou na quinta edição e aumentou um pouco a venda e quando foi para a televisão, que entrava no *Jornal Nacional*, jogo da seleção brasileira, aí a coisa... Foi esse primeiro comercial que eu te falei, que o Carlito mandou fazer, a gente não tinha dinheiro, o Carlito era muito engraçado, tudo que eu pedia para ele, ele fazia: vai ao departamento de chamadas, ele fazia um memorando, eu levava o memorando para o departamento de chamadas... Tanto é que o Tim era o que mais se divertia: “Não acredito, ele está mandando fazer tudo lá?” Eu falei: “Tá.” “E não tá cobrando nada?” Eu falei: “Não, ele era corintiano”.

**F:** Poderíamos falar que ele foi o mecenas do jornal?

**E:** É e ele era um publicitário na época, você deve saber, era muito forte. É que ele era amargurado e nessa época eu até... Neste texto até eu explico, ele era amargurado porque a irmã dele foi exilada, está numa cadeira de rodas até hoje, a Dulce Maia, ele morreu o Carlito, ele bebia muito, porque quando ele criou a jovem guarda, ele criou todos os temas para o Roberto Carlos, é uma brasa mora... O nome Jovem Guarda foi ele que inventou. Quando ele criou o Roberto Carlos na agência dele que era a Magaldi e Maia, que era no Conjunto Nacional, criou entre aspas, mas quando o Roberto já era famoso, já era o rei da Jovem Guarda, o Roberto não quis fazer o que o Carlito Maia tinha programado: criar um grande ídolo para ir contra a ditadura. E aí o Roberto disse: “Nisso não me meto, isso não quero

saber”. E o Carlito ficou amargurado e começou a beber e eu peguei ele nessa época. Sabe que quando ele começou me ajudar muito, eu comecei achar que ele também estava fazendo isso para que o jornal desse certo e o jornal fosse porta voz das ideias dele, entendeu? Porque depois ele foi um dos criadores do PT, a frase “Lula lá” é dele e eu pensei até que na época ele tivesse me ajudando tanto que ele queria... Não sei, talvez fosse por isso também, mas depois ele ficou doente, bebia muito e ele era corinthiano. Eu conto até a passagem que você vai gostar de ler que o Boni descobriu, que ele encampou... Ele criou um slogan que dizia assim... aí já era a segunda ou terceira chamada, ele inventou assim: “Jornal ‘Coração’, o Corinthians vai ser campeão, a Globo garante”. E assinou em nome da TV Globo um contrato comigo de transmitir a final da Copa Corinthians e era só de Corinthians. E quando entrou o primeiro anúncio no ar da Globo, aí foi um anúncio para convocar os times chamados Corinthians para participar do campeonato, entrou uma vez no ar e eu fui desesperado pedir para o Carlito, naquela época não tinha celular, eu corri lá para TV Globo e pedi para ele tirar do ar a chamada, porque apareceram cento e poucos Corinthians de SP e do interior e se continua mais uma chamada, iriam aparecer duzentos e eu não conseguiria fazer o campeonato. Aí eu fiz um campeonato com sessenta da capital e sessenta... agora não me lembro o número. E aí comecei a criar dificuldades, o time que não fosse registrado em cartório não podia participar, que tinha que ter tantos anos de registro, para diminuir o número, para poder fazer o campeonato com um monte do interior e um monte em SP, e no fim quando o Boni, o poderoso Boni descobriu que o Carlito pôs no ar uma chamada, “O Corinthians vai ser campeão, a Globo garante”, ele queria demitir o Carlito e aí foi uma confusão. Eles me chamaram na Globo pra dizer que eles iam honrar com o contrato que tinham assinado, mas que a partida final ia ser num sábado às oito horas da manhã, eles estavam se baseando porque teve uma coincidência que a Copa Corinthians foi disputada no mesmo ano que o Corinthians foi campeão. Mas, o Corinthians podia ter perdido da Ponte Preta em 1977 e o Carlito poderia ser demitido, uma confusão na época. Demorou muito para fazer o campeonato e essa época da Copa Corinthians, que fez a gente vender muito jornal também, foi coincidentemente quando o Corinthians foi para a final e coincidentemente eu fui para a Rádio Globo com a equipe do Osmar Santos e no dia da final eu estava trabalhando na estreia do Osmar Santos na Rádio Globo. Aí eu, durante uns dois, três meses, me afastei um pouquinho do jornal e depois quando o Corinthians foi campeão e eu já estava trabalhando na Rádio Globo, eu me afastei mais ainda do jornal. E vou dizer para você uma coisa que vai ao final do seu trabalho: depois que o Corinthians foi campeão, o jornal começou a cair terrivelmente, daí acabou aquela magia, aquele negócio que o Corinthians não era campeão há 23 anos, aquele negócio, né. De 1975, quando o jornal começou, a ideia do jornal foi em 1975, por isso que o Tim possa estar pensando, pode ter começado na Major Quedinho, que não foi assim, foi uns 10 dias depois, demorou pouquinho até abrir a editora, até começar fazer logotipo, alugar a casa, isso demorou acho que uns três ou quatro meses, talvez tenha sido no final de 1975 e o jornal saiu em 1976. Mas, de final de 1975 até final de 1978, quando acabou o jornal, de 1977 até 1978 o jornal já não vendia quase mais nada porque daí acabou aquela magia que tinha do Corinthians não ser campeão.

**F:** Isso eu até perguntei para o Tim, eu até meio que chutei isso daí e ele falou que tinha sentido mesmo e agora você está confirmando, vocês pensam igual sobre o fim do jornal depois do Corinthians ser campeão.

**E:** É porque eu já não estava muito lá, mas eu ia a algumas reuniões, porque tinha minhas obrigações de ser sócio, tinha despesas, o jornal não era barato.

**F:** É nisso que eu quero entrar que ficou meio... Eu tenho que arrumar um caminho melhor. A questão da publicidade, a sustentabilidade do jornal. O Tim fala, a gente até brincou, que o

jornal foi um sucesso editorial e ele diz que foi um fracasso financeiro porque diz que ninguém tirou dinheiro dele. Como que você vê?

**E:** Concordo, não, ninguém tirou mesmo, eu não me lembro de tirar um tostão de lá. Também tinha uma coisa, Fábio, o Tim já era mais velho do grupo, ele deve ter uns cinco, seis anos a mais do que eu e todo mundo começando como repórter, todo mundo com muito pique. Para você ter uma ideia, todos nós trabalhávamos no *Estadão* e *Jornal da Tarde* e a gente acabava o nosso trabalho e ia lá pra redação: eu pra fazer as coisas da Copa Corinthians, o Otacílio para escrever matéria porque ele cobria o Corinthians para o jornal, ele fazia as entrevistas, o Tim para diagramar, o Elói pra fazer editorial, Pedrinho para escrever também, a gente tinha colaboradores, pagava Sérgio Baklanos para fazer matéria especial...

**F:** Caco Barcelos, tem matéria dele.

**E:** É, a gente pagava, mas graças a deus, a gente sempre honrou com todos esses pagamentos de *free lancer*, a gente queria fazer um jornal bom, legal, sempre pagava todo mundo, mas nunca tiramos um tostão.

**F:** Ele tinha publicidade, eu fiz já uma análise quantitativa da publicidade nos dez números e ela existia, tinha uma média de sete ou oito por número, tinha página inteira, o Banco Banespa, a Caixa Econômica, mas o que dá para perceber é que era uma coisa muito efêmera, muito rápida, era um número e daí não voltava mais.

**E:** É e outra coisa como a gente tinha uma tiragem... Por isso que digo que isso tem uma importância grande também, nós éramos amadores nisso, ninguém era profissional de jornal, nós éramos repórteres. O João Prado fazia o possível pra organizar as coisas, mas ele também era um amador. Eu que cuidava da promoção e um pouco da publicidade também, mas não vendia muito, eu também nem sabia vender, mas o que eu conseguia de rodapé era assim, uma coisa bem amadora. O jornal era forte, mas nós éramos amadores. Para você ter uma ideia de como nós éramos amadores, eu com essa brincadeira de conseguir a transmissão do jogo na Rede Globo, nem aí nós ganhamos dinheiro, você acredita? Nós podíamos vender placa na rua, fizemos a final na Comendador Souza e tinha câmera, foi transmitido o jogo às oito horas da manhã, era muito cedo, mas o jogo foi transmitido.

**F:** Edison, embora tudo isso, vocês tinham a ambição que o jornal desse certo, né? E que virasse um produto editorial com sucesso e lucrativo também para vocês.

**E:** Olha, eu tinha, talvez um ou outro da equipe dos sócios achasse isso que você falou. Eu particularmente, eu achava que não íamos ganhar dinheiro, eu percebi isso logo no começo, porque rodar 40 ou 50 mil exemplares lá na Abril, a gente voltava na Abril e a Abril distribuía e era um negócio complicado. A gente pagava um dinheirão pra imprimir e pagava para distribuir.

**F:** Na época, nós tínhamos a *Manchete Esportiva*, a *Gazeta Esportiva*, a *Placar* e os cadernos de esportes, como você via esse mercado na época, você era repórter esportivo do caderno de esporte e era super forte o momento, como era?

**E:** Não, não tinha nada a ver com o jornal 'Coração', porque o jornal 'Coração' era corintiano fanático que comprava, então, acho até que concorria com a *Gazeta Esportiva*. Veja bem, na época, a *Gazeta Esportiva* que era o jornal forte de esportes, a gente concorria com eles

porque era um jornal semanal, mas a gente não concorria porque o corintiano comprava o jornal ‘Coração’.

**F:** Que nem você falou, comprava até os dois, o ‘Coração’ era complementar porque eu me lembro de mim mesmo, eu comprava os dois.

**E:** É verdade, mas alguns dois ou três da nossa equipe dos sócios estavam esperando lucro, mas eu particularmente não estava esperando lucro do jornal. Na época, eu pensava muito assim: isto é o ponta pé inicial de uma editora porque se você imaginar bem, 6 pessoas no jornal ‘Coração’ era muita coisa. Até no texto que vou te mandar você lê isso aí. O Pradão, o João Prado era administrador, mas ele era amador e a gente adorava ele. Tinha esse negócio, nós éramos 6 amigos, 3 do *Jornal da Tarde* e 3 do *Estadão*, a gente se dava muito bem e o Pradão trouxe uma cozinheira para casa, chamava Dona Geralda que tinha trabalhado para a família dele em Jaú, que era gorda e cozinava muito bem. O bife dela era tão bom, a comida dela era tão boa, aquela senhora de cor, gorda do interior, aquilo virou um ponto de almoço. Então, além de nós 6, o Sérgio Baklanos saía do jornal e ia lá comer com a desculpa... Não é desculpa, “vamos falar da matéria que vocês querem que eu faça, a gente já aproveita e almoça”. O bife ficou famoso e ficou tão famoso que o Carlito Maia ia lá almoçar, o que para gente era fantástico, a gente resolvia todos os nossos problemas, porque durante a Copa Corinthians, para você ter uma ideia, como era muito jogo no interior e aqui na capital, eu tive que ir à secretaria municipal de esportes para pedir campo de futebol para fazer os jogos aos sábados. Não lembro quem era o secretário, ele adorou a ideia e pôs a Copa Corinthians no calendário oficial da prefeitura e me cedeu vários estádios, desses centros educacionais com campo de futebol para que eu fizesse os jogos. Aí fui à federação pedir arbitragem e como eu era repórter na época, não era famoso, eu era conhecido, o presidente da federação mandou eu falar não sei com quem, no fim eles deram arbitragem de graça, era juiz e bandeirinha. Faltava bola, eu peguei e fui no Bolas Olímpicas, é longe pra caramba, era na Vila Matilde, pra lá da Vila Matilde, só sei que era longe, fui falar com seu Nardo Garrido, lembro o nome dele até hoje e você pode ver que, a partir de um momento no jornal, começou a entrar um monte de rodapé das Bolas Olímpicas porque eu expliquei toda história da Copa Corinthians, ele também era corintiano, tanto que na sala dele tinha foto do Rivelino chutando a bola olímpica e ele falou: “Claro, quantos jogos tem, quantas bolas você precisa?” Eu fiz uma conta 3 bolas por jogo e falei: “Olha, seu Nardo, eu vou precisar de umas 600, 700 bolas”. Ele virou para mim e falou: “Perfeito, daqui 2 dias, 3 dias no máximo eu mando lá na Padre Chico, onde vocês têm a redação, eu mando um caminhão e vou mandar mil bolas pra vocês”. Eu lembro do Tim quando chegaram as bolas, muito engraçado que as bolas vinham murchas, amassadas e precisava encher as bolas. E o Tim olhou pra mim e falou: “Scata, ele me chamava de Scata, quem vai encher esse merda?” Era muita bola, encheu um quarto lá no fundo de bola até o teto. Aí eu comprei o bico, ia ao posto de gasolina, enchia tantos jogos, separava as bolas, saía uma Kombi para um centro educacional, uma Kombi pra outro, uma Kombi pra outro, tinha que levar um representante nosso, o Tim ia a um jogo, eu ia a outro, o Pedrinho ia a outro.

No interior tinha muito time e um dia eu cheguei, o Carlito Maia foi comer o santo do filé à parmegiana lá e eu falei: “Carlito como eu faço para levar o time de uma cidade pra outra pra jogar, eu faço uma tabela, como que faz?” Tem que fazer grupos, eu tenho que levar time pra jogar lá, mas depois tem que jogar em casa, depois jogar lá, como que faz? Ele falou: “Ah, faz uma permuta com uma companhia de ônibus”. Eu falei: “Eu não sei fazer isso”. Ele falou: “Procura uma companhia”. Eu procurei a São Manoel e o dono chamava Manoel e fui lá e falei: “Seu Manoel, eu estou fazendo uma Copa Corinthians e tenho jogos em Ribeirão Preto, em Campinas, em Itápolis, tem um monte de cidade e o senhor tem ônibus no interior, interessa o senhor fazer uma permuta com a TV Globo? Sabe o que ele falou pra mim: “Claro

que me interessa, meu filho, eu quero”. Naquela época a TV Globo estava separando SP1, SP2, era São Paulo SP, tinha já em Ribeirão, estava começando a fazer, São José dos Campos, Ribeirão Preto. EPTV de Campinas e ele falou: “Me interessa no interior”. Eu falei: “Perfeito, eu falo com o Carlito Maia e a gente coloca comerciais da São Manoel”. Aí ele me fez uma proposta indecorosa, uma porrada de anúncio, não lembro quanto e eu levei para o Carlito. Levei não, a gente esperava ele almoçar lá, meio dia e pouco ele estava sempre lá pra almoçar. Aí eu falei: Carlito são tantas, ele está pedindo isso. Ele falou: “Perfeito”. Aí, quando eu voltei no Seu Manoel, eu fazia isso... Estou te contando isso pra você tem uma ideia, a minha parte era essa, eu não escrevia, eu mal lia o jornal quando saía, minha parte era fazer promoção. Então, eu ia de novo lá no Seu Manoel na marginal do Tietê e o seu Manoel falava: “Mas, eu não tenho firma para mostrar meu comercial, mostrar meus ônibus”. Eu voltava no Carlito e falava: “Ele não tem firma”. Carlito falava: “manda a Globo fazer”. E dava um memorando na minha mão, eu ia pedir na equipe de comercial da Globo e a Globo ia lá fazer, filmava os ônibus da São Manoel. Era tudo meio amador e tudo feito assim. Hoje em dia nunca aconteceria isso, mas o Carlito Maia era muito forte na Globo, nem tanto ele, quem era forte era o Magaldi que ficava no Rio e as pessoas tinham medo do Carlito aqui, porque o Magaldi era muito ligado no Boni no Rio, era muito forte. Eles tinham medo do Carlito, porque ele era do Magaldi e Maia, era da agência que tinha feito muito nome, como se fosse um Washington Olivetto, como se fosse um Nizan Guanaes hoje, um cara muito forte. Tudo ele me dava um memorando, eu até no texto escrevi, não sei na Globo se eles mandavam o memorando. Eles ficavam com o memorando lá e davam ok, porque o Carlito tinha mandado, ninguém checava nada. Aí fez esse comercial e o Seu Manoel mandava ônibus no interior inteiro e tudo dava certo, sabe.

Eu tinha... A gente mandava representante nosso e esse campeonato custou caro para gente. Deu muita visibilidade para o jornal, mas também gastava do nosso lado, tinha que mandar representante em cada jogo. A maioria eu conseguia tudo permuta e a gente ia indo. Mas, repito, eu nunca sonhei em ganhar dinheiro com o jornal ‘Coração’, o meu sonho era plantar uma editora que um dos produtos fosse o jornal ‘Coração’, pra daí pra frente, a editora começar a lançar revistas, porque a gente tinha profissionais muito bons. E o sonho nosso era esse, chegamos até fazer reuniões no final do jornal para ver se a gente conseguia sair para outras publicações porque o jornal ‘Coração’ já tava minguando, a torcida corintiana já não ligava tanto.

Porque quando a gente fazia uma denúncia, eu conto nesse texto, o jornal era independente, totalmente. Um dia o Vicente Matheus foi ao *Jornal da Tarde*, entrou na redação e falou assim: “Quem aqui, que eu soube que é aqui de dentro que faz o jornal Coração Corintiano?” Não chamava Coração Corintiano, mas ele falou Coração Corintiano. Apontaram para minha mesa: “Olha ele é um dos sócios”. O Tim só trabalhava à noite, o Pedrinho não estava, eu estava sozinho lá e Seu Vicente chegou à mesa, se apresentou, sou Vicente Matheus e falei: “Eu sei, é claro, vem, senta aqui, o senhor está bom?” Ele falou: “Eu vim aqui, o senhor é sócio deste jornal Coração Corintiano?” “Sou sim seu Matheus”. “Eu vim saber quanto você quer no jornal que eu quero comprar”. “Por que senhor Mateus? O jornal não está à venda”. Não, porque vocês ficam dando notícia que eu não gosto e tal. É bem do Matheus, né? Eu falei: “Então, Seu Matheus, o jornal não está à venda”. Ele falou: “Não, não, meu filho, eu quero comprar, eu vou publicar o jornal, vocês ficam dando notícias que eu não gosto”. Porque era independente o jornal. Aí, quando eu falei pra ele: “Olha Seu Matheus, infelizmente o jornal não está à venda”. Ele virou pra mim e falou assim: “Então vocês estão proibidos de entrar no Parque São Jorge”. Eu falei: “Que bom, Seu Matheus, o senhor não sabe que legal isso é pra gente, porque se você proibir a gente de entrar nós vamos ganhar muito mais força, daí que nós vamos nos tornar um jornal independente e os corintianos vão



acreditar naquilo que a gente escreve”. Sabe o que ele falou pra mim: “Ah, então vocês podem entrar sim!”

**F:** Até porque Edison, uma análise que eu estava fazendo ontem também, o único momento que vocês tinham uma relação com o clube era na agenda corintiana e nos amadores, vocês divulgavam de uma forma bem legal o trabalho do clube, né?

**E:** Claro, mas quando era hora para dar que o Zé Maria ia ser vendido e a diretoria não queria que divulgasse, a gente também dava. Quando chegava na hora de denunciar alguma coisa no departamento de futebol, a gente denunciava, isso o Elói era fera.

**F:** Isso que eu estou falando: vocês fizeram na medida certa, “nós temos a independência, mas vamos ajudar o clube no que for possível”.

**E:** Claro, porque era o nosso produto, era o Corinthians e tinha que falar que tinha torneio de natação, tudo isso. E os diretores de departamento adoravam a gente, porque eles publicavam na *Gazeta Esportiva* e de vez em quando dava, no *Jornal da Tarde*, *Estadão* e *Folha*. Ninguém nunca divulgava e o nosso jornal que vendia muito e só para corintiano divulgava que domingo que ia ter um torneio de peteca. Eles ficavam felizes.

**F:** Perfeito, confirma tudo que eu tinha visto na leitura que eu estava fazendo. Só uma outra coisa interessante, o expediente do jornal era uma coisa muito interessante, que você tem os 6 fundadores que são vocês nos cargos principais e daí vem os colaboradores com os nomes de pessoas que deviam estar começando que nem vocês. Você tem o Percival de Sousa, o Aduato, você tem o Fausto Silva e tal. Nessa época, eles eram simples colaboradores e eram pagos com o bife da dona Geralda ou eram *freelas*, como é que era?

**E:** Eram *freelas*, evidente que um ou outro, isso também não posso falar com tanta certeza, posso até perguntar para o Faustão, porque eu trabalho com o Faustão até hoje. Eu não acredito, mas pode ser que o Fausto na época, ele era duro. Tinham muitos e todos esses colaboradores eram corintianos, Percival de Sousa, Sérgio Baklanos, todos corintianos que às vezes liam o jornal e chegavam lá na redação e falavam: “Pô, olha, eu tive uma ideia de escrever uma matéria sobre...” “Ah, então escreve pra gente”. Um ou outro falava que estava precisando e falava: “Você não arruma um *freela* pra mim? E a gente falava: “Claro, claro”. Mas, tinha gente também que eu tenho certeza que escrevia por gosto, porque gostava mesmo de escrever, gostava da gente e era corintiano e queria pôr as ideias no papel, sabe.

**F:** Perfeito, Solange Bibas, quem que era? Até estou para pesquisar ela, mas ainda não comecei.

**E:** É homem, é homem, era um jornalista que era amicíssimo do Oswaldo Brandão. O maior amigo do Oswaldo Brandão era o Solange Bibas, talvez eu fosse o segundo ou o terceiro, mas o primeiro era esse Solange Bibas. Era um jornalista muito antigo que certamente, como ele tinha muita coisa na casa dele... Naquela época não tinha computador, era guardado tudo em pasta. O Solange Bibas era um verdadeiro historiador, ele já tinha idade e como ele deve ter participado do jornal com dados...

**F:** Ele fez a seção Arquivo... Até o número 7 era ele que fazia.

**E:** É porque ele tinha todas as informações do passado.

**F:** Que legal, só para eu ilustrar melhor o nome dele, porque era uma das poucas sessões assinadas.

**E:** É, na época ele era respeitadíssimo, ele era da *Gazeta Esportiva*, mas ele era muito amigo do Brandão e pra você ter uma ideia, o Tite, técnico, completou agora (na época da entrevista) 245, 250 jogos e passou a ser o terceiro técnico com mais jogos na história do Corinthians. O Brandão tem 440 e poucos jogos. Então, o dobro do Tite, para você ver quanto tempo o Brandão passou e a importância dele como técnico do Corinthians e o amor que esse Solange Bibas deveria ter pelo Corinthians em função de ser o Brandão o técnico com mais tempo no time.

**F:** Outra coisa que eu analisei foi a quantidade de charges e tiras em quadrinhos. O Tim já falou mais ou menos o porquê, você tem alguma outra opinião, visão?

**E:** Não tenho porque essa parte eu não me metia, agora, como o *Jornal da Tarde* era um jornal moderno e um jornal que usava muitas charges, muito mais que os outros jornais, muitos chargistas...

**F:** Eram do Gepp e Maia, que eram do *JT* também, né?

**E:** Isso que eu ia falar, Gepp e Maia eram do *Jornal da Tarde*, muito amigos do Tim. O Tim pedia sempre charge e desenhos do Gepp e Maia para o jornal. E não sei, não posso dizer pra você que eles ganhavam no jornal 'Coração' ou faziam porque eram amigos da gente e do Tim. O Tim podia pedir para eles à noite, porque o Tim ficava até 4 horas da manhã no *Jornal da Tarde*, você veja que coisa, ele dormia um pouco e no dia seguinte, às 10 horas ele estava lá no 'Coração', diagramando o jornal. Por isso, vou repetir mais uma vez, essa facilidade. Eu morava na Mooca, passava na Vila Pompéia, ia ver as coisas da Copa Corinthians, resolvia mil grilos, porque só tinha problemas e quando dava minha hora de ir para o jornal, eu saía, atravessava a ponte da Água Branca, passava do outro lado da marginal e ia para o jornal. Todos nós fazíamos isso, era gostoso, a gente estava plantando, o resultado era muito bom profissionalmente. Dinheiro não, porque nós nunca tiramos um tostão. A gente sempre tinha aquele sonho: agora vai dar, agora vai dar. Não era nem tirar dinheiro, a gente pensava assim, vamos montar um projeto, usar o dinheiro que o jornal 'Coração' vai nos dar e daí montamos um belo de um projeto para lançar uma revista. Eu lembro que numa reunião a gente falou uma coisa que depois foi feito bastante, fazer, por exemplo... Quando o São Paulo ganha um título mundial, lançar um livro, uma revista comemorativa. Quando o Corinthians ganha uma Libertadores faz um livro ou mesmo revista para colocar na banca, quando o Palmeiras... Esse era nosso sonho, entende, era fazer uma editora que sáísse do Corinthians especificamente para fazer de todos os times. Tinha um sócio que achava que a gente devia se aproximar da Federação para poder fazer publicações para a Federação. Mas, graças a Deus, a gente tinha uma cabeça legal e a gente nunca se ligou a nenhum presidente de nada, nunca fomos... Eu fui presidente da ACEESP há alguns anos depois. ACEESP é Associação dos Cronistas Esportivos do Estado de SP e nessa ACEESP comecei a receber pressões e pedidos, aproximação de gente que eu não gostava, tipo Ricardo Teixeira, tipo José Eduardo Farah, tudo bandido. Graças a Deus que essas pessoas do jornal pensavam como eu 10 anos antes, ninguém foi picareta, ninguém se aproveitou do dinheiro do Matheus, ninguém se aproximou de política, porque chegou uma época do jornal que alguns políticos começaram a nos procurar. Claro, deputados, candidatos a deputado, um queria se reeleger, e a gente rechaçava isso. Então você vai dizer assim: a vida não funciona assim. Eu também acho que não funciona, tanto que o jornal não deu certo, a editora também não deu certo e nós recebemos lições na época quando a gente negou a se ligar a esse ou aquele. Tudo o que te contei é tudo

meio amador, né. “Carlito Maia, me arruma uma permuta disso, me arruma uma permuta daquilo”. Se ele falasse não, nem ia ter campeonato no interior, porque a gente não tinha dinheiro para bancar os times viajando. Eu ia ter que mudar alguma coisa, mudar o regulamento e fazer só aqui em SP. Mas, o Carlito falou pra mim: “Vamos fazer no interior também”. E o campeão do interior foi o Corinthians de Presidente Epitácio, que é do lado de Presidente Prudente, só que o estádio do Presidente Epitácio é maior que o estádio do Corinthians de Presidente Prudente. E o campeão daqui de SP foi o Corinthians da Vila Monumento, que tem até muita tradição, muitos anos e a final ganhou o Presidente Epitácio que tinha diretor de futebol, era um time de terceira ou quarta divisão, sei lá, mas era um time mais encorpado.

**Entrevista 3 - Otacílio do Carmo – 13/08/13**

Gravação com mediação: telefone

Entrevistador: Fábio Camargo Fleury de Oliveira

**Otacílio:** Eu tenho o número zero exatamente, e foi setembro de 76.

**Fábio:** O primeiro lançado em banca, eu tenho tudo anotado, foi no dia 29/10/76. O número zero com que data está?

**O:** Está só com a data do mês: setembro de 1976.

**F:** Ah tá, é uma informação que eu não tinha do zero, apesar de que a informação que me passaram foi que o zero era muito parecido com o número 1.

**O:** Foi, foi, eu até escrevi 1... Não sei, nem sei se saiu no número 1 que era o canto maldito, onde era enterrado o sapo, aquelas histórias, mistério do canto maldito.

**F:** Acho que tem algo e até o sapo virou personagem do Gepp e Maia.

**O:** É, exatamente, e uma coisa curiosa também é que o *Mappin*, na época era tudo, né? Na contracapa, o anúncio é do *Mappin*, mesmo no número zero: a liquidação, início da coleção, diversos modelos, compre abaixo do custo... Porque o *Mappin* é uma história também dentro do universo - não esportivo - mas da cidade de São Paulo.

**F:** Com certeza, em frente ao Teatro Municipal.

**O:** E foi o único anúncio no zero, eu acho que deve ter acontecido também no número 1.

**F:** Não. Eu já fiz, Otacílio, um levantamento quantitativo dos dez primeiros números inteiros. Eu peguei como objeto e temporalidade os 10 primeiros números e o *Mappin* não tem anúncio. Pode ter sido só no primeiro então. A quantidade, quais foram as maiores publicidades, eu já fiz um levantamento bem razoável.

**O:** Ah, legal. E você mesmo deve saber e já devem ter te dito que o grande lance desse jornal foi o fato daquela parceria com a *Globo*, saía flash toda hora na TV e foi o Edison Scatamachia que organizou, ele deve ter te dito, aquele torneio só Corinthians do estado todo. E aí a *Globo* soltava: “O Corinthians vai ser campeão este ano”. E não é, que depois de vinte e um, vinte e três anos, foi campeão o profissional, além do estadual que o Edison estava organizando?

Foi uma coincidência muito grande. Parece que foi uma energia coletiva de uma coisa, um acreditar da massa, da massificação, que transformou em uma energia ou em uma coincidência muito grande e o Corinthians acabou sendo campeão em 77. Durante a campanha que a *Globo* fazia, ligada ao ‘Coração’, o time entrava em campo no profissional. Mas, isso tudo foi criado pelo Carlito Maia, já devem ter te dito também.

**F:** O que eu estou começando a trabalhar, como eu fiz uma análise do jornal, eu criei algumas impressões, algumas estão se confirmando e outras ele até engana a gente. Por exemplo, a gente vê aquele expediente cheio de colaboradores, parece que houve muito dinheiro, investimento, mas aí vocês contam que eram todos, a maioria, *freelancers*, amigos e tal.

**O:** É, exato.

**F:** A primeira coisa que eu estou pegando na memória de vocês é: você lembra como nasceu o jornal? Porque eu já tenho uma informação que vocês se reuniam num bar e batiam papo, mas pelo Tim Teixeira seria na Rua Major Quedinho, o Edison não lembra se já tinha ido para marginal. O que você lembra?

**O:** Tinha ido para marginal, não era na Major Quedinho não.

**F:** Os encontros começaram em 1975? Quando você acha que vocês começaram os encontros?

**O:** Olha, na verdade eu não me lembro muito desses encontros não, houve alguns, mas não era uma coisa assim que me marcou na discussão do jornal.

**F:** Você era um dos corintianos, né?

**O:** Não sei todos os corintianos, o João Prado era são paulino.

**F:** Isso eu já tenho, o Edison lembrou direitinho. Os três corintianos eram: você, o Elói e o Pedro Autran; e daí, ele era palmeirense; o Tim, são paulino e o João Pacheco, são paulino também.

**O:** Mas, para mim, o cérebro do jornal era o Elói, porque ele que pautava, criou o negócio do porco, que aquilo foi marcante e até hoje tem palmeirense... O meu genro chega pra mim e fala: como vocês criaram aquilo?

Já existia o apelido de porco pela colônia palmeirense oriunda lá de Nápoles, aquela região. Não sei se já te falaram que à mesa eles comiam desbravadamente, desbragadamente e aí era uma coisa mais ou menos porca, assim surgiu o apelido.

Mas isso morreu com o tempo e o Elói ressuscitou. Aí, contratava gente, o pessoal da torcida ‘Coração’, também para soltar o porco no Morumbi num jogo contra o Palmeiras, coisas do gênero. E aquilo marcou muito. Ficavam correndo atrás do porco para pegar o porco, um leitãozinho, coisa pequena, e aí até hoje ficou o porco e tal. A torcida do Palmeiras passou a assimilar, ao invés de contestar, ela absorveu o apelido e transformou numa coisa, digamos, quase que positiva em termos de denominação da torcida palmeirense, uma coisa interessante.

**F:** Em relação à formação, é quase unânime o que a gente conversou que o nascimento... O jornal nasceu com a expectativa do título, com a expectativa do Corinthians ser campeão, né?

**O:** É, mas não era uma coisa tão objetiva. Mas, no meu modo de ver, a gente seguiu uma tendência, porque tinha no Rio o “urubu”, apelido do Flamengo, e eles tinham um jornal chamado *Urubu*. E aí, a gente entrou meio que na esteira. Não sei se em Minas parece que tinha o do “galo”.

Era meio que uma tendência da época e a gente entrou nessa linha. E o Corinthians, que era um time de massa, de certa forma justificava ter um jornal próprio. Foi interessante, porque ele sobreviveu e a gente não tirou um centavo de lá. Foi uma coisa meio que romântica e tal e a gente trabalhava, trabalhava e toda a equipe, que era do *Estadão* ou do *Jornal da Tarde*, com vontade de fazer mesmo a coisa acontecer.

**F:** E você acha que ele acabou por quê?

**O:** Ele acabou porque houve um resfriamento dos clubes durante a Copa da Argentina, de 78 e tal. Aquilo foi... Não tinha o que falar dos clubes, porque os jogadores do Corinthians estavam lá. Toda a imprensa estava concentrada na seleção, na Copa do mundo na Argentina. Com isso o jornal ficou meio sufocado, abafado, não tinha muito o quê dizer e aí não deu para seguir adiante.

Já tinha sido campeão, quer dizer, o fato de estar na busca de um título e tudo mais parece que é mais forte, mais cativante, entra mais na alma do torcedor e o Corinthians, naquela ânsia de busca de título, tinha essa coisa de cultivar o próprio clube. E com o fato da seleção, para mim, o motivo maior foi esse de ter acabado o jornal.

**F:** Legal, então você está dando uma dica que o jornal deve ter acabado em 1978, então, na época da Copa.

**O:** Foi, foi, na época da Copa, porque aí a gente ficou meio à deriva, não tinha o quê falar, mesmo assim eu destacava, não lembro os jogadores que estavam naquela seleção que eram do Corinthians, parece que eram dois.

**F:** Oscar, talvez... Não lembro.

**O:** Não tinha muito o quê falar, os clubes ficaram paralisados... De certa forma, hoje qualquer divulgação, publicação que se faça não tem muito respaldo em termos de patrocínio, de anúncio, naquela época era até um pouco pior, era mais difícil ainda, apesar do apoio da TV *Globo* que era massificante, era um negócio que surgia toda hora.

**F:** É engraçado que o jornal, se for fazer uma análise da publicidade, até que tinha uma certa publicidade. Eu perguntei para o Tim, esqueci de perguntar para o Edison, a questão da venda em banca. A venda em banca conseguia segurar a impressão, dava para vocês pagarem a impressão e distribuição; e a publicidade os outros gastos, mas ela não era irrisória, né?

**O:** Exato, mas a gente fez umas extravagâncias. A gente tinha uma sede na qual a gente almoçava todo dia lá e até o Carlito Maia ia também.

**F:** A dona Geralda, todo mundo lembra dela.

**O:** É então, era uma bela de uma comida, uma comida muito gostosa e a gente mais se reunia praticamente na hora do almoço, e depois ia para a redação do *Jornal da Tarde* e *Estadão*.

**F:** Em relação à formação dos colaboradores, você lembra alguma coisa? Porque tem bastante gente, eram todos amigos? Como que foi? Tem Fausto Silva, Percival de Sousa... Tem um texto assinado pelo Caco Barcelos...

**O:** Ah, sim, mas era a turma da gente mesmo, porque o Faustão também trabalhava no *Estadão* de repórter e ele cobria... Na época, eu cobria o Corinthians e mais para frente que

entrou o Faustão que fazia o Corinthians para o *Estadão*. E era a turma dali, do *Jornal da Tarde*, do *Estadão*, tudo da mesma redação, eu lembro bem que a gente já estava na marginal.

**F:** Então, foi um trabalho solidário também, Otacílio? Pelo jeito o pessoal ajudava sem um pagamento efetivo, um *freelancer* ali e outro lá, e a comida da dona Geralda mesmo.

**O:** É, ela ganhava como cozinheira, ela ganhava um salário.

**F:** Segundo o Tim Teixeira, a única pessoa que ganhou dinheiro foi ela.

**O:** É, exatamente, porque para gente foi meio um diletantismo por querer fazer o Corinthians crescer mais do que era. E na época, com o título virou uma... E o título também contribuiu para certo esfriamento da importância do jornal, mas teve época que ele fez furor, viu? Essa história do porco.

**F:** O próprio lançamento foi um furor, né?

**O:** Foi, foi porque era uma novidade em termos de clube aqui em São Paulo, um jornal só do Corinthians, tinha o *Urubu* no Rio, mas em São Paulo...

**F:** Mas o *Urubu* era da torcida? Não era do clube?

**O:** Eu não sei dizer bem, eu acho que era de um grupo também da torcida, pode até ser do clube, não tenho como te informar.

**F:** A particularidade do ‘Coração’ era ser independente ao clube.

**O:** Sim, totalmente independente.

**F:** Em relação à fotografia e a charge, eu fiz uma análise, tem foto pra caramba no jornal, também os fotógrafos eram amigos e colaboradores? E a charge como apareceu?

**O:** Os fotógrafos talvez ganhassem alguma coisa por alguma foto, quem cuidava disso, da parte administrativa era o João Prado e ele cuidava também dos contatos com a *Globo*, através do Carlito Maia. Agora, parece que os fotógrafos também ganhavam alguma coisa, às vezes eles faziam para o clube, às vezes a gente pegava do próprio jornal, mas era uma coisa bem na base da amizade mesmo.

**F:** Você achava que o jornal poderia ser um sucesso empresarial, econômico, também?

**O:** Não entendi bem, aliado ao nome?

**F:** Otacílio, quando vocês criaram o jornal, vocês viam nele também um futuro econômico, que ele poderia crescer e tornar uma empresa?

**O:** A gente também trabalhava com essa ideia, mas não só com ela também, o fato de estar fazendo o jornal do Corinthians já era um alento, já era uma coisa que satisfazia a gente, dava uma certa satisfação. Agora, se vingasse tanto melhor. Mas, era uma tentativa, uma experiência que a gente também acreditava na possibilidade de acontecer e ele estava indo bem até determinada época, mas a gente fazia, até comecei a falar, a gente fazia algumas extravagâncias, principalmente o Pradão, ele era muito empolgado, ele acreditava demais e eu

já era meio para o lado contrário, sabe, não digo pessimista, mas muito com o pé no chão. E às vezes, a gente até discutia em torno disso.

A gente mandava repórter ou fotógrafo para fazer jogo do Corinthians em Recife, pagando viagem (ruídos no telefone)... segura para guardar proventos para um futuro pior, era uma coisa que a medida que entrava, saía também e “vamo que vamo”. Era uma forma também de realçar o jornal estando presente nos jogos do Corinthians em outras capitais; mas era também uma maneira meio que suicida de tocar o negócio.

Então, isso daí, quando chegou o período de vacas magras durante a Copa em 1978, aí faltou o respaldo financeiro, aquela reserva que a gente não acumulou.

**F:** Pelos gastos da cobertura e tudo.

**O:** O telefone está com uma chiadeira danada.

**F:** Então, naquela hora da resposta sua, na hora que você falou em mandar para Recife, “caiu” e não sei o que é.

**O:** A gente pagava o repórter que ia, dava um *freela* pra ele, o fotógrafo também, além de passagens. Então tinha custos elevados de certa forma pela estrutura que a gente tinha, que não era muito compatível. E a gente, em vez de acumular reservas financeiras para os dias mais difíceis, como aconteceu na Copa de 78... Aí, já não tinha mais e o jornal não teve como se sustentar.

**F:** Otacílio, vou perguntar uma coisa que não perguntei para ninguém, que é um pouco complicado e vamos ver se você me ajuda. Você, por ser da redação, talvez me responda melhor. A linguagem do jornal qual que era? Era ufanista, como vocês escreviam no jornal? Qual que era a linguagem que vocês queriam?

**O:** Bom, primeiro, é que eram bem direcionadas, as notícias e as coisas do Corinthians. Não era assim de um ufanismo exagerado, era um tratamento destacado, digamos, sobre as notícias envolvendo jogadores, o Corinthians, mesmo os outros esportes do Corinthians, a gente procurou abranger também outras áreas. Mas, eu não classificaria como ufanista não. Era uma coisa, até de certa forma contida porque não era o espírito das pessoas que escreviam.

Porque o pessoal do *Jornal da Tarde*, eu já estava no *Estadão*, era um pessoal que cuidava mais do texto, da qualidade do texto, era simples e direto. É uma linguagem meio que assimilada pela linguagem que o próprio *JT*, o *Jornal da Tarde* trouxe para a imprensa na época; o *Estadão* era mais clássico assim. Mas, enfim, a gente procurava destacar o clube, eu acho que não tinha esse caráter, essa forma tão...

**F:** Exaltada de tratar o clube. E tinha posição crítica também, bastante?

**O:** Tinha se o time não tivesse bem, porque era independente. Eu, por exemplo, viajei várias vezes para... Mas aí já foi outro período, para Bauru, foi um período que a gente tinha outro grupo, tinha o Edison, o Pradão, o Pedro Autran e a gente tinha um programa na rádio *Record*. Então, como eu tinha assistido, acompanhado, ao jogo eu fazia uma resenha do jogo, comentando e daí “descia o pau” se a coisa não estivesse bem. Não era uma coisa muito ligada a clube, tanto que a gente não fazia perfil de dirigente, de coisa nenhuma, era o jogador e clube, nada de bajular dirigente.



**F:** Eu concordo, eu falei ufanista o termo, mas pela leitura que eu fiz, eu acho que você respondeu corretamente, tem a posição crítica ali e se tem é a exaltação, a valorização, da torcida e do clube

**O:** Sim, tanto que um fato muito importante que você pode desenvolver no teu trabalho, na época quando a gente começou o jornal - e alguém já deve ter te dito isso - me parece que tinha três torcidas, a Coração, aliás a Coração nasceu do jornal, se não me engano.

**F:** Eu tenho o levantamento, as torcidas apareceram até o número 7, e daí no oitavo ou no sétimo tem um artigo do Caco Barcelos homenageando a torcida por causa da invasão do Rio de Janeiro. Mas, o que eu lembro, de cabeça, são: Gaviões, Camisa 12, Toco, Povão, Coração...

**O:** Pois é, o que eu quero te dizer é que na época tinha Camisa 12 e Gaviões, e com o jornal começou aparecer torcida de tudo quanto é nome, de todo lugar e houve um *boom* em função do jornal de novas torcidas do Corinthians.

**F:** Então, vou fazer essa pergunta de novo: você acredita que o jornal, com a sua seção “Torcida”, estimulou o aparecimento de novas...?

**O:** Muito, isso foi um fenômeno palpável que ocorreu. Isso é fato e é histórico, porque começou pipocar torcida por todo lado, nome de torcida, grupos. Porque a gente abria espaço pra eles e era uma forma de... Isso estimulou, cresceu.

Eu acho que o fato de ser um clube de massa, essa sustentação do jornal propiciou o aparecimento seguramente dessas torcidas. Vieram em função do jornal. Isso é líquido e certo.

**F:** Legal, isso eu não tinha, já dá para eu incluir, o Tim tinha comentado alguma coisa, mas muito rápido.

**O:** O Elói Gertel, ele é um corintiano muito fanático, eu sou corintiano, mas não sou colorido quanto os caras, principalmente o Elói, o Elói é demais. Ele tem bem isso, porque ele acompanhava, ele sentia, apalpava isso, palpitava o tempo todo, ele foi o grande estimulador desse negócio. Foi, pra mim, o cérebro. O Tim cuidava mais da diagramação, o jornal tinha uma diagramação boa, bonita, isso era obra do Tim Teixeira. O Pedro Autran e eu éramos mais repórteres, saíamos mais para as reportagens. O Pradão era mais administrativo, praticamente não escrevia, ficava na parte administrativa, corria atrás dos anúncios. Cada um mais ou menos tinha sua função lá dentro. O Edison Scatamachia teve um trabalho fantástico na organização da Copa Corinthians, essa que eu te falei, e tinha cobertura também da *Globo*. Os jogos eram mostrados.

**F:** Ele contou a história do Carlito Maia, a ajuda que ele deu foi impressionante.

**O:** Mas, a capacidade de organização do Edison foi coisa impressionante. Ele tinha que ver juiz, bandeirinhas com a federação, a localização, as datas... E ele fez praticamente sozinho isso, ele foi quem arquitetou, desenvolveu isso daí de uma forma e funcionou muito bem. Tinha que ver verba para o juiz apitar, os jogos em tal lugar e aquela estrutura que tem que montar para um jogo, não é só ver camisa. Era tudo ele quem fazia.

**F:** E você também, acho que já falou rapidinho, você concorda, e todos foram unânimes em falar, que não tiraram um centavo do jornal?

**O:** Não, não, ninguém. Eu dava meu carro para ir... Por exemplo, surgia a ideia que o Corinthians ia construir um estádio na Zona Leste, eu ia lá, via mais ou menos o lugar e tudo, fazia um levantamento com o pessoal da região, com tudo, montava uma matéria em cima da possibilidade do estádio ser naquele local, via com a direção do clube como estava isso e aquilo. Então, usava carro, usava tempo, viajava às vezes e... Nada, era tudo por conta própria, não tirava nada do jornal, era um diletantismo só. E se não fosse esse enfraquecimento que houve durante a Copa (ruídos e interrupção)... Lugar de destaque na imprensa. Volta e meia tinha revista, *Manchete* na época, ia lá fazer matéria com a gente, saía foto na revista e tudo.

**F:** É, na época tinha bastante, tinha *Manchete Esportiva*, *Placar*, *Gazeta Esportiva*... E vocês tinham seu espaço também.

**F:** O telefone está ficando bem ruim agora.

**O:** É muito barulho, é um problema na fiação aqui em casa.

**F:** Mas, Otacílio, deu para gravar tudo, deu para pegar bastante coisa.

**O:** Eu não sou bom em matéria de data, de articular o pensamento, espero que tenha dado alguns lampejos que você possa explorar, mas acho que o Elói Gertel vai ajudar bem, vai te dar um retrato mais fiel, mais correto de tudo que se passou lá.

**F:** Você deu informações importantíssimas, porque agora eu vou me inteirando e vou completando com as novidades, você me trouxe novidades sim. Agora, o que vocês são um fracasso é saber a data do final do jornal.

**O:** É, o Elói pode te ajudar. Você já falou com quem?

**F:** Já falei com o Tim, Scatamachia e agora com você.

**O:** O Pradão pode ajudar, o Pedrinho é bom de memória e o Elói é quem vai passar mais informações interessantes.

**F:** Pelo que eu sei, sou eu quem tem mais jornais, o Teixeira perdeu tudo, o Edison disse que teria, mas teria que ver lá, você disse que tem um e eu tenho uns trinta. Eu tenho na verdade vinte e nove, tenho de 1 a 20 e mais 9 separados, o último número é o 41. E também não lembro por que parei de comprar ou se minha mãe jogava fora, por isso que sei que é difícil vocês se lembrarem de tudo, porque eu também não lembro se colecionei até o fim ou não.

**O:** Nossa, é incrível isso! De repente em uma apresentação sua, talvez fosse alguém da equipe ou toda equipe na tua apresentação, acho que você merecia uma atenção nossa pelo desvelo de fazer isso daí, seria uma retribuição de uma grande coisa que você está fazendo.

**F:** Que legal! O artigo ficando pronto, o trabalho, vou mandar com certeza pra vocês.

**O:** Que bom!

**Entrevista 4 - Pedro Autran – 11/10/13***Gravação com mediação: telefone**Entrevistador: Fábio Camargo Fleury de Oliveira*

**Fábio:** Pedro, o que você se lembra do início do jornal, do nascimento do ‘Coração’?

**Pedro:** O núcleo do qual ele surgiu foi de um programa radiofônico que a gente tinha, do qual participavam: Elói Gertel, João Prado Pacheco, Edison Scatamachia, eu, Pedro Autran Ribeiro e o Otacílio Rosa do Carmo.

Esse programa se chamava *Viva o esporte* e era na rádio *Record*, por volta do meio-dia. E quando a *Record* acabou com o programa, a gente resolveu continuar junto, fazer alguma coisa junto. Aí, ficamos o João Prado, Edison Scatamachia, Elói Gertel, eu, Otacílio e Tim Teixeira. A gente começou a conversar e resolvemos, como estava um frisson com o Corinthians na época, porque o Corinthians não conseguia conquistar o título paulista. Fazia 21 ou 22 anos que ele não conquistava, e todo mundo torcendo muito ou a favor ou contra o Corinthians. O Corinthians era o assunto da época.

O engraçado é que corintiano mesmo éramos: eu, o Elói Gertel e o Otacílio. O Tim Teixeira e o João Prado Pacheco, são paulinos, e o Edison Scatamachia, palmeirense. Mas, todos nós concordamos que queríamos continuar juntos, fazer um trabalho. Aí, a gente resolveu investir nesse jornal do Corinthians.

**F:** Ao mesmo tempo vocês trabalhavam também no *Jornal da Tarde* e no *Estadão*?

**P:** Sim, eu era o setorista do Palmeiras para o *Jornal da Tarde* e o João Prado Pacheco era setorista do Palmeiras para o *Estadão*. O Otacílio também trabalhava no *Jornal da Tarde* ainda e daí foi para o *Estadão*, o Tim Teixeira era editor ou subeditor no *Jornal da Tarde* e o Edison também era repórter, como eu, do *Jornal da tarde*. O Elói Gertel era pauteiro de esporte do *Jornal da Tarde* nessa época, eu acho.

E nós fizemos um programa muito legal, porque se chamava *Viva o Esporte*, nome que a gente nunca registrou e acabou virando o nome do programa, se não me engano, da rádio *Globo* do pessoal do Osmar Santos, mas a gente nunca reivindicou nada porque nunca pensamos nisso.

**F:** O que você pode falar pra mim da estrutura do jornal, da formação do jornal? O que você se lembra desse primeiro momento do jornal, da estreia dele, o número zero e o número um?

**P:** Eu lembro que a gente tinha uma intenção, entre outras coisas, de resgatar a história do Corinthians também. Nós sabíamos que iríamos ter uma seção de cartas bem movimentada e resolvemos deixar um espaço razoável para ela, porque a torcida corintiana, além de ser muito grande, é muito participativa. E naquela época, com aquele desespero para ser campeão paulista, ela participava muito.

A seção de cartas foi fantástica, primeiro... É uma coisa tradicional, as primeiras cartas a gente recebe duas ou três de gente que sabe que vai lançar e as outras dá uma inventadinha

(sic). No segundo, já foi uma avalanche e era legal, porque a gente recebeu carta do Japão, carta dos Estados Unidos, tem corintiano em todo lugar. O interior, o Brasil inteiro, mandava carta para gente. Era um pacote enorme de carta por semana que a gente recebia e era muito legal isso, porque o torcedor, o leitor, cobrava, elogiava, xingava, era muito participativo. Isso foi muito legal, porque mostrava a penetração do jornal. Ele basicamente era distribuído na cidade, mais ou menos no Estado de S. Paulo, mas sei lá, a gente recebia cartas de Sergipe, Amazonas, Rio Grande do Sul.

Eu lembro também que o forte, claro, ia ser o futebol profissional. Mas, resolvemos ter também uma parte sobre o futebol das categorias inferiores, íamos ter também outros esportes, pois o Corinthians era muito forte em outros os esportes: basquete, natação... A gente dava no noticiário até da peteca do Corinthians. Então, a gente queria abranger o Corinthians como um todo, contar tudo do Corinthians.

**F:** Embora o jornal fosse independente, totalmente independente, vocês se aproximavam do Corinthians nessa hora para divulgar os eventos...

**P:** Completamente independente... Sim, a gente falava dos eventos... Para mostrar a independência do jornal... Durante a vida do jornal, teve uma eleição no Corinthians para presidente e os candidatos eram: o irmão do Vicente Matheus - não vou lembrar o nome dele agora - o Roberto Páscoa que também foi presidente, o próprio Matheus e tinha o Bernardo Goldfarb. Eu sei que o Elói que era o cara mais enfrontado nessas coisas, nas políticas do Corinthians, ele é corintiano roxo, ele fez uma matéria grande analisando candidato por candidato, o programa de cada um e o que ele já havia feito pelo Corinthians. Aí, ele chegou à conclusão que nenhum deles servia para ser presidente do Corinthians.

A coisa mais engraçada foi que um dia, logo que saiu essa matéria, a gente ficava numa casinha na Rua Padre Chico, a editora ficava nessa casinha, e eu estava quase ali na entrada, eu olho para cima e alguém fala: “Pedro!”. Era o Dr. Roberto Páscoa. “Pedro, mas como é possível? Os meus filhos estudaram com você no colégio Santo Américo, eu era presidente da associação de pais e mestres, você me conhece, você sabe, como vocês fazem uma coisa dessa comigo?”. Eu falei: “Dr. Roberto, aqui é o jornal dos torcedores, você pode ver que foi uma coisa bastante imparcial, todos os candidatos foram devidamente analisados e chegou-se à conclusão que nenhum deles servia para ser presidente do Corinthians, não foi nada contra o senhor especificamente.” Então teve isso.

**F:** Perfeito. Quer ver uma dúvida que eu tenho - algumas que não foram preenchidas ainda: você lembra se o jornal teve outra inspiração? Porque existia o jornal *Urubu* no Rio de Janeiro.

**P:** Não, não.

**F:** Perfeito, o *Urubu* só que se incomodou com o título do jornal, né?

**P:** Como era “a maior torcida do Brasil”, eles ficaram bravos... A gente soube depois, mas nem sabia sobre a existência desse jornal.

**F:** E o nome ‘Coração’, você sabe por quê?

**P:** Isso foi numa reunião e saiu de um *brainstorm*, como se diz em publicidade - uma “tempestade de cérebros”. Todo mundo começou a dar ideia, ideia, ideia, vamos fazer assim, vamos fazer assado, e daí saiu esse nome e a gente achou legal, porque tinha o *Cor* do

Corinthians e *ação*. O logo (logotipo) ficou legal, porque no primeiro fizemos timão, o símbolo do Corinthians. Foi uma coisa conjunta pelo que eu me lembro.

**F:** Agora, eu vou pular uma coisa, já que você está esquentando. Você não tem ideia de quando o jornal acabou e o último número qual foi, né?

**P:** Não, ele acabou em 78.

**F:** O mês, você lembra?

**P:** Não lembro.

**F:** Foi depois da Copa, porque eu tenho argumentação - não sei de quem agora - que houve um resfriamento da venda do jornal com a Copa também. O Corinthians ganhou o título, resfriou, e a Copa também, então seria depois de junho.

**P:** Mais do que a Copa, o jornal vendia quinze, vinte mil, o Corinthians ganhou o título, o jornal do título vendeu muito, teve muito anúncio, o seguinte... Mas depois desceu de vinte, quinze para três, cinco mil. Foi uma coisa assim absurda. Aquela expectativa, “vamos, vamos ser campeão” e depois foi campeão e murchou. Eles te contaram a história da tiragem do primeiro jornal?

**F:** Não, não.

**P:** Se eu não me engano, os números podem não ser exatos, mas era uma torcida grande, um público bom: “vamos fazer 20 mil exemplares”, o que é bastante, um número grande na época. Era uma loucura um tabloide semanal tirar 20 mil... “Está bom, vamos fazer”. Cara, foi um estouro! Com as ligações que todo mundo tinha, teve uma cobertura muito grande do lançamento do jornal. A *Globo* deu matéria, outras TVs deram, as rádios... Aí, a gente mandou a distribuição. Pela manhã já começou uma “telefonadeira” lá na editora, um telefonema atrás do outro... Jornaleiro falando: “Pô, vocês só mandaram dez exemplares pra cá, tem nego procurando isso aqui”... Bom, eu sei que vendeu quase tudo, ficou aquele encalhe técnico só, o que tinha que vender, vendeu tudo.

Aí a gente se animou: “Então, vamos fazer 30 mil!”. E daí vendeu 15 mil e ficamos com 15 mil de encalhe. Isso é uma coisa que realmente é assim, mas a gente não sabia, tende a se acomodar em um patamar depois, né? E foi o patamar que ele ficou até o título, e depois caiu. Então, a gente teve uma grata surpresa no primeiro e uma surpresa não tão agradável no segundo número.

**F:** Pedro, uma coisa que é interessante do jornal que eu pergunto também é a linguagem que vocês usavam no jornal, porque ele era um jornal diferenciado. Vocês vinham da escola do *JT*, do *Estadão*, o que você pode falar da linguagem, do texto que vocês elaboravam? Era super diverso, tinha textos curtos, longos, bastante foto, charge. O que você pode falar da linguagem que vocês aplicaram no jornal?

**P:** Eu lembro bem, porque eu fui bastante envolvido com essa história da linguagem do jornal.

Nós resolvemos fazer uma coisa, absolutamente... Bom, a gente vinha da escola do *Jornal da Tarde*, quase todos, e o texto era uma coisa muito valorizada também. Se você era reconhecido por ter um bom texto, você estava bem no *Jornal da Tarde*.

Eu cheguei inclusive a experimentar algumas coisas em matéria de texto, frases bem curtas, texto bem diferenciado mesmo e foi interessante, porque apesar de ter um texto - que não era digamos popularesco - todo mundo falava do Corinthians. Era um texto de boa qualidade, mas bem inteligível também, dentro da linha do *Jornal da Tarde*, mas até um pouco mais simplificada que o *Jornal da Tarde*. Acho que é isso: a gente queria ser bem entendido, mas escrever bem ao mesmo tempo.

**F:** E a questão das fotos e charges?

**P:** Isso é uma tradição que também vinha do *Jornal da Tarde*, mas como nosso formato era diferente, nós éramos tabloide e o *Jornal da Tarde* era *standard*. A gente não podia usar tanto branco como o *Jornal da Tarde* usava e a nossa impressão no começo também não era muito boa. Depois, com o tempo, conseguimos melhorar isso, mas a impressão dos primeiros jornais não era muito boa, o papel não era de tão boa qualidade quanto o do *Jornal da Tarde*. Mas a ilustração para futebol era absolutamente necessária, todos nós sabíamos bastante disso, charge, ilustração, isso sim. E depois teve aquela coisa de time machista, de futebol... Ter sempre uma mulher bonita, de maiô ou de biquíni, torcedora do Corinthians.

**F:** E quem escolheu aquelas mulheres do “Gente corintiana”?

**P:** Não lembro. Era uma coisa de cada um, algumas eram bem bonitas e algumas famosas. Eu lembro, porque eu sabia, a conhecia pessoalmente desde um bom tempo, eu sabia que a Rita Lee era corintiana e fui entrevistar a Rita Lee.

**F:** Ah, foi você que fez a entrevista com a Rita Lee?

**P:** Foi.

**F:** E como era a elaboração dessa pauta para celebridades corintianas da época?

**P:** Nós fazíamos como qualquer jornal: fazíamos uma reunião de pauta e as pessoas sugeriam “o que vamos fazer aqui agora?” e coisa e tal... Aí, como eu conhecia a Rita e a Rita é corintiana... Acho que todo mundo sabia, mas eu a conhecia e fui lá falar com ela. Se eu não me engano - não sei se foi essa entrevista, acho que foi essa - ela estava em prisão domiciliar. Lembra aquela história de maconha? Que ela foi presa? Se eu não me engano foi essa, porque eu também a entrevistei para outros veículos, mas acho que foi dessa vez. E foi muito gostosa a entrevista com ela, ela é corintiana, sabia das coisas.

**F:** E na questão econômica do jornal? Eu fiz uma análise da publicidade dele, não vou me estender aqui para você, mas é muito interessante porque tem números que tinha bastante publicidade e outros com pouco. Eu analisei os dez primeiros números e, em conversa, eu já entendi mais ou menos como funcionava. O que você se lembra disso? Porque me parece que muitas das publicidades eram vindas por amizade, aliás, o jornal tinha um sentido de amizade grande, porque os colaboradores eram amigos, por exemplo, Rita Lee, as fotos. O que você pode resumir disso? Que o jornal era fruto das relações de amigos também?

**P:** Também, também. Ele era muito profissional, mas ao mesmo tempo tinha muita amizade e tinha uma coisa muito interessante que eu queria te contar também... A gente ficava numa casa, alugava uma casa, na Rua Padre Chico que era ali perto do Parque Antártica, uma travessa da Avenida Pompeia, e pra mim e para o Pradão era fácil, porque eu saía do treino do Palmeiras e ia direto ao jornal do Corinthians.

**F:** Que perigo querer andar um quarteirão, hein...

**P:** É, mas, eles não sabiam quem a gente era e tal, o pessoal, a torcida.

**F:** A casa era da *Tecla* editora, né? Tinha placa da *Tecla* editora?

**P:** Não, não tinha placa nenhuma, mas era só ler o expediente do jornal que estava lá o endereço. Tanto que, quando a gente fez a capa do porco, não sei se eles te contaram, mas depois da capa do porco ele ia ser...

Um cara telefonou para lá e disse que ia soltar um porquinho no Palmeiras e Corinthians que ia ter no domingo seguinte no Morumbi, que ele ia soltar um porquinho no campo. E aí, o Elói falou assim: “Traz o porquinho aqui que a gente vai entrevistar ele”. Aí, o cara levou o porquinho lá e colocaram a camisa do Palmeiras no porquinho. E saiu aquela manchete: “Assado ou cozido?”.

O jornal saía na sexta-feira, por volta do meio-dia, manhã de sexta-feira, todos os programas de rádio do meio-dia, todos falando sobre isso e todo mundo “descendo o cacete” na gente: “Estão ofendendo uma colônia paulistana”. Eu lembro que só o Osmar Santos falou: “Que nada, isso é futebol, é brincadeira, vamos brincar!”.

Só que no domingo o jogo foi Corinthians 2, Palmeiras 4. E aí, quando a gente chegou, segunda-feira, à *Tecla Editora* estava tudo pichado: seus filhos disso, filho daquilo. A casa toda pichada e passando carro, assim de cinco em cinco minutos com gente xingando. A gente tinha um menino que trabalhava conosco, o Milton, que ficava atendendo telefone, ele atendia ao telefone e já nem falava “alô”, falava: “É a sua. É a sua”... Foi muito engraçado isso.

O que tinha uma coisa muito legal, essa coisa familiar, é que o João Prado levou para lá uma cozinha, que não sei se era cozinha dele ou tinha sido cozinha da família dele, que fazia almoço lá na editora para gente e esse almoço ficou famoso pelos jornalistas, porque a mulher cozinhava muito, muito bem, e todo dia a gente tinha muitos convidados para almoçar lá. Era uma delícia o almoço. Ou seja, na verdade, a gente não lucrou nada, mas a gente se divertiu muito e aprendeu muito. Foi uma experiência fantástica o ‘Coração’.

**F:** Perfeito. Isso é legal, todo mundo fala que não ganhou nenhum tostão, mas a experiência foi excelente.

**F:** Pedro, por que você acha que o jornal acabou?

**P:** Acabou por causa disso, falta de “elã” do torcedor corintiano, do comprador, tanto os que financiavam, o pessoal que fazia anúncio, quanto o pessoal que comprava na banca. Depois do título do Corinthians, e certamente um pouco depois com a Copa do mundo, parou de vender e parou de anunciar, então o jornal passou a dar prejuízo.

Não ganhar nenhum dinheiro tudo bem, mas começar a perder dinheiro, nós que vivíamos de salário de jornalista que não chega a ser uma grande coisa... Então, todos nós resolvemos que era melhor botar um fim nele, porque senão a gente iria parar de ter dinheiro para comprar o leite das crianças.

**F:** Vou pular um pouquinho só uma coisa, mas o nome “Coríntians” sem “h” era porque o *Jornal da Tarde* não utilizava, né?

**P:** É, mas foi legal também, porque teve uma reação grande dos torcedores: “Põe o ‘h’ aí no Corinthians”. Mas a gente continuou com isso por causa do *Jornal da Tarde*, é verdade.

**F:** Até não tem muita explicação, né Pedro?

**P:** Não tem, se pensar bem o nome é com “h”.

**F:** É tradição do fonema do “h”, só que corintiano o certo é se escreve sem “h”.

**P:** Tudo bem. Aí, ficou assim. No começo eles estranharam, mas depois foi tudo bem.

**F:** E dos colaboradores, o que você se lembra daquele monte de gente? Tinha Fausto Silva, Percival, Flávio Aduino...

**P:** Todos eles colaboraram, fizeram matéria para gente. A gente pagava. Alguns foram pagos, outros faziam colaboração espontânea mesmo, a gente pagava uma merreca quando pagava. Muitos eram amigos do *Jornal da Tarde* ou de outros jornais. Também de gente que cobria o Corinthians.

**F:** Qual era mais a sua função no jornal?

**P:** Minha função era mais redator, fechador... “Chupava cana e assobiava ao mesmo tempo”. Eu redigia, fazia fechamento, fazia matéria também, reportagem, um pouquinho de cada coisa.

**F:** Sabe o que eu vi lá, tinha propaganda da rádio *Tupi*, você lembra alguma coisa?

**P:** Não lembro, deve ter alguma... Mas, nesse caso não deve ter sido amizade. Isso aí deve ser alguma agência de publicidade que deve ter proposto alguma permuta. Não lembro. Geralmente quando é de outros veículos era permuta, eles queriam pôr no jornal e lá eles falavam da gente. A gente fazia alguns esportes e eles falavam, botavam no ar.

**F:** Só uma outra coisa, uma pergunta mais complicada... 1975, 76, 77 era uma época de muitos jornais políticos, você tem algum comentário sobre isso? Porque vocês conseguiram um espaço com um jornal de entretenimento, muito sério e tal, mas o momento era da imprensa como contestação também, né?

**P:** Bom, a gente foi... Primeiro, era um jornal totalmente independente do clube de maior torcida de São Paulo e uma das maiores torcidas do Brasil. Isso já era uma postura que dentro do esporte, era uma ousadia, né? A gente contestava do *establishment* do Corinthians, do próprio clube de futebol e era meio anárquico, claro.

É lógico, você tinha o *Pasquim*, o *Opinião*... Vários jornais de cunho mais político. Mas, nós éramos repórteres esportivos, acho que a gente fazia uma coisa dentro de nosso *métier*. Eu acho que o fato de a gente fazer um jornal de esporte e politicamente de um clube era absolutamente coerente com o que a gente fazia na nossa vida cotidiana. O que não exclui o fato da gente... Eu tenho a coleção inteira do *Pasquim* até hoje e tenho do *Opinião* também. Eu lia bastante, sabia do que estava acontecendo, eu estava no meio jornalístico, mas acho que não se podia parar todo o resto, porque era uma época de trevas.



**F:** E em relação à imprensa esportiva? Tinha também a *Manchete Esportiva*, *Placar*, *Gazeta Esportiva* e os outros cadernos de esporte, uma boa, não digo concorrência, mas um bom número de ofertas no mercado.

**P:** Sim, claro, o esporte não parou com a ditadura, a gente continuava cobrindo os clubes, por isso, fizemos um jornal específico de um clube e foi muito legal, porque a gente teve a ousadia de afrontar o próprio clube, quer dizer, o presidente veio tentar: “Vocês não podem, não vou deixar mais vocês entrarem no Corinthians”. “Como não vai deixar, Seu Vicente? Nós somos jornalistas e vamos entrar cobrir o clube hoje”. Ele acabou se convencendo que não ia comprar o jornal e que a gente ia continuar fazendo o jornal, quisesse ele ou não.

**Entrevista 5 - Elói Gertel – 16/10/13**

*Gravação com mediação: telefone*

*Entrevistador: Fábio Camargo Fleury de Oliveira*

**F:** Como nasceu a ideia do jornal?

**E:** Olha, puxando pela memória aqui, o Corinthians era um fenômeno, ele é um fenômeno, hoje ele é meio pop, mas é um fenômeno, virou uma coisa assim cult, pop, o Corinthians é o time da moda. Cada ano que passava, o público nos estádios, nos jogos do Corinthians aumentava, você sentia aquela paixão crescendo. Hoje, a PM não deixa mais do que 30 mil, 29 mil pessoas no Pacaembu. Naquela época, já antes, década de 1950, 1960, 1970, o Corinthians colocava 50 mil pessoas no Pacaembu. Os clássicos no Pacaembu tinham mais de 50 mil pessoas, você não tinha as divisões no meio da arquibancada com aquelas grades... Você tinha as torcidas até misturadas, estava começando esta história de torcidas organizadas, as brigas eram raras. E eu lembro que em volta do alambrado você tinha filas de duas, três pessoas com pescoço esticado tentando olhar o que acontecia no gramado. E lá em cima, nas arquibancadas e numeradas, também muita gente em pé assistindo. Se você pegar as fotos de jogos daquela época e olhar para a arquibancada você vai ver isso. Então, a gente sentia isso, e sentia também que o Corinthians atraía a leitura. As pessoas comentavam, falavam, cada rodada “Vai ganhar”. “Vai perder”. “Esse ano vai”. “Esse ano não vai”. Cada ano que passava, essa expectativa aumentava, acompanhar o Corinthians aumentava. Nós sentíamos que havia a possibilidade de se criar um meio, na época não tínhamos internet, não tínhamos digital, nada. Pensamos numa revista e acabamos optando por problema de custo, porque nós éramos todos jornalistas, ninguém era rico, pelo contrário, todo mundo tinha um, dois empregos, não se ganhava muito naquela época, então, nós não tínhamos capital para fazer nada maior. Nós juntamos um grupo, cada um entrou com um pedaço, o que era possível, e chegamos à conclusão que o mais viável seria um tabloide semanal. São Paulo teve, uma época, uma tradição de tabloides em esporte e aí resolvemos fazer nas nossas horas de folga, quando nós saíamos do *Jornal da Tarde*, normalmente no fim da tarde, éramos repórter, pauteiros, chefes de reportagem e alguns editores. Os editores trabalhavam lá mais pela manhã e à tarde, lá eu digo no ‘Coração’; e a gente ou abria a redação (do *JT*) ou saía para rua para reportagem sair no fim da tarde, começo da noite, e aí íamos tocar o ‘Coração’.

**F:** Perfeito. Isso foi na Major Quedinho quando começou?

**E:** Não, não. Já foi na Ponte do Limão, nós já trocávamos ideia a respeito, isso na época da Major Quedinho a gente já conversava, Corinthians isso, Corinthians aquilo, podia fazer alguma coisa. Mas nunca viabilizamos nada. A ideia começou a ganhar força quando a gente foi para o Limão.

**F:** Então, você está confirmando o que o Tim Teixeira falou que as conversas começaram na Major Quedinho, nos bares lá embaixo e depois vocês foram para o Limão.

**E:** É que a gente saía, entregava as matérias, então lá pelas cinco horas estava livre e descia na Dom José Gaspar, naquela praça ao lado da Biblioteca tinha um bar que depois fechou e agora há uns dois anos reabriram o bar, chamado Paribar. O centro era outro, tinha umas mesas de palha na calçada, e a gente dava uma respirada ali depois do trabalho que era puxado. A gente ficava tomando uma cerveja, um chopp e ficava conversando normalmente

sobre jornalismo, *Jornal da Tarde* e futebol. E eu acho que começou nascer ali a ideia, mas foi viabilizada só depois quando nós estávamos no... É que nós pensamos “Precisamos de um lugar”. E tínhamos que escolher um lugar perto do Bairro do Limão, não podia ser longe, porque não teríamos tempo para se deslocar, era mais complicado, nem todo mundo tinha carro, e acabamos alugando uma casa na Rua Padre Chico que era perto do Palmeiras, acho que era uns 6 ou 7 quarteirões do Palmeiras.

**F:** Elói, teve um jornal referência para isso ou não, por exemplo, o *Urubu* quando responde que ficou bravo com o negócio da maior torcida do Brasil, vocês sabiam da existência dele? Foi uma ideia genuína de vocês ou teve alguma referência?

**E:** Olha, eu não me lembro, não lembro se já existia ou não o *Urubu*, você pesquisou?

**F:** Existia, porque eles mandam uma carta super mal-educada para vocês, lembra?

**E:** Então, eu não me lembro, ele era semanal também?

**F:** Não, parece que era mensal e era da torcida, não era nem de jornalistas, era diferente, vê no número dois que você vai achar.

**F:** E o nome Coração?

**E:** É... Nós queríamos uma coisa que retratasse o Corinthians e o corintiano e não achamos nada mais apropriado.

**F:** Não foi pela música do coração corintiano?

**E:** Não me lembro... Tinha a música, tinha tudo, mas nós achávamos que... Eu pelo menos era o meu coração.

**F:** O Pedro Autran falou que era “Cor” de Corinthians com “ação” e também coração; ele foi o único que deu assim uma figuração...

**E:** É pode ser. Eu lembro que nós testamos alguns nomes, Corinthians Ação... E quando apareceu Coração, todo mundo falou “É esse”. “É esse”. Foi unânime.

**F:** E vocês também vieram de um programa de rádio, vocês aumentaram essa amizade, essa convivência profissional num programa de rádio, né?

**E:** Pois é, como a gente estava sempre apurado, como eu te disse os salários não eram altos mesmo no *Jornal da Tarde*, em qualquer *free lance*... Não lembro se foi o Edison, se foi Prado, se foi o Tim ou o Otacílio que bolou um programa de rádio acho que na *Record* sobre esporte e falou “Vamos fazer”. E convidou o grupo para fazer, porque era um grupo muito próximo do *Jornal da Tarde* e Prado do *Estadão* que era muito amigo nosso. O Tim era do *JT*, Pedrinho era do *JT*, eu era do *JT*, o Otacílio era do *JT* e o Edison também. E aí, tinha esse programa de rádio. Só não lembro se ele começou antes ou depois.

**F:** Foi antes.

**E:** Então, ele ajudou nessas conversas, porque se foi antes, ele ajudou nessas conversas para começar.

**F:** *Viva o esporte* era o nome do programa, né?

**E:** *Viva o esporte*, isso mesmo.

**F:** Então tá bom... Porque algumas coisas eu uso para confirmar algumas versões...

**E:** Aí, falava dos times, algumas informações dos times.

**F:** E me diga uma coisa, a gente sabe que lá no jornal eram 3 corintianos, 2 são paulinos e 1 palmeirense, como foi... Mas, antes, como foi que vocês... Vou perguntar primeiro sobre a estrutura editorial do jornal, como que você bolou... Como vocês bolaram as sessões, como foi?

**E:** Foi tudo em conjunto, a gente tinha uma mesa, um mesão, a gente tinha reuniões diárias quase e quando você tinha uma ideia, a gente levava pra reunião. Eu lembro que nós fizemos várias reuniões para discutir o jornal, o que a gente iria colocar, como iria colocar e fomos lapidando essas ideias aos poucos. Eu diria que foi uma obra em conjunto.

**F:** Porque foram várias seções...

**E:** Foram, era uma seção da imprensa que estou vendo aqui que tem um arquivo.

**F:** Os nossos ídolos...

**E:** É... Têm aqui os ídolos, nossos jogadores, tinha sempre uma entrevista, uma mulher, uma história, uma de torcida, uma página de amadores. Foi em conjunto, foi uma criação coletiva, isso não ficaria longe da verdade.

**F:** A da torcida você sabe quem criou?

**E:** Deve ter sido eu. Porque é o seguinte, eu como jornalista sempre fui absolutamente isento, neutro, eu preferia inclusive não... Na minha época de repórter de esportes, tanto na *Folha* como no *Jornal da Tarde*, eu sempre preferi não cobrir o Corinthians para não misturar a estação e quando eu cobria, eu era até rigoroso demais. Eu acho que até exagerava com meu rigor... Eu colocava isso acima de... A isenção sempre foi uma exigência minha em todos os lugares que eu trabalhei, comigo mesmo e com os profissionais que eu chefei. E nunca tivemos problema com isso. Então, eu sempre fui muito isento. E aqui no ‘Coração’ aconteceu uma coisa interessante: eu falei “Bom, aqui eu sou eu, serei um jornalista corintiano”. É um jornal de corintianos, de um corintiano para corintianos. Eu ia a todos os jogos do Corinthians quando eu não estava trabalhando, depois que eu saí do esporte, porque quando eu estava no esporte, não tinha jeito, eu tinha que cobrir jogo e normalmente não era do Corinthians. Cobri muito tempo o São Paulo, cobri uma época o Santos, cobri até o Palmeiras. Naquela época, o futebol, as reportagens esportivas eram muito mais ricas do que as de hoje. Por incrível que pareça são coisas que os jornalistas mais velhos não entendem, isso daria até uma tese se você quisesse fazer, a gente conversa muito hoje sobre isso. Era muito mais difícil você rodar o jornal naquela época... As redações fechavam mais tarde, você ia ao jogo, não tinham todas as transmissões ao vivo, você ia ao jogo, cobria o vestiário, pegava os personagens, você voltava... Você pega os jornais da década de 1970, 1960, *Jornal da Tarde*, você fica encantado com a cobertura de um jogo, as histórias, os perfis, a cobertura dos vestiários, a torcida, você ficava sempre envolvido. Mas, quando não estava trabalhando, quando eu não tinha que cobrir jogo, eu sempre acompanhava o Corinthians. Eu sou de uma família de corintianos e eu comecei a frequentar estádio quando garoto, garotinho... Meus tios, meus

pais, eles me levavam no estádio desde garoto e quando o Corinthians foi campeão em 54 eu tinha nove anos. Meu pai me deixou ir sozinho no estádio quando eu tinha onze anos... Treze anos, em 58. Então, desde 58, eu ia sozinho, pegava o bonde, depois o ônibus e ia sozinho. Então, eu sou um corintiano... Pode ter um corintiano como o Elói, mais que o Elói eu acho que não tem. Então, veja bem, eu estou lá nos estádios... Via jogo do alambrado, via jogo da arquibancada, falando como torcedor, quando não estava trabalhando. Eu conhecia todo mundo. Então, você vai observando... Eu era amigo da Elisa. A gente observava tudo aquilo e é evidente que dava para fazer muita coisa com a torcida. E com todo mundo que você conversasse na época que nós estávamos planejando, pensando, pesquisando, nos jogos do Corinthians, não tinha uma pessoa que falasse “Não, sua ideia é maluca, não dá certo, esqueça, vocês só vão ter trabalho”. Na verdade, nós só tivemos trabalho também, porque não ganhamos nada e terminamos com dívidas, mas pagamos todas graças a Deus. Mas, eu acho que o jornal, eu disse para o Tim outro dia, quando o Tim me ligou outro dia “Tim, nós nos divertimos muito... Não ganhávamos nada, tivemos que pagar dívida, mas nos divertimos um bocado fazendo o jornal”. E ele disse: “E vendia bem” (risos). Mas, eu acho que na época, bom... É um jornal do Corinthians, de corintiano para corintiano, vamos falar do Corinthians aqui, mesmo os são paulinos e palmeirenses do pedaço, eles vibravam muito com o Corinthians na época. O Edison, o Tim, porque a hora que colocaram o pé na barca, todo mundo queria que a barca fosse pra frente, certo? Eles se entusiasmavam também, mas nós tínhamos um compromisso, desde que nós começamos a conversar: “Olha, nós não vamos ter nenhum rabo preso com dirigente, cartola, com situação, oposição. Nós somos Corinthians. Corinthians não é Wadih Helu. Corinthians não é Matheus. Corinthians é Corinthians. É a torcida”.

Isso que eu te falei está inclusive no editorial primeiro. Aí, nós já tiramos uma grande parte do apoio que a gente podia ter recebido que seria o apoio oficial, mas nunca tivemos nada de apoio oficial. O que foi bom, porque nós pudemos fazer muita coisa sem ninguém amolando.

**F:** Queria saber da linguagem do jornal que era moderna para a época, era a linguagem do *JT*. Qual era a proposta da linguagem?

**E:** Era simples e objetiva, não diferia muito da linguagem do *Jornal da Tarde*, também era criativa, talvez tivesse um pouco mais de adjetivos que o *Jornal da Tarde*, lógico.

**F:** Fotos e charges?

**E:** Fotos e charges nós trouxemos o Gepp e o Maia, você devia entrevistar o Gepp...

**F:** E os colaboradores e amigos, porque vocês tinham um expediente super grande de pessoas que hoje em dia a gente conhece, o Fausto Silva, o Savoya, o Percival...

**E:** Pois é, o Fausto era repórter do *Estadão* na década 1970. Então, todo aquele pessoal que gostava da gente “Olha, o que vocês precisarem...” Sempre que a gente pedia alguma coisa, eles se prontificavam. Eles sabiam que eram um projeto no qual a gente estava apostando, a gente não estava nadando em dinheiro, a questão não era... Havia uma camaradagem, um companheirismo muito grande na época, diferente de hoje, não sei como explicar isso.

**F:** E a Dona Geralda, você se lembra?

**E:** Dona Geralda cuidava da casa, era nossa cozinheira.

**F:** Isso, todos se lembram dela, da comida dela.

**E:** É. Nós tínhamos que nos virar, na época não tinha muita coisa perto e não tínhamos muito dinheiro para comer fora todo dia. Aí, fizemos as contas e achamos que era mais barato contratar uma cozinheira e ela cozinhava maravilhosamente. Os almoços da Dona Geralda acabaram se tornando uma atração do ‘Coração’ e tinha muito amigo que ia lá para o almoço, por causa da Dona Geralda.

**F:** E acabava trabalhando...

**E:** Acabava trabalhando, ajudando de um jeito ou de outro...

**F:** O Corinthians sem “h”, vocês optaram por quê? E com acento.

**E:** Pois é, eu não me lembro.

**F:** Porque o *JT* usava sem.

**E:** Eu acho que foi uma herança do *JT*, como todos éramos do *JT*... Hoje, eu colocaria o “h”, se você falar “Qual é um arrependimento meu?” Eu falaria “Não ter colocado esse ‘h’”. Eu não me lembro... Só sei que nós discutimos muito isso na época e o *Jornal da Tarde* usava sem “h” também.

**F:** E por que você acha que o jornal acabou? Qual foi o contexto histórico, o contexto social da época?

**E:** Foi dinheiro mesmo, foi a situação econômica. Os custos superando as receitas e nós não tínhamos capital nosso pra investir, todos assalariados. Nós levamos até onde foi possível.

**F:** A questão da tiragem você lembra alguma coisa? Porque ele começou com 10 mil de tiragem e dobrou logo no segundo número.

**E:** Ele tinha altos e baixos. É lógico, o time ganhava as pessoas iam direto, o time perdia, a gente tinha que ser criativo para fazer uma manchete, ou colocar uma foto e chamar para pessoa ir lá e comprar.

**F:** Vocês tiveram uma preocupação histórica, um jornal de regaste dos ídolos? Tanto é que o Solange Bibas fazia, né?

**E:** Exato, tivemos. Nós achávamos que, conversando com os corinthianos mais velhos, eles sempre contavam as histórias e despertavam nossa atenção. E nós procuramos resgatar um pouco da história. Era muito legal isso. Lembro o que falamos com Gilmar, Neco.

**F:** E a relação do jornal, Elói, com o mercado, porque na época tinha a *Manchete esportiva*, *Placar*, *Gazeta esportiva* e os cadernos de esporte.

**E:** Nós não tomávamos conhecimento, porque era tão específico, era tão focado, era tão Corinthians, o jornal transpirava Corinthians. Não tinha nada parecido.

**F:** Você teria mais alguma coisa para falar, para lembrar...

**E:** Tem tanta coisa que se a gente for conversando sou capaz de lembrar muita coisa, mas como você vai falar com o cara (?)... O número 37 tem uma história... A rivalidade entre Corinthians e Palmeiras sempre foi muito maior do que qualquer outra, mas naquela época

ainda era muito grande Corinthians e Palmeiras. A rivalidade se acirrou depois do acidente com o Lidu e o Eduardo, você se lembra?

**F:** Eu sei a história.

**E:** Então, quando eles morreram, o Corinthians estava com um time montadinho, armadinho, vinha bem no campeonato, estava em primeiro, e eles morreram depois de um jogo, se eu não me engano com o São Bento de Sorocaba. Não me pergunte o ano. Lá na marginal. E aí, naquela época, não podia contratar durante o campeonato a não ser que uma assembleia geral da Federação Paulista de Futebol com todos os clubes aprovasse por unanimidade a contratação. E o Corinthians pediu a assembleia, porque todo mundo tinha o número certo de jogadores, titulares, reservas e ele queria inscrever dois jogadores no lugar dos dois que morreram. Todos os times votaram a favor do pedido do Corinthians, só um votou contra e o Corinthians não pôde contratar. Adivinha quem foi?

**F:** Palmeiras (risos).

**E:** Palmeiras. Isso acirrou a rivalidade, porque o Palmeiras é uma dissidência do Corinthians, os italianos que queriam um time só de italianos, porque nós fomos fundados por italianos, mas isso é outro capítulo da história do Corinthians... Então tinha uma rivalidade. Aí, nessa época, os gaviões, não sei ou um torcedor perto dos gaviões, num jogo antes de começar, soltou um porquinho. Acho que foi no Morumbi e foi uma festa, mas passou meio despercebido assim. Aí, ia jogar Corinthians e Palmeiras em julho de 77 e o jornal saía acho que na sexta, né?

**F:** Isso, saía na sexta-feira.

**E:** E aí, surgiu uma ideia: “E se a gente botasse uma camisa do Palmeiras num porco (risos), fotografasse e botasse na capa?” A ideia nem foi minha eu acho, podem dizer que foi minha na época, mas não foi não.

**F:** Eles dizem que foi.

**E:** Foi muito discutido isso, o Scatamachia ria, ele era palmeirense... Eu sei que sobrou para o Prado arrumar a camisa, o porquinho, não me lembro do fotógrafo (deixa-me ver se tem aqui o fotógrafo), ir para algum lugar arrumar um porco para botar a camisa (risos). Eu me lembro do Prado, ele voltou e falava assim “O porco não queria colocar a camisa de jeito nenhum, foi o maior sofrimento”(risos). “Tiveram que segurar o bichinho na marra”. Aí, colocamos a camisa, fotografou, trouxe a foto e o Tim botou na capa: “Assado ou cozido? Convidamos todos os corintianos para participar do banquete, local estádio do Morumbi, domingo 16 horas”. Era uma coisa bem humorada sem nenhum desrespeito. Eles nos chamavam de gambá sem nenhum desrespeito e nós nunca brigamos por causa disso. Bom, o Corinthians levou de 4 (risos) e no outro dia quando nós chegamos lá na Padre Chico, a casa que era branquinha estava recém-pintada e ficou toda pichada “Porco é a mãe”. “Chora”... (risos). Também bem humorado, levamos na brincadeira... Deu um quiproquó essa capa. Eu lembro que a rádio *Gazeta* tinha um esporte muito forte e eles ficaram loucos da vida, nos xingaram. Depois, até a própria torcida do Palmeiras assumiu isso. Se ela soubesse que adotaram um símbolo que os corintianos criaram para eles e conservaram isso até hoje? Eu brinco com meus amigos palmeirenses até hoje, discutindo, eu brinco com eles “Vocês assumiram e não era pra vocês assumirem o símbolo do porquinho”.

**F:** Elói, a linguagem do jornal era provocadora também, não era? Para os assinantes, vocês diziam “Um dia eles vão querer ter um jornal como esse”. A linguagem tinha essa intenção de ser de corintiano para corintiano e ser provocadora para os outros também?

**E:** Tinha. Porque isso é típico do futebol. Você não gosta de provocar o seu rival? Você na escola não tinha um amigo palmeirense que te enchia a paciência toda vez que o Corinthians perdia e te provocava? E você não fazia a mesma coisa com ele? Não é verdade? É o espírito do torcedor, faz parte do espírito. Eu acho que a gente conseguiu captar algumas coisas, no ‘Coração’, das arquibancadas, das gerais, sem violência.

**F:** Todo mundo falou que não ganhou dinheiro, mas não falou em dívida.

**E:** Não, terminou com dívida e quem organizou o pagamento da dívida foi o Otacílio. Olha, ele fez um rateio de quanto cada um devia, direitinho, um plano de pagamento para todo mundo. Eu lembro que todo mundo pagou direitinho. Mas nos divertimos muito.

**F:** Você me desculpa, mas eu vou falar um título que não é oficial, eu inventei logo no começo quando entrevistei o Tim, talvez não seja a realidade, mas o que veio na minha cabeça do ‘Coração’ foi “Sucesso editorial, fracasso capital”. É lógico que não é isso, mas me lembra um pouco isso. Sucesso editorial foi.

**E:** É foi.

**F:** Foi. Vocês venderam bastante, era um mercado com bastante concorrência; agora, não deu dinheiro, por algumas questões. Mas sucesso editorial foi.

**E:** É porque todos nós éramos jornalistas, não tínhamos ninguém vocacionado... O Prado tentou fazer isso, mas ele também era repórter, um excelente jornalista, mas... Nós tentamos.

**F:** Pode falar, Elói, que vocês eram profissionais no esporte e amadores no negócio?

**E:** É.



**Entrevista 6 - João Prado – 18/10/13**

*Gravação com mediação: telefone*

*Entrevistador: Fábio Camargo Fleury de Oliveira*

**Fábio:** Então vamos começar. João, como nasceu o jornal? Como foi que você participou? Como foram os primeiros momentos dessa ideia?

**João:** Tínhamos um programa na rádio Record, que chamava *Viva o Esporte*, esse programa ficou durante um tempo, e depois a Record mudou a programação e não deu mais força ao esporte. Então, nós estávamos reunidos e “o que nós vamos fazer agora?” E daí, veio a ideia do Elói: Por que a gente não faz um jornal do Corinthians? Um jornal sobre o Corinthians? Oh, que boa ideia! Tinha lá outros corintianos e depois o Corinthians representa um potencial muito grande de gente, de torcida e daí que a gente resolveu fazer o jornal do Corinthians. O jornal sobre o Corinthians, independente.

**F:** E isso foi entre 75 e 76? Você lembra a data?

**J:** Não lembro exatamente, eu acredito que o jornal durou uns 2 anos. Foi de quando a quando?

**F:** Em 75, vocês estavam na Major Quedinho e ,em 76, vocês já estavam no Limão.

**J:** Nós estávamos no Limão, pois eu lembro que eu pedi licença para trabalhar no ‘Coração’, pedi licença do Estadão. E o editor chefe era o Clóvis Rossi, e ele me deu a licença de 6 meses. Foi o que eu pedi, pois eu queria que o negócio desse certo. O empreendedor, o mais empreendedor era eu, os outros eram mais jornalistas... Quem arriscou mais fui eu.

**F:** Perfeito, então vamos partir daí, você já falou como nasceu o jornal e como foram os primeiros momentos do início do jornal, ele já funcionando?

**J:** Alugamos uma casa na Rua Padre Chico, ali perto do Palmeiras, por coincidência era perto do jornal, pois todos nós trabalhávamos no jornal. E aí começamos, fizemos um acerto com a Editora Abril para distribuição, que era a DINAP, Distribuidora Nacional de Comunicações, e lembro que a gente começou a fazer, 45 por cento das vendas do jornal vinha para nós e 55, acho que era isso, ou invertido, 55 era para DINAP. E distribuía o jornal. O jornal ele precisava, ele começou vendendo 5 mil, 7 mil jornais e tal e o pico dele, maior venda dele, que foi no final quando o Corinthians foi campeão, chegou a 20 mil.

Então, era muito pouco para se sustentar, enfim, e o que a gente precisava? Propaganda. Chegamos a ter uma propaganda boa que foi uma composição com a Rede Globo que deu a Copa Corinthians. Foi uma composição muito boa. Quem fez essa composição, quem montou isso foi o Edison Scatamachia. E nessa montagem de Copa Corinthians, que eram só times chamados Corinthians, como você sabe, o Corinthians seria campeão e a Globo anunciava toda quinta feira: o Corinthians vai ser campeão... Era um coração batendo na tela da televisão “tum, tum, tum”. E aí, vinha uma voz: “o Corinthians vai ser campeão, a Globo garante”. E fazia 24 anos que o Corinthians não ficava campeão. E ficou campeão, porque só tinha time chamado Corinthians, foi a melhor época do ‘Coração’ que tinha essa pequena propaganda. Mas, precisava de muito mais.

**F:** Mas, eu vou fazer uma pequena colocação: no número dois do jornal, vocês falam que teve uma tiragem de 10 mil, vocês tiveram que imprimir mais e que daí vocês iriam dobrar a edição? O jornal foi um sucesso nos primeiros números.

**J:** Pode até ter acontecido, pode ter acontecido. Foi um sucesso, mas a gente não tinha, veja... As vezes a Abril, a própria DINAP falava que com dez mil, a gente iria vender só seis mil, vamos dizer, mas se fizesse 20 mil, a gente dobraria. Mas, a gente não tinha condição financeira para ficar bancando uma tiragem muito grande. E os anúncios, nós não éramos especialmente vendedores de anúncios, também, embora muita gente ajudou... Precisava mais... E daí, nós fomos tocando muito mais com entusiasmo do que com dinheiro.

**F:** Como você disse, o jornal tinha bastante anunciante?

**J:** É... Mas, não o suficiente... Tanto é que ninguém, nenhum dos outros sócios saiu de onde estavam, a gente tinha uma esperança de que aquilo crescesse, mas só eu que pedi licença. E tinha muita gente que colaborava e não recebia: Flávio Adauto, o Faustão e outros, o Trajano. Eles iam lá na sede do 'Coração' ficavam lá, passavam o dia lá e faziam alguma coisa e ficavam pra receber quando pudessem.

**F:** E da estrutura do jornal, o que você lembra? E da estrutura de pauta, porque ele tem várias seções. É bem organizado. O que você se lembra disso?

**J:** A gente sentava semanalmente, conversava sobre as novidades, o momento do Corinthians e designava: fulano... O Otacílio fazia cobertura diária do Corinthians, trazia novos elementos e a gente ia fazendo, o jornal chegava às bancas às sextas-feiras. Eu não lembro assim... A gente tinha reuniões constantes, porque a gente vivia num local, trabalhava diariamente. Todo dia o Elói chegava lá às cinco da tarde, todo dia o Tim Teixeira chegava lá pela manhã, depois saía num determinado horário para ir para o *Jornal da Tarde*.

**F:** E sua função era mais administração mais, João?

**J:** Minha função era tentar empreender, arrumar, ver a distribuição, enfim, era um trabalho continuado. Você entendeu Fábio? Eu não lembro exatamente como era... Eu me lembro dos contatos com a DINAP, eu me lembro das reuniões com o Carlito Maia que ele ia lá ao 'Coração' para almoçar com a Dona Geralda que você comentou outro dia comigo.

**F:** Então, conta a história da Dona Geralda para gente?

**J:** A Dona Geralda trabalhava na minha casa, no meu apartamento e tal, e eu almoçava no apartamento nessa época, e aí, como o apartamento era longe da sede do 'Coração', eu achei melhor que a gente fizesse o almoço lá sede do 'Coração' para poder render mais o trabalho. E daí, a Dona Geralda foi lá e todo mundo gostou, todo mundo dividia o almoço, todos davam um pouco e passou a ser uma coisa que o Carlito Maia que era nosso contato na Globo adorava, realmente era um almoço gostoso, mas era... Até eu diria um almoço de trabalho.

**F:** Só voltar numa coisa: da venda em banca o que você lembra? Uma trajetória assim... No começo. Desculpe repetir isso, mas é importante.

**J:** Então, a minha... Que eu lembro, ele foi aumentando a venda, a melhor venda era 12 mil, 15 mil e atingiu no pico, 26, eu acho, ou 30 mil e aí começou a cair novamente, porque, na minha visão, era porque o Corinthians tinha ficado campeão. Aí, começou a cair para 15, cair 10, 7, para 5, acabou a copa Corinthians, não tínhamos mais a parceria com a Rede Globo e aí

foi “Oh, eu acho que é melhor fechar para não arrebentar, para ninguém sair com grandes prejuízos.”

**F:** E acabou tendo uma certa dívida, né?

**J:** Não lembro, acho até que não, você tem alguma informação?

**F:** O Elói falou para mim que lembra que teve uma dívida, mas que todo mundo acabou pagando sem problema nenhum... Isso foi distribuído por todo mundo e todo mundo...

**J:** É... Foi uma coisa pequena. Talvez representa hoje R\$ 1000 cada um, R\$ 500 cada um. Não foi uma coisa forte.

**F:** O que é notório e que todos falam é que ninguém ganhou nada, mas foi uma experiência muito boa, né? O que você fala sobre isso? Sobre esse tempo, essa história?

**J:** Ah sim, sem dúvida. A minha veia empresarial, aquilo me satisfaz como uma realização... Quer dizer, pena que não deu certo por vários fatores que acabaram... Eu acho que o principal fator foi a nossa inexperiência, nós éramos inexperientes, nós só sabíamos escrever.

**F:** Eram jovens? Com que idade, você lembra a média?

**J:** Éramos jovens, todos jovens. Eu tinha uns 30 anos, média era essa aí, 27 anos, 32 anos. Teve mais gente, Dante Matiusse... É que todos eram assalariados, a gente ganhava razoavelmente bem, mas não era ganhar bem. Mas, o que faltou foi um investimento maior em publicidade. Então, nós não tínhamos como fazer propaganda do ‘Coração’, nós não tínhamos dinheiro.

**F:** Você acha que o ‘Coração’ sendo um jornal específico, de uma torcida só, inibiu o investimento de outros empreendimentos?

**J:** Sem dúvida, sem dúvida. Eu tenho até uma história para te contar disso aí. Eu fui vender a última página para o Mappin. O Mappin era uma grande loja de departamentos aqui em São Paulo e eu fui lá pra vender, achando que poxa vida, jornal do Corinthians e tal, e o Fernando Vieira de Mello disse “Não, não boto um tostão, de jeito nenhum, porque se eu colocar no jornal do Corinthians, a torcida do Palmeiras vai ficar contra o Mappin, a torcida do São Paulo vai ficar contra o Mappin”. Isso foi um grande problema para nós. Talvez tenha sido até o maior. Eu ainda falei pra ele “Então, eu vou pôr de graça”. Ele falou: “Nem de graça eu quero”. Porque se eu pusesse de graça valorizaria meu produto, porque o Mappin era um anunciante forte... O Fernando não deixou nem de graça.

**F:** E vocês tinham também, João, a publicidade da rádio Tupi, da Rede Globo, havia muitas permutas?

**J:** A permuta forte foi com a Rede Globo, era nessa copa Corinthians, uma ideia excelente, mas a Globo só fazia propaganda um dia da semana que era quinta feira, num horário nobre e entrava uma ou duas vezes. Foi pouco isso, teria que ser mais, mas nós não tínhamos força para solicitar mais inserções... A Globo já bancava a copa Corinthians, ela que pagava juiz, ela que pagava as viagens, o custo foi da Rede Globo. A nossa parte foi a realização do negócio, a administração do negócio. Eu lembro que eu arrumava até juiz de futebol para apitar.

**F:** Só voltando, vocês tinham que também arrumar dinheiro para pagar a impressão que era no Estadão?

**J:** Sim. A impressão foi no Estadão uma época... Depois, fizemos uma permuta também com o *Jornal da Semana*, a gente trabalhava no *Jornal da Semana*, que era de um grupo... Era de um grupo de jornal de bairro, um grupo até forte de jornal de bairro, ele circulava em Pinheiros, uma região muito boa. E a gente ia fechar o jornal de domingo do *Jornal da Semana* a troco de impressão também, isso foi um bom tempo também. Essa foi uma permuta bastante importante na existência do ‘Coração’.

**F:** João, como você vê, um negócio que é super interessante, que as pessoas se surpreendem, que é bem bacana, você são paulino, o Edison palmeirense e o Tim Teixeira são paulino, e vocês trabalharam nesse jornal. Como que foi feita a distribuição com três corintianos e os outros não dentro da estrutura?

**J:** Não... Eu era como a gente comentou mais da parte administrativa, escrevia muito pouco, o Tim fazia diagramação e o Edison era mais vendedor, mais administrativo, ele que cuidava desse contato com a Rede Globo, que foi o nosso patrocinador mais forte, nosso parceiro mais forte. Quem mais escrevia era o Elói, o Pedrinho, o Otacílio, o Flávio Aduauto escrevia bastante, passava bastante lá... Quem escrevia eram os corintianos mesmo.

**F:** E a relação na redação... Porque você lê o expediente, você vê o nome de um monte de gente... Era movimentada aquela editora Tecla?

**J:** Era, era. Então, muita gente, eu citei o Trajano, também o Lito Cavalcanti e o José Trajano, jornalistas cariocas que vieram do Rio atrás de emprego, eles não tinham muito que fazer, iam lá ao ‘Coração’ e, às vezes, até escreviam alguma coisa. Tinha bastante movimento, o Faustão passava bastante lá, o Flávio como te falei, a turma da Globo, o Carlito Maia que ia almoçar toda a semana lá e levava às vezes algum outro convidado ou convidada, basicamente era isso.

**F:** E até um contraponto, vou até voltar, do mesmo jeito que algumas pessoas recusaram a publicidade por ser específico do Corinthians, acredito que alguns fizeram publicidade por serem corintianos, empresários?

**J:** Você sabe que teve um empresário chamado Sergio Terpis, ele é irmão do Jacques Terpis, que hoje é presidente da Associação Israelita, ou do Einstein, alguma coisa, e o Sergio Terpis era forte e ele sempre ia lá e gostava do negócio e ele estava querendo ficar sócio, ele era um cara forte, tinha um relacionamento comercial bom. O Bernard Goldfaber que era dono das lojas Marisas, estava nessa parada e tal, de repente, o Sergio morre com 39 anos e foi uma perda forte para ideia, para aquele sonho nosso.

**F:** Porque eu vi... Eu conversei com alguns e tinham uns corintianos que também faziam... Olha, eu fiz uma análise: do Colégio Objetivo, você se lembra?

**J:** O Colégio Objetivo foi na verdade um amigo nosso, o Fernando Dias da Silva, jornalista, até trabalhou na Jovem Pan, era o Fernando José da Jovem Pan, falava sobre política. Ele era amigo do DiGênio, quem trouxe os anúncios do DiGênio foi o Fernando José por amizade. Não foi nem por investimento do DiGênio, do Objetivo, não foi investimento, não foi pelo fato dele ser torcedor do Corinthians. Eu nem sei se ele é. O Objetivo veio pelo Fernando José que tentava também nos ajudar. É outro que frequentava o ‘Coração’.

**F:** Você falou das lojas Marisa... E o consórcio Almeida Prado que também tinha bastante?

**J:** Também... Tinha um amigo nosso que tinha ligação com o consórcio Almeida Prado e o consórcio Almeida Prado investia em tudo... Era um dos maiores investidores da época e o consórcio era só chegar lá, ele investia e como nós tínhamos uma pessoa ligada... Eu acho que foi muito mais assim, não foi uma mídia escolhida... O consórcio Almeida Prado quem fosse lá ele prestigiava.

**F:** E o Café Moka, você lembra?

**J:** Foi o Edison que arrumou...

**F:** Rádio Tupi?

**J:** Rádio Tupi não lembro. Mas certamente foi convênio... Troca... Permuta.

**F:** E os bancos... Isso é interessante, porque hoje o pessoal fala muito... Banespa, Caixa Econômica? Vocês tiveram investimento de banco...

**J:** Foi pouco, né?

**F:** Uma página em um jornal.

**J:** Era algum acaso que aconteceu, alguma amizade, algum trabalho também de bater na porta e, às vezes, o patrocinador fala “Tudo bem, eu ponho uma página”. Às vezes, até para se livrar do vendedor, não acredito que eles tenham pensado num investimento de retorno.

**F:** Arapuã, você lembra?

**J:** Eu considero que seja do mesmo modo que as outras.

**F:** Interessante, porque... O jornal para um leigo que vê, ele tem muitas publicidade, é que era muito irregular. A pesquisa que eu fiz constatou que tem um número que tem 15, e tem outro que tem dois, duas publicidades só.

**J:** Irregular a entrada de dinheiro e regular a saída, porque é caro você imprimir papel, é caro o papel, caro a impressão.

**F:** Quer dizer, vocês tinham uma receita fixa de saída e entrada completamente incerta. O que você poderia falar sobre isso?

**J:** Eu acho que todo sonhador tem isso, nós achávamos que... Veja bem, a torcida do Corinthians, se todo torcedor do Corinthians saísse da casa dele e passasse na banca, na esquina lá do bairro dele, na esquina da casa dele, se cada um comprasse um jornal, nós chegaríamos a 100 mil jornais, 200 mil jornais facilmente, não é verdade? Mas precisaríamos incitar esse torcedor, e essa incitação, essa publicação, essa publicidade em cima, era muito pouco. Nós tentamos de todo jeito aparecer, tem a história do porco, que o Elói que bolou isso, era tudo uma tentativa de se mostrar para que o torcedor corintiano passasse a ter o hábito de comprar o jornal, mas é difícil o hábito, você adquirir um hábito. E nós por todo esforço que fizemos talvez, um pouco... Com uma certa dose de amadorismo e sonho, ela não atingiu, não chegou no ponto que gostaríamos que chegasse.

**F:** E você determina o final do jornal mesmo pelo fato do Corinthians ter se tornado campeão também?

**J:** Começou a cair a venda, começou a cair a venda e a gente não sabia, como é que a gente iria fazer se na época boa, áurea, quando a gente tinha principalmente a parceria com a Globo e o fato do Corinthians não ser campeão... Se nessa época áurea vendeu 20, 30 mil, era pouco, tínhamos que vender 100 mil. Aí, de repente, deixou de não ser campeão, acabou a parceria com a Globo, porque não tinha mais razão de copas Corinthians e aí, começou a cair. Cada edição era menos venda, então, para não deixar o pé ficar no lodo, muito forte, nós decidimos “Vamos parar, vamos parar”. A iniciativa foi minha, já havia um certo desânimo no negócio ocasionado justamente por causa da queda de venda. Aí, chegou uma hora, “Vamos parar, senão estamos perdidos aqui”.

**F:** O nome do jornal, você lembra por que foi Coração?

**J:** Eu não lembro, mas se tem o significado é de torcer, de emoção, de torcida. Eu acho que foi o Elói também que bolou.

**F:** As cartas eu sei que foram um sucesso, não foi? O que você se lembra do retorno das cartas?

**J:** Editorialmente, o jornal foi um sucesso eu acho; ele só não foi comercialmente, porque a base financeira nossa era fraca. Essa ideia de colocar... A torcida do Corinthians já chamava os palmeirenses de porcos e o ‘Coração’ com essa ideia do Elói de soltar o porco, no jogo Corinthians e Palmeiras, vestido com a camisa do Palmeiras meio que oficializou esse apelido do Palmeiras. Tem gente que diz até que foi o ‘Coração’ que deu esse apelido para o Palmeiras, mas não é verdade, porque já existia antes. Mas, eu acredito que o Coração tenha oficializado, tenha divulgado, difundido o negócio de uma maneira que... sem volta, que o apelido ficasse forte mesmo. Então, ficou tão forte que o próprio Palmeiras assumiu.

**F:** João, você era repórter de esporte também, né?

**J:** Era.

**F:** Você fazia *Estadão* ou *JT*?

**J:** Eu fui repórter no Estadão e depois fui copidesque do *JT*, depois fui copidesque no *JT* em esportes e todas as outras editorias.

**F:** Uma coisa que sempre pergunto para eles, a opção por bastante fotos e charges, o que você identifica?

**J:** O *Jornal da Tarde*. Outra coisa boa foi aquela história do sapo do Gepp e Maia. O Gepp e Maia não chegaram a receber lá, eles também investiram, eram outros sócios nossos também. Eles eram colaboradores e apostaram também na ideia, e que se o negócio crescesse, eles também fariam parte da repartição do bolo.

**F:** Até porque tem bastante charge, muito interessante.

**J:** Tem. Naquela época, o *Jornal da Tarde* era um grande sucesso editorial e a maioria dos componentes da nossa equipe era do *Jornal da Tarde*. Então, a cópia do ‘Coração’, a maneira,

de foto grande, bastante ilustração e tal, foi consequência do próprio trabalho do *Jornal da Tarde* e do sucesso do *Jornal da Tarde*, nessa época.

**F:** E a própria linguagem também?

**J:** Também.

**F:** Dos textos?

**J:** Também.

**F:** O final do jornal você não lembra mesmo... O último número, a data...

**J:** Eu me lembro de eu falar para o Tim Teixeira: “Pô, Tim, temos que acabar”. E ele falava: “Mas, como?”. Eu falava: “Do jeito que está vamos afundar”.

**F:** E o mês, o último número?

**J:** Ah... Não lembro. O Elói e o Pedrinho... Eu dei uma coleção... Eu lembro que mandei fazer duas coleções por minha conta, tinha 40... Não sei quantos...

**F:** O do Elói tem 58 números.

**J:** É por aí.

**F:** Mas, pela minha conta dá mais que 58. Só que tem um negócio... Um falou que resfriou por causa da copa... Mas, ele não parou depois da copa, ele parou antes da copa?

**J:** Pode ser, provavelmente, porque eu não faço comparações com a copa, eu faço com a vitória Corinthians.

**F:** Ah, tá... Será que não foram eliminatórias da copa?

**J:** O Corinthians ficou campeão em 77 e a copa foi em 78.

**F:** O primeiro fascículo, eu tenho anotada aqui, o número 1 começou em 29/10.

**J:** Qual é a capa?

**F:** Eu não tenho aqui... O número 1 é o Zé Maria subindo...

**J:** Então, é o número zero que era o velho, um corintiano com mais cem anos, alguma coisa assim.

**F:** Não sei quem falou pra mim que tem o número zero ainda, até eu vou querer ver, acho que foi o Otacílio.

**J:** Eu acho que eu tenho também.

**F:** Então, vou começar a imaginar que vai até o 58.

**J:** Eu acho que é.

**F:** Você encadernou todos?

**J:** Não, eram todos num caderno só.

**F:** Então, todos eles.

**J:** É.

**F:** Então, ele não dá 2 anos. Vamos ver, 76, 29 de outubro, e o Corinthians foi campeão em 77 em outubro e ele durou depois de ser campeão... Uns 3 ou 4 meses? Então pode dar 58.

**J:** Veja bem, 4 meses dá 16 jornais, a queda acentuada de vendas em 16 jornais você percebe. Digamos que o número 45 vendeu 30 mil, o 46, 26 mil e o 47, 20 mil e nós não arrumávamos mais anúncio, não tínhamos mais a parceria da Globo, aí vai para 15 mil... Chegou lá aos 5 mil: "Gente a queda está acentuada, não tem como escapar disso".

**F:** Está certo, vou dar uma olhada... Eu creio que é isso daí.

**J:** O que pode também, a própria efervescência da copa, a copa é em junho, mas em janeiro já se fala quase sem parar da copa e isso pode ter influenciado.

**F:** Perfeito.

**F:** E o jornal não teve despedida, ele teve um número e parou. Como foi?

**J:** Foi mais ou menos isso, paramos e acabou, vamos restar os cacos e tal...

**F:** Então, não teve despedida?

**J:** Não houve, acabou, porque foi acabando, chegou uma hora que... Tenho a impressão que a iniciativa até foi minha "Vamos acabar". Porque... da mesma maneira que eu incitei o começo, eu incitei o fim.



**Entrevista 7 - Edison Scatamachia – 23/11/13**

*Gravação com gravador digital - pessoal*

*Entrevistador: Fábio Camargo Fleury de Oliveira*

**Fábio:** Esta entrevista é com Edison Scatamachia, um dos fundadores do jornal “Coração”. O objetivo da entrevista é a reconstrução histórica deste jornal e então, Edison, ela pode virar uma dissertação, um texto escrito de mestrado para ser avaliado. Nesse caminho, em agosto de 2014, ela pode virar um artigo, um capítulo de um livro e a dissertação final, que é todo um texto elaborado com vários capítulos.

Como já foi feito uma primeira entrevista por telefone, eu me permito, como entrevistador, algumas interferências, até para tentar organizar as versões que eu já ouvi, então essa entrevista vai ter interferências.

Primeiro eu gostaria que você se apresentasse, um RG seu e depois a sua carreira que sei que é grande. Como você começou na imprensa até agora.

**Edison:** Meu nome é Edison Scatamachia, Edison com “i”, que é uma encrenca que sempre tive na minha vida. Eu me formei em jornalismo na FAAP em 1972 e já trabalhava na Folha de S. Paulo como repórter. Dois anos depois, fui como repórter indicado pelo Elói Gertel, que até vai ser muito falado aqui, o Elói que me indicou, ele trabalhou na Folha, depois, foi para o Jornal da Tarde e me indicou para o Jornal da Tarde. Fiquei no Jornal da Tarde até ir trabalhar na Rádio Globo em 1977 quando o jornal Coração já estava terminando. Depois que o Corinthians foi campeão, eu já estava na Rádio Globo onde eu fiquei por sete ou oito anos com Osmar Santos; e depois eu comecei... Rodei muito, fui para Record, Gazeta, comecei trabalhar na TV Record, fui para TV Manchete, trabalhei na TV “M” de televisão; depois, em 1996, fui assessor de imprensa da Dersa aqui em São Paulo e fui presidente da Associação dos Cronistas Esportivos do Estado de S. Paulo e, quando eu era presidente, comecei a trabalhar com o Fausto Silva no Domingão.

Fausto é um amigo que tenho desde 1971 quando eu encontrava com ele nas coberturas de futebol, eu pelo Jornal de Tarde e ele pela Folha de S. Paulo, depois, ele foi comigo para a Rádio Globo na equipe do Osmar Santos e depois eu criei um programa chamado Balancê para o Osmar Santos. Depois que o Osmar Santos foi para televisão, eu fui fazer a copa do mundo, o Fausto assumiu o Balancê e aí foi o comecinho dele em programa de auditório, porque o programa Balancê era apresentado em auditório. Aí, o Fausto foi para “Os Perdidos”, foi para a Globo e, em 1996, ele me telefonou, eu estava desempregado e ele me levou para o Domingão do Faustão onde estou até hoje. Essa é a minha carreira desde 71.

**F:** Qual a sua cidade natal? E quantos anos você tem?

**E:** Sou nascido em São Paulo, tenho 67 anos, sou casado, tenho 2 filhos e um neto lindo.

**F:** E na época quantos anos você tinha?

**E:** Do jornal?

**F:** Em 76 quando começou o jornal “Coração”.

**E:** Eu tinha 30 anos, 29, 30 anos, eu nasci em 46...

**F:** Em qual jornal você estava trabalhando naquele momento?

**E:** Jornal de Tarde, aliás, todos nós estávamos... No Jornal da Tarde ou no Estado de S. Paulo que era tudo no mesmo prédio.

**F:** Edison, agora, você viajando na sua memória de quase 40 anos, como nasceu o jornal “Coração”?

**E:** Isso faz muito tempo, mas... Eu tenho a impressão, quase certeza, você vai checar nas suas próximas entrevistas, que a ideia foi do Elói Gertel, corintiano fanático... Naquela época, é bom situar bem isso, o Corinthians não era campeão há muito tempo, desde 54 o Corinthians não era campeão. Há mais de 20 anos, o Corinthians não ganhava um título, a torcida do Corinthians sofria muito, os corintianos sofriam muito, eu lembro que... Uma lembrança vaga, mas eu lembro que o Elói falou a ideia, o João Prado Pacheco, que sempre foi um cara muito animado, falou “Vamos fazer um jornal sim!”. Pedro Autran corintiano, Otacílio corintiano, a gente estava sempre junto e a gente já tinha feito um programa na Rádio Record, também tem essa, mesmo alguns do Jornal da Tarde e outros do Estadão, a gente fez um programa na Rádio Record, então, a gente se conhecia muito, se dava muito bem.

**F:** Quem participava?

**E:** Participava o João Prado Pacheco, o Pedro Autran Ribeiro... Otacílio... E não lembro bem... acho que o Tim também

**F:** Vocês cinco participaram?

**E:** Lembro bem do João Prado Pacheco e do Pedro Autran. E o sonho, isso lembro bem, porque não sou corintiano, eu sou palmeirense, então, eu sonhava não era só com o jornal “Coração”, acho que meus amigos também achavam isso, era a gente montar uma editora que fizesse publicações do Corinthians, do Palmeiras, do Santos, da Portuguesa, da seleção brasileira, que era um caminho que, na época, ninguém tinha explorado e, então, o sonho da gente era esse e como eu não era corintiano... E acho até que isso foi uma decisão legal da turma, eu não escrevia, o João Prado não escrevia, o Tim não escrevia, porque eles eram são paulinos e eu palmeirense, quem escrevia a parte do editorial era o Elói Gertel, o Pedro Autran Ribeiro e o Otacílio Do Carmo que eram corintianos e é claro que o jornal tinha uma porção de colaboradores, Sérgio Baklanos, muitos outros repórteres que faziam matérias especiais para o jornal, mas os sócios, os responsáveis pelo jornal éramos nós.

**F:** E o seu projeto mesmo, Edison, você tinha um sonho com a editora Tecla?

**E:** Isso, eu sei que tinha mais gente, não lembro direito quem é que sonhava muito com isso, acho que o Tim também raciocinou nesse sentido, nós abrimos uma firma, era tudo bonitinho, tudo certinho e a parte administrativa ficou com João Prado Pacheco, porque, se você olhar no editorial, eu e o João Prado estamos como diretores comerciais. Eu até cheguei a vender anúncio para o jornal, mas quem tinha mais essa responsabilidade era o João Prado Pacheco, que também ficou responsável pela administração e distribuição do jornal.

A gente alugou uma casinha na Rua Padre Chico, um sobradinho e era muito gostoso, porque a gente trabalhava, cada um ia fazer... O Tim trabalhava... O esforço maior sempre foi do Tim Teixeira. Só para situar, o Jornal da Tarde na época, ele chamava Jornal da Tarde, porque ele

não saia de manhã como a Folha e o Estadão, ele saia mais tarde, ia ao meio dia para as bancas, mas, no meu tempo, fechava mais tarde do que os outros e o Tim ficava até três ou quatro horas no jornal e, no dia seguinte, ainda passava na editora Tecla para diagramar o jornal, porque ele era muito responsável, ele era o que se sacrificava mais. Eu não tinha muito esse problema de horário. O Otacílio fazia reportagem do Corinthians para o jornal, escrevia as matérias e depois ia para o “Coração” e escrevia as matérias para o “Coração”, o Elói também ia, ficava até tarde, também se sacrificava bastante.

**F:** Qual era o objetivo do jornal?

**E:** O objetivo do jornal, como o Elói teve a ideia, era fazer um jornal dirigido à torcida corintiana, porque a torcida corintiana estava sofrendo muito, era muito sofrida na época. Na verdade, os três corintianos do jornal queriam passar para a torcida uma ideia que ela tinha um porta-voz. O jornal era independente, não era do Corinthians e é muito comum ter um jornal do São Paulo, do Corinthians, acontece isso até hoje... Não. O jornal “Coração” era independente, não tinha nada a ver com o Corinthians, não recebia um tostão do Corinthians.

Eu posso até contar pra você, aconteceu um episódio até muito engraçado, o jornal como ele era independente, ele “metia o pau” nos diretores, ele “metia o pau” no presidente, ele elogiava quando queria elogiar, mas o Corinthians, naquela época, era tão desorganizado... Então, o jornal era contundente na época.

O jornal logo fez muito sucesso, para você ter uma ideia, na época o Pasquim que era jornal da elite, contra a ditadura, feito por intelectuais, um jornal famosíssimo, na época, vendia quinze mil exemplares a cada quinze dias; o jornal “Coração” era semanal e ele vendia dezoito ou dezenove mil por semana.

Só para você ter uma ideia como o jornal “Coração” era forte na época, ele começou a ganhar uma importância relativamente grande: Um dia eu estava sentado escrevendo minha matéria para o Jornal da Tarde, porque, na época, eu cobria o Palmeiras, cheguei do treino, estava escrevendo a matéria, veio o bedel (bedel era o que fazia tudo no jornal) e falou “Seu Vicente Matheus passou pela portaria, está subindo e quer falar com alguém do jornal .” Aquele dia não estava o Pedrinho, o Tim não tinha chegado, ele trabalhava mais a noite, eu estava sozinho... “Tudo bem, eu atendo.” Presidente Matheus sentou a mesa na minha frente e falou “Você é dono do jornal?” E eu falei “Eu não, nós somos seis sócios da editora. Eu sou um dos sócios da editora. Mas o que o senhor precisa?” “Eu vim aqui para comprar o jornal.” E eu falei “Mas, o jornal não está à venda.” “Como não está à venda? Eu vim comprar o jornal , eu quero fazer o jornal .” “Seu Matheus, o senhor me desculpe, mas o jornal não está à venda.” Aí, foi muito engraçado, porque ele virou para mim e falou: “Meu filho, então é o seguinte, a partir de hoje o seu jornal está proibido de entrar no Parque São Jorge.” Eu falei assim “Seu Matheus, o senhor acabou de me dar uma grande notícia, porque se o nosso jornal é independente e o senhor proíbe o nosso jornal de entrar no parque São Jorge, isso para gente é muito bom, porque isso vai reforçar ainda mais a nossa posição de independente. Eu até estou imaginando a manchete: ‘Nosso jornal foi proibido’, ‘Não entra mais no clube’ e tal... Foi engraçado, porque o Matheus era engraçado e ele virou para mim e disse “Então vocês podem entrar.” E não queria dar força para o jornal “Então vocês podem continuar entrando lá, tudo bem.” Ele usou uma frase que eu sempre falo para os meus amigos “Você sabe, né? É que eu sou muito simplório...” Ele usava o termo simplório ao invés de simples, ele quis dizer que era humilde e eu disse “ Tá bom, Seu Matheus, obrigado pela sua visita, continuamos assim.”

Para você ter uma ideia, ali existia, no começo do jornal, algumas coisas, tipo... Quando a gente lançou o jornal, que tinha o logotipo do Corinthians, mesmo que fosse um logotipo estilizado, estava na cara que era um jornal do Corinthians ou para corintianos, então, quando a gente foi lançar o jornal, começaram uns papos que o Corinthians ia entrar na justiça, porque não sei o quê que não podia, tanto que você vai ver que tudo que está escrito no jornal... Eu achei ruim isso, mas foi decidido isso, não tem “H”, você já reparou isso? É Corinthians sem “H”, que era para não ter nenhuma coisa na capa do Corinthians. Eu também nunca gostei muito e acho até que o próprio Tim não gostou muito, mas eu não sei, alguém sugeriu isso e ficou.

**F:** O Jornal da Tarde não usava o “H” na época também.

**E:** É, mas é errado, você concorda que é errado? Acho que também, você sabe coisas que eu não lembro mais, mas talvez, porque o Jornal da Tarde não usasse, decidimos não usar também, mas não é muito legal. Mudamos um pouco o nome, eu quando leio Corinthians sem “H” eu estranho bastante.

**F:** Segundo o Elói Gertel, a única coisa que ele se arrepende é ter feito sem “H” o Corinthians.

**E:** É, está vendo, nós éramos todos jovens, alguém deu ideia na reunião e naquela ânsia de começar logo o jornal, aceitamos. Está vendo? O próprio Elói que inventou o jornal não gostou muito, eu também não gostei muito. Acho até que o Tim também não gostou, você pode até checar isso com todos eles.

**F:** Você lembra como foi definida a estrutura do jornal? Porque ele tem uma estrutura básica bem interessante, com sessões que abrangem várias temáticas: tem a questão histórica com “Os Heróis”, os ídolos corintianos; tem os jogadores que são importantes; tem o futebol amador que me parece que era importante na época; tem uma sessão destinada ao público masculino que eram as mulheres que apareciam; tem o entretenimento que era o “Corinteste” que era neologismo acredito; as matérias do dia que eram próximas de um jornal diário se referindo aos jogos anteriores do time; e artigos com comentários, opiniões sobre a equipe.

**E:** Se você hoje pegar o jornal “Coração” de setenta e cinco, setenta e seis, eu acho que a editora Tecla começou em setenta e cinco a ser montada e acho que o jornal na verdade é de setenta e seis, então, se você pegar o jornal de setenta e seis e setenta e sete e você começar a olhar você vai achar que ele é meio primário. Você não teve essa impressão, porque você fez uma pergunta dizendo que ele era bem segmentado. Na época, era muito legal isso que a gente fazia, era até diferente, não vou dizer revolucionário, mas era diferente, porque os profissionais que trabalhavam... Eu posso dizer isso, porque eu não fazia nada nessa área, eu participava de reuniãozinha de pauta para dar sugestões às vezes, mas eu evitava, porque eu não era corintiano, então, eu evitava até de me meter nessas coisas, mas participava da reunião e eu sentia que eram bons profissionais todos eles, eram profissionais de primeira linha. Então, quando eles dividiam o jornal numa reunião de pauta “vamos fazer isso”, nada foi feito para encher espaço, ao contrário, o João Prado é que via a gráfica, cuidava dessa área administrativa, ele procurava que o jornal não tivesse muitas páginas, porque senão ficava caro, não era para encher linguça. Então, tinha o editorial, tinha a parte que você disse, teve uma época, foi curta essa época, que a gente colocava as vedetes...

**F:** Mas eram celebridades: Regina Duarte, Rita Lee...

**E:** Eram celebridades, você vai falar hoje Marly Marley, ninguém sabe quem é, mas na época ela era...

**F:** Terezinha Sodré... Eram conhecidas.

**E:** Elas eram importantes e os corintianos gostavam de ver, mas não era nada que fosse procurar erotismo, não era nada disso não, mas o torcedor gostava de ver as pernas delas, sabe? Elas com a camisa do Corinthians. Então, nada ali era feito assim no tapa, porque o Tim também era um cara muito sério, ele é um cara muito sério, então, o Tim leva a sério tudo o que ele faz. O Elói era um repórter competente, o Pedro Autran tinha muita sensibilidade, o Otacílio era um repórter que estava acostumado a entrevistar um jogador. Então, a editora estava bem para época, hoje talvez fosse pouco, mas para época ela estava bem organizadinha.

**F:** A questão de muitas imagens, de fotos e charges, o que você se lembra disso?

**E:** Aí, já era uma coisa mais do Tim, você vai poder checar isso com ele, porque o Tim, como ele trabalhava no Jornal da Tarde, o Gepp e o Maia eram desenhistas muito famosos na época e estavam sempre com o Tim na mesa à noite e entregavam material para o Jornal da Tarde. O Tim entendia muito disso “faz uma charge disso, faz um quadrinho disso...” O Tim tinha muita experiência. Eu comecei meio tarde no jornalismo, comecei com vinte e seis anos, eu tinha quatro anos de jornalismo, eu não era novinho, mas eu era inexperiente ainda nessa época do jornal.

**F:** A linguagem do jornal era interessante, porque ela era feita na primeira pessoa, era o próprio torcedor falando “atacamos”, “ganhamos”...

**E:** É, porque era a ideia de ser o porta-voz da torcida, era a filosofia do jornal. “Vamos fazer um jornal para ser o porta-voz.” Um jornal independente, porque na época como o Matheus era muito ditador, ele era um reflexo do Brasil daquela época, o Matheus não tinha cultura, mas ele era um cara bem ditador, ele resolvia as coisas e não queria nem saber em explicar o porquê ele resolveu aquilo. Mas a torcida corintiana merecia ter um pouco mais de satisfação, até porque estava sofrendo na época, isso eu lembro bem.

**F:** Era um sofrimento mesmo... E o critério de noticiabilidade de um jornal específico para um clube de esporte? Como era na reunião de pauta, por exemplo?

**E:** Não posso te responder isso, porque eu participava muito pouco disso, não era minha área. Isso é uma coisa que você vai ter que perguntar para o Elói, para o Tim, o próprio Pedrinho, porque eu não sei te dizer isso com certeza.

**F:** Vamos nos lembrar dos colaboradores. O que você se lembra dos colaboradores? Seu amigo até hoje Fausto Silva, Percival de Souza, Flávio Adauto, Savoya... Como surgiram esses nomes? E eles estão no expediente do jornal...

**E:** Estão, mas aí que está, eram colaboradores. Eu não sei dizer se eles recebiam ou o quanto recebiam para fazer uma matéria. Acho até que muitos deles escreviam, porque gostavam da gente e, naquela época, não era assim tão profissional, mas como o jornal era semanal, tinha que ter muita matéria e, às vezes, o Pedrinho e o Otacílio não davam conta disso, porque o Elói não saia muito da redação, ele fechava o jornal, e o Tim também fechava, mas diagramava, era mais o Otacílio e o Pedrinho e não dava para eles escreverem tudo, então,

eles procuravam mais gente. Você pode ver que é tudo gente do Jornal da Tarde ou do Estadão, às vezes aparecia...

**F:** O Flávio Aduino acho que era....

**E:** O Flávio Aduino estava na Folha, mas era um corinthiano, então, eles se conversavam. O Flávio, que eu conheci bem, era daqueles que falava “Porra, gostei daquela matéria que vocês fizeram, vocês ‘meteram o pau’ naquilo, vocês tem toda razão. Eu, por exemplo, falei...”. “Ah, então escreve para gente”. Ele ia lá e escrevia. E era complicado naquela época, porque não é como hoje que você vai para casa, escreve e manda um email, você tinha que escrever numa lauda, numa máquina de escrever e levar, mas entregava no jornal, porque as pessoas se encontravam muito no jornal, eles iam às vezes à redação, claro que iam, até porque mais tarde o Pradão inventou de colocar a Dona Geralda...

**F:** Conta a história da Dona Geralda.

**E:** A Dona Geralda era uma cozinheira, uma negra gorda daquelas que todo mundo gostaria de ter em casa, porque ela cozinhava muito bem, era muito simpática e ela tinha sido cozinheira da família do João Prado em Jaú e eu não sei o porquê ela apareceu em São Paulo e ele falou “Ah, vem trabalhar com a gente lá”. Era uma casa, um sobrado normal como todos os sobrados que existiam em São Paulo ali na Rua Padre Chico, e tinha uma cozinha que dava para área de serviço, com tanque, mas era uma cozinha relativamente grande que chamava de copa e a Dona Geralda fazia comida. A gente comia lá. Ela fazia um filé à parmegiana ou à milanesa, agora não me lembro mais, eu sei que todo mundo adorava.

Eu sempre brincava e o próprio Tim reclamava que uma das causas de não ter ido muito para frente o jornal era aquela cozinha da Dona Geralda, porque, às vezes, tinha vinte, trinta pessoas almoçando lá. Repórter falava “Ah, antes de ir para o treino do São Paulo eu vou passar lá, comer uma coisinha”. Aí, o cara ia levar uma matéria ficava lá e almoçava, às vezes, ele voltava no dia seguinte e não tinha matéria nenhuma para entregar. Era uma comida deliciosa que ela fazia e cá para nós graças a Deus, porque repórter comia tão mal. A gente comia lá na hora do almoço, antes de ir para o clube, às vezes, passava lá antes de ir para o jornal e comia também. Ela era maravilhosa, mas a gente brincava com o João Prado Pacheco “Pô, você vai por a gente à falência com essa cozinheira”. Parecia um restaurante.

**F:** Mas a Dona Geralda ajudava o jornal, a publicação de matérias, esse movimento...

**E:** É claro que ela ajudava, eu estou brincando. É porque tinha tanta gente, almoçando todo dia que a gente falava “Ih, nós não vamos aguentar”. Porque a conta do João Prado no açougue era sempre muito alta.

**F:** Edison, você teve uma participação importante no “Coração” quando você criou uma parceria com o Carlito Maia. Conta para gente essa passagem, desde o comecinho...

**E:** Aliás, vou dizer para você que foi a única coisa que eu fiz no jornal, é que isso foi trabalhoso, então, demorou uns dois anos, mas eu só fazia isso e eles gostaram que eu inventei isso, porque foi uma forma de divulgar o jornal.

Começou assim: tinha aquelas brincadeiras “O Corinthians não é campeão”. “O Corinthians não é campeão há vinte e um anos”. “O Corinthians não consegue ganhar um título”. Aí, eu brincando, eu sempre brinquei muito, como eu fiquei sabendo que tinha o Corinthians do Imirim e tinha o Corinthians da Vila Monumento, eu pensei assim “Ah, então vamos fazer um

campeonato que só participe time chamado Corinthians que o Corinthians vai ser campeão no final.” Eles deram risada, todo mundo deu risada.

Como eu trabalhava no Jornal da Tarde, você vê que sempre tem o Jornal da Tarde, o Luís Fernando Mercadante tinha há pouco tempo ido para a Rede Globo, porque foi uma época que a Rede Globo começou a investir nos jornalistas de jornal, então, o Mercadante foi um dos primeiros que saiu do jornal, ele era editor do Jornal da Tarde e foi ser editor de jornalismo da Rede Globo, como eu conheci ele do jornal, eu liguei para secretária dele na Globo...

Ah, não... Foi assim: um dia o Mercadante foi lá visitar o jornal e eu falei para ele “Escuta, eu tive uma ideia de fazer um campeonato que só participe time chamado Corinthians e eu fiquei sabendo que vocês têm lá um diretor de relações públicas que eu conheço de nome que é o Carlito Maia, que era famosinho já, e eu sei que ele é muito corintiano, eu queria muito falar com ele”. Aí, o Mercadante falou “Liga para minha secretária na Globo, fala que você falou comigo e ela marca com o Carlito”. Aí, eu fiz isso. Cheguei lá na Rede Globo, na salinha, na Marechal Deodoro, entrei e o Carlito Maia me recebeu. Foi até engraçado, porque eu falei para ele assim “Meu nome é Edison Scatamachia, eu trabalho no Jornal da Tarde”. E ele falou brincando “E eu sou o Carlito Maia, trabalho na Rede Globo de televisão”. E eu falei “Eu sei”. E ele disse “Você se apresentou e eu me apresentei também”.

A sala dele era fascinante. O Carlito era famoso, só para você ter uma ideia, ele criou a Jovem Guarda, ele teve uma agência de publicidade muito grande que funcionava na Avenida Paulista no Conjunto Nacional era Magaldi, Maia & Prospero. Ele era um dos três sócios, seria como a África hoje, uma agência muito grande e, na época, ele criou a Jovem Guarda, criou os termos do Roberto Carlos “é uma brasa mora”, “bicho”, participou das conversações para colocar o movimento na TV Record.

Ele sempre foi um cara muito inteligente, mas o Carlito tinha uma coisa também: ele era um guerrilheiro da palavra. A sala dele era fascinante justamente por isso, porque só tinha pôster do Che Guevara, Charles Chaplin com aquelas frases todas que ele enviava nos aniversários de todo mundo com rosas e sempre mandando mensagens contra a ditadura, porque ele foi perseguido uma época e a irmã dele, Dulce Maia, que está viva até hoje, sofreu torturas e já estava numa cadeira de roda. Então, ele fazia de tudo para tentar derrubar a ditadura.

Ele acabou conseguindo esse emprego, porque ele tinha na cabeça dele que ele tinha que fazer alguma coisa contra a ditadura e a Globo era boa, porque ele estava numa emissora muito grande. Ele ficava mandando em todo mundo, ele tinha as costas largas, como a gente chama, e ninguém mexia muito com ele, por causa do Magaldi que foi para o Rio e que era muito amigo do Boni. Então, tudo “Carlito você não podia ter feito”, “Ah, eu falei com o Maia”, então ninguém se metia muito com ele, porque ele era amigo do Maia, foi sócio do Maia.

Ele tem uma história até... Um dia ele começou a beber, bebia muito na verdade, ele fez de tudo para que o Roberto Carlos fosse um cantor famoso esperando que o Roberto Carlos começasse a passar mensagens contra a ditadura, mas quando o Roberto ficou famoso, ele saiu fora disso “Não, de política eu não falo”. Aí, ele ficou muito triste e começou a beber, e na época que eu o conheci ele já bebia bastante e, às vezes, no meio de um papo ele contava isso. Chegou a me falar que uma das maiores tristezas da vida dele foi essa, tanto que depois ele foi um dos fundadores do PT. Ele não desistiu. Ele que criou o slogan “Lula lá”. Depois, quando finalmente o Lula foi eleito em vinte anos, o Carlito tinha morrido um ano antes. Na posse, quando colocaram a faixa, alguém falou do Carlito e o Lula chorou quando se lembrou

do Carlito, porque durante quinze anos, pelo menos, o Carlito ficou lá com o Lula, porque o Lula representava para o Carlito a revolução que ele tanto queria.

Eu contei tudo isso para dizer que o Carlito não era um “Zé ninguém”, ele era um cara famoso e com muito conteúdo, aprendi muito com ele inclusive, e ele me passava muita coisa na época da Rádio Globo que eu consegui até transmitir ao Osmar Santos. Ele acabou sendo até a voz das “Diretas”, porque o Carlito passava para mim e eu passava para o Osmar muita coisa legal para aquela época. Então, o Carlito foi muito importante para mim.

Mas voltando... Naquele dia eu falei “Carlito eu estou aqui, porque eu tive uma ideia de o Corinthians ser campeão. Eu sei que você é corintiano fanático”. Ele olhou para mim e falou “Mas qual é a ideia?” E eu falei “Fazer um campeonato que só tem Corinthians, aí o Corinthians vai ser campeão”. Ele olhou para mim com aquele bigode dele e falou “Do caralho, eu estou nessa”. Mas eu estava começando no jornalismo, só tinha quatro anos. Eu, na época, talvez fosse até ingênuo, mas não me arrependo de nada que eu fiz, mas quando eu me apresentei, expliquei, levei o jornal “Coração”, ele olhou... Claro que o Carlito com essa ânsia dele de lutar contra a ditadura, pensou “Melhor eu estar junto, porque isso é a massa, isso é a torcida do Corinthians, então eu vou estar nessa”. Ele nunca me pediu nada, mas claro que ele se interessou também por causa disso, porque ele queria estar perto da massa e tudo que pudesse passar alguma mensagem para o povo era com ele mesmo. Aí, eu falei “Carlito, eu vim aqui para te pedir um apoio, porque a gente precisa fazer um barulho com isso”. Ele falou “Meu filho, já comprei a ideia, vamos fazer. Deixa aqui esse jornal, eu vou mandar tirar a medida, vou mandar tirar um fotolito, você já pode começar uma arte no jornal de fórmula um, de novela, que depois a gente vai produzir um anúncio para televisão do seu jornal”. Quando eu contei isso para o Tim depois na redação, o Tim não acreditava, ele falou “Edison, o que é isso? Você está louco”. E eu respondi “Mas ele falou.” Aí, dentro da minha ingenuidade naquela época e da minha falta de empresário, eu era um jornalista em começo de carreira, eu fui bem simples “Carlito, como é que eu vou fazer esse comercial? Eu não entendo nada disso”. E ele falou “Está bem meu filho”. Chamou a secretária e falou “Escreve uma cartinha, autorizando ele a falar com o departamento de chamadas da TV Globo. Eu quero que produza uma chamada de quinze segundos do jornal”. Como ele era publicitário dos bons, ele falou assim “Sabe o que a gente pode fazer? A gente pode fazer um anúncio agora (eu não sei os termos) para promover o seu jornal, depois a gente pensa nessa copa Corinthians”. Eu falei “Está bom Carlito, você que manda, você já está me ajudando muito”.

E eu fui com essa carta no departamento de chamadas da TV Globo. Eu não lembro quem é que teve ideia, se foi o Tim ou o Elói, que eu passei lá para eles que era fazer um coração pulsando, “tum-tum-tum”, e, de repente, esse coração se transformava no distintivo do Corinthians, eram quinze segundos, e falava assim “Jornal Coração. Jornal da torcida corintiana. Todas às sextas-feiras nas bancas.”. Esse era o comercial. O Carlito passava memorandos para a programação da TV Globo para encaixar e, naquela época, estava começando o tal do SP um, SP dois, SP três, que era a capital e interior, e ele mandava colocar no SP aqui de São Paulo nos intervalos do jornal, era a parte local da publicidade, mas no meio do Jornal Nacional. Eu passava sempre na Globo falar com o ele “Carlito, saiu no Jornal Nacional?”. “Ah, eu mandei colocar”. Eu falava “Pô, obrigado.”

Eu já estava tentando me estruturar com o campeonato para ter ideias, fazer o regulamento, aí, teve um dia que teve um jogo da seleção brasileira e o Carlito colocou a chamada do jornal no meio do jogo da seleção brasileira, claro que era São Paulo, mas a audiência era muito alta e todo mundo falava “Pô, que legal”. E eu falava “Eu também acho”.



Mais tarde, bem mais tarde eu descobri que o Carlito mandava os memorandos para a programação e ninguém checava, ninguém tinha peito de ligar para o Rio de Janeiro e falar assim “Escuta, eu recebi um memorando do Carlito Maia me mandando colocar chamada, porque ele me disse que o Maia autorizou”. Ninguém checava se o Maia tinha autorizado, porque tinha medo e mandava colocar.

Aí, eu fiz o regulamento do campeonato, pegamos o regulamento da federação do campeonato paulista, adaptei para copa Corinthians e ele mandou para o departamento de chamadas, inclusive com o locutor da Globo. Não era brincadeira. Fizemos uma chamada para o jornal, na edição do fim de semana “Vem aí a copa Corinthians, só com clubes chamados Corinthians.”. Eu fiquei sabendo que tinha em Bauru, que tinha em Jaú, e eu, bem babaca, coloquei no jornal “Inscrições para times chamados Corinthians da capital e do interior.”. Mas no jornal tudo bem, o jornal não era forte, o problema foi que a gente fez uma segunda chamada “Vem aí a copa Corinthians. O Corinthians vai ser campeão. A Globo garante”. O Carlito fez esse slogan, inscrições, alguma coisa assim. Virou um rebu. Quando foi segunda-feira, já tinham telefonado para se inscrever uns oitenta Corinthians.

Eu corri, acho que foi até o Tim que falou para mim, não lembro, mas eu corri na Globo e falei “Carlito, vamos tirar a chamada do ar já. Vamos tirar a chamada do jornal na semana que vem, porque nós não temos condições de fazer um campeonato, já têm oitenta que telefonaram”. Bom, já tinham dois de Ribeirão Preto, era um inferno. Eu sei que nós demos um jeito no regulamento de cortar vários Corinthians para que não tivessem muitos. “Esse não pode, porque não tem estatuto.” Fizemos uma ‘saladinha’ para tentar diminuir, mas eu acho que nós começamos com uns quarenta, sessenta, não lembro.

Eu disse para você no começo que eu fiquei um ano e meio quase atrás disso, a vida do jornal praticamente inteira, porque, por causa da chamada na TV Globo, a copa Corinthians e o jornal “Coração” ficaram muito fortes na Secretaria Municipal de Esportes. A gente não sabia “Onde nós vamos fazer os jogos?”. Aí, alguém falou “Nos centros educacionais”. Eu fui à secretaria, até o Flávio Adatao tinha sido, era ou estava sendo secretário estadual de esportes e ele me indicou com quem eu tinha que falar para o interior. Depois, eu fui até o secretário municipal de esportes, quando eu cheguei lá, ele falou “Você sabe que essa copa vai ser um sucesso, eu vou colocar no calendário oficial da secretaria. Todo ano vocês podem fazer e eu vou ceder para vocês todos os centros educacionais que vocês precisarem.”. Eu saí de lá e falei “Que legal!”. Só que nós tivemos que ir à federação, não foi eu, não lembro quem foi, para arrumar juiz e a federação, porque a Globo estava junto, deu arbitragem de graça, com juízes que estavam começando e eram vários juízes, porque tinham muitos jogos.

Chegou uma hora, não lembro se foi o Tim, o Otacílio, o Pedrinho, não lembro quem me perguntou “E bola?”. E eu falei, “Ih, caramba. Precisamos de bola.”. Eu procurei na lista telefônica, porque não tinha internet naquela época, e procurei “bolas olímpicas”, vi onde era, era longe para caramba, peguei meu carro e fui lá uma manhã. Eu tinha marcado com o dono que chamava Nardo Garrido. Cheguei, entrei na sala dele e falei “Seu Nardo, eu sou do jornal ...”. “Ah, aquele que vai fazer a copa Corinthians”. Está vendo? A Globo já tinha colocado na cabeça de todo mundo que o jornal “Coração” ia fazer uma copa Corinthians. E eu falei “É, isso mesmo”. E ele perguntou “Mas o que é que você precisa?”. “Eu precisava de bola, o senhor não quer trocar por um anúncio?”. Eu daria uma página para ele, mas ele falou “Você me dá um rodapé em todas as edições durante toda a Copa Corinthians?”. E eu falei “Claro que dou”. Um rodapezinho, “bolas olímpicas...”.

Ele mandou mais de mil bolas. O caminhão encostou e eu lembro até da cara do Tim, você pode perguntar para ele, porque as bolas vinham amassadas no caminhão e começaram a encher uma salinha lá atrás, uma salinha que era fora da redação, lá atrás do corredor, onde a gente fez um escritório da copa Corinthians. Lá, tinha um mapa de São Paulo com as bolinhas em cada cidade que tinha time chamado Corinthians. E na sala do lado, o Tim vai lembrar bem disso, era um quarto que encheu quase até o teto só de bola tudo amassada. O Tim falou “Mas como é que vamos encher essas bolas?”. Compramos bico para ir ao posto de gasolina e antes de cada jogo eu enchia três bolas para mandar para o jogo. Era uma encrenca, você imagina um monte de jogos.

Tudo a gente ia descobrindo antes da copa Corinthians começar. Aí, veio a pergunta: “Como é que o Corinthians de Jaú vai jogar em Ribeirão Preto?”. Esses times não tinham condições, eu tinha que arrumar ônibus para levar. Eu fui até o Carlito, tudo era o Carlito... E aí a Dona Geralda teve uma influência muito grande, porque eu ia à Globo, mas ele também ia ao jornal “Coração” para comer o filé que ele chamava de “filé dos deuses”. A secretária dele também ia à redação e já ia com uma maquininha de escrever portátil, e eu falava as coisas e ele falava para ela “Escreve aí”. E mandava outro memorando e a gente ia resolvendo.

Um dia, ele estava comendo o filezinho dele, eu cheguei para ele e falei “Carlito, tem um problema”. E ele gostava de mim, eu sei que gostava, porque eu era novo, inexperiente, fazia mil perguntas e era incosequente. Ele olhava para mim e falava “Mas você nunca tinha pensado nisso?”. E eu falava “Nem desconfiei”. “Você inventou a copa Corinthians e não sabia que era tão grande assim?”. “Não sabia, como é que eu faço agora com ônibus?”. Ele era experiente e falou assim “Faz o seguinte, vai numa companhia de ônibus que atende o interior e propõe uma permuta com a TV Globo”. “Posso?”. “Claro que pode”. Eu fui à empresa São Manoel e o dono chamava Manoel. Eu cheguei “Seu Manoel, eu sou do jornal...”. “Eu sou corintiano!” “Que bom! Ótimo! Eu preciso de ônibus no interior para fazer os deslocamentos da copa Corinthians. A minha proposta é a seguinte: eu não sei se lhe interessa, mas o senhor pode fazer uma permuta com a TV Globo”. “Ah, eu estou querendo ampliar o negócio no interior, para mim me interessa sim, mas têm condições de anunciar no interior?”. “A gente pode fazer assim, ao invés de anunciar em São Paulo, põe no SP2, no SP3, põe nas regiões, nas afiliadas”. “Você me traz uma carta da TV Globo com esse compromisso?”. “Amanhã, eu estou aqui.” Eu fui à Globo, na Marechal, “Carlito, o cara topou, agora eu preciso de uma carta”. Ele chamou a secretária “Escreve aí com o papel timbre da Globo: o Sr. Edison Scatamachia está autorizado...”. Levei para o Seu Manoel e ele falou “Então, agora você me traz um esboço da tabela, porque eu preciso fazer uma conta de quilometragem”. O cara era bom. Aí, eu levei um esboço de tabela e eu fiz por grupo, então, claro que Corinthians da baixada santista, jogava com São Bernardo, com Santo André e o Corinthians de Jaú, jogava com Bauru, eu fazia por zonas. Uma ou outra ficou meio longe, mas Presidente Epitácio jogava com Presidente Wenceslau, Marília. Levei um esboço da tabela, entreguei para o Seu Manoel e, depois de uma semana mais ou menos, ele me chamou e falou “Olha, isso aqui vai me custar tanto (não lembro os valores) e você leva para Globo e me diz o quanto isso representa em chamadas”. Fui até o Carlito, ele levou para departamento de promoções da Globo, eles fizeram um cálculo, uma estimativa, tantos mil cruzeiros (não lembro na época o quanto aquilo representava) em permuta em comerciais para o interior. O Carlito olhou, vamos supor que era 185 mil cruzeiros novos, aí, chamou a menina e falou “Escreve aí: a rede Globo se compromete a colocar...”. Ele pôs o dobro. Levei para o Seu Manoel e falei “Seu Manoel, olha o que eu consegui para o senhor”. Eu não consegui nada, o Carlito é que conseguiu. O cara falou “Meu Deus, para mim está ótimo! Eu coloco o ônibus e, diante dessa sua oferta, eu coloco dois motoristas para não ter erro, porque daí um vai, pode ser que tenha voltar, pode ser que volte à noite”. “Muito obrigado”. Foi ótimo, mas ele falou

“Só que eu não tenho comercial para anunciar a empresa de ônibus São Manoel”. “Deixa para mim”. Aí voltei, “Carlito, ele não tem comercial”. “Pô, Edison, mas você também não resolve as coisas direito. Vá ao departamento de chamadas...”. Chamava a secretária...

Aí, produzimos uma chamada, foi uma equipe da Globo para filmar os ônibus um atrás do outro “Empresa de ônibus São Manoel”, fizemos uma chamada para o Seu Manoel... Era assim.

O campeonato começou. Eu ia a um jogo, o Pradão ia a outro, o Tim ia a outro, o César Teixeira, irmão do Tim, ia a outro, os amigos... Porque tinha que ter um representante, tinha súmula... A coisa era encrocada. Um jogador tomava um cartão amarelo, estava na súmula, tinha que fazer reunião na segunda-feira na nossa redação para analisar a parte disciplinar; o cara tomava três cartões, não podia jogar o jogo seguinte; se tinha terceiro cartão, não podia jogar; se era expulso, não podia jogar. Você tinha que, quando fazia a súmula do jogo, ver que tal cara não podia jogar. Todos os jogadores, os times levavam carteirinha, imagina o trabalho.

Começamos a fazer, os times começaram a jogar... Começou a afunilar, afunilar, afunilar... E o interior era difícil, porque a gente tinha que arrumar um amigo de um jornal de Bauru para ir lá representar a gente, de um jornal de Presidente Prudente, de um jornal de Ribeirão Preto... Mas o Pradão ajudou muito, todo mundo ajudava. Eu fiquei quase louco na copa Corinthians.

Só que aí, aconteceu o seguinte: a copa Corinthians foi rolando com os resultados no jornal e já não tinha mais chamada na Globo... E os resultado no jornal, o jornal vendendo até... Não que a copa fizesse vender tanto, dava mais trabalho, porque no interior os caras ficavam pedindo o jornal, a gente tentava mandar para os times, mas era uma complicação. O campeonato foi indo, foi indo... Aí, coincidentemente, quando estava na fase final da Copa Corinthians que tinha lá os seus oito representantes, quatro no interior e quatro em São Paulo, o Corinthians também foi para a fase final do campeonato paulista. E o Carlito não parava de me ajudar, ele gostava de mim mesmo, não adianta. Ele chegou um dia para mim e disse “Nós esquecemos, a Globo poderia transmitir a final da Copa Corinthians”. E eu falei “É mesmo”. Eu era inexperiente, porque eu não tinha pensado nisso, eu falei “É podemos, é um ideia legal”. Ele chamou lá não sei quem e redigiu o contrato. Ele assinou comigo um contrato que a TV Globo iria transmitir a final da copa Corinthians.

Quando chegou o fim da Copa Corinthians, que o Corinthians da Vila Monumento em São Paulo foi campeão e, no interior, o Corinthians de Presidente Epitácio, marcamos a final para a Rua Comendador Souza, campo do Nacional, foi o estádio que eu consegui, o Corinthians estava já com a Ponte Preta, eram três jogos. Aí, o Boni, no Rio, descobriu que em São Paulo, na verdade falaram para ele, “Em São Paulo ficou garantido que o Corinthians iria ser o campeão, e se não for?”. Porque estava lá “O Corinthians vai ser campeão, a Globo garante.”. O Boni ficou louco, ele ligou para o Carlito, falou que ia demitir ele, foi uma confusão e os diretores da Globo... O Boni ficou bravo com o Maia lá no Rio, foi uma zona, porque se o Corinthians perdesse, a imagem da Globo ia ser prejudicada, a Globo garantiu que o Corinthians ia ser campeão, porque os caras misturam, né?

Eu recebi um telefone do Ciro José que era o diretor de esportes da TV Globo na época “Edison, eu sei que vocês têm um contrato, mas vocês vão ter que fazer a final às oito horas da manhã, num sábado, porque eu tenho que esvaziar essa copa Corinthians, porque o Boni está louco com essa história. Eu compro, só que vamos transmitir às oito da manhã.”. E eu,

por inexperiência, não tinha no contrato marcado... Aliás, quando nós assinamos o contrato, nós não sabíamos nem que estádio a gente poderia fazer, era tudo muito amador. Chamamos o Márcio Bernardes, que está no rádio até hoje, está na rádio Globo, para vender placa.

Bom, para você ter uma ideia, foi uma coisa que a gente fez todo esse barulho e a editora não ganhou quase... Não ganhou nada, porque a gente era muito amador e muito sonhador, eu estava feliz em fazer a copa Corinthians, mas não estava pensando em ganhar dinheiro, ninguém lá estava pensando em ganhar dinheiro. A gente tinha um produto que podia ter ganhado muito dinheiro na época. Mas, fizemos a final e ganhou o Corinthians de Presidente Epitácio. O Corinthians famoso era o de Presidente Prudente que jogou na primeira divisão, Presidente Epitácio é perto de Presidente Prudente e tinha um estádio maior ainda do que Presidente Prudente. O campeão foi o Corinthians de Presidente Epitácio, mas não teve briga, não teve confusão, passou na televisão oito horas da manhã. Foi bom, divulgou o jornal, mas... Essa foi a minha participação, a parte editorial eu não tive nada, eu tive na parte de promoção.

**F:** Edison, por que você acha que o jornal acabou?

**E:** O jornal acabou, é triste a gente falar isso, mas você pode até ouvir dos outros sócios, na época, a gente não queria reconhecer isso, mas, primeiro, nós éramos amadores, segundo, cada um tinha um emprego. O jornal para o Elói, para o Pedrinho e até para o Otacílio, o Otacílio era meio pessimista, você vai notar o jeitinho dele, tudo ele achava que não ia dar certo e o Pradão brigava com ele “Como que não vai dar certo?”. Tanto que o dia que o Matheus foi querer comprar o jornal ele falou para mim “Por que você não vendeu?” (risos). O Otacílio era mais quietinho assim, um belo companheiro, mas os outros eram mais sonhadores. O Tim é sério, sempre foi sério. O Tim, acho que estava pensando nisso para ver se a Tecla evoluía, mas só dava trabalho. Para você ter uma ideia, nunca nós tivemos uma retirada em dois anos, um monte de trabalho, todo mundo correndo, nunca ninguém tirou um tostão de lá.

**F:** Ninguém ganhou dinheiro.

**E:** Nada. Pradão com os delírios deles... Era complicado também, porque a distribuição do jornal... Eu fui junto algumas vezes à Abril tentar ajudar o João Prado, mas era normal isso, a Abril não ia colocar uma distribuição para o jornal “Coração”, a Abril é grande. Então, ela colocava nos caminhões dela Contigo, todas as revistas dela e colocava junto o “Coração” para entregar, mas não tinha... Por mais que a gente tentasse, que o Prado fizesse, que eu tentasse ajudar nessa área, iam oitenta jornais para uma banca no Jardim Europa e vinte jornais para Itaquera, onde era a torcida do Corinthians. Então, a gente vendia dezoito mil, mas tinha um encalhe muito grande, ficavam dez, quinze mil de encalhe que voltavam, porque não vendia oitenta jornais no Jardim Europa, mas faltavam cinquenta, oitenta, cem em Itaquera... A gente não conseguia. A gente gastava muito dinheiro para imprimir, porque a gente imprimia no Estadão e a Abril distribuía, mas a Abril não ficava preocupada com a gente e a gente não tinha um departamento dentro do jornal que fizesse esse estudo. A gente ficava dependendo da Abril e a Abril não estava nem aí.

Então, nós éramos amadores, tínhamos outro emprego, tínhamos que sobreviver e não tirávamos um tostão. No finzinho do jornal, eu não participei muito, porque depois que acabou que o Corinthians foi campeão... Tanto que nesse um mês antes disso que eu te contei da final da copa Corinthians e da final do campeonato paulista... Porque uma semana antes o Corinthians de Presidente Epitácio foi campeão, uma semana depois o Corinthians foi

campeão. Acabou aquele negócio da torcida, porque eram vinte e três anos sem título... Já era campeão. Então, acabou aquele negócio do jornal ser independente, brigar pelo título e brigar pela coisa certa. Segundo, eu não vivi os últimos dois meses do jornal, porque nessa época da decisão eu fui convidado para ir para Rádio Globo com o Osmar. Eu estava lá, o Osmar estreou nos jogos de Corinthians e Ponte em setenta e sete.

**F:** A equipe do Osmar Santos na Globo com você junto?

**E:** É, estreou lá e eu era o chefe da equipe, onde mais tarde o Tim foi trabalhar também e onde o Tim ficou como chefe depois que eu sai da Rádio Globo.

**F:** Você está dando uma informação interessante. Começa a bater, porque você sabe que o grande problema é o final do jornal que ninguém lembra, embora o Elói Gertel tenha o jornal até o número cinquenta e oito...

**E:** Você viu que eu já te dei a capa do cinquenta e nove...

**F:** Então, mas do jogo da final do Corinthians até o cinquenta e nove são dois meses praticamente e você está falando que depois que estreou na Rádio Globo com o Osmar Santos, depois de dois meses, acabou o jornal. Dá esse tempo certo.

**E:** É, mas foi isso. Eu fiquei dois meses antes da final da copa Corinthians e do campeonato paulista, eu ia ao jornal, mas já não ia com a mesma intensidade, porque a Rádio Globo estava me exigindo demais, porque era a estreia de uma equipe nova. Foi um mês e pouco...

**F:** Quer dizer, você teve uma preparação antes de assumir a equipe e depois...

**E:** É, porque eu fui para lá e teve piloto, era na Rádio Nacional, não chamava Rádio Globo, depois passou a ser Rádio Globo. Aí, acabou a copa Corinthians que era o que eu fazia lá...

**F:** O Corinthians foi campeão e você acha que depois de dois meses acabou o jornal?

**E:** Por aí, porque aí, o jornal já vendia menos, acabou...

**F:** O motivo da existência do jornal foi o motivo do seu final.

**E:** Eu não sei contar como acabou, porque eu estava no começo da Rádio Globo, entupido de trabalho e, eu repito, como eu não escrevia para o jornal, eu não tinha que ir lá para escrever, para fechar o jornal...

**F:** Mas continuou sócio?

**E:** Continuei.

**F:** Você se lembra se acabou sem dívidas? Vocês não tiveram problemas?

**E:** Olha, eu não lembro bem. Eu acho que teve um probleminha. Quatro, cinco, dez anos depois alguém falou que... Eu acho que nós tivemos que fazer um rateio para fechar a firma depois e eu lembro, porque o Otacílio falava, o Otacílio era muito engraçado, eu acho que ele era o certo, nós é que éramos sonhadores, ele que estava com o pé no chão... E foi muito engraçado, porque depois que o Corinthians ganhou o título, teve uma reunião na editora para ver o que a gente iria fazer, o que iria acontecer. Eu lembro que teve uma reunião e a gente

estava lá, todos os sócios, e eu lembro que... Porque o João Prado era muito engraçado, gordo assim, meio bonachão, sabe? Mas tudo para ele estava certo, ele era o mais animado de todos. E eu lembro que nessa reunião o Otacílio falou assim “Olha, não dá mais para fazer.”. Aí, o João falou para ele assim “Otacílio, vende a sua parte para mim.”. E o Otacílio olhou para o João e falou “Nãaaao, vocês devem estar programando alguma coisa muito grande se comprar minha parte. Não vendo nada.”. Uns dez dias depois, fechou o jornal. E a gente brincava “Otacílio, por que você não vendeu a sua parte para o João aquele dia?”.

**F:** Só uma pequena interferência, o João lembrou que teve uma pequena dívida que foi rateada por todos e que não teve problema nenhum. Foi uma coisa mínima que foi dividida e que, no final, vocês, resignados, decidiram fechar o jornal, porque vocês viram que dava mais mesmo para...

**E:** Lembrei, lembrei, lembrei, agora que me lembrei dessa dívida. Do final, eu não participei. Eu participei dessa reunião.

**F:** Mas não das finais?

**E:** Não de quando resolveu fechar, porque eu estava atolado em trabalho e, repito, eu não escrevia nada. Agora, eles devem ter feito uma reunião para terminar. Eu lembro que depois de uns cinco, seis anos, alguém me ligou para dizer “Olha, para fechar o jornal...”. Porque toda firma é assim, não é questão de alguém ter sido desorganizado, toda firma, por mais que o contador seja fantástico, sempre tem uma coisinha que depois a multa cresce. Sei que nós fizemos um rateio para fechar o jornal. Aí, eu me lembro que o Otacílio ficou mais bravo ainda, porque nós não retiramos nada e ainda tivemos que pagar para fechar.

**F:** O Tim Teixeira falou que a única pessoa que ganhou alguma coisa lá foi a Dona Geralda.

**E:** (Risos). É, porque ela era empregada e a gente a pagava. Mas foram dois anos, a gente não ganhou nada, eu trabalhei feito um cão nesse negócio da copa Corinthians, eles me ajudaram, todos eles, o Tim me ajudava...

**F:** Era futebol de campo, né?

**E:** Futebol de campo.

**F:** Nossa, que trabalho. Você viu que a primeira chamada que é feita da Globo no jornal em forma de permuta, que você confirma isso, foi a partir do número oito? Isso na minha pesquisa eu avalio...

**E:** Logo no comecinho, está certo.

**F:** Logo no comecinho, então, isso quer dizer que você já vinha trabalhando esse projeto antes até do número um, o projeto com o Carlito. Ele começou antes até do jornal estar nas bancas, ou não?

**E:** Não, ele já estava nas bancas. Você deve ter chegado à conclusão que era número oito, porque você deve ter visto a propaganda. Só que, eu expliquei para você, quando eu tive a ideia, e eu fui lá e falei com ele, ele mandou a Globo me mandar um fotolito e falou assim “Pode começar a colocar.”.

**F:** Ah, então, antes até de começar o campeonato...

**E:** Muito antes, porque demorou para fazer a chamada.... Olha, o regulamento eu achei aqui hoje, era baseado no regulamento da federação, mas era tudo escrito à máquina, com Xerox. Então, até fazer o regulamento, até chegar à chamada da TV Globo, demorou um monte.

**F:** Mas só lembrando, essa chamada da Globo da permuta na última página, ela já tinha um texto curioso, isso eu coloco no meu primeiro artigo. A chamada fala que foi feita uma pesquisa internamente na Rede Globo e que o Corinthians foi eleito como a torcida dos funcionários da Globo. Não sei se você se lembra disso.

**E:** Não me lembro.

**F:** Até isso ele fez. É como se eles tivessem feito uma pesquisa interna em todas as unidades da Rede Globo e ganhou a torcida corintiana como a torcida mais querida dos funcionários da Rede Globo.

**E:** É, mas isso também não era novidade, porque dentro de qualquer empresa a maior torcida é corintiana. E o Carlito era “chumbento”, ele sabia como encaminhar as coisas. Ele deve ter falado “Têm muito corintiano aí na redação?”. “Tem”. “Tem”. “É a maioria”. “Então, liga para Campinas, liga para...”. Sabe? Ele também era “chumbento”, até para justificar o fato de ele estar com a gente, de ele estar mandando esses fotolitos para gente.

**F:** Mas ele envolvia a Globo com o Corinthians de uma forma muito íntima, né? E com o jornal.

**E:** Acabei de explicar, ele era meio maluco mesmo e ele gostou da ideia do Corinthians ser campeão. Ele era louco para criar slogan.

**F:** A copa Corinthians virou notícia. E quem escrevia essas notícias?

**E:** Era quem ia. Eu, toda rodada, ia a um jogo, o Pradão ia a outro, o Otacílio ia a outro. Quando eu ia como representante, eu já aproveitava e já escrevia.

**F:** Algumas matérias do jornal eram assinadas por pessoas que não estavam no expediente. Tem uma matéria muito interessante sobre a viagem do Corinthians para o Rio de Janeiro, a invasão do Rio de Janeiro. O Caco Barcellos devia ser menino na época.

**E:** Eu não me lembro, eu fui nessa invasão, eu fui trabalhar pelo Jornal da Tarde, eu fiz matéria para o Jornal da Tarde, mas eles devem ter pedido para o Caco Barcellos que também esteve lá para fazer a matéria. Eu fui, podia ter feito. Para você ver como eu me envolvia pouco com a redação.

**F:** Só voltando para o porquê acabou, agora, enumerando mais os elementos. O jornal acabou porque o Corinthians foi campeão, mais alguma coisa ou não?

**E:** É, porque diminuiu o interesse na época. Segundo, talvez a equipe estivesse cansada de trabalhar tanto e não ganhar nada. Chega uma hora... Teve um episódio que o jornal vendeu mais: quando apareceu um cara corintiano lá na redação do jornal com um porquinho. Esse foi o recorde de venda, vinte e três ou vinte e oito mil, isso o Elói deve saber, porque o Elói era corintiano e o cara chegou lá com um porquinho com a camisa do Palmeiras e falou “Ah, vamos lá...”. Fotografou o porquinho com a camisa do Palmeiras e deu uma capa numa véspera de Corinthians e Palmeiras. Isso foi um rebu incrível, vendeu vinte e três ou vinte e oito mil, não sei. Esgotou o jornal. Meu pai ficou muito bravo comigo, claro, porque ele sabia

que eu estava lá e de repente... Porque isso aí é uma coisa que vem desde o Palestra Itália, eles chamavam os italianos de porcos. Mas, o carinho foi com o porquinho e nesse jogo, no domingo, esse carinho que foi na redação acho que soltou o porquinho... Checa com o Elói, porque o Elói é que sabe bem essa história, ele que fez a capa e a matéria. Eu não sei se foi ele que combinou com o cara de soltar o porquinho lá. Sei que foi um rebu na imprensa.

**F:** Ah, uma coisa importante, é lógico que não foi muito a sua área, a questão do jornal ser segmentado para um público só, para o torcedor corintiano. Você acha que isso atrapalhou na venda de publicidade?

**E:** Eu não sei te responder. Aparentemente, sim, porque, naquela época, os empresários e os publicitários tinham outra cabeça. Naquela época, a coisa era mais radical “Não pode por Goodyear, porque se não só corintiano irá comprar.” Isso só mudou um pouco, e mesmo assim com ressalvas, na época da Parmalat com o Palmeiras, porque a Parmalat se transformou no Palmeiras e, então, todo mundo começou a falar “Mas, então, corintiano não toma Parmalat”. E o corintiano sempre teve uma torcida maior... “E o são paulino não toma Parmalat”. Mas isso foi nos anos oitenta, naquela época eu acho que tinha um pouquinho desse preconceito, se é que se pode chamar assim. Mas não era esse o problema, o problema é que nós não vendíamos.

**F:** Você não se lembra de ter levado outra publicidade? Fora a Rede Globo, porque o que é interessante na pesquisa que eu fiz é que até que têm bastante propaganda. Tem loja Marisa, Banespa, mas só que eram muito pontuais, duravam um número, dois e depois acabavam.

**E:** É, mas sabe por quê? Porque fazia parte... Não é agradar... Marisa, o Sérgio Terpes...(Olhando o jornal) Isso aqui deve ter sido alguma permuta com a Rádio Bandeirantes, isso aqui não rendia nada. Um dos problemas do jornal era esse, porque eram impressos quarenta, trinta e cinco mil e eram vendidos dezoito. Então, era caro para pagar o Estadão, porque é complicado esse negócio, até você receber o dinheiro da venda demora bastante, porque precisa pegar com o jornaleiro e você tinha um prazo para pagar também a impressão. Isso era o Pradão que fazia, o Pradão pode te explicar bem, mas era complicado... Mas não vendia, eu lembro bem que o da Lojas Marisa, o Sérgio Terpes que era o dono era corintiano.

Então, tinha... Mas nós éramos muito ruins na parte comercial, nós não tínhamos um diretor comercial. Apesar de estar no expediente que eu e o João éramos diretores comerciais, o João cuidava da administração e eu da promoção. Eu com essa copa Corinthians fiquei maluco, porque eu continuava trabalhando no Jornal da Tarde, eu tinha que fazer as minhas matérias e ainda ir à noite lá para bater tabela, para fazer copa Corinthians. Eu me matei nisso aí. E nós éramos todos jornalistas, nenhum publicitário, nenhum comerciante, nada. Não tínhamos nenhuma experiência nessa área, não tínhamos queda para isso. Foi um erro. Eu falei para você no começo, se o Pasquim vendia quinze mil por quinzena e a gente vendia dezoito mil por semana, era bastante e podíamos ter explorado isso nem que fosse com anunciantes corintianos, nem que fosse como o Sérgio Terpes das Lojas Marisa que colocou, porque era corintiano. Nós devíamos ter uma equipe de publicitários, vendendo, indo às agências. O Washington Oliveto era um corintiano doente podia ter ajudado a gente bastante. Mas a gente foi incompetente mesmo nessa área, por isso que acabou. Um dos motivos foi esse.



**F:** E como você vê a imprensa esportiva na época? Tinha a Manchete, o Placar, a Gazeta Esportiva, os cadernos de esporte de todos os jornais. Como era a imprensa esportiva que você vivia na época? E tinha um mercado com vários produtos e mais o “Coração”.

**E:** É, mas o “Coração” era muito específico ninguém falava... Inclusive, ninguém reclamava, porque o “Coração” era um jornal... Olha a capa desse jornal, por exemplo: “Giva sai – Givanildo Mateus joga 700 mil fora.” Era... “Acorda Mateus”, sabe? A gente ia para cima, um jornal normal não denunciava as coisas.

**F:** Essa linguagem passional que você fala, o jornal tinha uma linguagem passional, em primeira pessoa e passional...

**E:** É, era o torcedor, se o torcedor escrevesse uma carta e o Elói achasse que tinha fundamento, ele colocava na capa. Coisa que um jornal, uma Gazeta Esportiva não faz, um Estadão muito menos. Agora, repito, dezoito mil na banca para um jornalzinho como o nosso, eu não sei não se o Jornal da Tarde vendia muito mais do que isso. Era muito engraçado, a gente trabalhava num jornal que não vendia... O Jornal da Tarde tinha segunda, terça, quarta, quinta, sexta, mas devia vender trinta, quarenta mil, mas era um monstro na época, era famosíssimo. E agente vendia muito bem nas bancas.

**F:** E você acha que vocês levaram muito das experiências que vocês tinham no Jornal da Tarde para o “Coração”?

**E:** Certamente.

**F:** O quê?

**E:** A parte editorial gráfica do Tim, tinha muito do Tim...

**F:** Muito branco...

**E:** É, o jornal era bonito. É que você o vê hoje, ele parece ser mais primário, mas na época... E ele está amarelado, mas na época, ele era branquinho. (Olhando o jornal) Nessa edição aqui... Com as tiras... Ele era muito bem feito... Ele saía com pôster, olha do Vaguinho, coisa que os jornais mais tarde começaram a fazer. Isso aqui não tinha na época.

**F:** Você acha que foi uma inovação?

**E:** Foi. O jornal era muito bonito. O Tim sempre foi fera nisso, ele sabia diagramar. Se você perguntar para mim: você ficou feliz de ter feito? Fiquei feliz, apesar de... Ao contrário, tivemos que por dinheiro para fechar, mas eu fiquei feliz. Porque, às vezes, a pessoa passa por um projeto e fala “Eu podia ter dado mais, eu não tentei ser importante”. Eu, meio sem querer, acabei contribuindo com essa área, com essa parte da copa Corinthians que divulgou, que ajudou o jornal a ficar conhecido. Só me dá um pouco de tristeza que com tudo isso a gente não conseguiu... Não digo nem ter ganhado dinheiro... Podíamos ter sido o embrião para tal da editora Tecla ficar grande, para fazer outras coisas, porque o jornal do Corinthians, simplesmente, o time foi campeão e acabou a magia. Mas nós podíamos ter ganhado dinheiro e investido na editora Tecla para que cada um de nós tivesse aí fazendo uma parte, com uma editora grande e nós não conseguimos isso. Cada um tocou a sua vida. Era também complicado, porque a gente tinha nossos empregos. Eu fui para a Rádio Globo e não fui mais ao jornal.

**F:** Você estava muito bem empregado na época na equipe do Osmar Santos, né? Você estava no auge da sua carreira no início.

**E:** Estava.

**F:** Porque foi um sucesso logo de cara.

**E:** É, eu não ganhava tanto, a equipe demorou um e ano meio, dois anos para se firmar. Porque, no começo, a Rádio Bandeirantes tinha o Fiori Gigliotti que era forte, o Osmar tinha prestígio na Jovem Pan, mas a audiência era pequena, ele só tinha prestígio. A audiência eu lembro quem tinha na época era o Fiori Gigliotti. Então, a Rádio Globo, primeiro Nacional e depois virou Rádio Globo, na verdade, nós só fomos bem em ibope em oitenta e dois na copa, não foi nem em setenta e oito. Setenta e oito, setenta e nove, oitenta e oitenta e um nós ainda estávamos brigando. Nós só superamos a Bandeirantes na Copa de oitenta e dois.

**F:** Edison terminando, mas só para insistir um pouco nesse ponto, porque eu sei que você seria uma peça importantíssima para essa outra temática. Como que era a imprensa esportiva da época, não tentando comparar com hoje, mas questões do trabalho, do sentimento, da dedicação, da proposta do trabalho?

**E:** Olha, na época, como hoje, tinham os mais sérios, tinham os mais competentes e tinham picaretas, como hoje também, isso não mudou muito. A única coisa que eu acho é que na época a imprensa esportiva tinha mais valor e mais força, porque não tinha televisão. A televisão transmitia só os jogos finais, então, nessa área esportiva o jornal era mais forte, porque não tinha internet e o rádio era muito mais forte, porque não tinha a televisão. Hoje, você assiste a um jogo de futebol do campeonato alemão, do francês, até enche o saco tanto futebol que tem na televisão, mas têm todos os campeonatos e você assiste com imagem em HD.

Você sabe que eu que trabalhei em rádio muito tempo, hoje eu sinto um pouquinho de inveja quando eu vejo uma transmissão da SportTV, de um programa esportivo, quando eles abrem link em tudo quanto é estádio do país e abrem vestiário, coletiva de técnico, repórter falando com jogador no vestiário, porque no meu tempo fazer vestiário e fazer transmissão num estado qualquer do país e, principalmente, no exterior era um trabalho árduo. Às vezes, não entrava a linha, a Embratel não conseguia abrir a linha. Era complicado, você não falava do vestiário, era difícil naquela época. Hoje, eu vejo e fico até com um pouco de inveja, os caras falam de qualquer lugar, com uma tremenda qualidade, com imagem e com áudio tudo perfeito. Então, a tecnologia hoje é muito forte. Agora, eu acho que o conteúdo daquela época era muito melhor que o de hoje, porque hoje, com toda essa informação que os caras podem ter... A imprensa, na época, era mais investigativa. Na época, nós tínhamos repórteres que ficavam fuçando e tomavam processo. Hoje não, hoje o cara vai à internet, mal fala por telefone com o diretor do clube e eu lembro que no meu tempo... Primeiro, o futebol tinha mais ídolos do que tem hoje. Hoje os craques são ricos, mas, na época, a quantidade era muito maior de jogadores como Rivelino. No meu tempo, por exemplo, pelo que tinha de craque... Hoje, tem o Neymar que, aliás, ainda não está completo, mas, no meu tempo, era Pedro Rocha, Pelé, Coutinho, Ademir da Guia, Rivelino, até o Muricy jogava muita bola. Hoje não, hoje no futebol todo mundo ganha muito, mas é um esporte coletivo, com preparo físico que dá pancada, que corre, que fecha espaço e tal... Mas, não tem craque, não tem ídolo. No meu tempo, tinha plantão de madrugada para ver se o César escapava para ir para uma boate. Hoje, também se o jogador escapar, eles não estão nem aí, porque também vão fotografar ele na

boate com o celular e depois colocar na internet. Mudou muito. Era mais romântico no meu tempo.

**F:** Você como Palmeirense sofreu alguma coisa por estar no “Coração”?

**E:** Não, só o meu pai que ficou chateado com essa história do porco e eu fui considerado “persona non grata” no Palmeiras. Eu não podia entrar no Palmeiras quando saiu aquela capa do porquinho e apedrejaram, picharam. Os caras quando iam ver jogo no Parque Antártica paravam o carro em frente à redação do “Coração”.

**F:** A sorte é que na sede da editora Tecla, na época, não estava escrito que era o jornal “Coração”.

**E:** Não, não tinha placa nenhuma, mas os caras descobriram que a sede era lá e quando saiu o negócio do porquinho...

**F:** Porque saía no expediente o endereço...

**E:** É, isso. Aí, eles foram lá, picharam, quebraram os vidros, mas isso... Foi uma época muito gostosa.

**F:** Só para finalizar, o “Coração” foi um jornal que, na época, como o futebol representa também a sociedade brasileira, ele foi um significado também que representou a paixão do brasileiro pelo futebol, porque a seção de cartas do jornal que começa no número dois, ela é extremamente passional, emotiva, de uma linguagem muito adjetivada e emocional. Você acha que o “Coração” representava bem o que era o futebol e a paixão por um clube, por um time?

**E:** Eu acho que sim. Ele teve a função dele, eu não vou ser leviano e dizer que “Ah, se não tivesse o , o Corinthians não teria sido campeão.” Nada disso, mas, naquele momento, a torcida do Corinthians precisava ter um local para desabafar. Então, os mais fanáticos que iam às bancas e pegavam o jornal toda semana, esses escreviam para o jornal. E repito, naquela época era diferente, não é como hoje que você vai para o computador e manda um email, o cara tinha que escrever, ir ao correio, colocar e a carta chegava dez dias, uma semana depois. Por isso que eu digo, eu trabalhei muito na copa Corinthians, mas o Tim trabalhou muito, o Elói para ler essas cartas todas, e cada um lá trabalhou.... Mas, mais importante do que não ganhar dinheiro e trabalhar muito é eu saber, e eu sei que eles pensam assim também, que eu trabalhei com gente honesta, porque se tivesse um picareta no meio, e isso não tinha nenhum, nós podíamos ser ingênuos, podíamos ser babacas, podíamos ser qualquer coisa, mas não tinha nenhum malandro no meio. Talvez se a gente fosse... Mas esse preço eu achei melhor sempre não pagar. Eram todos muito sérios e até hoje, porque teve cara que era sério naquela época e que depois por causa de empregos, de propostas acabou virando... Mas eles não. Eu sei, porque eu vi o Pedrinho há pouco tempo...

**F:** Você encontra com eles? Quem que você encontra?

**E:** Não, encontro pouco, mas o Pedrinho eu fui à casa dele e falo com ele sempre por telefone, ele sempre me liga.

**F:** O Pedro Autran?

**E:** O Pedro Autran. O Tim eu estou devendo uma visita para ele, porque nasceram os netos dele, da filha dele, gêmeos e eu estou para ir até a casa dele visitar. Eu não fui, porque a minha sogra está dando muito trabalho já faz um ano. Pradão eu não vi mais. O Otacílio, falei uma vez por telefone com ele, mas também não vi mais e o Elói faz muito tempo que não o vejo, porque o Elói trabalhava no Estadão, ele era chefe da Agência Estado e depois teve uma mudança lá e acho que por isso que ele foi para o Guarujá.

**F:** Edison, alguma consideração final?

**E:** Não.

**F:** Só lembrando, você autoriza eu colocar tudo o que você falou?

**E:** Claro.

**F:** Essa entrevista vai ser transcrita na íntegra e ela vai virar esse artigo que pode ser publicado na internet principalmente. Porque quando a gente apresenta um trabalho, por exemplo, no Intercom, que é o maior encontro de trabalhos acadêmicos na área da comunicação, automaticamente nos anais, ele fica lá. Então, possivelmente, se você colocar “Coração”, jornal... A pessoa vai ter... E é essa justamente a minha ideia, porque eu faço uma ou outra pesquisa sobre bibliografia, o Corinthians tem muito livro, daria até outra dissertação “Como o Corinthians tem publicação”. Principalmente, atualmente. Antigamente, também já tinha. O que me chateava: primeira coisa que eu faço quando pego um livro sobre o Corinthians é ir atrás e olhar as referências bibliográficas e não tinha o “Coração” e eu acho que o “Coração” seria uma referência bibliográfica para vários momentos do Corinthians. Talvez as pessoas até usem e não coloquem, talvez, porque pouca gente tem. Você sabe alguém que tenha a coleção, que guardou?

**E:** Não.

**F:** Você está me doando aqui um número.

**E:** Eu vou até procurar nesses armários aí e se eu encontrar eu te ligo, porque eu lembro de ter guardado um montinho embrulhado num papel grosso, mas eu procurei hoje aqui e não achei, mas tem muita gaveta.

**F:** Eu falo isso que cabe aqui, acho que foi o Elói que até falou isso, que, num segundo momento, talvez nem eu, pode ser outra pessoa que esteja interessada, digitalizar todos os seus jornais. Eu tenho os meus trinta e dois, agora mais esse, trinta e três. Digitalizar e botar na internet para que as pessoas conheçam o jornal e ele começar a existir tanto no meio acadêmico que é a minha intenção para o mundo histórico e também para o mundo de todos.

**E:** Eu não sei definir para você, porque... Primeiro, porque lá dentro do Corinthians, esse jornal era meio rejeitado, acabei de contar para você do Matheus.

**F:** Esse jornal que você está me dando tem uma caricatura do Matheus que o Gepp fez que, aliás, era corintiano roxo, carioca radicado em São Paulo, corintiano roxo.

**E:** Então, não tinha nada a ver com o Corinthians, segundo, na época, ele era tão independente, mas tão independente que a gente não procurou ligações, o que chega até ser meio absurdo. Nós éramos jornalistas também muito independentes. Então, levamos essa filosofia para o jornal. A ponto da gente não ter pedido ajuda para o Washington Oliveto que

era um corintiano fanático dono de uma agência de publicidade que podia encher o jornal de publicidade. Segundo, Juca Kfourri é um corintiano fanático há muito tempo, na época ele já era editor da revista Placar, mas eu digo a gente não teve ligação com o Juca Kfourri que era um corintiano de respeito, famoso já na época, tudo bem que ele era editor da revista Placar, então ele não podia se misturar com outra publicação, mas ele logo depois saiu da revista... É, mas não dava, porque ele era editor da revista Placar em setenta e sete, certamente, ele era editor em setenta e seis e setenta e cinco. Eu me lembro que, em setenta e sete, ele era editor... Mas a gente também nunca pediu. É, mas não dava também para pedir um artigo para ele, porque acho que ele nem podia.

**F:** Apesar de que, na edição número dois, aparece a recepção da imprensa sobre o jornal e saiu em tudo que é lugar e de uma forma bem positiva.

**E:** Saiu. É, porque a gente tinha... Graças a Deus nós éramos jornalistas bem independentes, então os jornais até que...

**F:** E uma edição também que vendeu bem foi quando o Corinthians foi campeão que está “Saravá Corinthians”. Esse deve ter vendido bastante também.

**E:** Isso quem sabe falar é o Pradão, mas eu não sei se superou o... (Olhando o jornal) Até aqui eles colocaram o meu Edison sem “i” (risos).

**F:** Então, em um deles, eu vi o Edison com “i”.

**E:** É meu nome tem “i”, mas isso... Aliás, você falou das considerações finais... Eu queria pedir desculpa se eu me enganei com a data, porque faz muito tempo.

**F:** Não, mas isso não tem problema. Eu que alerto vocês que são versões, porque a historiografia, a literatura quando trabalha com memória... Eu não me lembro de muita coisa. Eu queria me lembrar da minha relação com o jornal e eu só me lembro da banca que eu ia comprar o jornal, que eu ia correndo, porque eu fazia tudo correndo quando eu era moleque. E consegui guardar, porque eu gostava muito do jornal e minha mãe não jogou, o que foi um milagre, porque a minha mãe jogava tudo.

**E:** Para você ver, eu tenho e não acho. Eu guardei um montinho, mas eu não estou achando aqui na minha garagem, mas eu vou achar um dia, aí eu te ligo, talvez eu tenha o resto que você não tem. Os meus certamente são todos da copa Corinthians.

**F:** Edison, fica aqui meu agradecimento da entrevista, você já sabe a proposta dela e ainda eu vou conversar com os outros cinco amigos e reconstruir essa história para que fique como consulta até a para história da imprensa esportiva, do Corinthians e do jornalismo cultural também.

**E:** E dê meu abraço a todos, por favor.

**F:** Obrigado.

*Entrevista 8 - Otacílio do Carmo – 25/11/13**Gravação com gravador digital - pessoal**Entrevistador: Fábio Camargo Fleury de Oliveira*

**Fábio:** Otacílio do Carmo, entrevista, no dia 25/11/2013 às 15h. Otacílio, primeiro, eu gostaria de falar que essa entrevista tem como propósito a reconstrução do jornal “Coração”, porque eu percebi que ela não existe no mundo acadêmico e nem no histórico e eu acho extremamente importante que ela surja para a história da imprensa esportiva e até para história da imprensa. Então, esse é o meu objetivo: a reconstrução da história do jornal. Essa sua entrevista vai virar a minha dissertação de mestrado e ela pode virar artigos, pode virar capítulos de livros e a dissertação, um livro. Por que artigos? Quando a gente faz uma apresentação em um encontro de comunicação, normalmente, hoje em dia, os anais vão para internet. Então, vai estar lá na internet o meu artigo com os nomes das pessoas que eu entrevistei, do trabalho e tal. Tudo bem?

**Otacílio:** Sim.

**Fábio:** E outra coisa, como eu já fiz a primeira entrevista por telefone, eu me dou o direito de fazer algumas interferências para tentar organizar as versões dos fatos, dos acontecimentos. Então, como eu já tenho uma prévia de todos, coisa que vocês... Faz tempo que não se falam... E já faz quanto o tempo o jornal? Setenta e seis para hoje... É um tempo razoável para uma memória. Então, é um exercício de memória também.

Primeiro, eu gostaria que você se apresentasse, fizesse uma espécie de um RG: natural da onde, idade e, depois, a sua carreira na imprensa.

**Otacílio:** OK, Fábio. Eu vim de Minas Gerais em 1967, minha cidade é Frutal. Aí, no ano seguinte, eu comecei a fazer Comunicação na USP na Escola de Comunicação e Artes, a ECA, e, já no primeiro ano, eu soube de um curso na Última Hora, e tive o privilégio de ser escolhido entre o pessoal da Cásper Líbero, somente eu que era da USP. E consegui ficar na Última Hora durante seis anos, depois, passei para o Jornal da Tarde e lá foram dois anos. Em seguida, foi questão de atravessar a redação, mas era uma coisa complicada, atravessar um corredor e passar para a outra redação, do Estadão, e era uma coisa difícil de acontecer, mas eu tive sorte, porque era um desejo meu também de mudar de redação. Depois do Estadão, fiquei lá quinze anos, fui para o Diário Popular, mas em seguida, já pintou um convite para eu ir para a TV Manchete. Fiquei lá três anos nos quais ela acabou sendo massa falida. E aí, eu consegui trabalhar na Globo, fiquei oito anos. Sempre em esporte. E depois da Globo, comecei a fazer freelancer, trabalhar em jornal em Mogi das Cruzes... A minha carreira como jornalista foi basicamente essa. Hoje eu estou com 68 anos, mais de 40 em São Paulo depois de ter vindo de Minas. E a gente chega aqui, naquela época principalmente, enfrentando muitas adversidades que a cidade grande oferecia para nós por termos vindo de um lugar modesto.

**F:** Na época do “Coração”, 76 e 77, em qual jornal você trabalhava?

**O:** Então, nessa época, eu já trabalhava no Estadão, junto com o João Prado, mas como eu já tinha trabalhado no Jornal da Tarde, eu já conhecia o pessoal, o Elói, Pedro Autran, o Edison Scatamachia,... Não sei se tem mais um.

**F:** O Pedro, o Edison, o João, o Elói e o Tim.

**P:** O Tim, é. O Tim era copidesque, era uma categoria... Na época, eu entrei como repórter e ele era copidesque que era o redator, o cara que mexia nos textos dos repórteres para adequar. Porque o Jornal da Tarde tinha um nível de qualidade de texto muito interessante e tinha esse corpo de redatores que dava o tratamento final.

**F:** Na época do “Coração” você tinha quantos anos?

**O:** Ah, eu preciso fazer umas contas aí, eu nasci no ano de 45.

**F:** Otacílio, como nasceu o jornal? E como você entrou no projeto?

**O:** Bom, o relacionamento nosso ali era muito próximo, porque era uma redação ligada à outra, divida só por um corredor... Surgiu o convite, em função, acho eu, por eu ser setorista do Corinthians, eu fazia para o Jornal da Tarde... Então, aí já tem um problema, porque eu não sei se na época eu estava no Jornal da Tarde ou no Estadão. Eu estava no Jornal da Tarde, porque eu fui cobrir aquela decisão de 74 pelo Jornal da Tarde e viajei para Águas de Lindoia, onde o Corinthians ficou concentrado e o Milton de Oliveira era o repórter do Estadão. Então, eu acho que entrei no projeto em função de já estar vivendo o dia-a-dia do Corinthians e como a gente já tinha feito um programa de esportes na Record, era praticamente a mesma equipe.

**F:** Programa de rádio?

**O:** Programa de rádio na Record. Então, foi só aliar uma coisa com outra e “vamos tocar em frente”. “Topa?”. “Topo.” “Vamos lá.”

**F:** E você é um dos corintianos do sexteto?

**O:** Sou. Eu, o Pedro Autran e, principalmente, o Elói. Ele é o mais fanático.

**F:** Qual era o seu projeto pessoal quando você entrou como sócio do “Coração”?

**O:** Era um idealismo de fazer uma coisa nova, primeira coisa de aparecer com um elemento novo... Corinthians e tal... A gente já tinha informações de que no Rio tinha o “Urubu” que era um jornal dirigido à torcida do Flamengo, um tabloide como o nosso. E acho que isso também motivou um pouco o surgimento do “Coração”. Se lá havia, por que não em São Paulo? E ficava também a esperança de que de repente pudesse dar certo ou muito certo e sobrar uns dividendos para gente financeiramente, o que não ocorreu, mas é isso aí.

**F:** Então, era um projeto, para você, que unia o útil ao agradável?

**O:** Isso, exatamente.

**F:** O que você fazia no jornal?

**O:** Eu era repórter. Entrei para reportagens, como repórter mesmo. O Tim já ficava como... Foram, meio que automaticamente, sendo adaptadas as funções de cada um dos seis sócio. Então, o Pradão, o João Prado, com a parte administrativa. O Tim com o acabamento final e o layout do jornal. E o Pedro Autran... O Edison, depois, fez um trabalho muito espetacular de organizar a copa Corinthians. Cada um foi se adequando, mais ou menos, ao que já fazia profissionalmente em outros jornais.

**F:** Na época, como era fazer reportagens para um time de futebol? Ser setorista ou fazer reportagens na imprensa esportiva?

**O:** Ali eu fiquei, como eu já tinha que fazer para o Jornal da Tarde e, semanalmente, para o “Coração”, pouca coisa eu utilizava do dia-a-dia, do que eu tinha que fazer para o JT, e, eventualmente, eu tinha que usar um outro horário para fazer as coisas do “Coração” que eram matérias, às vezes, mais específicas sobre um determinado tema. Então, ouvia um ou outro jogador ou então, fazer o perfil de algum personagem importante no clube, na história do clube. Isso daí, eu tentava conjugar e dava para fazer muito bem, eu não tive grandes problemas. Naquela época era diferente de hoje, a cobertura de área de um clube, porque não se tinha os recursos que a informática hoje dispõe para o profissional, mas, de qualquer forma, foi muito interessante.

**F:** E para você que fazia a reportagem, a redação, como era a linguagem do jornal? Como você escrevia? Têm algumas singularidades, era sempre na primeira pessoa, “nós atacamos”, “nós vencemos”. O que você pode falar da linguagem que vocês estabeleceram para o semanário?

**O:** Teve matérias que a gente usava essa linguagem pessoal para desenvolver, dar um caráter mais próximo do leitor, como um elemento do próprio Corinthians, mas nem todas as matérias eram dessa forma. Era uma linguagem simples, não digo ufanista, mas era uma coisa para cima, para levantar o clube, principalmente, se fosse para destacar a festa da torcida e defendendo os interesses gerais do clube. Era uma coisa bem aproximada da grande figura do clube para passar isso para o torcedor e ele se sentir também participante daquilo.

**F:** E vocês faziam críticas ao clube e aos jogadores. Eram livres para tudo?

**O:** Exatamente, isso daí era uma condição que a gente tinha mesmo na imprensa, mesmo no Estadão, diferentemente, do que era, por exemplo, a Gazeta Esportiva que via só a parte positiva e não atentava muito a determinadas críticas. A gente tinha independência total e evitava até, de certa forma, uma aproximação com a diretoria do clube para não ter melindres, futuramente, com uma eventual crítica. E isso era uma condição muito destacada e norteadada por todos do “Coração”.

**F:** Havia também uma linguagem até provocativa. O jornal era quase que a representação do torcedor. Era a representação do torcedor?

**O:** Exato. A gente tinha na torcida o grande elemento, fomento e foco para desenvolver as coisas do Corinthians, porque o torcedor ele sente e faz o time pulsar em função da massa, essa coisa toda. Tanto é que em função do nosso jornal, do “Coração”, aumentou, multiplicou assim... Pipocava torcida quase todo dia em algum lugar, os caras mandando correspondências, porque a gente dava a notícia das novas torcidas que surgiam e isso motivava para que eles se organizassem, então, tomava o nome de “torcida organizada de Santo André” ou de um bairro de São Paulo ou de uma outra cidade. E isso foi uma coisa, uma escalada incrível que surpreendeu muito a gente, porque quando o jornal foi lançado, na verdade, só tinha a Gaviões da Fiel e a Camisa 12. Depois, foram surgindo outras e depois também, com o tempo, quando o jornal se desfez, muitas delas acabaram.

**F:** O que você se lembra da estrutura editorial? Quando vocês sentaram e “vamos bolar o jornal, as sessões”...



**O:** Ah isso foi em conversa informal, foram surgindo ideias e com o tempo é que foram sedimentando essas sessões, é que foram consolidando esse espaço para isso, para torcida, para... Então, no começo, era uma crônica, um não sei o quê, mas depois, esse espaço foi sendo ocupado por coisas mais diretas ao interesse do torcedor, ao interesse do clube, assim, em termos mais de torcida, não de direção ou coisa parecida.

**F:** As sessões foram se configurando com o tempo?

**O:** É.

**F:** Porque tem a sessão histórica; tem os jogadores; nossos ídolos; nossos adversários; tem o ‘Corintest’ que é um neologismo, acredito, para entretenimento; os amadores; a nossa gente... Então, isso foi tudo sendo configurado com o tempo?

**O:** Isso, em um tempo curto, mas...

**F:** O que eu reparei é que tinham essas sessões e, de vez em quando, tinham retrancas diferentes. A cada jornal podia ter outra ideia e acabava...

**O:** Conflitando.

**F:** Não, não conflitando, era para acrescentar no jornal, por exemplo, tinha retranca “Foi uma tristeza”. Era um título pequeno em cima e tinha a matéria... Tem as sessões que são fixas, mas aí, têm retrancas diferentes para determinados assuntos novos que surgiam. E o nome ‘Corinthians’ sem “h”, você se lembra por quê?

**O:** Na época, mesmo a grande imprensa usava... Vamos supor, a Gazeta Esportiva eu não me lembro, talvez com “h”, porque era uma coisa oficial. Mas, a orientação do Estadão, Jornal da Tarde era sem “h”, porque era uma coisa... O “h” já é da origem inglesa e tal, ali, na forma coloquial, as redações adotavam sem “h”. E a gente foi no embalo, porque era nossa seara Estadão, Jornal da Tarde, porque era onde a gente atuava. E eu acho que foi meio que normal, automático, isso. Só depois de um tempo, começou um jornal usando o outro não na grande imprensa, com “h”, sem “h”. Até que se institucionalizou tudo com “h”. Mas isso foi um processo.

**F:** Acho que o Jornal da Tarde manteve, né?

**O:** Não sei se manteve até o final.

**F:** Até o final também não sei.

**O:** Eu sei que com o tempo foi sendo absorvido, assimilado o “h” por todo mundo.

**F:** E a relação com os colaboradores? Como acontecia? Porque tinha bastante gente igual a vocês que na época estavam começando: Fausto Silva, Percival, Flávio Aduato, no Rio, Márcio Guedes,...

**O:** Eram todos amigos já dos jornais que a gente convivia. Acho que não foram muitas matérias que eles fizeram, mas fizeram algumas, principalmente, o Savoya que também era repórter, viajava... E a gente tinha um relacionamento normal e pagava como freelancer, como colaborador, mas não era uma coisa assim sagrada, eles não tinham uma coluna.

**F:** Alguns faziam por serem corintianos também?

**O:** Também.

**F:** E outros pela comida da Dona Geralda?

**O:** Então, a Dona Geralda já é um capítulo a parte, né? Aí é o seguinte, a Dona Geralda chegou lá, a comida era muito gostosa, todo mundo gostava, tipo caseira mesmo e o Carlito Maia eu acho que foi fisgado pelo estômago por causa da comida dela. Ele, frequentemente, ia lá na hora do almoço, levava a secretária dele, e a gente conviveu muito com ele. Era um cara muito interessante, tinha uma cabeça muito boa e ele nos ajudou muito, porque ele levou o anúncio do “Coração” para a TV Globo que era uma coisa impagável para gente, impossível. E, no entanto, criou-se uma parceria, porque foi com base em um intercâmbio: a gente dava a contracapa para ele, a capa...

**F:** Permuta, né?

**O:** Permuta, mas uma permuta que o peso maior era... Era meio que simbólico, porque o que saía de anúncio... E aquilo ali era quase que massificante mesmo, frequentemente saía. Na época, saía várias vezes por dia o anúncio, principalmente, naquela campanha “Esse ano o Corinthians vai ser campeão”, em 77. Foi quando o Corinthians realmente foi campeão, mas a intenção, a sacada dele foi instituir a copa Corinthians no estado todo com a participação só de times chamados Corinthians. E aí, o Corinthians iria ser campeão mesmo, mas a intenção era de apresentar um campeão do estado, de um time chamado Corinthians, no entanto, o grande Corinthians foi campeão aquele ano, acabando com aquele jejum de vinte e três anos. Foi fantástico isso. Foi muito interessante.

**F:** A Dona Geralda e o Carlito Maia acabaram se juntando nessa sustentação... Essa história é interessante, porque ela começa fora e ela se encontra.

**O:** É, o que a gente ganhou, todos, mas falando particularmente, foram as boas refeições que ela fazia, porque dinheiro nunca pintou no nosso bolso.

**F:** Você tinha contato com as cartas ou telefonemas? Porque as cartas eram significativas, né?

**O:** É, mas eu não tinha. O Elói acho que tinha mais, o Tim, eles que eu acho que trabalhavam mais nesse setor.

**F:** Na questão da tiragem do jornal, você acompanhava? Você se lembra?

**O:** Nem tiragem, nem distribuição. Eu não acompanhava.

**F:** Em relação à sustentação econômica? Publicidade.

**O:** Também não, era mais o João Prado.

**F:** O que eu falo para eles é que fazendo uma análise de propaganda igual eu fiz, você vê que tem propaganda. Alguns números, bastante, outros não. Mas daí, conversando com eles, parece que não era suficiente mesmo para dar continuidade.

**O:** É.

**F:** Otacílio, por que você acha que o jornal acabou? O que diminuiu a procura pelo jornal?

**O:** Eu acredito que foi em função das atenções, não só dos corinthianos, mas do país todo em função da seleção para a copa de 78 na Argentina. Isso daí deu uma esvaziada. O próprio universo publicitário eu acho que também saiu dessa participação de publicidade no “Coração”, então, caindo a receita e o noticiário ficando meio esvaziado, as notícias do Corinthians já não eram tão interessantes ou importantes quanto a seleção. Eu acho que isso daí foi um dos fatores determinantes para o fim do jornal.

Bom, outro fator determinante, a meu ver, foi o fato de o Corinthians estar com o título de campeão depois de tanta busca, de um jejum tão grande. Isso daí satisfaz de certa forma o torcedor, até o público reduziu nos jogos seguintes após o título. E também a questão da publicidade que se desviou para outros interesses.

**F:** Será que o jornal também não entrou em outro problema que é janeiro e fevereiro serem meses em que o esporte fica muito fraco e o futebol também? Que pauta vocês teriam para janeiro e fevereiro?

**O:** Pode ser, bem lembrado. Eu não me lembro desse período, assim, especificamente, porque, na época, o que eu me recordo perfeitamente é o esvaziamento que houve, em boa parte, por causa da seleção brasileira.

**F:** O Corinthians teve alguns jogadores convocados, eu me lembro no começo...

**O:** Amaral parece.

**F:** Mas quem foi em junho foi só o Amaral, porque a copa foi em junho na Argentina.

**O:** Parece que o Zé Maria tinha sido...

**F:** O Vladimir também. Mas quem acabou indo mesmo foi só o Amaral. Eu fui pesquisar isso depois que você falou.

**F:** Otacílio, você trabalhou bastante na imprensa esportiva. Na época, tinha a Manchete Esportiva, o Placar, a Gazeta Esportiva e os cadernos de esporte. Como o “Coração” entrava nesse mercado? Era um mercado bem disputado.

**O:** É, mas como ele era segmentado e muito focado em um clube só, eu acho que não criou conflitos e nem problemas de relacionamento com outros veículos da imprensa esportiva. Às vezes, até eles citavam a gente, apareceram fotos nossas da equipe, não sei se “fatos e fotos”, enfim, apareciam citações em rádio...

**F:** No número dois, vocês fazem uma cobertura sobre como saiu o “Coração” na imprensa e foi bem interessante, vários jornais, rádio e TV deram com entusiasmo o nascimento do jornal. Não sei se você se lembra.

**O:** Não me lembrava exatamente disso, mas a gente tinha um termômetro de uma aceitação razoável na grande imprensa e, às vezes, até umas citações bem específicas da equipe.

**F:** Você como corinthiano escrevendo para o jornal teve algum problema com torcida? Ou nenhum?

**O:** O que houve, na verdade, foi com a torcida do Palmeiras. Porque a nossa sede era próxima ao Parque Antártica e a Mancha Verde, algumas vezes, foi lá pichar a sede em função de algumas matérias. Não foi só uma vez, foram umas duas, três vezes, eu acho, senão mais, em função de algumas atitudes que a gente abordava. Uma delas de soltar aqueles porquinhos nos estádios e com isso reacendeu o apelido de porco para a torcida e para o clube. E eles, para evitarem as chacotas e tudo mais, acabaram engolindo aquele negócio e adotando o porco como um símbolo do clube. Porque era uma coisa muito antiga, que eu mesmo nem sabia, e que foi revivida pelo Elói. Por exemplo, o Cláudio da torcida Coração, ele era muito atirado, ele entrava com aquele, era um leitãozinho... E sobre aquilo a imprensa inteira falava.

**F:** Você acha que seria possível hoje no mercado ter um jornal segmentado como era o “Coração”?

**O:** Possível eu acho que sim. Só que hoje com o desenvolvimento da informática, a força da televisão, o rádio ainda está no ar cumprindo a sua missão, a internet com um bombardeio de notícias muito forte, a própria imprensa está sofrendo muito com essa concorrência, a grande imprensa, a imprensa estabilizada. Os jornais estão se debatendo para se manterem vivos. A própria Abril tem fechado várias revistas. Então, um jornal segmentado hoje, pode também não dar muito certo, porque restringe muito o público.

**F:** E o Vicente Matheus? Você chegou a ter contato? Porque ele era muito singular e ele até tentou comprar o jornal.

**O:** Isso eu não sei.

**F:** O Edison que conta essa história.

**O:** Talvez, porque o Vicente Matheus era um cara assim muito esperto, às vezes, foi uma isca que ele jogou essa de comprar para ver até aonde os caras eram maleáveis ou não. De repente, ele compraria só para abafar e tal, mas no nosso grupo cada um tinha a cabeça muito bem feita, distante desse negócio. E eu tinha um relacionamento meio distante, eu não ficava paparicando os caras, então, fazia a cobertura ali. Mas, a imprensa, digamos, chapa branca que a gente considerava a Gazeta Esportiva, tudo o que os caras queriam que falassem, era publicado. A gente cortava, não tinha, absolutamente, esse tipo de comportamento.

**F:** É o que você falou. O diálogo que o Vicente Matheus teve com o Edison quando ele foi lá ao Estádio foi justamente isso, eu acredito que seja isso, jogar a isca para ver no que dava.

**O:** Ele era muito perspicaz.

**F:** Alguma sessão era você quem escrevia? Você fez alguma aquela “Gente nossa” que tinha as mulheres? O jornal também tinha esse perfil para o público masculino.

**O:** Alguma coisa eu fiz, mas não me lembro nem com quem. O perfil histórico de personagens da história do clube eu fiz também. O Teleco...

**F:** A sessão da torcida você não se lembra de ter feito texto?

**O:** Provavelmente, eu tenha feito alguma coisa, mas realmente eu não me lembro e não guardei nenhum exemplar, só tenho o zero que nem saiu às bancas.

**F:** Ah, é você que tem o zero? Eu trouxe aqui uns para mostrar, depois você mostra o zero para mim? Está fácil?

**O:** Não. Ontem, comentando com a minha filha, eu falei “Vou te mostrar”, aí eu procurei assim meio por alto, mas não achei. Mas, outro dia eu o vi, vou dar uma vasculhada e tentar achar. Não é muito diferente do número um.

**F:** E depois desse tempo, o relacionamento com os outros sócios, com quem você falou ou fala?

**O:** Não. Eu tive contato, algum tempo depois, com o Edison na TV Manchete, mas foi coisa curta. O Tim nunca mais eu tive contato, João Prado, o Pedro Autran, enfim, todos eles, a gente não teve mais. Seria bom ter uns encontros. A cidade é muito...

**F:** Vocês também faziam críticas à Federação Paulista, né? Eram bem atentos ao comportamento deles.

**O:** Crítica com o pessoal de direção de um modo geral. Tinha muitos erros, era muita coisa, porque o futebol, até antes do “Coração”, era uma coisa assim vergonhosa. Árbitros tendenciosos, corruptos... Tinha muito disso.

**F:** Então, você acha que o “Coração” com a linguagem crítica dele e o fato de ficar atento ao que acontecia no futebol paulista ajudou até nessa relação?

**O:** Ah sim, ajudar sim. Não digo que ela tenha influenciado sobremaneira, mas o papel crítico sempre... Até para despertar também os interesses do clube junto à diretoria do próprio Corinthians no caso.

**F:** Para eles tomarem atitude?

**O:** É, se víamos alguma irregularidade.

**F:** Como você escrevia, naquela época, uma matéria para um jornal?

**O:** Às vezes, diante do tempo exíguo para o fechamento do jornal, você tinha que a medida que iam acontecendo os lances, você ia escrevendo mais ou menos à mão, em papel, o que estava acontecendo e tal. Terminou o jogo, você já passava por telefone. Ao lado da Agência Estado, tinha umas cabines nas quais o pessoal pegava a matéria. Eu me lembro do Arquimedes que era muito rápido, ele era mais rápido do que a gente falando o que tinha ocorrido. “Vamos, vamos”. Se estivesse com tempo tinha outras maneiras. Por exemplo, eu viajei várias vezes com o Corinthians para jogos, em Bauru para jogar contra o Noroeste, em Marília, em outros locais, Ribeirão Preto tinha o Comercial e o Botafogo, e aí, eu levava a máquina e redigia, às vezes, no estádio, às vezes, no hotel. Mas aí, tinha tempo de elaborar um pouco mais.

**F:** Na sua máquina de escrever pessoal?

**O:** É, era uma máquina de escrever portátil...

**F:** Passava por telefone também?

**O:** Às vezes por telefone... É, geralmente, por telefone, porque quando ia voltar no outro dia, já adiantava o expediente.

**F:** Ou telex, né? Se tivesse no lugar.

**O:** É, o telex a gente usava mais quando estava fora do país. Aí, ia para um hotel que tinha ou uma agência de telex. Era uma dificuldade terrível.

**F:** Otacílio, como você resume a sua experiência no jornal? As suas considerações sobre essa experiência que você teve.

**O:** Olha, primeiro, eu queria louvar a sua iniciativa de fazer essa monografia reativando, revivendo, trazendo a memória do “Coração”, do jornal “Coração”. E, segundo, é que isso daí é um documento vai servir para a memória da imprensa de modo geral. Então, é um serviço que você está prestando da maior valia.

Eu acho que, com relação à minha experiência nesse jornal “Coração”, foi gratificante do ponto de vista de uma satisfação pessoal de ter feito um material que, de certa forma, entrou na história do clube. De alguma forma, ele faz parte da história do clube que hoje acaba de conquistar o título mundial. Quer dizer, a gente plantou uma semente, por menor que seja nessa floresta de grande magnitude que representa a instituição Corinthians. Então, fica um gosto agradável de ter participado disso. E eu acho que o fato de não ter auferido ganhos, ou seja, não ter botado dinheiro no bolso, hoje não significa nada e foi tudo muito interessante, muito justificável, isso não me prejudica.

**F:** Quando vocês montaram a sociedade, vocês entraram com capital também, né?

**O:** Ah, entramos com um pouco, pouca coisa, mas o que a mais gastava era mesmo no fechamento do jornal, porque a gente deu para um contador fechar, não fechou. Aí, foi para outro... E botava dinheiro, cada vez cotizava em grupo. “Vai ficar tanto.” E rateava um tanto para cada um. E, no fim, vinham novas cobranças, porque vinha imposto de renda, INSS... E aquilo virou uma bola de neve, tinha multa, juros... E a gente, eu sei que no fechamento foi... Até que, por fim, veio no meu nome uma e eu falei “Agora não dá mais, vamos fechar esse negócio.” Fui a uma empresa que só fazia isso: fechar empresas. E aí, resolveu de vez. Aí, acabou. Mas, era uma coisa que já estava angustiando e ali foi onde eu acho que a gente mais gastou, sem contar... Vamos supor, ia fazer uma matéria e usava o próprio carro, gasolina e tempo, mas isso nem conta.

**F:** Até você falou sobre os motivos do fechamento do jornal e vocês eram experientes na imprensa esportiva, mas vocês montaram um negócio. Como vocês foram como comerciantes e empresários?

**O:** É. Eu me debatia muito com o João Prado, porque ele me considerava, assim, pessimista e eu achava ele muito otimista “Não, está tudo maravilha. Não, não mexe.” Eu achava um exagero você pagar um enviado especial, passagem de avião e tal para cobrir um jogo do Corinthians em Recife. E isso acontecia, sabe? Então, o dinheiro saía assim, do jeito que entrava ia embora. A própria manutenção da Dona Geralda na empresa, ela tinha custo e, de repente, vinham pessoas que você nem conhecia e estavam lá almoçando. E eu falei “Pô, isso é um ralo por onde está escorrendo grana e cadê no meu bolso? Nada.” Então, eu tinha um pouco disso. Mas, a gente era muito desligado de modo geral, você vê, eu não tinha o menor interesse em chegar para ele “Quanto é que a gente recebeu esse mês? Como está a

contabilidade?” Não, ficava por conta dele, a gente tinha absoluta confiança no papel e na responsabilidade de cada um e aquilo era meio que, não digo uma diversão, mas a gente fazia muito por diletantismo mesmo, muito por diletantismo. Então, fomos tocando e chegou a um ponto que as contas não fechavam, aí não teve como manter.

**F:** Segundo o Tim Teixeira, em entrevista por telefone, a única que ganhou dinheiro lá foi a Dona Geralda.

**O:** (Risos) É verdade, porque ela era funcionária, exatamente. E o Tim tem umas tiradinhas, ele fala pouco, mas ele tem umas tiradinhas assim bem colocadas, bem interessantes.

**F:** Sobre o jornal ser independente, você quer frisar alguma coisa? Que era uma característica... Mas você acabou falando, né?

**O:** É, era uma característica que a gente já tinha incorporado na própria personalidade em função do que a gente já praticava na grande imprensa, ou seja, no Jornal da Tarde... E mesmo, por exemplo, na minha formação primeira que foi na Última Hora, eu fiquei seis anos lá, ali, a gente já tinha esse propósito, esse perfil de independência do que ia noticiar.

**F:** Foi sua escola.

**O:** É.

**F:** Então, só para encerrar, como o jornal era um porta-voz do torcedor, ele representava o torcedor. Você acha que ele cumpriu o seu objetivo?

**O:** Ah sim, cumpriu. E o melhor feedback que a gente teve foi essa citação que eu fiz da multiplicação de torcidas uniformizadas que surgiam. Era uma coisa assim absolutamente desproporcional... Eu não imaginava. Acho que um pouco era para eles terem o jornal como vitrine, para eles aparecerem na imprensa. “Oh, estamos fundando a torcida tal...É isso e aquilo...” E aí, se noticiava, principalmente, para os chefes de torcida. Mas, deu uma movimentação grande em termos de torcida no clube. O jornal foi importante nisso.

**F:** Tem alguma outra coisa, Otacílio, que você gostaria de falar da sua parte? Ou alguma coisa que te marcou muito.

**O:** Uma coisa que me marcou muito, que eu me lembro, é da capacidade de organização do Edison Scatamachia na condução daquele torneio, porque ele tinha que ver as datas, os árbitros, entrar em contato com vários clubes de lugares diferentes. Nisso daí, pagar árbitros da Federação para apitar os jogos. Foi uma coisa monstruosa e ele praticamente cuidou disso sozinho. Então, para mim foi um cara muito importante nessa parte e o Carlito Maia que nos ajudou muito também levando o jornal para a televisão, o que deu uma visibilidade muito grande para o nosso jornal.

**F:** O que eu estou reunindo de informações sobre isso é de que seriam... Assim, eu vou falar o mínimo que eu acho que aconteceu que pode ser a realidade. O Edison, porque ele participou, conta bem isso que quem produzia os anúncios era até a própria Globo. Mas aí, eles iam ao ar na quinta-feira à noite, duas inserções, o que ocorreu foi que algumas foram para o jornal e outras para a copa Corinthians. Porque, também teve propaganda só para a copa Corinthians e o Edison lembra que uma entrou no meio do Jornal Nacional na área para São Paulo, o que foi um estouro.

**O:** Eu nem me lembro disso.

**F:** E a propaganda era aquela que era um coração batendo e um texto dizendo “Está surgindo um novo...” Não me lembro direito, eram quinze segundos, o João Prado até lembrou que eram quinze segundos.

**O:** Publicidade na televisão é de quinze ou trinta segundos.

**F:** Você se lembra bem disso?

**O:** Não, eu me lembro que tinha os times entrando em campo e aí falando... Tinha essa da copa, por exemplo, “O Corinthians vai ser campeão esse ano”. Mas não falava qual Corinthians, se era o da copa ou... Por sorte, isso foi obra do Carlito Maia, por uma coincidência muito grande o Corinthians foi o campeão aquele ano. Isso foi marcante.

**F:** Eu lembrei para o Edison, ele não se lembrava disso que a primeira propaganda da Globo foi no número oito e ela já tem um texto muito engraçado, muito interessante, que diz que foi feita uma pesquisa interna entre os funcionários da Globo de todo o Brasil e que deu o Corinthians como time da maioria. Esse Carlito Maia era maluco, né?

**O:** Ele era. Ele era maluco.

**F:** Ele mandava e fazia.

**O:** Ele criou vários... Ele bolava muitas frases bem interessantes. Ele que é o criador, me parece, da Jovem Guarda.

**F:** Foi, o Edison contou. Do PT.

**O:** Foi fundador do PT também.

**F:** Ele não escreveu nenhum artigo para o “Coração”, né?

**O:** Que eu me lembre não.

**F:** Quem eu vi lá, que eu estranhei foi o Caco Barcellos. Tem um texto dele na invasão do Corinthians no Rio de Janeiro. Você se lembra disso?

**O:** Não, não me lembro, especificamente, não.

**F:** O Caco Barcellos, o Percival...

**O:** A gente tinha também o outro jornal para cuidar, então, a gente ficava dividido e memória não é o meu forte (risos).

**F:** Só para encerrar, você falou nisso, vocês dividiam, vocês tinham dois empregos. Como era essa vida?

**O:** Dois. Na época, ainda tinha... Bom, mas eu também tive muitos. Trabalhei também na Excelsior que hoje é a CBN um período, o Faustão que... Eu não pedi emprego, eu estava lá trabalhando e ele falou “Eu falei com o Barioni, dá uma chegada lá, fala com ele, tem um emprego lá para você.” Assim, o Fausto Silva. Nessa época, eu já estava como subeditor no Estadão e ele era o repórter que fazia o dia-a-dia do Corinthians, ele era setorista lá.



**F:** Só como última coisa, você se lembra dos primeiros encontros? O Tim foi o primeiro que eu entrevistei e ele falou que vocês se encontravam em alguns bares para bater papo, ocorreram algumas reuniões informais.

**O:** É, era uma coisa informal, não era nada assim cerimonioso, eu não me lembro de nenhuma reunião assim, a não ser já com na sede própria, às vezes, discutir alguma pauta, mas era... Até as pautas era “Tem isso e tal...” Às vezes, a gente não se via. Quem ficava mais presente lá era o João Prado.

**F:** Então a reunião de pauta vocês tinham... Tinha algumas coisas individuais, algumas decisões individuais?

**O:** É, às vezes. O Elói eu acho que era o grande mentor do jornal, ele pensava mais o jornal. O Tim era mais o finalizador, o cara que dava...

**F:** O produto.

**O:** É, e a gente... Como eu disse, o João Prado cuidava da administração, esses contatos de publicidade, entrada e saída de dinheiro, contabilidade, era mais com ele.

**F:** Qual era o critério de noticiabilidade do “Coração”?

**O:** O critério era acompanhar, ver o que tinha de novidade, ver um jogador que se destacava, fazer o perfil, e a torcida. Eu acho que o fio condutor de todo o jornal era meio que voltado para a torcida, que era a coisa maior, digamos. E a torcida é que faz o clube também, que move o time para chegar às vitórias. Você vê, essa invasão que houve no Japão, isso daí, provavelmente, motivou muito o time. Você sentir que a torcida está ali e que você tem que fazer a sua parte.

**F:** Você se lembra dos jogadores falarem do “Coração”? Saber da existência. Você tinha algum problema quando falava que era para o “Coração”?

**O:** Não tinha problema não, porque, geralmente, era uma manifestação favorável ao jogador, era uma política, uma forma de conduzir o jornal. A não ser que houvesse algum motivo forte para combater, mas, normalmente, era favorável. E aí, não tinha nada contra, pelo menos que eu me lembre.

**F:** Certo, ótimo. Obrigado.

*Entrevista 9 - Tim Teixeira – 25/11/13**Gravação com gravador digital - pessoal**Entrevistador: Fábio Camargo Fleury de Oliveira*

**Fábio:** - Entrevista para a reconstrução histórica do jornal Coração com Antônio Euclides Teixeira, que a partir de agora vou chamar de Tim Teixeira. Tim essa entrevista como já dito o objetivo é para uma dissertação de mestrado em que o objeto é “O Coração” e a minha intenção é reconstruir a história porque como eu pesquisei história da imprensa e imprensa esportiva, eu percebi que este jornal ele não existe no mundo acadêmico e também no mundo histórico e eu por coincidência tenho o objeto e acho ele extremamente importante como participe da história da imprensa e da imprensa esportiva então a minha intenção é resgatá-lo e colocá-lo pra futuras análises, futuros estudos que virão dos próximos interessados. Essa entrevista ta sendo gravada como, é bem provável, aliás vai acontecer deste meu artigo ele vai virar um capítulo de um livro, virar um artigo e a minha dissertação que é lógico que eu tenho que entregar no final e normalmente o artigo quando a gente apresenta num encontro de comunicação ele vai para a Internet, então vai ter uma exposição pública dessa, a própria dissertação é pública ta? Isso é perfeito? E eu vou, eu vou em alguns momentos eu posso, talvez haja intervenção porque como eu já fiz as seis entrevista iniciais por telefone eu já tenho um conhecimento do pensamento coletivo de vocês e individual das versões que cada um tem do jornal, então em alguns momentos eu posso tentar ajudar no resgate da memória, numa convergência ou até numa divergência de fatos, certo? Então vamos lá.

Tim eu primeiro gostaria que você fizesse uma apresentação de você, uma coisa bem... que ano você nasceu, a onde e depois que você falasse da sua carreira, como começou e como você está hoje.

**Tim Teixeira:** - Bom eu sou do interior de São Paulo eu nasci na cidade de Brotas em Janeiro de 1940, portanto já tou com 73 e o meu sonho sempre foi ser jornalista, no início eu pensava em ser radialista na verdade, meu sonho era trabalhar em rádio tanto é que com 15 para 16 anos eu era locutor desportivo da minha, da rádio da minha cidade da rádio Brotense, transmiti muitos jogos lá do campeonato amador e coisa e tal e quando eu vim pra São Paulo eu vim com o intuito de fazer jornalismo, mas ainda sempre carregando o sonho de ser radialista, de trabalhar em rádio que era realmente o meu grande sonho. Inicialmente as portas não se abriram pro rádio eu acabei indo trabalhar, de qualquer forma numa coisa que eu gostava muito que era esporte não é? Eu fui trabalhar na Gazeta Esportiva. Concomitantemente é o curso de jornalismo que eu tava fazendo no, na fundação Cásper Libero a escola de jornalismo na Cásper Libero, então abriu uma possibilidade de ser estagiário na Gazeta Esportiva, foi ali que eu comecei no ano de 1963 e olha que coincidência, há quatro dias atrás, está fazendo 50 anos, fez 50 anos que eu comecei a minha carreira de jornalista, trabalhando com o repórter da Gazeta Esportiva, bom da Gazeta Esportiva eu fui trabalhar no Estado de S. Paulo, trabalhei na edição de esporte do Estado de S. Paulo depois passei para o Jornal da Tarde, do Jornal da Tarde fui da equipe que lançou o Jornal da Tarde em seguida eu também fui, junto da equipe que lançou a revista Veja, da Veja eu fui pra Realidade as duas da Abril, não é, da Realidade eu voltei pro Jornal da Tarde tive passagem, só aí depois de quase 20 anos de jornalismo é que eu realizei o sonho de trabalhar em rádio aí eu fui trabalhar na Rádio Globo se bem que o meu sonho mesmo era trabalhar com microfone coisa que eu fiz eventualmente em algumas coberturas, copa do mundo,

olimpíadas, essas coisas. Mas eu acabei trabalhando na Globo mesmo na parte de produção de dar assistência para a equipe de microfone mesmo. Da Globo eu trabalhei, passei um ano trabalhando em televisão na rádio..., na tv Bandeirantes, depois tive uma, montei uma assessoria de imprensa e que eu fechei dois, três anos depois e hoje eu trabalho na Imprensa Oficial. Resumidamente minha carreira de jornalista é essa. E a história do Coração começa quando a gente estava no Jornal da Tarde em 76 e aí o Jornal da Tarde ainda era na, a sede do jornal era lá na Major Quedinho no centro da cidade e a gente tinha uma equipe grande lá, éramos muito amigos a equipe de esporte do Jornal da Tarde e surgiu a idéia de se pensar num, lançar um jornal dedicado ao Corinthians, embora o slogan do jornal diga: “O jornal da maior torcida do Brasil” não era um jornal dedicado à torcida do Corinthians, era um jornal pra falar do Corinthians o slogan é pra aproveitar um motezinho de que, de que o jornal estava ao lado da maior torcida do Brasil embora isso também não fosse verdade porque, como todo mundo sabe, a maior torcida do Brasil não é do Corinthians, e é do Flamengo. Isso aliás, nos causou muita dor de cabeça no começo porque choviam cartas na nossa redação, quando o jornal foi lançado, de flamenguistas indignados dizendo: “Que não que a maior torcida do Brasil era o Flamengo e coisa e tal”, mas a gente manteve o slogan mesmo sabendo que não era uma verdade, mas a gente defendia o Corinthians e resolvemos manter o slogan da forma como foi... .

**F:** Inclusive o Urubu o jornal do Rio mandou uma carta não é?

**T:** Mandou carta e...

**F:** Meio irônica e vocês responderam de forma irônica também.

**T:** É mas era uma coisa que a gente levava na base da rivalidade sadia, não era um negócio...

**F:** Na esportiva.

**T:** É era um negócio na esportiva, ao contrário do que ta acontecendo hoje quando as torcidas tão se engalfinhando nos estádios, ta virando uma verdadeira guerra e uma coisa que foge ao bom senso do esporte, à necessidade de você ter um clube pra torcer coisa e tal , então vai muito..., não é essa coisa insana de você ir pro estádio pra como se tivesse indo pra uma guerra pra destruir o seu inimigo, todo o mundo que não é do seu clube vira um inimigo, isso é uma estupidez que não faz sentido. Naquele tempo era um negócio mais suave e a gente tratava todas essas rivalidades até com muito mais humor com muito mais fair play, na verdade.

**F:** Aí, lembro que você contou pra mim que você se, você foi o único que lembrou da major Quedinho.

**T:** Ah é?

**F:** Todo mundo já vai direto pro Bairro do Limão, ta? Então depois vocês, essas conversas informais aconteceu de montar o jornal mesmo, como é que foi daí a efetividade, vocês foram alugar casa, tudo?

**T:** É o pessoal deve ter falado já pensando na nova sede do jornal porque logo em... quando a gente montou o jornal a gente ainda estava na major Quedinho, a idéia surgiu de reuniões que a gente, não eram reuniões praticamente, mas como a gente era um grupo bastante amigo a gente fechava o Jornal da Tarde e descia pra um boteco que tinha lá na major Quedinho mesmo, tomava um chopp, comia alguma coisinha, jogava uma sinuquinha, que era um

boteco desse tipo e aí nas conversas surgiu a idéia, a idéia, eu posso até ta enganado, mas a idéia mesmo quem lançou foi o Elói, o Elói Gertel que é o cara mais Corintiano de todos, é preciso esclarecer que dos seis que entraram nessa empreitada três eram Corintianos, dois São Paulinos e um Palmeirense e dos Corintianos o mais Corintianos de todos era o Elói. E ele era muito entusiasmado com a idéia e coisa e tal e contaminou todo o mundo e a gente, éramos jovens ainda e resolvemos embarcar nessa, nessa, nessa empreitada. E realmente pouco depois do jornal ter se, de a gente ter colocado a idéia do jornal em pé, o Jornal da Tarde já se mudou pro, pro Bairro do Limão e foi praticamente de lá que a gente conseguia a... , era um trabalho terrível porque o Jornal da Tarde fechava muito tarde, se bem que quando ele já foi pra, pro Bairro do Limão ele já tinha, no lançamento o Jornal da Tarde circulava às 3 horas da tarde então a gente praticamente passava a madrugada trabalhando. Pro jornal rodar tipo 10, 11 horas da manhã, meio dia, pra ele estar na rua às 3 horas da tarde que é quando ele foi lançado, mas depois chegou-se à conclusão de que esse horário era inviável pra manutenção do jornal e ele foi recuando o horário de saída e, mas mesmo assim os horários de fechamento do Jornal da Tarde eram tardios e a gente saía alta madrugada e depois de fechar o Jornal da Tarde é que a gente ia cuidar do Coração. Então pra gente fisicamente, era uma coisa que exigia muito só que como a gente era jovem naquela época, dava para tirar mais ou menos de letra. Da montagem do jornal propriamente o que eu posso dizer é o seguinte, estabeleceu-se desde o início que o João Prado ficaria encarregado da parte administrativa e da parte de publicidade, eu e o Elói cuidaríamos da parte de redação, o Elói faria, era o cara que bolava as pautas e tudo mais e eu fazia o fechamento do jornal. O Pedrinho que é o Pedro Autran, o Edson Scatamachia e o Otácilio trabalhavam em várias funções, faziam matérias, faziam promoções. O Scatamachia foi o que ficou encarregado de cuidar da, a maior promoção que a gente fez que foi a copa Corinthians que a gente...

**F:** O Edson ele só trabalhou nisso ele redação ele por ser Palmeirense também ele não...

**T:** É mas ele cuidou dessa promoção que foi um negócio legal que a gente acabou descobrindo e achando que seria interessante fazer porque descobrimos que tinha um número enorme de clubes chamados Corinthians, não é? Tanto na capital quanto no interior e aí sem nenhuma estrutura, porque o nosso jornal em si já não tinha grande estrutura, nós pra botar o jornal na rua nós não tínhamos sequer um capital que realmente fosse suficiente pra bancar essa aventura, era realmente uma aventura que a gente tava embarcando assim meio sem saber no que ia dar era um negócio que só mesmo o espírito de aventura que a gente tinha naquela época é que permitiu que se, que se fizesse, não é? Não tínhamos gráfica, não tínhamos, não tínhamos nada conseguimos alugar uma casa na Rua Padre Chico nas Perdizes e do nada começamos a fazer o jornal. O Prado foi atrás da publicidade era uma coisa muito difícil a gente conseguir publicidade porque as grandes empresas que realmente dão, poderiam dar sustentação elas não gostariam de vincular o seu nome a um único clube, não é? Para uma empresa que depende do acesso do público e tudo mais é importante que ela tenha todos os torcedores, não vai ficar limitado a um, aos torcedores de um determinado clube, isso de certa forma acontecia por ser um jornal só do Corinthians então a grande dificuldade de início foi essa, os potenciais anunciantes ficavam meio reticentes e coisa e tal e a gente não tinha condição de escapar dessa armadilha em que a gente tinha se metido. Por sorte a gente conseguiu o apoio de algumas pessoas importantes e principalmente dum cara chamado Carlito Maia que era do departamento de marketing da Globo, é um publicitário de uma inteligência excepcional, tinha trabalhado com Roberto Carlos e ele tinha uma empresa acho que Magaldi e Maia, que tinha orientado, pelo menos no início, da carreira do Roberto Carlos, a parte de marketing de, as pessoas talvez nem lembrem mas havia muita coisa, muitos produtos ligados ao Roberto Carlos no início da carreira. Hoje em dia já não existe mais, mas naquela época foi tudo criação que saiu da cabeça do Carlito Maia e do sócio dele. E o Carlito

Maia se encantou com a nossa idéia do jornal, ele não tinha nada com a empresa nossa, montamos uma empresa que se chamava “Tecla Comunicação”, ele não tinha nada mas ele ficou muito amigo de todos nós e resolveu nos dar um apoio sem o qual o jornal não teria sobrevivido seis meses sequer, com certeza o jornal não teria sobrevivido sem o apoio dele especificamente, porque ele nos colocou a Globo do nosso lado, ele produziu comerciais que foram ao ar na Globo. Você imagina você conseguir sem recurso nenhum, porque nós não tínhamos nem capital, nós tínhamos o nosso salariozinho que a gente recebia no final do mês cada um, quando precisava dispor de alguma coisa dispunha mas era salário, salário, salário, não é? E, mas o Carlito nos deu esse apoio ele tinha uma página, a última página do jornal praticamente era reservada para a Globo.

**F:** A partir do número 8.

**T:** É, uma página que tava reservada para... e era o que dava, realmente que bancava o trabalho.

**F:** No início o primeiro capital era uma parte do salário de cada um.

**T:** Era, era, a gente, ninguém tinha dinheiro sobrando, poupança, ninguém foi rapar poupança pra montar o negócio, era salário. “Ah precisa comprar alguma coisa, papel pra fazer lauda”, se virava dava um jeito não tem... . Olha, eu vou dizer sinceramente pra você eu não tirei um único tostão do jornal em todo esse tempo, foi pouco mais de um ano que o jornal durou eu nunca tirei um centavo, também não vou reclamar porque dinheiro, eu não coloquei dinheiro meu assim, posso até, o que eu gastei foi do meu trabalho que eu acabei não recebendo mas foi um trabalho tão gostoso de fazer e era uma turma tão boa uma turma tão espetacular que a gente fazia aquilo com um tremendo prazer, mas era, olha uma das coisas de jornalismo, no jornalismo mais prazerosas que eu já fiz foi fazer esse jornal. Claro que com o tempo você vai-se desgastando porque você trabalha, trabalha, trabalha e a receita que o jornal conseguiu obter com a publicidade era muito pequena e praticamente ela cobria os custos do jornal, porque tinha papel, tinha custo de impressão, tinha as despesas da sede onde a gente tinha montado a...

**F:** Distribuição.

**T:** Tinha a distribuição tinha um rol de despesas e mesmo entrando uma publicidade razoável como era essa da Globo.

**F:** Essa era permuta, a Globo era permuta não é?

**T:** Não mas não era, não era só permuta, não era só permuta porque a gente não oferecia nada pra a Globo, o que é que a gente oferecia pra a Globo? Eles durante um certo tempo como, na verdade nada foi muito profissional, nada foi muito profissional no jornal porque eu não vou garantir pra você, em relação à entrada de receita da Globo ou não, porque quem cuidava disso era o Prado mesmo, mas eu acho que entrava um pagamento da Globo como publicidade mesmo, pode não ter entrado o valor que seria o equivalente à cobrança efetiva de, do espaço que a gente oferecia, mas em compensação a Globo nos deu tanta coisa como só o fato de ter feito os comerciais no lançamento do jornal, que todo mundo ficou sabendo do lançamento do jornal pela Globo nós não tínhamos condição de fazer campanha publicitária “Ah! vai ter, vamos lançar um jornal assim”, todo mundo saiu, o Carlito produziu lá um comercial, bonito até, que foi no ar foi ao ar no jornal em horário nobre da Globo. Quando a gente fez a copa Corinthians ele fez também um esquema publicitário que nos deu, nos deu

bastante apoio então, mas eu tenho, pelo que eu lembro porque o que entrava de receita de pequenos anunciantes eu acho que não daria pra pagar sequer o aluguel da nossa, onde a gente tava instalado.

**F:** É que no começo tinha até propaganda de página inteira de outros...

**T:** Tinha outros.

**F:** Do Objetivo, da Mariza, teve de banco.

**T:** É mas nem todos eram, por exemplo o Objetivo com certeza era mais na base da permuta, não, não permuta, estritamente permuta mas uma coisa assim meio entre amigos sabe, a gente dava lá eles, a gente colocava o espaço à disposição deles e o Prado era amigo, acho que tinha ligações...

**F:** É o Prado ele fala bem ele tem ainda uma memória boa, até com, fazer uma intervenção ele disse que dos órgãos de comunicação todos eram permuta, rádio Tupi, que tinha, daí a Globo que saía muito barato pra vocês que até as peças publicitárias eram produzidas pela Globo, não é?

**T:** É. Então essa parte de publicidade realmente o Prado vai te fornecer melhor do que eu porque eu até não fazia, fazia questão até de não saber muito como é que é essas coisas eram conduzidas, o fato é que o que a gente tinha de receita era praticamente insuficiente ou dava na conta pra gente pagar as nossas despesas e ninguém conseguiu tirar dinheiro nenhum de lá é aquilo que eu te disse; o grande pagamento que a gente teve foi o prazer de fazer uma coisa que a gente fazia com grande amor, com grande vontade mesmo e que era e que era um negócio típico de quem tava ainda na flor da idade explorando tudo o que o jornalismo pode dar e que foi um negócio, uma fase muito boa acho que da carreira de todo mundo.

**F:** Só voltando, desculpe insistir, mas é que é uma pergunta que eu faço pra todos, você tinha, o seu projeto pessoal como o jornal, qual que era?

**T:** Olha eu não vou negar pra você que a, quando a gente se reuniu pra, com a idéia de que vamos lançar o jornal a gente pô, a gente pode ganhar dinheiro. Claro todo mundo vislumbrou lá na frente a possibilidade de ganhar dinheiro porque se não fosse assim nem teria também lançado porque quando você entra numa empreitada que você ta arriscando alguma coisa você pensa que, é como quando eu montei a minha assessoria de imprensa eu saí de uma empresa sólida como era a Bandeirantes, onde eu tinha um emprego razoável, pra montar a minha assessoria de imprensa pensando “Ah eu vou ganhar dinheiro com isso”, não ganhei nada só ganhei algumas, alguns cabelos brancos e muito dissabor na verdade, foi a coisa mais odiosa que eu já fiz na minha vida de jornalista, mas...

**F:** Fortalecer a editora também não é? Tem uma editora interessante, não é?

**T:** É, a gente, a gente pensava em tudo isso mas não era uma coisa que tinha assim “Ah não, tem que ser assim a gente coloca esse objetivo e vamos em busca desse objetivo!”. Não é, o nosso, o nosso objetivo mesmo era fazer um jornal bem feito se divertir com o que tava sendo feito e alcançar alguma coisa em termos de jornalismo, de mostrar que a gente podia fazer alguma coisa na área jornalística que é uma coisa que nunca tinha sido feito, então, mas ganhar dinheiro mesmo, como eu disse, a gente não ganhou e não era uma tremenda preocupação de ganhar dinheiro, ninguém tava apostando nisso que ia ficar rico fazendo o jornal do Corinthians.

**F:** Só uma coisa, você participou daquele programa de rádio que eles faziam, porque isso também fortaleceu o grupo não é? Lembra que eles tinham um programa do...

**T:** Tinha, eu não participava dessa equipe, essa equipe acho que era o, não tenho muita certeza pra te afirmar com certeza era o Otacílio, Pedro, o Scatamachia, acho que o Prado eu não sei se...

**F:** Acho que são os quatro.

**T:** O Elói, acho que o Elói não participava não é? Então eu acho que esses quatro é que participavam.

**F:** É isso daí.

**T:** Eles fizeram esse programa, fizeram na Record.

**F:** É a Record.

**T:** Chamado, chamava “Viva o Esporte”, é um nome até bem bolado. Mas eu não, desse grupo eu não participava não.

**F:** Tim, o que é que você fazia no jornal, qual que era a sua principal função?

**T:** Bom, como eu disse, eu era o editor do jornal então a parte de redação basicamente ficava comigo e com o Elói a gente fazia uma reunião de pauta esporádica também, não era um negócio assim que, não, toda a segunda, ou sexta, ou terça, sei lá quando geralmente era na sexta porque a gente, o jornal rodava na quinta era, circulava na sexta então à sexta era o dia que a gente não tava fazendo o jornal então a gente geralmente se reunia nesse dia aí reuníamos nós, o único que praticamente não participava da reunião era o Prado que era a parte administrativa e publicidade mas os outros cinco nós costumávamos sentar na sexta feira pra definir a pauta do próximo número ou dos próximos números o que poderia ser feito e tudo mais e... mas a redação mesmo ficava comigo e com o Elói, o Elói mais na parte de pauta e eu fazia o fechamento, eu era o editor do jornal.

**F:** O famoso, eles falaram copy-desk que é o que mudava, dava o título, arrumava, tinha uma função importante na redação.

**T:** É mais do que copy-desk não é? Porque é o, era chamado o editor.

**F:** Editor não é?

**T:** Editor mesmo porque o material vinha eu tinha que estabelecer, “isso vai pra página tal, isso vai pra página tal”, escolhia foto “ah não tem foto pra essa matéria, compra uma foto no Estadão, compra uma foto na Folha”, sei lá, “pede uma ilustração pros ilustradores” nós tínhamos, trabalhávamos com dois ilustradores, então a minha parte era essa além de ter, esse era o trabalho mais duro de tudo, ter que ir na gráfica acompanhar o fechamento na gráfica isso que era...

**F:** E a diagramação?

**T:** A diagramação eu é que fazia.

**F:** Você que fazia?

**T:** Eu que fazia.

**F:** Past-up?

**T:** Não, eu fazia a diagramação.

**F:** - Diagramação.

**T:** Juntava a página diagramada e mandava pra gráfica o past-up era montado na gráfica aí eu ia lá no dia que rodava o jornal que era à quinta então na quinta de madrugada eu tava na gráfica.

**F:** Pra ver se tudo tava ok, a chapa...

**T:** Pra ver se tudo tava ok se, naquela época ainda era um tipo de composição que hoje em dia nem existe mais que era com o pás-up mesmo.

**F:** E daí ficava, fazia a placa, uma placa.

**T:** Fazia o fotolito.

**F:** Fotolito.

**T:** E rodava na, na...

**F:** Eu cheguei a pegar é um trabalhão...

**T:** É, é um trabalho do cão, nem tanto, o trabalho em si nem tanto porque chegava na gráfica quando, se você diagramou bonitinho calculou todos os textos direito não vai dar confusão, pode dar uma diferenzazinha se tem que fazer um acerto aqui um acerto ali, um título que estourou um pouquinho tem que mexer, mas fica lá, vê se ta tudo ok até esperar tirar as chapas ir pra rotativa esperar rodar, era um inferno isso aí.

**F:** Eu vou adiantar um pouco uma coisa que me interessa muito e você falou, como que você trabalhava a questão das fotos e da charge, porque é um jornal que você vê que tem muita foto e tem muita charge, porque é que aconteceu com o Coração, essa novidade ou essa intenção, qual foi a intenção?

**T:** A gente, a idéia de se trabalhar com bastante foto é pra dar leveza no jornal, se pegar um jornal que só tem texto vira um tijolo que ninguém...

**F:** O jornal de esporte pede imagem.

**T:** O jornal de esporte basicamente exige muita coisa visual assim que você bate o olho e você já e você identifica, ou é uma charge, ou é uma foto ou é um título montado de uma certa forma.

**F:** O jogador, não é?

**T:** É. Então a gente tinha na cabeça que tinha que ser um jornal basicamente ilustrado, bem ilustrado, por sorte nós tínhamos, trabalhando com a gente, uma dupla fantástica que era o



Gepp e Maia eles eram ilustradores do Jornal da Tarde então a gente foi acompanhando os caras que trabalhavam lá e tudo trabalhando praticamente de graça porque ninguém conseguia receber nada mas era um prazer que eles tinham, eles bolaram muita coisa dentro do jornal.

**F:** A história do sapo.

**T:** História, eles criaram a história do sapo que é um achado dentro do jornal e faziam as charges...

**F:** As caricaturas.

**T:** Caricaturas, os eventos da semana eles sempre bolavam alguma coisa em cima desses acontecimentos, então isso nos dava uma facilidade de trabalhar com esse tipo de material.

**F:** E era você que pedia isso porque você já tinha a pauta e você falava Gepp faz uma... o Matheus, vai ter uma matéria do Matheus faz a... ou não?"

**T:** Normalmente era mas como a gente trabalhava muito unidos, sabe, era uma equipe muito unida, o próprio Gepp e Maia eles já tavam tão imbuídos do espírito do jornal que eles já tinham coisas que às vezes eu nem tinha pensado e eles falavam “Tem um negócio assim, assim, legal?” “Legal”, então... claro que eu pedia algumas coisas “Eu queria um negócio assim”, eles faziam numa boa e... agora as fotos nós trabalhávamos com um, se não me engano nesse material ta faltando o nome de um fotógrafo importante que é o... Manuel Mota, Manuel Mota era um fotógrafo do Placar e ele trabalhou muito com a gente esse Manuel Mota já morreu inclusive era um fotógrafo quase dois metros de altura, sujeito super forte e um doce de pessoa, então ele era o nosso fotógrafo oficial, no expediente é possível, eu não tenho lembrança, é possível que apareça o nome de outros fotógrafos mas eram fotógrafos que a gente usava até esporadicamente, sabe, mas eram quase todos fotógrafos do próprio Jornal da Tarde que faziam também material pra gente, faziam fotos. Eu não lembro, vou ser sincero pra você, eu não lembro se... por exemplo no caso do Manuel Mota ele fazia material fotográfico específico pra gente, embora ele fosse fotógrafo do Placar e os outros fotógrafos que eram do Estadão e que eventualmente tinha material que a gente utilizava eram solicitados a fazer algum material, e eu, isso que eu ia te dizer, eu não sei sinceramente se a gente pagava se não pagava eu não tenho lembrança disso até porque não era exatamente a minha área quem cuidava desses negócios de pagamentos era sempre o Prado era ele quem resolvia isso, mas agente usou muita foto do próprio Jornal da Tarde, o Estadão e esses fotógrafos eu suponho que algum pagamento eles devem ter recebido mas não posso garantir pra você que realmente eles receberam. A gente não usava material do jornal em si nem do Placar nem do Jornal da Tarde, o material que o jornal tinha produzido pra ser utilizado pelo jornal a gente não usava mas tanto o Jornal da Tarde, o Estadão e como a Revista Placar nunca criaram problema de ter profissionais deles trabalhando, fazendo material pra gente, coisa que hoje em dia, não acontece, hoje em dia...

**F:** Eles aproveitavam o tempo e o espaço que eles estavam e produziam pra vocês.

**T:** Quando eles tinham, tavam numa folga deles eles faziam o material pra gente então hoje em dia esse é o tipo da coisa que não acontece o fotógrafo da Folha é da Folha o do Estadão é do Estadão se for fazer alguma coisa o jornal geralmente não vai permitir. Mas naquele tempo a gente sempre teve muita, muita compreensão tanto do Placar quanto do Estadão e os profissionais nunca foram, mesmo a gente nós éramos profissionais do Estadão e do Jornal da Tarde e nunca se criou nem um tipo de problema “Ah vocês estão fazendo um outro veículo”,

claro que eventualmente não era uma coisa que ia fazer concorrência pra nem um tipo de publicação que a empresa o Estado de S. Paulo tinha mas era um direito que até o jornal de falar “Não vocês são contratados nossos não vão fazer outra coisa”, poderia até fazer mas nunca criaram nem um problema e até, tenho até um agradecimento pra eles porque sempre foram muito compreensivos nessa parte talvez até porque acreditassem “Isso daí é uma aventurinha que não vai dar em nada mesmo”.

**F:** Qual que era o objetivo do jornal, ele era representar o torcedor, ser um, a porta voz da torcida?

**T:** Não, não, como eu disse embora o slogan do jornal seja o jornal da maior torcida do Brasil, ele não nasceu pra ser jornal da torcida ele nasceu pra ser o jornal que falasse das coisas do Corinthians e claro os interesses do Corinthians coincide com os interesses da torcida corintiana. A gente nunca teve nenhuma, nenhuma ligação com qualquer torcida do Corinthians um dos pecados que nós acabamos cometendo e que, não vou dizer que tenha sido causa mas um dos pecados que a gente cometeu foi ter dado muita divulgação para as torcidas organizadas, naquela época quando o jornal surgiu o Corinthians estava, já tinha a Gaviões, tinha uma dissidência da Gaviões que era a Camisa 12 e tinha uma outra torcida menorzinha que tava começando a se organizar e aí um dia o Elói, numa das reuniões de pauta falou assim “Vamos dar, fazer, começar a divulgar, fazer uma matéria mostrando cada uma das torcidas”.

**F:** Era uma exceção.

**T:** Era uma exceção, criou-se uma exceção pra falar das torcidas do Corinthians e, então a gente fazia a matéria um, era uma matéria jornalística o histórico daquela torcida, como ela começou, onde é que era que não era o que não era, o que ela fazia e a gente divulgava também as atividades que essas torcidas tavam começando a realizar, então tinha baile, tinha festival de chopp, festival não sei do quê, eram notícias que a gente dava e que, eu acho que isso daí foi um erro que nós cometemos, de dar divulgação pra torcida organizada que é um tremendo mal no futebol.

**F:** Mas nos anos 70 teve esse boom realmente de torcidas.

**T:** É, as torcidas tavam começando...

**F:** Mas não tinha idéia de que era um, outro momento, que nem você falou, da rivalidade de...?

**T:** É, mas já começava a ter uma certa, se a gente fosse um pouco mais esperto naquela época a gente já começava a, já teria percebido que começava a ter um elozinho menos cordial nesse negócio de torcida e um exemplo disso é a própria criação da Camisa 12 que era uma dissidência da Gaviões então já houve, dentro da Gaviões, um litígio lá entre pessoas, criou-se uma dissidência, uma nova torcida, elas nunca se bicaram e isso daí já era um sinalzinho do que iria acontecer lá na frente, não entre eles em si mas entre torcidas de um clube e com torcida de outro clube.

**F:** Foi por causa de um apoio a um presidente.

**T:** Isso, isso e a gente também não percebeu, na época, que elas já estavam sendo manipuladas pela cartolagem, sabe? E hoje em dia o que a gente vê é que a torcida organizada é, a alta cúpula da torcida organizada é manipulada pela cartolagem, pelos cartolas do clube

ou pela situação ou pela oposição e cada um, cada torcida procura aglutinar o maior número de pessoas e o que se vê é que há um, muitas dessas torcidas, não vou dizer todas, não digo todas, mas muitas dessas torcidas viraram antros de marginais viraram um ponto de abrigo de marginais e é isso que explica essa violência, inacreditável que a gente vê nos dias de hoje isso daí a gente não conseguiu perceber na época, até em parte pel' aquilo que a gente disse, era uma coisa bem menos visível mas já se podia perceber que aquela situação poderia desembocar no que desembocou hoje.

**F:** Voltando só pra questão da linguagem do jornal é interessante que ele fala “Nós”, não é? Como “Nós Corinthians, Nós torcedores” e tinha uma linguagem também às vezes provocativa, uma certa ironia às vezes, essa linguagem, como que vocês trabalhavam? “Atacamos muito no jogo passado mas não conseguimos vencer”. Era sempre assim?

**T:** Era uma forma de a gente se identificar mais ainda com o clube, porque você tá fazendo um jornal para um time você quer se identificar com aquele clube, você quer mostrar que você está ao lado daquele clube então ficaria uma coisa bem distante falar assim: “Ah o time do Corinthians jogou mal, perdeu muitas chances e coisa e tal”, então a forma de mostrar essa participação nossa dentro do evento em si é dizer, “Atacamos mais, perdemos muito gol, não tivemos sorte e coisa e tal” que cria essa proximidade com o clube, embora a gente não tivesse absolutamente nada a ver com o clube tanto é que você vai encontrar aí manchetes de jornal onde a gente não, nunca falando mal do Corinthians como o próprio torcedor, dificilmente você vai encontrar um torcedor do Corinthians que fala mal do time, mas ele fala mal de um jogador, ele fala mal de um presidente, de um técnico, sempre individualizando alguma situação, então você encontra no jornal manchetes contra o Vicente Matheus, por exemplo. Então a gente não tinha nada com o cartola não tinha ligação nenhuma com cartola nenhum e o que a gente queria, cobrava mesmo, era um comportamento que levasse o Corinthians às posições que a gente idealizava que deveriam ser tomadas e que deviam servir de alavanca pra que o Corinthians conseguisse os títulos, conseguisse as vitórias que era o interesse da própria torcida embora a gente não falasse em nome de torcida nenhuma.

**F:** É que uma coisa que tou achando assim, é quando você fala “Nós” a gente fala “Nós Corinthians” mas é a linguagem do torcedor não é? Quando eu falo, eu por exemplo falo assim “Ah” ou você pergunta pra mim o resultado “Nós ganhamos ontem”, então não que o jornal seja do torcedor mas ele, o jornal representa o torcedor.

**T:** O jornal se colocava no lugar do torcedor, era essa a nossa, a nossa posição era se colocar no lugar do torcedor e era isso que nos fazia cobrar do presidente exigir comportamentos adequados porque a gente tava sempre assumindo a posição do torcedor do Corinthians.

**Fábio:** - Então, até a sua entrevista por telefone foi perfeita, eu tava relendo e tal, ela me ajudou muito e foi a primeira, não sei se você lembra? É que quando você falou agora que não era o jornal da torcida eu não tava entendendo porque você tinha falado que um, era até um porta voz da, o jornal não é da torcida realmente...

**T:** É, a gente...

**Fábio:** - Mas vocês representavam a torcida daí me confundiu um pouco a cabeça.

**T:** Não, quando eu falo da torcida é que, eu quero deixar muito claro que a gente não defendia nenhuma torcida especificamente mas sim O torcedor, o corintiano.

**F:** Então, sim é que já vi que você gosta de mostrar essa questão da torcida que realmente não é uma, não ficou uma coisa nada saudável, mas vocês representavam o torcedor individual, até coletivo do Corinthians, com espírito do torcedor que ele tinha que ter.

**T:** É, porque, veja bem ...

**F:** Que xinga, reclama e muito elogio às cartas. Se você for analisar as cartas, são muito interessantes elas são extremamente emotivas, passionais, críticas. É a linguagem do jornal também.

**T:** É. Porque se você for ver, qualquer torcedor hoje em dia, qualquer clube tem a sua, tem aquele, tem as suas torcidas organizadas e tem o torcedor puro, aquele que nunca botou o pé numa torcida organizada, que...

**F:** Respeita o espaço.

**T:** Respeita o espaço de todo mundo, que eventualmente vai ao estádio e pode até não ir ao estádio mas é um torcedor, hoje em dia tá tão complicado esse negócio de violência no estádio que muita, eu conheço muita gente tá deixando de, tá deixando não, deixou de ir ao estádio porque não suporta ver se passar por situações que, primeiro porque o torcedor hoje em dia é tratado como gado num campo de futebol, é absurdo o tratamento que se oferece ao torcedor de futebol, então muita gente...

**F:** E é caro.

**T:** É caro, é um negócio caro, você não tem conforto dentro do estádio, você não tem conforto fora do estádio, você não tem lugar pra estacionar, você não tem condução pra chegar no estádio, não tem nada. Sua obrigação é só ir lá pagar. Então muitos torcedores estão deixando de ir ao estádio, mas ele não deixa de ser torcedor.

**F:** Televisivo que nem eu.

**T:** Vê o jogo pela televisão, se ele não vê pela televisão ele acompanha pelo rádio, ele tá sempre ligado no clube dele. Então era essa posição que a gente defendia, sem essa visão que a gente tem hoje de torcida violenta, de bandido dentro do estádio, de, até de droga rolando à vontade por aí. Então a nossa posição era de nos colocarmos como torcedores do Corinthians, era essa a grande missão que a gente tinha de fazer o jornal mostrando essa posição.

**F:** E o critério de noticiabilidade era universo Corinthians tudo que interessasse.

**T:** Só universo Corinthians. Tudo que dissesse respeito ao Corinthians era que nos interessava.

**F:** Dentro e fora do campo?

**T:** Isso.

**F:** Dentro e fora do clube?

**T:** Também.

**F:** Porque vocês tinham uma seção de amadores, não é? Futebol, de esporte amador.

**T:** Tinha, tinha, o Corinthians tinha, hoje em dia acho que as atividades de esporte amador do Corinthians, pelo que sei, estão reduzidas a quase nada, mas naquela época ainda tinha alguma coisa, tinha futebol de salão, tinha...

**F:** Era, eu pesquisei isso era muito, o Corinthians sempre foi muito forte em esporte amador desde o começo, do início.

**T:** É não é? Então naquela época tinha ainda alguma coisa, já tava começando a encontrar dificuldades esses esportes amadores, mas tinha basquete tinha acho que vôlei, se não me engano....

**F:** Vôlei forte, Handball forte

**T: F:** Handball, então a gente dava o noticiário desses esportes amadores também porque...

**F:** Nessa hora vocês se aproximavam do clube não é?

**T:** Isso, isso. Mas era uma coisa que a gente fazia pra dizer...pra que isso daí, porque por exemplo o torcedor que mora lá na, num determinado lugar lá bem na periferia nunca, ele não vai saber que o time de handball ta jogando com o Banespa, ganhou, perdeu sei lá o que aconteceu então tava no jornal, a gente dava a informação pra ele.

**F:** E o Corinthians sem H porque é que foi...?

**T:** A história do Corinthians sem H é interessante, no Jornal da Tarde, não tanto, no Jornal da Tarde eu acho que não mas o que foi o precursor do Jornal da Tarde foi um jornal de esporte chamado Edição de Esportes, essa Edição de Esportes era um jornalzinho dominical que era ligado, que era do Estadão, o Estadão montou uma equipe, porque o Estadão não saía às segundas feiras o Estadão, o domingo era sagrado pros jornalistas do Estadão ele não saía às segundas feiras então o Noticiário de Esportes só ia sair na terça feira completamente frio se bem que naquela época não tinha Internet, não tinha cobertura que o esporte tem hoje em dia, o frio era até relativo não é? O jornal saía na terça feira falando “Ah o São Paulo ganhou ou perdeu, o Corinthians ganhou ou perdeu e quem fez gol quem não fez”, não tava tão frio como estaria hoje pelos meios de comunicação que existem hoje. Mas então, voltando ao caso do Corinthians com H, essa Edição de Esportes, da qual eu fui editor durante um certo tempo, nesse jornal a gente escrevia Corinthians sem H, se você me perguntar motivo, nenhum, ou um, mas aparente. Corinthians é um nome muito comprido e uma letra às vezes faz diferença num título, então alguém lá resolveu um dia botar Corinthians sem H e ficou sem H, da Edição de Esportes pro Jornal da Tarde passou o hábito de fazer também dar o nome do Corinthians sem H, mas é uma coisa estúpida que nós fizemos, totalmente idiota porque Corinthians é Corinthians com H. Eu lembro que nós recebemos no, na Edição de Esportes, no Jornal da Tarde, quando saía Corinthians sem H os caras reclamavam.

**F:** No Coração saiu também sem H.

**T:** E aí no Coração era mais complicado ainda porque veja bem, o Coração é um tabloide você vê, se você escrever, veja a manchete que esta aí, se você escrever Corinthians naquele tipo, com aquela tipologia a palavra Corinthians toma a extensão toda do tabloide então o seu título morreu, você botou Corinthians acabou não tem mais nada pra você escrever, então, pode parecer idiotice mas uma letra às vezes faz alguma diferença, então basicamente foi por isso, não havia nada contra ter Corinthians ter H ou não ter H mas a...

**F:** Até porque é uso pela língua e pela tradição que se diz não é?

**T:** Claro, claro.

**F:** Bahia é tradição manter...

**T:** Não tinha porque ia ficar Bahia com H mas Bahia é com H ...

**F:** E é a tradição a língua aceita ...

**T:** E acabou.

**F:** A tradição.

**T:** E é um nome é uma marca, uma marca você não mexe na marca, se eu boto um nome lá XPTO ninguém vai dizer que eu posso tirar o P se eu tirar o P do XPTO na minha empresa ela vira XO e aí acabou.

**F:** E eu vou contar pra você engraçado, o Elói quando eu perguntei isso ele falou e tal..."Olha só tem uma coisa que eu me arrependo do jornal é isso, ter tirado o H do Corinthians.

**T:** Pois eu posso dizer a mesma coisa, eu me arrependo de não ter mantido, porque era uma coisa tão própria do Corinthians, Corinthians é com H é a marca do time, do clube e não havia nenhuma razão pra gente tirar o H do Corinthians, não havia nenhuma razão e a gente tirou, mas até por aquelas infantilidades que a gente comete meio na juventude na...

**F:** Mas se o H foi talvez infeliz você pode afirmar de que o tabloide Coração, ele tinha a influência gráfica, de visual do Jornal da Tarde?

**T:** Tinha, tinha, a gente procurava até fugir um pouco para não ficar parecendo que era um filhote do Jornal da Tarde até porque éramos todos jornalistas que trabalhavam no Jornal da Tarde e a gente não queria que essa identidade dum veículo de nome como era o Jornal da Tarde fosse, contaminasse o Coração então a gente procurava fugir um pouco da característica do Jornal da Tarde mas era praticamente impossível porque você tá habituado a fazer um determinado tipo de coisa que você acha, por exemplo, tou no Jornal da Tarde, o melhor o melhor que eu posso fazer é isso se eu chego no jornal, no Coração qual é o melhor que eu posso fazer, seria também aquilo então não dá pra você separar muito as coisas havia muita influência, a gente recebia muita influência do Jornal da Tarde mas havia também um esforço que a gente fazia pra que eu ficasse diferenciado para que não ficasse, como eu disse, parecendo que isso daí era um apêndice do Jornal da Tarde.

**F:** As principais características do Jornal da Tarde seriam a manchete, muito bem limpo, não é? Claro, os olhinhos, o que é que você fala que, e um texto, a preocupação com o texto também.

**T:** É a preocupação com o texto era muito, muito premente no Jornal da Tarde, eu lembro que a gente, principalmente no começo do Jornal da Tarde, a gente pegava um texto de um repórter, sentava às vezes três ou quatro pessoas pra decidir sobre o lide daquela matéria "Ah não esse lide não pode ser assim, vamos fazer assim", três ou quatro pessoas mudando pra fazer um lide, pra fazer uma estruturação nova sei lá, se fosse o caso, no texto. Então no Jornal da Tarde a preocupação com o texto era um negócio levado ao extremo, era um negócio até meio insano diria a você que era um negócio meio insano. No Coração a gente

não tinha condição de fazer isso até porque eram poucas pessoas fazendo o jornal e cuidando da redação tinha eu, o Elói, o Scatamachia que também ajudava muito na área de fazer o fechamento, fazer texto, fazer títulos, dar um fechamento numa página, então a gente não tinha esse tempo todo pra pegar um texto mas como era, geralmente eram textos das pessoas que trabalhavam, da própria equipe, já eram textos praticamente definitivos então não dava muita coisa pra você mexer, então você recebia um texto do Otacílio você não ia mexer no texto do Otacílio, não ia mexer no texto do Pedrinho, podia mudar uma ou outra coisinha mas era um pelozinho de nada assim, podia dar algum trabalho, algum material que você recebesse de outro lugar mas era raríssimo acontecer isso, vinha às vezes um texto lá, você pedia um texto lá da Recife por exemplo poderia ter uma matéria sobre, não sei nem se teve esse caso mas poderia ter um texto de um jogador que veio de... po Corinthians a gente pedia uma matéria de alguém de lá então a gente aqui dava uma ajeitada mas trabalhava-se muito pouco no texto em si, o que a gente seguia como influência do Jornal da Tarde era a página ser arejada, ter olhos, ter um espírito bem criativo em tudo que se fazia, isso era a influência maior que o jornal trazia pra gente.

**F:** Perfeito. A questão de tiragem, a sustentação econômica você já falou um pouco não era tanto sua função é complicado, você lembra alguma coisa de tiragem, quantos, porque no primeiro, no segundo número fala que dobrou a tiragem.

**T:** Eu lembro que a primeira edição foi algo em torno de 20.000 exemplares, se não me engano, e a gente, ou 40.000 ou a gente teve que dobrar pra 40.000 na segunda, essa daí a minha memória..., quem vai te dizer isso, com certeza, é o Prado mas eu acho que foi, saltou de 20 pra 40 acho que do primeiro pro segundo, se não me engano, acho que foi isso, mas com certeza o Prado vai te dizer isso daí. E a gente manteve uma tiragem expressiva em torno aí dos 40, 30, 40.000 exemplares que era uma tiragem espetacular pra um jornal feito principalmente assim meio em cima da perna, como a gente costumava fazer, não é um, não tinha uma estrutura pra, por trás da gente pa bancar um jornal, era uma tiragem que muitos jornais grandes da cidade não tinha, muitos jornais da cidade não tinha essa tiragem e por sorte foi o que praticamente, dado que a receita de publicidade era pequena, foi o quem bancou muito o nosso jornal.

**F:** À venda em banca e assinatura?

**T:** À venda em banca e assinatura isso daí realmente, se bem que assinatura é um negócio complicado porque você recebe uma receita antecipada e depois você fica com a obrigação de cumprir a entrega do jornal, você não pode tar falhando com... , a venda em banca é mais positiva nesse sentido quanto mais se vende em banca melhor é.

**F:** E na sua opinião por que é que o jornal acabou qual, que é que, qual foram os acontecimentos que fizeram o fim do jornal, que estimularam o fim do jornal?

**T:** Olha, um pouco foi um certo desalento de ver que o jornal não conse..., tava patinando a gente imaginava que o jornal poderia avançar e, não que a gente imaginasse que pudesse ter uma tiragem que fosse crescendo sempre porque as tiragens de jornal são pequenas realmente não é, mas a gente imaginava talvez que não exigisse tanto sacrifício da gente e nos trouxesse mais compensações. Durante um ano você faz um jornal pelo prazer de fazer você ta fazendo como eu disse já no começo, a gente fazia o jornal com tremendo prazer, eu ia pra sede do jornal com muito prazer eu saía do Jornal da Tarde alta madrugada sem a menor má vontade, falava “Putz eu vou ter que ir lá fechar o jornal, tem uma página que ta aberta, tem alguma coisa...”, nada eu ia com uma alegria enorme porque eu sabia que eu chegava lá fazia um

negócio que eu tava gostando de fazer, gostava de fazer mesmo, mas a gente vê que o jornal começa a patinar ele não sai do lugar, você vende o almoço pra comprar o jantar, sabe aquela história. Como eu disse, eu nunca pensei assim “Ah eu vou ficar milionário ganhando, fazendo o jornal”, mas é obvio que se, depois de um ano fazendo o jornal sem tirar um centavo do jornal, o jornal dava um grande prazer de ser feito mas e dava um trabalho também e você vai ficando cansado, você chega numa hora você vai lá “Putz ta, ta ficando cansativo o negócio essa brincadeira...”, principalmente pela perspectiva que não existia, quando você ta no começo do jornal você acha sempre que a perspectiva ta ali na frente vai acontecer alguma coisa lá quando você ta chegando à conclusão de que essa perspectiva ela ta se diluindo, ela ta sumindo você fala “Eu vou ficar fazendo isso porquê? Porque me dá prazer? Dá.” Dava muito prazer fazer o jornal mas isso aqui também tem outras compensações eu tinha filhos pequenos, tenho dois filhos eu largava meus filhos em casa, minha mulher foi uma heroína nesse tempo porquê ela cuidava de tudo sozinha, ela levava na escola, levava na natação ela fazia tudo eu tava por conta do meu jor... do meu emprego no Jornal da Tarde e por conta do Coração. Então você ta se impondo sacrifício sem uma perspectiva de que aquilo te traga qualquer benefício a mais além daquele prazer de fazer o teu trabalho jornalístico, o trabalho jornalístico bem feito dá prazer mas também você quer sempre ter algo a mais que a gente não tava nem tendo nem vendo perspectiva de que iria ter então acho que isso daí foi desalentando a equipe toda e chegou uma hora que a gente falou assim “É melhor não continuar”.

**F:** E o fator externo do Corinthians ter sido campeão?

**T:** Olha isso daí de certa forma contribuiu, mas não do ponto de vista estrito do Corinthians ser campeão porque foi um negócio incrível porque quando o Corinthians foi campeão a nossa tiragem despencou barbaramente.

**F:** Após...

**T:** Após o Corinthians ser campeão ela despencou muito, então a receita que já era pequena e que já tava complicada, ficou mais ainda, ficou mais complicada a situação financeira nossa. Você pode até trabalhar sem ganhos mas também você não vai tirar do teu bolso pra trabalhar e a perspectiva que tava começando a se formar era essa porque a tiragem estava caindo, o jornal começou a bambejar das pernas então o que é que vai acontecer, a perspectiva que se abre qual é? Bom vai ter um problema qualquer agora aí, a gente não vai ter como pagar a tiragem do jornal, o papel do jornal e isso daí vai ser um negócio que vai recair em cima de todos nós somos os sócios a empresa tava no nome de nós seis, então é o que eu disse, se você trabalha, se pode trabalhar com prazer sem ganhar, mas quando a perspectiva é você começar a ter que meter a mão no bolso aí complica mais ainda.

**F:** É porque você disse na entrevista por telefone e ficou muito bem colocado de que até meio, uma coisa meio paradoxal a mesma situação que estimulou o nascimento do jornal que foi o jejum de títulos quando ele aconteceu, ele foi, motivou a sua morte é bem isso daí?

**T:** É bem isso aquele, porque há estudos aí, de... em torno dessa paixão corintiana, que ela cresceu extraordinariamente justamente no período de jejum de títulos, quanto mais o Corinthians ficava alijado das conquistas mais a torcida crescia, mais a flama corintiana se incendiava e aquela paixão realmente foi crescendo até atingir o máximo que foi quando o Corinthians conseguiu o título, conseguiu o título deu aquela refluída “Ah é o alívio, conseguimos”, não tem mais espera, não tem mais jejum, não tem mais nada e agora? Agora o objetivo que existia antes era conquistar um título, o título ta conquistado, acabou não tem



mais objetivo, você pode pensar “Ah não quero ganhar o segundo título”, mas não vai ter nunca importância daquele título que quebrou o jejum.

**F:** Mas isso é interessante que daí é que o jornal fica mais ainda uma metáfora, mais ainda uma representação da torcida porque ele também gritou nesse jejum e depois que ganhou parece que também não tinha tanto a falar.

**T:** Não tinha mesmo, não tinha mesmo porque quando o jornal nasceu a gente nasceu embalado por aquele sonho o Corinthians vai deixar de ser esse eterno postulante a ser campeão e a gente foi nesse embalo esse embalo foi crescendo, essa perspectiva de que “Não esse ano vai dar, não deu, no ano que vem dá e coisa e...” a torcida crescia o fogo pela conquista, pela necessidade de conquista crescia também, mas a partir do momento que conseguiu o título, aquela necessidade desapareceu e coincidiu, eu não vou dizer que seja só isso, digamos vamos imaginar o seguinte que a gente tenha, tivesse um patrocinador por trás a gente até teve propostas de gente que queria patrocinar o jornal e a gente em nome da independência não aceitou. Mas vamos imaginar que a gente tivesse um patrocinador que nos garantisse a tiragem, papel, tudo. Vamos imaginar que tivesse esse patrocinador e que a gente pudesse até ganhar um salário adicional, fazendo o jornal, tudo isso não seria suficiente pra manter o jornal a partir do momento em que ele foi campeão porque o próprio interesse pela coisa refluíu a partir daí.

**F:** Até daria pra fazer uma análise mais ainda profunda dessa de com o jornal incorporado no torcedor ele viveu essa paixão, o próprio jornal como multiplicador e solidário dessa torcida, é bacana isso aqui, dá pra perceber que ele, no meu caso que comprava também era como se alguém comigo querendo a mesma coisa só que agora de uma forma com outras pessoas participando. O Corinthians tinha um jornal, o torcedor corintiano tinha um jornal dele, pra ele se encontrar, se representar.

**T:** Uma coisa semelhante aconteceu algum tempo depois com o próprio Corinthians que era o fato do Corinthians não ter um título internacional de relevância, todo corintiano era gozado porque “Ah vocês não têm nem passaporte”.

**F:** Era verdade.

**T:** Vocês não ganharam, nunca ganharam nem uma taça Libertadores, não ganharam nada e isso espezinava o corintiano então a partir do momento que o Corinthians ganha Libertadores, ganha título mundial...

**F:** É um resfriamento.

**T:** É um resfriamento porque o que é que acontece hoje, ninguém pode mais gozar o corintiano, em cima, pelo menos desses fatos.

**F:** Perfeito. Só uma questão, você que trabalhou tanto na imprensa esportiva; na época a gente tinha Manchete Esportiva, Placar, Gazeta Esportiva, Os Cadernos de Esporte e o Coração, como o Coração encaixa aí, não havia no mercado uma concorrência não por ele ser bem segmentado, diferente, como você via a imprensa esportiva?

**T:** Em relação ao Coração não havia concorrência nenhuma porque era um negócio bem segmentado mesmo, então não existia nenhum outro veículo que só tratasse do Corinthians, então a gente tava sozinho nesse ponto. Agora a imprensa esportiva na época, já tinha o Placar naquela época?

**F:** Já tinha.

**T:** Ah tinha tanto é que o Mota era fotógrafo da, do Placar. Foi uma época que houve uma certa explosão também na área do jornalismo esportivo, muita coisa se fez no jornalismo esportivo, o próprio Jornal da Tarde era um jornal com um viés esportivo muito grande, as coberturas esportivas do Jornal da Tarde eram...

**F:** Bacanas.

**T:** Eram fabulosas, tinha uma equipe enorme pra fazer esporte e a cobertura diária do Jornal da Tarde sobre esporte era muito boa. A Gazeta Esportiva já estava em decadência nessa época, tinha sido o jornal mais importante da imprensa brasileira dedicada à área esportiva, um outro jornal que existia da área esportiva que era o Mundo Esportivo tinha fechado uns tempos atrás então a Gazeta tinha ficado sozinha nessa área de cobertura esportiva, mas os outros jornais tinham uma cobertura muito boa, tinha Última Hora que dava boa cobertura tinha Diário Popular,

**F:** Diário Popular.

**T:** Que dava uma boa cobertura, então os únicos jornais que tinham uma cobertura mais contida um pouco em relação ao esporte era o Estadão e a Folha os outros jornais tinham uma cobertura razoavelmente boa e... mas a gente nunca foi afetado por isso porque como disse,

**F:** Era uma idéia diferenciada.

**T:** Era uma coisa completamente distante.

**F:** E a própria linguagem que vocês faziam nenhum outro poderia fazer.

**T:** De jeito nenhum.

**Fábio:** - Do “Nós”.

**T:** É.

**F:** Legal. Você, já tamos chegando ao final, os outros fundadores você encontra normalmente, como que você, qual é a relação que tem hoje?

**T:** Eu praticamente perdi o contato com muitas, muitos dessas, muitas dessas pessoas, a pessoa com que eu tenho mais contato, geralmente até me encontro, geralmente a gente vai comer uma pizza, conversar, jogar um papo fora é o Edson Scatamachia, o Elói eu tinha perdido o contato voltei a manter contato com ele em função desse trabalho seu que me impôs até a localizar, saber onde ele tava e a gente agora até é amigo no facebook, então a gente tem mantido contato pelo facebook mas o Pedro Autran e o Otacílio eu perdi completamente o contato e o Prado também porque o Prado, eu nem sei onde que ta.

**F:** Ele ta no Tribunal de Justiça.

**T:** Ah você me falou que ele tava no tribunal, então esses aí eu perdi realmente o contato mas, o único que eu ainda tenho contato mais próximo é o Edson Scatamachia.

**F:** Tim Teixeira fala da dona Geralda pra gente. Ninguém tirou nenhum dinheiro de lá mas aí você me falou uma coisa muito engraçada que a única que, se foi alguém, a única que tirou dinheiro lá foi a dona Geralda.

**T:** A dona Geralda era uma figura interessante, era uma senhora negra, enorme, gorda, bem gordona, alta, com uma mão espetacular pra cozinha, ela fazia toda quarta feira, ela fazia uma feijoada e não só a feijoada dela era muito boa, como qualquer coisa que ela fizesse era bom. Então uma das coisas, das vantagens que a gente tinha e a dona Geralda cuidava de tudo, ela fazia limpeza, ela fazia a comida, ela, toda... ela era realmente a serviçal da casa e a gente tinha um carinho enorme por ela e o fato dela cozinhar tão bem fez fama no meio jornalístico então era impressionante o número de pessoas que apareciam lá na nossa sede na hora do almoço, simplesmente pra almoçar gente que às vezes não tinha nada a ver com o jornal mas ia lá na hora do almoço pra bater papo coisa e tal embarcava na comida da dona Geralda e era realmente a única pessoa que era assalariada e que pôde tirar algum dinheiro dessa, desse nosso empreendimento porque ela, coitada, não fazia sentido ela trabalhar pelo amor ao Corinthians até porque nem corintiana eu sei se ela era, acho que nem era corintiana porque ela nunca ouvi ela tocar uma palavra de futebol mas se fosse corintiana também merecia ser paga porque ela tinha uma mão pra cozinha que era um espetáculo.

**F:** Outra coisa o Edson mandou perguntar se você lembrava do filé que ela fazia, que era muito bom, lembra-se se é à Parmegiana ou à Milanesa? Ele falou “Pergunta pro Tim que ele deve lembrar” que ele disse que “Ela fazia um filé que era maravilhoso! Só que não lembro qual que é”.

**T:** Era um filé acebolado.

**F:** Nem à Parmegiana nem à Milanesa.

**T:** Nem à Parmegiana nem à Milanesa, era um filé acebolado que você comia aquele filé com arroz que ela fazia e com feijão que ela fazia, era um negócio dos deuses, era um negócio espetacular, mas era acebolado. Mas tudo, tudo que ela fazia era muito bom, era muito bom. A feijoada, por exemplo, eu não sou muito de, muito fã de feijoada, então eu até preferia realmente o filé acebolado dela que era... pro meu gosto era o melhor.

**F:** Há uma versão que você até comentou ou outros comentaram de que alguns colaboradores entregavam matéria e se ofereciam pra fazer matéria pra ir lá almoçar a comida dela, é verdade?

**T:** Exatamente, geralmente até gente que não tava fazendo nada pro jornal, como eu disse, que batia lá na hora do almoço porque sabia que tinha lá um rangozinho especial pra comer e quem tinha matéria pra entregar ou pra pegar uma pauta e coisa e tal, espertamente ia lá na hora do almoço também porque sabia que não ia sair no prejuízo pelo menos um lucrinho ia ter. A gora esse pessoal que fazia freela pra gente tinha alguns que faziam freela, esse pessoal a gente sempre pagou com os recursos que entravam a gente sempre teve pelo menos condição de pagar, não digo todo mundo mas a maioria a gente pagou os freela normalmente.

**F:** Carlito Maia, você já falou nesse meu primeiro artigo, eu montei um sub título e colocando os dois como as pessoas externas que ajudaram na sustentação do jornal, eu fiz uma brincadeira com a dona Geralda porque ela trazia essas pessoas e o Carlito pela rede Globo e eles se juntam no final.

**T:** Exatamente.

**F:** Que ela também pegou ele pelo estômago.

**T:** Pegou ele pelo estômago.

**F:** Certo. O jornal então cumpriu o seu objetivo?

**T:** Cumpriu, ele cumpriu o objetivo jornalístico dele que era ser realmente esse veículo que ele se propunha ser, isso ele cumpriu integralmente. Como eu disse, acho que eu disse isso pra você na primeira, na primeira entrevista. O Coração foi um tremendo sucesso jornalístico e um rotundo fracasso financeiro, o rotundo fracasso financeiro é um pouco de exagero da minha parte porque ele se manteve precariamente ou com alguma dificuldade mas não deixou de cumprir todos os seus compromissos financeiros, não demos cano em ninguém, todos, gráfica, fornecedor de papel, todo mundo que trabalhou com a gente recebeu exatamente o que tinha que receber, só que pra nós que fizemos o jornal não veio nenhum benefício, pelo menos na parte financeira não veio, só deu realmente o prazer de fazer uma coisa que a gente fez bem feito na época. Talvez hoje em dia se você fosse, se nós fossemos fazer o jornal não fizéssemos da forma com foi feito mas tudo tem o seu tempo, tudo tá enquadrado nas circunstâncias temporais que a gente tem que levar em conta e, hoje em dia as condições são totalmente diferentes. Esse jornal, eu tenho a impressão que um jornal como esse, hoje em dia, nem tem mais sentido, pela, pelo próprio rumo que tomou a imprensa, não é, com veículos tão, tão diferentes, tão, uma coisa de Internet que hoje em dia, hoje em dia o próprio jornal a grande, a chamada grande imprensa você vê que tá enfrentando uma dificuldade muito grande de se manter, tem jornal aí encerrando as edições impressas, para se ficar apenas na Internet então hoje em dia eu acho que não haveria mais condição de fazer um jornal como esse.

**F:** O jornal segmentado, hoje em dia dessa forma seria complicado.

**T:** É o jornal impresso em si, hoje em dia ele tá praticamente condenado depende, tendo alguns veículos pode se manter pela tradição, por tudo, o jornal como o Estado de S. Paulo, uma Folha, o Globo é difícil se imaginar que um jornal desses deixe de ser impresso embora eles estejam já postando muita coisa em cima da Internet, então tudo que se encontra nesses veículos você já encontra antecipado na Internet.

**F:** Você falou de seção do, e o jornal também tinha o seu lado “Para o Homem”, tinha gente, “Gente da Torcida”, a seção “Nossa Gente”.

**T:** “Nossa Gente”.

**F:** E vocês pegavam mulheres famosas, celebridades.

**T:** Isso daí era mais uma, mais uma brincadeira na verdade porque a gente botava lá uma moça famosa.

**F:** Sônia Braga, Rita Lee, Regina Duarte.

**T:** Eu não sei, quer dizer, no começo a gente começou, fez algumas páginas com essas, com essas personalidades mas no fim eu acho que teve até umas moças lá que nem corinthianas eram elas apareceram mais lá para mostrar as curvas delas do que o seu amor pelo Corinthians.

**F:** E o “Corinteste” que você inventou, “Corinteste” era uma seção no final do jornal, como que é?

**T:** Então, era uma seção destinada a testar os conhecimentos do torcedor sobre o Corinthians então eu imaginei, é um teste mesmo de conhecimento, botava lá uma pergunta: em 1951 o Corinthians ganhou do São Paulo por 3-1, Baltazar fez 2 gols, quem fez o terceiro? Aí tinha lá as três opções, Luizinho, Cláudio, não sei quem mais. Quer dizer era um negócio que eu bolei de fazer e eu gostava muito de fazer, adorava fazer essa seção então, mas era também uma coisa mais pra dar leveza ao jornal pra não ficar só em matéria, matéria, matéria. Era um negócio que eu gostava de fazer e...

**F:** E você sendo São Paulino teve alguma coisa constrangedora, algum problema fora, de seus amigos são-paulinos ou alguma coisa, não?

**T:** Não, a única pessoa que me fez uma pergunta foi o meu irmão que também era São Paulino ele falou assim: “Puxa vida mas você, a última pessoa que eu imaginei que fosse fazer um jornal do Corinthians era você” “Não, não, isso daí não quer dizer nada e coisa e tal”, mas é, algum comentário sempre existia de fato, até cartas nós recebemos de corintianos até contestando o fato de ter São Paulino e Palmeirense na redação do jornal.

**F:** Ou então torcedores bem informados não é?

**T:** É.

**F:** E como é que eles sabiam que vocês eram...?

**T:** Não sei como é que souberam mas souberam e houve cartas sobre isso mas a gente tinha realmente aquele negócio de, vestia a camisa você tava lá dentro você vestia a camisa do Corinthians você passava a ser um torcedor do Corinthians imbuído de defender os interesses do torcedor, do próprio Corinthians de estar ao lado do time pro que desse e viesse.

**F:** A seção de cartas, você mexia, você escolhia também, era em média 6/7 cartas por edição?

**T:** É, a seção de cartas eu também fazia, às vezes outras pessoas faziam, não era uma coisa muito fixa o Scatamachia fazia, o Pedrinho podia fazer, qualquer um...

**F:** O Elói.

**T:** Qualquer um podia fazer, sabe, mas a gente recebia muito mais cartas do que realmente, tinha condição de publicar.

**F:** Vocês colocaram no numero dizendo que era uma média de 50 cartas por semana.

**T:** Exatamente.

**F:** E eu fiz um levantamento, tem do Bras..., tem do Estado de S. Paulo inteiro e até de fora do Estado de S. Paulo nesse período do ano as dez primeiras.

**T:** É.

**F:** Eu tenho o número de cartas, eu fiz todo o levantamento, de publicidade, quais, quantas, quais foram mais... eu vou colocar também no trabalho.

**T:** - Hum! Hum!

**F:** Ótimo, acho que acabou não é? Então mas as considerações finais, que é que você gostaria de falar, que acha que faltou. Eu agradeço a sua entrevista e reforço de que será utilizada sim e pode tornar pública no sentido de que outros vão ler que eu acho que é muito interessante porque é a história do jornal que eu vou colocar as citações devidamente creditadas sempre dentro do contexto contando a história dessas, o que eu acho mais importante de que cada um falou pra construção do começo, meio e fim do jornal, até inclusive eu ia te falar, depois que eu entrevistei você o título que eu dei pro jornal foi inspirado nas suas palavras, só que eu também achei meio exagerado e falei isso até pro Prado, que seria a pessoa que poderia ficar mais sentida, que eu falei, eu coloquei assim: “Coração o jornal da torcida corintiana sucesso editorial, fracasso capital” Só que eu também, eu hoje eu não faria talvez o mesmo porque eu tou tentando achar uma palavra melhor pro fracasso, porque sucesso editorial foi mas o fracasso capital que daí uma pessoa até questionou: “Mas se foi fracasso capital como foi um sucesso editorial?”.

**T:** Fica meio contraditório.

**F:** Quer dizer, eu entendo.

**T:** É.

**F:** O que eu quis dizer, mas pra quem lê pode me criticar por isso, não, não existe isso.

**T:** Não, é, ele fica meio contraditório mas é possível de se entender, sim é possível de se entender a gente não conseguiu viabilizar a continuidade do jornal, como eu disse pra você, possivelmente hoje esse jornal não teria mais condição de continuar existindo mesmo que a gente tivesse, como eu falei, se a gente tivesse esse apoio financeiro ele teria deixado de ter o seu sentido, ele teria deixado de ter o seu sentido, ele teria deixado de ter o seu sentido, que foi o que embalou o jornal, que levou o jornal a ser realmente um sucesso editorial, agora, essa colocação “Sucesso editorial fracasso capital” é no sentido de que ele não se viabilizou economicamente.

**F:** Justamente.

**T:** Só isso.

**F:** Mas é isso aí, vamos...

*Entrevista 10 - Elói Gertel – 04/12/13**Gravação com gravador digital - pessoal**Entrevistador: Fábio Camargo Fleury de Oliveira*

**Fábio:** Elói, eu só vou fazer uma abertura dizendo que o objetivo deste meu trabalho, da minha dissertação, é reconstruir a história do jornal o “Coração” que é um jornal que eu tenho contato já algum tempo e resolvi estudá-lo.

Essa dissertação, os artigos que eu vou construindo com esse trabalho eles vão virar um artigo, um capítulo de um livro, e a minha dissertação, possivelmente, um livro. Com isso eu quero dizer que ele vai se tornar público, o artigo vai parar na internet. Então, as pessoas vão conhecer o meu trabalho, certo?

Outra questão: como eu já entrevistei vocês por telefone, fiz uma entrevista meio exploratória do objeto, eu hoje tenho condições de fazer algumas intervenções com o objetivo de tentar ajudar na lembrança, na memória, tanto nas convergências como nas divergências. Então, eu posso fazer alguma intervenção em algum momento na entrevista para tentar ajudar em relação à construção dessa história, tá?

Então a gente vai começar a entrevista e a primeira coisa que eu quero que você fale para mim é que você faça uma apresentação com seu nome, onde nasceu, idade e sobre sua carreira.

**Elói:** Elói Lacerda Gertel. Eu nasci em São Paulo em maio de 1945. É, e eu posso dizer que eu cresci dentro de jornal, de redação, porque meu pai era jornalista, meu tio era jornalista e eu me lembro desde pequeno, nos fins de semana, meu pai tinha plantão, ele sempre me levava nas redações dos jornais onde ele trabalhou. Então, eu acabei tomando contato com o mundo dos jornalistas, com as redações e me empolgando por isso. Eu entrei na USP, mas não entrei em jornalismo, entrei no curso de Ciências Sociais, entrei em História também, isso há muito tempo, não existia Fuvest, eram provas totalmente diferentes e comecei esses cursos, mas, ao mesmo tempo, eu casei, tive que trabalhar e aí eu não consegui completá-los. Como na época não se exigia diploma para você poder exercer o jornalismo e como eu escrevia acho que razoavelmente e não tinha outra coisa que eu poderia fazer no momento, meu pai me incentivou a procurar uma redação e eu acabei batendo na porta do Diário Popular que era ainda na Praça Clóvis Bevilacqua que não existe mais. Cheguei lá com uma carta de recomendação de um amigo do meu pai, me pediram para eu fazer uma matéria até complicada, INPS na época. Eu fui, passei a tarde fazendo, voltei, escrevi e no dia seguinte quando eu voltei o chefe de reportagem falou “Você tem algum problema de acordar cedo?”, e eu falei “Não”, e ele “Então, você começa amanhã às sete da manhã” e foi assim que eu comecei. Comecei como repórter geral no Diário Popular em sessenta e sete. Trabalhei no Diário Popular até sessenta e nove, começo de setenta quando Cláudio Abramo me chamou para trabalhar na Folha na editoria de esportes junto com Haroldo Teorino que era o editor de esportes. Eu fui e fiquei na Folha até o começo de setenta um, meio de setenta um, não me lembro direito, quando eu fui chamado pelo Murilo Felisberto para o Jornal da Tarde que era o jornal que estava revolucionando a imprensa em São Paulo e eu fui para o Jornal da Tarde onde fiquei até 1984. Lá, eu fui repórter de esportes até fim de setenta e quatro, começo de setenta e cinco, depois eu passei para a pauta de esportes, aí me transferiram para chefia de reportagem e pauta geral, editoria geral que na época tinha uns trinta e cinco repórteres. Depois o jornal mudou para o Limão, eu continuei na chefia de reportagem da geral, depois

editei a geral por um tempo, fui o responsável pelas grandes coberturas especiais que marcaram o Jornal da Tarde. Em oitenta e quatro, eu acho que em função delas eu fui convidado para trabalhar na TV Globo em São Paulo. Ela estava passando por uma reformulação e Woile Guimarães, Dante Matusse, Raul Bastos, na época me convidaram para chefiar a reportagem em São Paulo. Eu fiquei na Globo até 1988, chefeiei reportagem por um bom tempo, depois chefeiei a redação junto com o Celso Kinjô e, em oitenta e oito, eu fui convidado pelo Rodrigo Mesquita para voltar ao grupo Estado. O grupo estava passando por um processo de reestruturação e ele tinha recebido a missão de reestruturar e modernizar a Agência Estado e eu fiquei na Agência Estado quase até me aposentar. Quando houve a reestruturação no grupo e a família Mesquita teve que se afastar temporariamente dos cargos executivos, eu acabei assumindo a Agência Estado por um período e depois junto com o Célio Virgílio, depois de um ano mais ou menos, assumi a superintendência do próprio grupo cuidando mais da parte informativa e fiquei nesse trabalho, fizemos toda reestruturação no grupo, e fiquei nesse trabalho até me aposentar, tem seis anos.

**F:** Seis anos?

**E:** 2006, talvez.

**F:** E como que nasceu a ideia do jornal o “Coração”?

**E:** Era uma época, na década de setenta, metade de sessenta em diante vai, melhor, que começou o nascimento e difusão de várias publicações em formato Tabloide sobre vários temas, algumas quinzenais outras semanais em vários setores e raríssimas ou nenhuma eu não me lembro, sobre esportes, principalmente, sobre futebol. Na época, mesmo sem ganhar títulos já há um bom tempo, desde cinquenta e quatro, o Corinthians levava ao campo um público espetacular. As partidas do Corinthians lotavam o Pacaembu, a paixão pelo Corinthians que nunca deixou de existir parece que crescia cada vez mais e eu, como um corinthiano desde criança, acabei perguntando a alguns amigos: “Por que que a gente não faz um jornal só do Corinthians? Tem tanta coisa pra gente falar. Vamos conversar com as pessoas e vamos sentir se isso tem alguma viabilidade ou não”. Todos nós trabalhávamos, eu e esses amigos, a maioria deles no Jornal da Tarde e eu acho que um no Estado, o João Prado, os outros no Jornal da Tarde e a gente trabalhava muito no Jornal da Tarde, era um trabalho que exigia, mas a gente gostava de futebol, acompanhava futebol. Eu, nessa época, já não estava mais no esportes, eu podia ir no Pacaembu e torcer tranquilamente. Sempre que eu tinha folga e que eu podia a minha paixão era ir ao Pacaembu e assistir ao Corinthians, sem usar credencial de imprensa, comprando ingresso, indo para o alambrado ou para arquibancada lá em cima, é uma característica minha vendo o jogo do Corinthians. Eu não consigo ver o jogo do Corinthians sentado, eu gosto de ver o jogo do Corinthians em pé. Então, eu ficava no alambrado ou ia lá pra cima da arquibancada. Então, eu comecei a perguntar para as pessoas, sem nenhum método científico, o que achavam disso. Eu e outros amigos, todo mundo adorou a ideia. “Compraria, compraria, compraria”. Os outros amigos com quem eu tinha conversado a respeito, éramos um grupo com liga, nem todos corinthianos, mas que gostavam da ideia, também começamos a perguntar e fomos incentivados de certa forma: “Olha, a ideia parece viável, é boa, vamos fazer.”. E eu acho que nasceu assim: “Então, por que não?”. Traçamos alguns princípios, o Corinthians tinha uma briga política terrível na época entre grupo de Wadih Helu, grupo de Vicente Matheus, grupo que não estava nem com Wadih Helu nem com Vicente Matheus, e a gente falou: “Olha não queremos ser de grupo nenhum, nós queremos ser independentes, nós queremos ser um jornal da torcida”. Isso marcou o jornal, nós fomos independentes, sempre pudemos apoiar quem nós achávamos que tinha razão no momento e sobre determinado fato ou não apoiar, mantendo a



neutralidade. Isso nos ajudou bastante. Fizemos o número zero, montamos esse grupo, montamos uma pequena empresa, conversamos com outros amigos que se dispuseram a colaborar, consultamos a nossa chefia do Jornal da Tarde se podíamos nas horas que não estivéssemos trabalhando, tocar esse empreendimento, fomos incentivados e, assim, nasceu o “Coração”.

**F:** E o nome, você lembra o porquê? “Coração”?

**E:** Não, não lembro. Nós discutimos algumas ideias, fizemos alguns modelos, minha memória, é, eu não consigo lembrar dos outros nomes, mas tinha “Mosqueteiro”, tinha uma série de nomes, mas aí achamos que “Coração” retratava melhor o que o corintiano estava sentindo, depois de tantos anos sem título e com tanta paixão, já eram vinte e dois anos sem título. Para você ter uma ideia, vinte e dois anos, em cinquenta e quatro quando o Corinthians foi campeão pela última vez que eu só ouvi pelo rádio eu tinha nove anos. Em setenta e seis, eu já tinha mais de trinta. Eu passei a minha infância, pré-adolescência, adolescência, início de maturidade sem ver o Corinthians ser campeão, só com esperanças “esse ano vai, esse ano vai” e no fim não ia, não conseguia, mas “o ano que vem vai”, superando todas as gozações e tudo, mas mantendo essa paixão. E nós achamos que “Coração” retratava bem isso.

**F:** Há uma versão que ficou de “Corinthians ação”, “Coração”.

**E:** É, pode ser...também isso. No meu caso particular era o coração, coração corintiano e a âncora e o remo no primeiro “o”, ficou bonito, né?

**F:** Ficou. E é o vermelho a única cor que tem?

**E:** É.

**F:** Elói, para você, pessoalmente, qual era o seu projeto pessoal com o jornal?

**E:** Bom, não meu, mas de todos, era que o jornal tivesse sucesso, que pudesse ser um empreendimento que tivesse sucesso, em termos de leitura e em termos financeiros também, também. Olha, a gente tinha uma visão de que: “Olha, se o Corinthians atrai tanta atenção, se o Corinthians atrai tanto a imprensa, se ele está tanto nas páginas dos jornais, se você vai numa entrevista numa quarta-feira, numa terça na véspera de um jogo do Corinthians, você tem, na época era assim, você tem quinze repórteres, você tem dez fotógrafos, você tem uma multidão, vão duas mil pessoas nos treinos, se o Pacaembu está sempre lotado, se a televisão está sempre interessada em transmitir os jogos cada vez mais, por que um jornal não poderia ter sucesso?”. O problema é que eram todos jornalistas, nós não tínhamos ninguém, na época marketing era uma coisa bem distante, ou forte na área comercial o suficiente. Então, era um grupo de jornalistas apaixonados, mas sem nenhuma experiência, expertise com relação às relações comerciais, à área comercial. O João Prado que ficou de certa forma, se a minha memória não falha, mais responsável por essa área, ele bateu todas as formas que ele conseguiu, todas as portas, percorreu todos os caminhos, mas foi muito difícil.

**F:** Os primeiros momentos do jornal, o que você lembra? Daí já na redação, vocês já na Rua Padre Chico, já na editora Tecla, já funcionando, o jornal já indo para as bancas. Os primeiros momentos: os primeiros números que saíram. Como é que foi a reação de vocês? Qual foi a recepção do leitor corintiano, do leitor torcedor?

**E:** Foi boa, a recepção foi boa. Eu lembro que era muito divertido fazer o jornal, era um trabalho bastante coletivo, a gente trabalhava muito em equipe que era uma característica do

Jornal da Tarde do trabalho em equipe, ali era um microcosmos, né? Mas era um alto astral, um alto astral divertido, um trabalho em equipe em que a gente discutia muito as coisas que fazia, trocava opinião sempre “isso está bom, isso não está, vamos fazer isso, vamos fazer aquilo”, estávamos sempre discutindo para chegar à melhor forma e procurando sintonizar o que poderia, dentro do que acontecia naquele momento com o Corinthians, agradar, uma pauta que agradasse o leitor, que fosse atraente, que fosse leve. Eu lembro disso: nós nos divertíamos e vibrávamos com o trabalho.

**F:** E foram divididas as funções, né? Porque eram dois são paulinos, um palmeirense e três corintianos, o que você lembra desse momento de dividir cada um o seu...

**E:** Era legal, porque todos naquele momento de pautar, fazer as matérias e de editar tinham que ser corintianos, mesmo os que não eram corintianos. Era o meu momento de vingança e eu brincava, eu dizia pra eles: “Vocês estão se saindo muito bem como corintianos, às vezes melhor do que eu (risos)”. E não foram poucas, não foram raras as vezes que nos surpreendemos com textos, com títulos de torcedores corintianos, só faltou e, eu não sei se alguns não fizeram isso, vibrar com os jogos do Corinthians, com gols do Corinthians, ouvindo, vendo pela televisão ou indo no estádio. Eu posso te garantir que nós não tivemos problemas nesse aspecto, porque eles realmente vestiram a camisa.

**F:** Os corintianos ficaram na redação principalmente; o João Prado na administração; o Scatamachia na promoção; e o Tim na redação também um pouco...

**E:** Mas eles também faziam matérias. Precisava fazer uma entrevista, “quem vai fazer?”, “quem vai entrevistar o Duque?”, por exemplo, “ah, vou eu, vai você, quem vai estar lá?”, “quem vai ter mais tempo?”.

**F:** E vocês não assinavam as matérias, né? Só quando era algum convidado especial era matéria assinada...

**E:** Não, não assinava, era um por todos e todos por um, somos mosqueteiros.

**F:** Eu lembro do Caco Barcellos assinar uma matéria, vários né?

**E:** Pois é, o Caco fez uma colaboração com boa vontade, a matéria ficou fantástica..

**F:** Sobre a invasão do Corinthians...

**E:** ...sobre a invasão do Corinthians no Rio de Janeiro que eu também fui, anotei algumas coisas, foi bem divertido.

**F:** Você participou do programa de rádio?

**E:** Participei.

**F:** Que era na Record, né?

**E:** Participei a convite do...

**F:** Porque todos falam que isso ajudou na união, na amizade também, né?

**E:** É, nós nos dávamos bem era um grupo afinado, a gente se dava bem, se divertia. Todos gostávamos de futebol. Estávamos numa fase boa profissionalmente.

**F:** Elói, qual que era o objetivo do jornal?

**E:** Para mim era ser o veículo da torcida do Corinthians, pra mim, o principal, Elói, que a torcida do Corinthians tivesse um jornal que ela pudesse ir à banca toda semana, falar “Eu quero o Coração dessa semana”, levar o jornal e ler com prazer e como nós não tínhamos internet, interagir na medida do possível e eu acho que na medida do possível, eu não sei se alguém contou isso para você, eles interagiam. Nós recebíamos montanhas de cartas toda semana de torcedores do Corinthians, não tinha internet, não tinha email, não tinha nada e escreviam, escreviam muito mesmo, histórias fantásticas, todos querendo dar o seu “Olha, eu também sou corinthiano, eu moro em Bauru e meu avô já era corinthiano e eu lembro...” e contavam história de quando viram o Corinthians, de como viram o Corinthians, porque o Corinthians não está conseguindo conquistar títulos, “eu faço uma pesquisa e toda vez que o Corinthians dá o ponta a pé inicial, ele perde o jogo”, “toda vez que ele entra com meia preta, ele perde o jogo” e aí o Corinthians entrava com meia cinza, “toda vez que entra com meia cinza, perde o jogo”, “a camisa listrada, a listra tem que ser mais larga”, “tem que ser mais estreita”, “a culpa é do meu avô, porque meu avô fez uma promessa...” e histórias, cada um tinha uma história.

**F:** O jornal então representava o torcedor?

**E:** Era nossa intenção, não sei se chegou a representar...

**F:** Mas isso era notório até pela linguagem, vocês usavam uma linguagem de torcedor, você concorda?

**E:** Eu concordo.

**F:** Quando vocês usavam “nós atacamos”, “nós ganhamos”, vocês eram Corinthians e a torcida, como você fala, a linguagem dele era uma linguagem coloquial dentro do campo, da torcida?

**E:** Era, era, respeitando o português, nós queríamos colocar essa linguagem para que o torcedor não tivesse dificuldade e que ele sentisse “Olha, puxa, eu teria escrito isso, foi exatamente o que eu vi dentro do campo”, porque o torcedor do Corinthians, ele vê o jogo de outra forma, ele não vê o jogo como um torcedor de outro time, é diferente. Isso que os torcedores dos outros times não entendem. “No fundo futebol é tudo igual”. Tem uns teóricos que falam “Não, isso bobagem que torcida vê jogo diferente uma da outra, isso não existe”. Existe sim, nós somos uma prova disso.

**F:** Aliás, no editorial do número 1 que eu acredito que você que tenha escrito representa muito bem...

**E:** Se eu não escrevi, eu dei ideia.

**F:** Pois é, representa muito bem o jornal, o meio como porta-voz corinthiano.

**E:** É, isso nós assinávamos embaixo e eles sentiam isso, telefonavam, escreviam e compravam o jornal.

**F:** Num momento vocês falam que vocês recebiam numa média de 50 cartas por semana e, em média, vocês respondiam seis, sete. Todas eram respondidas?

**E:** Todas, pelo que eu me lembro todas.

**F:** O que você fazia no jornal?

**E:** Tudo (risos).

**F:** Detalha para gente esse tudo.

**E:** É, como a gente trabalhava em equipe, mas sempre alguém tinha que dar o ponta a pé inicial, a pauta da semana, as pesquisas, editoriais, maioria das vezes, cartas. Havia um revezamento nesse trabalho de pesquisas, de cartas, mas eu acho que eu ficava com a maior parte das pesquisas, porque eu gostava e eu tinha um material, sempre tive, sobre o Corinthians, tenho até hoje. Então, não era uma coisa difícil para mim. E eu ajudava na edição.

**F:** E o critério de noticiabilidade que você usava, o que era pauta? Tudo do universo do Corinthians? Dentro e fora do campo?

**E:** Tudo do universo. Primeiro o atual, “como é que está o time?”, “o que que aconteceu na semana que passou?”, “que que vai acontecer nessa semana?”, “qual a expectativa que a gente tem para o próximo jogo?”, “o que está bom?”, “o que está ruim?”, “como é que a gente pode tratar esse assunto?”, “quem merece o perfil essa semana?”, “o que o torcedor quer saber mais sobre esse ou aquele jogador?”, o jogador foi mal “Por que ele foi mal?”, o jogador foi bem, foi muito bem e também contar a história desse cara, “o que mudou de uma semana para outra?”, “o que ele está treinando?”, “como é que ele está evoluindo?”. Isso no futebol, com menor ênfase, mas também acompanhando as outras atividades que o Corinthians estava envolvido e que despertavam alguma atenção da torcida, mas objetivo principal era esse e até onde a gente pode ir.

**F:** E a atualidade e sempre um valor à história do time, né?

**E:** Muito, muito, muito, muito. Porque a torcida, principalmente na época, parecia que valorizava demais a história, que tinha um carinho especial por essa história, “eu fui, eu participei, eu vi, eu ouvi, meu pai foi, meu pai participou, meu avô levou meu pai para ser sócio do Corinthians antes de registrá-lo no cartório civil”, são histórias muito comuns, era uma coisa corriqueira e as pessoas sempre diziam isso com muito orgulho.

**F:** E por isso que vocês convidaram o Solange Bibas no começo para contar histórias?

**E:** Ele tinha muitas histórias. O Solange Bibas era parte quase do Corinthians, hoje é parte da história do Corinthians, porque foi ele que, na Gazeta Esportiva, chamou primeiro o Corinthians de “timão”.

**F:** Voltando a linguagem do torcedor, o jornal era interessante, porque ele trabalhava o gênero interpretativo, o entretenimento também tinha, o opinativo e o informativo. E você também tinha uma linguagem provocativa, como que era essa linguagem provocativa?

**E:** A linguagem provocativa eu acho que eu e os outros nós captávamos das arquibancadas, dos jogos que a gente ia, dos amigos torcedores que nós tínhamos, da turma que passava a nos

procurar na redação e com a troca de ideias entre a gente e outros amigos jornalistas que não faziam parte do “Coração”, mas que acompanhavam o trabalho da gente.

**F:** E nessa época, até o Tim me falou isso, havia a possibilidade de se provocar, por que era mais saudável o ambiente na época?

**E:** Era mais saudável, era mais saudável, não existiam as brigas que existem hoje. Hoje houve uma deturpação no espírito das torcidas organizadas, infelizmente essa deturpação acabou provocando toda a violência que a gente condena. As torcidas eram misturadas, você podia ir ao jogo, você podia gritar no gol seu time, ninguém ia brigar com você por causa disso e com o tempo isso foi sendo perdido muito em função dessa deturpação das torcidas organizadas, da chegada do torcedor profissional aquele que recebe benefícios do cartola, do dirigente pra ser favorável a ele e contra ao que ele se opõe dentro do clube e esse torcedor profissional foi o responsável por essa deturpação.

**F:** Porque o jornal deu bastante espaço para as torcidas. Na seção “torcidas”, aparecem todas...

**E:** Mas na época tinha esse espírito romântico dessas torcidas, elas iam para incentivar, para animar, muitas eram formadas por famílias, então, você não sentia nenhum tipo de maldade ou de outro interesse que não o de apoiar o time, de mostrar amor pelo time, isso com o tempo foi se perdendo infelizmente.

**F:** E “o jornal da maior torcida do Brasil”, quem que criou esse slogan?

**E:** Não lembro.

**F:** Mas causou polêmica.

**E:** Causou polêmica. Os flamenguistas sempre acharam que eles têm a maior torcida do Brasil e nós sempre dissemos que não por um motivo muito simples, você ia para o nordeste “ah pra que time você torce?”, “ah, eu sou Bahia, mas no Rio eu sou Flamengo”, “ah eu sou CSA, mas eu sou Vasco” ou “sou Flamengo”. Como a transmissão do futebol na época de rádio principalmente ela pegava o futebol carioca de Minas pra cima, a influência do futebol carioca, dos times cariocas lá em cima era maior do que no sul. O torcedor corintiano mesmo lá ele fala “eu sou corintiano” ele não fala “eu sou corintiano, mas aqui eu torço pelo Bahia, pelo CSA ou pelo Payssandu”, “sou corintiano”, corintiano é corintiano aqui, no Alagoas, em Manaus, é corintiano em Bauru, ele não tem dois times e aí nós :“Bom, se é assim, realmente nós somos a maior torcida”. Eu sempre falo que o corintiano pela forma como ele torce, ele vale por dois, então nós somos a maior em dobro (risos).

**F:** E até tinha o jornal “Urubu” do Rio que mandou uma carta e vocês publicaram e responderam também...

**E:** Mandou, foi uma polêmica saudável na época, eu acho que boa para o “Urubu” e boa para nós.

**F:** E o “Urubu” na época não inspirou o jornal, né? Não tinha nada a ver. O jornal “Urubu” era de quem na verdade?

**E:** Eu não me lembro. Eu não me lembro se era do grupo Pasquim ou se saiu a ideia de dentro do grupo Pasquim.

**F:** Mas vocês não criaram o jornal pensando no “Urubu”?

**E:** Não, nós não criamos o jornal pensando no “Urubu” como eu acho que eles também não criaram também pensando no “Coração”, eu não sei qual nasceu primeiro, mas eu sei que, pelo que eu lembro o objetivo deles também era esse: levar as informações do time para o torcedor de uma forma mais direta, mais simples.

**F:** Vamos falar dos colaboradores do jornal? A gente tem bastante... quem olha o expediente do jornal sem saber da história vê vários nomes de pessoas que hoje até são conhecidas, que eram jovens na época: o Fausto Silva, o Percival, Flávio Adauto, Savoya...

**E:** O Márcio Guedes...

**F:** E como que esses colaboradores participavam do projeto?

**E:** Nós éramos todos amigos, trabalhávamos juntos no Jornal da Tarde, a maioria, nos encontrávamos diariamente, eles não tinham disposição ou tempo para participar do projeto, mas se colocaram, tiveram essa disposição “Olha, o que vocês precisarem, nós estamos aí, nós vamos colaborar com vocês” mais ou menos esse espírito de amigo.

**F:** Alguns recebiam outros não pelo ‘freela’...

**E:** Eu não me lembro da gente ter pago algum freela, eu não me lembro.

**F:** Há versões de que alguns eram pagos outros não, inclusive alguns iam lá para comer a comida da Dona Geralda.

**E:** É, podíamos não pagar diretamente, mas a comida da Dona Geralda era maravilhosa e atraía também o pessoal, a gente almoçava lá quando podia, quando saía do Jornal da Tarde a gente ia comer lá.

**F:** O que você lembra do jornal? Daí, vamos pensar assim da sua vida administrativa, financeira. A vendagem dele era boa, né? Como que era a vendagem dele? A assinatura dele? E ele se sustentava? como que era essa relação?

**E:** Fábio, eu não lembro muita coisa não, eu lembro o seguinte vendeu acima das nossas expectativas eu acho. Eu lembro que nós logo chegamos à conclusão que a venda podia cobrir os custos de impressão e distribuição do jornal, mas que nós logo tiramos o ‘cavalinho da chuva’ de que não era por aí que nós iríamos ter algum lucro extra ou que cada um iria poder chegar ao fim do mês e tirar um dinheirinho a mais para pagar suas contas e acho que nem esse foi o nosso objetivo inicial, mas isso ficou claro rapidamente para nós. Apesar de jornalista não ganhar muito bem na época e acho que nem hoje ganha muito bem, mas na época os salários não eram altos, havia no início uma expectativa de que “podemos aqui ter um complemento da nossa renda, se der tudo certo, por que não?”, mas logo nós chegamos à conclusão de que seria muito, muito difícil, talvez possível se abrissemos mão da independência que a gente tinha, mas nós tínhamos pacto “não vamos abrir mão, morremos, mas não abrimos mão” dessa independência jornalística que queríamos ter em função do que nós tínhamos colocado desde o início, do número 1 do jornal.

**F:** E só repetindo, na relação com a publicidade qual foi o grande problema que você acha?

**E:** Pelo que eu me lembro, o João Prado deve ter uma memória melhor que a minha com relação a isso, pelo que eu me lembro o grande problema na época foi o seguinte das empresas que nós procurávamos, comércio principalmente, indústria um pouco, na área de serviços: “nós sabemos que o maior número de torcedores é corintiano, achamos a ideia fantástica, mas não queremos correr o risco de misturar nossa imagem com nenhum time ou com nenhuma torcida, é um risco e a gente acha que não vale a pena hoje correr esse risco”. Então, havia sempre esse receio, na verdade esse receio é que permeou toda a relação comercial, alguns tentaram, mas sempre com o pé atrás nesse sentido.

**F:** Fazendo uma análise do jornal assim breve, os dez primeiros números já mostram essa queda de anunciantes, no começo até tem bastante, tem jornal com oito, dez anunciantes, página inteiras, mas aí até quase o fim houve uma redução bruta e a média era de duas publicidades só por jornal...

**E:** Sai o varejo, saem as grandes magazines, saem as lojas de varejo e permanecem algumas de serviços, as permutas e algumas empresas que trabalhavam com mão de obra especializada: mecânico, eletricitista, engenheiro...

**F:** Os classificados...

**E:** Os classificados.

**F:** Mas vocês sobreviveram bastante até com isso, daí você acha que a vendagem que garantiu esse mais um ano e dois meses praticamente?

**E:** A vendagem e os classificados, pelo que eu me lembro.

**F:** E a estrutura do jornal? A parte de diagramação, o que você acha? Tem a influência da escola de vocês do Jornal da Tarde? E o porquê de tantas fotos e charges?

**E:** Eu acho que teve um pouco da influência sim. Eu acho que o Tim, o Antônio Euclides Teixeira, pode falar melhor sobre isso, ele trabalhou bastante em cima disso, ele era o cara que sentava para fechar o jornal, editar e dar o toque final. As imagens eu acho que davam vida ao jornal, tiravam o peso que podiam ter muitas informações, muito texto, eu acho que contrabalançavam bem. Nós tínhamos um material rico de fotos, nós tivemos um grupo de fotógrafos amigos que contribuía bastante com isso. Nós tínhamos acesso a um material grande de artigos e fotos históricas que a torcida, os leitores vibravam muito sempre com elas “pô, eu vi esse jogo”, “eu lembro dessa imagem”, “pô, eu nunca esqueci desse gol, da formação desse time”, “po, esse time, esse jogador eu me lembro bem dele”. Então, eu acho que nós aproveitamos bem isso, conseguimos encaixar isso. Com relação à ilustração, eu diria que nós tivemos uma sorte muito grande, nós estávamos chegando ao Jornal da Tarde, já estávamos trabalhando no Jornal da Tarde que tinha uma grande tradição com relação à ilustração dois artistas fantásticos o Gepp e o Maia, um corintiano, o Gepp, um são paulino, o Maia, formavam uma dupla fenomenal e que se dispuseram, desde o início, “vocês podem contar com a gente pra tudo” e nos auxiliaram de uma forma grande, fizeram o trabalho de uma forma espetacular que eu acho que casaram bem com essa proposta.

**F:** Um jornal de esportes pede foto, né? Uma leveza... Embora o “Coração” fosse um jornal que tinha bastante texto.

**E:** É, olhando hoje eu acho que poderia ter menos texto até... poderia ter um pouco mais de fotos até...nós não tínhamos essa facilidade que se tem hoje com relação à foto, nós não

tínhamos digital, você tinha que comprar foto, você tinha que ter um fotógrafo amigo que “olha, eu vou também no jogo e eu vou tirar umas fotos pra vocês” e chegava lá e entregava um filme. Normalmente, a gente punha as fotos disponíveis em cima da mesa, três, quatro, cinco e tinha uma votação “melhor essa, melhor aquela” e uma acabava prevalecendo, mas era a dificuldade que você tinha com filme e nós não tínhamos uma equipe de fotógrafos, nós tínhamos fotógrafos amigos que tiravam algumas fotos pra gente e cediam essas fotos e tínhamos, em alguns momentos, fotos que o Estado nos cedia de arquivo e que nós creditávamos.

**F:** E bastante texto, por quê? Vocês tinham muita coisa para falar?

**E:** Olha, era muita informação na época, tinha muita coisa para falar e, na verdade, apesar da equipe não ser muito grande, termos muitos colaboradores, nós não tínhamos vinte repórteres, trinta repórteres para abordar trinta temas diferentes, então eu acho que você tem razão, em alguns momentos o jornal tinha muito texto, eu não diria nas entrevistas, eu acho que até as entrevistas passavam, mas nas reportagens. Agora, as histórias do Corinthians eram muito ricas e quem vai cortar? Isso tem que sair não dá para você omitir isso. Entre as histórias que as pessoas contavam que os personagens contavam e os números que vinham com essas histórias era impossível em muitos momentos dissociar aqueles números do que ela estava falando. Então, você tinha que falar “cita o time de 1923”, você tinha que escalar o time de 1923, ninguém sabe qual era o time de 1923, isso te toma cinco linhas, três linhas, você tem que lembrar quantos jogos fez aquele time, te toma mais cinco linhas, aí você já tem dez linhas, mas a história não é sobre o time de 23, era um personagem que estava falando do envolvimento dele com o Corinthians e ele cita o time...

**F:** E a estrutura do jornal em seções, você bolou? Como é que foi?

**E:** Não, foi em equipe.

**F:** Tem várias seções, né?

**E:** Foi em equipe, foi em equipe, eu posso ter dado uma outra ideia.

**F:** Foi uma estratégia para tornar o jornal agradável e contemplando todo o universo do Corinthians?

**E:** Foi, foi, olha, cada um dava “o que vocês acham disso?”, “por que que faz assim e não assado?”, e ia aprimorando.

**F:** E na época já pegar gente da torcida... onde tem as mulheres...aqui (mostra no jornal) a Pepita Rodrigues...

**E:** “Gente corintiana”...

**F:** “Gente corintiana”, quem que bolou? Principalmente mulheres, né? Bonitas, artistas...

**E:** Será que foi o Fausto, o Fausto Silva, eu não lembro que foi que bolou, pode ter sido uma ideia do Fausto Silva, mas eu não lembro, pode ter sido do Nando também. O Nando trabalhava com a gente no Jornal da Tarde, era um amigo querido, a matéria da Pepita inclusive é dele, mas eu não lembro.

**F:** O Corinthians sem “h”...



**E:** Ah, o Corinthians sem “h”, esse é imperdoável, se me perguntar o porquê eu não lembro, mas é deve estar explicado em alguma edição aqui, mas deveria ter saído com “h”. Isso provocou tanta polêmica na época...

**F:** Tem uma carta que vocês respondem logo no começo, só que existe aquela versão que vocês seguiram as regras do JT. O JT escrevia sem “h”.

**E:** É, nós éramos todos oriundos do Jornal da Tarde, todos filhos do Jornal da Tarde, então eu acho que isso teve um peso grande. Mas se eu pudesse hoje eu escreveria com “h”.

**F:** Você disse pra mim por telefone que foi a única coisa que você se arrepende.

**E:** É, me arrependo mesmo. (risos)

**F:** Quais foram os fatores que motivaram o fechamento do jornal? Eu sei que existem fatores externos e internos, intrínsecos e extrínsecos.

**E:** É, vou falar os meus. Primeiro, eu estava cansado, muito cansado pelo trabalho principal que eu tinha que era meu ‘ganha pão’ no Jornal da Tarde, acumulando cada dia mais responsabilidade, entrava no jornal, abria a redação no Jornal da Tarde, saía no final da tarde, começo da noite para ir até a Padre Chico e começar a pensar no “Coração”, sacrifiquei muito a vida familiar com relação a isso. Nós éramos obrigados a ficar até meia noite, uma hora, para fazer o que tinha que ser feito para fechar o jornal. Então, chegou num nível, eu estava muito cansado. Segundo, ganhamos o título, aquele peso dos 23 anos, aquela expectativa pelos 23 anos, nós ganhamos. “Sabemos o que é comemorar um título, essa surpresa não existe mais, daqui pra frente o Corinthians será um time vencedor e cada vez mais títulos” e foi o que aconteceu. A geração que não tinha visto também o Corinthians ser campeão, viu. Tinha visto ser campeão em 54, já viu. Então isso, eu acho que foi de toda torcida, né? Um suspiro de alívio. Então, o cansaço, ganhou o título e terceiro a questão financeira. Nós estávamos tendo que colocar dinheiro para fechar o jornal a cada semana e nós não tínhamos esse dinheiro, não éramos sócios capitalistas, não tínhamos um sócio capitalista e continuávamos na toada “ou é uma publicação independente ou é um jornalismo independente ou não tem sentido” e aí, de comum acordo, resolvemos fechar. Eu acho que foi de comum acordo pelo que eu me lembro.

**F:** Os custos estavam superando as receitas, né?

**E:** Estavam superando as receitas e nós não éramos o governo.

**F:** Dois fatores que vou colocar aqui como versão: um que foi o Otacílio que disse que também com a proximidade da Copa do Mundo houve uma mudança de temática, de abordagem; e eu vou colocar um meu, como o título foi em outubro, novembro, janeiro e fevereiro são meses muito fracos também de notícias esportivas. Sobre esses dois elementos, o que você opina?

**E:** Eu acho que esses dois elementos podem ter sido mais um final, o fecho da discussão “olha, está todo mundo cansado, ganhamos o título, estamos com a faixa no peito, cumprimos a nossa missão, da minha parte. Terceiro vem um momento agora, hiato de futebol clubes, tem a expectativa da copa e estamos sem dinheiro. Podemos arrumar um tipo de

financiamento sócio, podemos nós sabemos como e desse jeito nós não queremos”. Nunca, isso foi sempre cem por cento.

**F:** Mas vocês tinham essa ideia de que se o Corinthians fosse campeão poderia ser o fim do jornal?

**E:** Não, não tínhamos. A gente tinha a expectativa “olha, as coisas vão acontecer”, mas nós não sabíamos o que iria acontecer lá na frente. Na verdade, não sabíamos. A nossa expectativa sempre foi otimista, nós sempre fomos otimistas, sempre trabalhamos com alegria, não foi uma coisa pesada, no fim nós estávamos cansados.

**F:** Ninguém ganhou dinheiro mesmo, né?

**E:** Não, ninguém ganhou. Tanto que depois que nós fechamos a empresa para completar o fechamento da empresa como toda a empresa que você vai fechar no Brasil deu uma canseira, uma trabalhadeira e nós ainda tivemos que pagar por isso.

**F:** O Tim que fala que a única pessoa que ganhou dinheiro lá foi a Dona Geralda.

**E:** (risos) Foi, mas ela trabalhou bem, trabalhou bastante também, com alegria, mas bastante.

**F:** No meu primeiro artigo que foi bem superficial, no final eu coloco dois personagens indiretos em relação ao jornal que foram o Carlito Maia e a Dona Geralda e por incrível que pareça eles se unem no final, porque o Carlito Maia passa a ir comer a comida da Dona Geralda, o bife acebolado.

**E:** É verdade.

**F:** O que você lembra do Carlito Maia e da Dona Geralda?

**E:** Olha são duas figuras absolutamente fantásticas, o Carlito Maia uma figura histórica, faz parte da história do jornalismo e da publicidade brasileira e a Dona Geralda era uma pessoa riquíssima, um coração tão bondoso, tão alegre e uma cozinheira fantástica.

**F:** E eles ajudaram mesmo na sustentação do jornal?

**E:** Sim, sempre nos incentivavam, ela nos incentivava diariamente e o Carlito nunca deixou de “vocês tem que continuar, vocês tem que tentar”, nos dava caminhos, nos dava ideias. Eu acho que durou esse tempo também muito em função dos incentivos que a gente recebia dela e dele.

**F:** Elói, agora você vai lembrar um episódio que todo mundo fala que é o do porquinho do jornal. Conta o episódio do porquinho que saiu no número trinta e sete, do dia 22/07 a 28 de setenta e sete.

**E:** Primeiro eu quero dizer o seguinte tanto eu quanto a equipe, excetuando o Edson que já era palmeirense, falando por mim, eu sempre tive desde criança amigos palmeirenses: na escola, no ginásio, no colegial, na universidade e depois mesmo no trabalho, jornalistas amigos meus palmeirenses, iam ver jogos do Corinthians comigo, eu ia ver jogo do Palmeiras com eles e sempre foi uma rivalidade saudável, alegre, divertida, sem violência, apesar de eles como se diz hoje gozarem muito da nossa cara a cada ano que passava e o Corinthians sem título “mais um”, esfregavam as mãos “agora vai”, coisas do gênero, com o tempo essa rivalidade foi se

acentuando e foi tomando outros contornos que não vem ao caso. Um pouco antes dessa data de julho de setenta e sete, eu acho que no Palmeiras e Corinthians anterior a julho de setenta e sete, porque sempre foi um jogo diferenciado, sempre foi o grande clássico da cidade, era considerado um dos grandes clássicos do Brasil, foi considerado até, há alguns anos atrás, dois, três anos atrás, pela CNN, um dos dez maiores clássicos do futebol, era um jogo que mexia com a cidade, era uma semana diferente a semana de Palmeiras e Corinthians, era uma expectativa diferente, depois eu vou explicar por que também essa rivalidade se acentuou e mudou um pouquinho. Quando chegou em setenta e sete, Palmeiras e Corinthians anterior, num jogo no Morumbi isso eu me lembro bem eu estava lá assistindo como torcedor, um torcedor da geral inferior, lá embaixo atrás dos gols ficava a geral, ele soltou um porco, foi uma correria, o estádio louco, mas passou alguém pegou o porco, sumiu, não sei para onde levaram o porco, mas aquilo marcou. A Gaviões, na época, fez alguma coisa ou já falava porco, fez uma faixa chamando os palmeirenses de porco, o porquinho hoje é o símbolo do Palmeiras, é um símbolo simpático, “por que não uma manchete na véspera de um jogo que despertava tanta atenção como Corinthians e Palmeiras em julho de setenta e sete, por que não colocar uma camisa do Palmeiras em um porco e fazer uma primeira página bem provocativa? Vamos fazer?”. Alguns ficaram com receio, mas a maioria topou “vamos”, uma coisa saudável, “quem vai fazer?” acho que a tarefa ficou para o Prado: achar um fotógrafo e achar um porco, colocar a camisa no porco...

**F:** O são paulino Prado...

**E:** ...e lá foi o são paulino cumprir a tarefa. Eu me lembro na volta, eu me lembro ele falando assim “você não sabe como difícil Elói, o porco resistiu até o último momento, ele não queria por essa camisa” (risos). Bom saiu o jornal “Assado ou cozido?” o porquinho simpático com a camisa do Palmeiras “convidamos a todos os corintianos para participarem do grande banquete, local: estádio do Morumbi às 16 horas, mais detalhes páginas oito e nove”. E veio domingo, o que aconteceu? ‘Ferro na boneca’: o Corinthians tomou de 4 x 2 do Palmeiras (risos) 4 x 2, morremos de dar risada, né? Ninguém dá risada perdendo de 4 x 2 para o Palmeiras a não ser os palmeirenses, mas em função da situação... chegamos na segunda-feira, na Padre Chico, que também não era uma provocação, era Padre Chico, porque foi o lugar mais próximo que nós encontramos do Jornal da Tarde, ali todo mundo trabalhava, tinha que sair do Jornal da Tarde e à noite ir para um lugar próximo, Padre Chico era próxima do Parque Antártica, chegamos lá e, branquinha era a casa, era, toda pichada...os muros, “4 x 2”, “quáquáquá”, (risos) “porco é a mãe” (risos) daí para baixo.

**F:** Só lembrando que nesse jogo tinham quase 80 mil pessoas, tem aqui no registro...

**E:** 80 mil pessoas, eu estava lá, nós todos, eu acho que a maioria assistiu a esse jogo e o time do Corinthians não era ruim, mas o time do Palmeiras era muito bom.

**F:** Elói, até interessante, você agora fez uma reconstrução interessante, porque você tem várias versões disso, você sabe até se você procurar na internet. Então vocês não soltaram o porquinho no Morumbi, vocês só fizeram a foto com o porco, foi numa semana anterior que um torcedor anônimo soltou...

**E:** Não, num jogo anterior, na geral embaixo, inferior, atrás do gol de entrada, do lado direito...

**F:** Isso no Morumbi ou no Pacaembu?

**E:** No Morumbi, soltou um porco...dizem que esse torcedor era da Gaviões que em vez de subir na arquibancada, ele ficou na numerada inferior, passou pelo policiamento não sei como e soltou. Depois desse episódio, depois do jornal, numa outra ocasião, num outro jogo, soltaram outro, que eu me lembre foram dois porquinhos, um antes e um depois do jornal.

**F:** Mas não foram vocês que soltaram?

**E:** Não, nós não soltamos nada dentro do estádio. Isso certeza absoluta, absoluta.

**F:** Porque as histórias na internet...eu prefiro a sua versão.

**E:** Que eu me lembre, se a minha memória não me trai. Eu queria falar um pouquinho mais dessa rivalidade Corinthians e Palmeiras.

**F:** Pode falar, por favor.

**E:** Em 27/04/1969, Lidú e Eduardo que eram dois jovens jogadores, um lateral e um pontaesquerda, que tinham vindo do América para o Corinthians que estavam indo muito bem num momento do campeonato que o Corinthians liderava, quinze anos ele estava sem título e liderava esse campeonato, os dois morreram num acidente de automóvel na Marginal, isso aconteceu num domingo depois de um jogo e, naquela época, com o campeonato iniciado os times não podiam mais contratar, pra abrir uma exceção como foi uma tragédia, abalou a cidade, comoveu toda a cidade, o Corinthians pediu e a Federação Paulista de Futebol fez uma assembléia extraordinária convocando todos os clubes que tinham direito a voto, que era a única forma de se mudar a lei, se eles abriam uma exceção para o Corinthians contratar dois jogadores no lugar do Lidú e Eduardo, todos os clubes concordaram que o Corinthians contratasse, exceto um, qual? Eles, o Palmeiras. Isso marcou muito a torcida do Corinthians, magoou muito, eu particularmente acho que aí se iniciou um novo capítulo na rivalidade Corinthians e Palmeiras e se acentuou, porque perdeu dois jogadores importantes no time naquele momento, não conseguiu se recuperar o time psicologicamente pela perda desses dois jogadores e acabou perdendo mais um título. A torcida nunca se esqueceu disso, até hoje não esquece, nem do Lidú, nem do Eduardo e nem desse fato.

**F:** Elói, a gente vê que o jornal deu bastante atenção embora fosse independente, vocês se aproximavam do clube principalmente na questão do esporte amador e o Corinthians realmente, desde o início, desde o nascimento 1910, ele tinha o objetivo de outros esportes, o esporte amador, nessa época dos anos 70, era forte. Como que era essa seção “amadores”?

**E:** Nós tínhamos com os meios que a gente dispunha, não eram muitos, mas sempre achamos que não seria possível um jornal da torcida do Corinthians não falar dos esportes amadores no Corinthians, por quê? Porque a paixão da torcida do Corinthians no futebol era a mesma nos esportes amadores, os jogos dos times do Corinthians, por exemplo, no basquete tanto no masculino como no feminino quando o Corinthians teve times de basquete masculinos e femininos bons, tinha um público fantástico, a torcida ia, acompanhava, prestigiava. Nas competições de remo, quando o Corinthians teve remo, existia remo em São Paulo, o Corinthians era uma das forças e não eram poucos os torcedores que acordavam no domingo de manhã e iam para as pistas de remo pra acompanhar as disputas que eram bonitas e a gente, na época, procurava acompanhar o que fosse possível.

**F:** Divulgava? Era para o leitor mesmo acompanhar os esportes?

**E:** Divulgava, era para o leitor acompanhar e eles pediam quando a gente não publicava, eles reclamavam.

**F:** Interessante, eu fiz essa pesquisa, fiz todos os esportes, o Corinthians sempre teve vôlei, basquete, pugilismo, tinha lutador de boxe aquele que ficou famoso João Henrique alguma coisa assim, vários esportes...

**E:** Eu não entendo até hoje como o Corinthians e outros clubes aqui em São Paulo não tem equipes fortes de esportes amadores, não desenvolvem esportes amadores, não trabalham para conseguir patrocínio e conseguirem manter os esportes amadores, porque se você me perguntar se a torcida vai apoiar, se a torcida vai acompanhar? Vai, vai, com certeza.

**F:** Como você vê o lado místico do Corinthians? E como o jornal representava esse lado? Quando eu falo lado místico é aquele lado mesmo da fé, da crença, dos nomes que o Corinthians ganhava “mosqueteiro”, “timão”, “o jornal da maior torcida do Brasil”, “o Parque São Jorge” e o “sapo”.

**E:** Nós procuramos carregar esse espírito no jornal, eu acho que em alguns momentos nós conseguimos, nem sempre, em muitos momentos nós conseguimos, não é fácil, não é fácil, eu não sei como você está escrevendo isso no seu livro, eu acho que é um assunto ainda pouco abordado tanto pelo jornalismo, tanto pela literatura que fala de futebol. Você tem muitos livros sobre o Corinthians, eu acho todos bons, qualquer livro sobre o Corinthians é bom, porque o tema é bom, mas esse lado místico, essa paixão, esse encantamento, esse coração, essa coisa que nós só sentimos quando falamos do Corinthians, quando Corinthians entra em campo ou quando nós estamos acompanhando o Corinthians, eu acho que ainda nós estamos devendo. Porque você vai ver um jogo do Corinthians no Pacaembu ali no alambrado você vê as pessoas chorando. Você vê, as pessoas choram.

**F:** Na época do jornal, lógico é uma pergunta difícil, mas como era o acesso aos jogadores? E como os jogadores viam o jornal?

**E:** Eu não sei como eles viam, mas eles nos atendiam muito bem. Não tivemos durante todo o período, nenhum problema maior com eles.

**F:** Mas às vezes quando era necessário havia crítica aos jogadores e o Rivelino foi um que sofreu bastante.

**E:** Havia críticas. É, o Rivelino sofreu, mas, na época, no momento, o que o jornal expressou era o que a torcida do Corinthians estava expressando. Nós descobrimos uma foto e contra fatos você não pode... “ah, mas foi um momento”, foi um momento, foi um jogo decisivo foi o maior jogo, se ele tivesse ganhado aquele jogo, a estátua dele no Parque São Jorge hoje seria revestida a ouro. Ninguém nega a importância dele na história do Corinthians, mas naquele momento o sentimento foi de toda torcida. O Jornal da Tarde deu uma foto na terça-feira depois do jogo “o Rivelino que a torcida não quer”, mostrava o posicionamento dele em campo e ele estava absolutamente recuado, lá atrás, quase entre os zagueiros. O Rivelino naquele jogo, ele não foi o Rivelino que a torcida aprendeu a gostar, a admirar, a vibrar com as jogadas dele, ele não conseguiu jogar o futebol que ele jogava, ele se intimidou, ele sumiu em campo. Então, aquele Rivelino a torcida não queria e foi isso que o “Coração” expressou e esse sentimento da torcida foi tão grande que ele teve que sair, foi para o Fluminense e, em 76, quando o Corinthians foi jogar com o Fluminense aquela semifinal do campeonato brasileiro dois anos depois que o Corinthians ganhou nos pênaltis e que a torcida do

Corinthians invadiu, queria invadir o Maracanã, se abriu uma faixa no Maracanã “chora Rivelino”, eu levei a faixa (risos), o que não diminui a importância do Rivelino na história do Corinthians. Os grandes momentos do Rivelino foram no Corinthians, não foram em outro lugar, foram no Corinthians e na seleção, jogava muito, mas nesse jogo em que todos achavam que ele iria ser a diferença, ele não entrou em campo.

**F:** Uma coisa interessante é que na época do jornal, o esporte, o futebol estava num momento forte. Você tinha o “Placar”, a “Gazeta Esportiva”, a “Manchete Esportiva” fora os cadernos de esporte dos jornais. O “Coração” entra nesse mercado, como você vê? Ele concorreu?

**E:** Não, não concorreu, pela proposta do jornal ele não concorria com nenhum outro. Era rio dele para ele correr tranquilo e que não preocupava os outros, não chegou a preocupar os outros e tem outra coisa com relação ao corintiano, não sei se você é assim, eu sou assim, já fui mais, mais ainda sou, quando eu quero saber alguma coisa do Corinthians ou quando eu tenho interesse eu não me conformo com uma fonte só, eu não quero de uma fonte só, eu vou em todas, se o Corinthians joga uma partida importante eu quero ler todos os jornais do dia seguinte, eu quero saber o que os caras estão dizendo daquele jogo, quando ele ganha um título então, eu quero guardar todos os jornais, todas as revistas, todos os pôsteres. Eu tenho um baú na minha garagem com material do Corinthians de vinte anos, imagina?

**F:** Aliás, você falou uma coisa interessante o jornal o “Coração” era uma expectativa talvez dele ser colecionável por se um tabloide, ele também tinha esse formato como se fosse um suplemento.

**E:** Também, é mais fácil de você guardar. Eu fui abordado diversas vezes por pessoas que guardaram “Ah, você que trabalhou no ?”, “você que fez o ?”, “eu tenho um exemplar”, “eu tenho a coleção”, “quer vender? Não, mas nem que a vaca tussa”.

**F:** Eu também estou lembrando algumas coisas, eu acho que eu comprava o jornal por identificação que me deixava mais corintiano ainda, era mais ou menos isso que eu acho que eu tinha, tanto é que eu guardei todos os jornais a vida inteira.

**E:** Eu vou contar uma coisa para você, eu tinha um só, eu fiz tantas mudanças na minha vida que eu acabei perdendo pelo caminho e se não fosse o João Prado ter me presenteado com esses dois volumes e eu agradeço a ele por isso pelo resto da minha vida, eu não teria acesso.

**F:** É bom que fique claro nessa entrevista, o Elói Gertel é o único que tem a coleção inteira que foi um presente do João Prado, né?

**E:** É isso e eu não vou te dar essa coleção, mas no dia que você for apresentar a sua tese lá em Bauru, eu irei lá e levarei os dois volumes para nesse dia você provar para quem quiser examinar.

**F:** Nós vamos tirar as fotos, pode deixar. Como que era a imprensa esportiva na época? No geral.

**E:** Eu gostava muito mais dela na época do que hoje, eu acho que ela era muito mais ativa e participante do que é hoje, ela era maior do que é hoje. Os jornais hoje eles têm poucos repórteres na área de esportes, principalmente, futebol. Naquela época, cada clube tinha um repórter fixo que acompanhava aquele time diariamente, não pelo telefone, não pela internet, não pela assessoria do clube. As relações mudaram, hoje para você marcar entrevista com jogador, você tem que bater na assessoria do clube ou na assessoria dele. Na época, o repórter

tinha que ir lá e acompanhar e ele observava quem chegou, quem não chegou, quem atrasou, quem veio, o que o técnico falou, como falou, o que disse, o que não disse. Hoje você não vê mais aquele tipo de matéria que o Placar publicava, que o Jornal da Tarde publicava, que os jornais publicavam, você não tem mais perfis, você não tem mais reportagens com começo, meio e fim, você só tem declaratórias, entrevistas com... o “feijão com arroz” mais simples, ninguém vai além, ninguém explica melhor. Isso sem nenhum saudosismo. Nós somos hoje nas redações, isso não só o futebol, mas o futebol também é, vítima do que eu chamo de ‘colunocracia’, todo mundo quer ter sua coluna, todo mundo quer ‘cagar a sua regra’ com o perdão pela expressão, mas ninguém quer ir campo, ninguém quer ir reportar...

**F:** ...Setorista, né?

**E:** ...mesmo não sendo setorista, ninguém quer ir lá para levantar e contar uma história.

**F:** Aliás, é interessante, é oportuno que vários de vocês foram setoristas, né?

**E:** Quase todos, acho que todos.

**F:** Qual era a função de um setorista?

**E:** Acompanhar um clube no seu dia-a-dia, ele tinha que ser o primeiro a chegar e o último a sair, saber o que estava acontecendo e transmitir isso através de reportagens, de perfis.

**F:** Você foi de que time?

**E:** Vários, na minha história como repórter do Jornal da Tarde eu fui do São Paulo a maior parte do tempo; do Santos, antes de ser do São Paulo passei um tempo no Santos, naquela época, não se tinha um aqui, o Jornal da Tarde queria que você saísse de lá, viesse até a baixada e subisse com a história para contar; do Palmeiras; e do Corinthians também com muita isenção, mas eu sempre procurei não estar próximo do Corinthians ou não ser setorista do Corinthians em função da minha paixão. Então, pelo tempo maior eu cobri o São Paulo e depois o Palmeiras, mas a orientação sempre foi essa e todos os repórteres do Jornal da Tarde quando voltavam para a redação, eles não voltavam com o que o time fez hoje ou qual treino fez hoje o coletivo ‘assim e assado’, eles voltavam com uma história, com uma história bem contada que interessasse o leitor, podia ser um perfil de um jogador, de um técnico, de algo, algo que no momento tivesse envolvendo o time, uma coisa saborosa.

**F:** Você acha que é possível hoje um jornal segmentado só para um clube independente como vocês foram?

**E:** Eu acho que é difícil, mas eu não considero nada impossível a princípio eu acho que, eu não digo um jornal, mas hoje você levar um clube por todos os meios é possível...

**F:** Só lembrando que temos web rádios de clubes, você tem a rádio “Coringão”, tem a rádio “Lusa”...

**E:** O Corinthians fez uma tentativa que parece que não deu certo de ter uma TV Corinthians e não deu certo por quê? Você viu essa televisão em algum lugar?

**F:** Eu não vi.

**E:** Nem eu. Então, como é que pode dar certo uma televisão que ninguém vê?

**F:** Na Europa tem, né? Todos os times têm...

**E:** ...procuraram os meios errados, não planejaram direito, mas que eu acho possível, eu acho possível sim.

**F:** Você tem conhecimento de algum jornal no formato do “Coração” que era independente feito só por jornalistas? Porque eu sei que o Corinthians já teve várias revistas, mas foram do Corinthians e outros times têm a sua revista. Você tem conhecimento até internacional de algum...?

**E:** Não, não tenho. Eu sei que logo que apareceu a internet não demorou muito tempo torcedores do Boca e do River, que se digladiam na Argentina, já tinham colocado seus blogs de Boca, de River, já se digladiavam os dois e com muita história, isso eu acho que falta.

**F:** Elói, eu dei um título para o meu primeiro artigo que eu já falei para você foi ainda incipiente, eu tinha três entrevistas só, e que hoje eu não usaria mais, mas eu gosto de citá-lo só para ver o comentário de vocês. Hoje eu mudaria e, aliás, vou mudar, ele era assim “Coração: o jornal da torcida corintiana. Sucesso editorial, fracasso capital”. Hoje eu não concordo com o “sucesso editorial, fracasso capital”, porque não bate. Eu estou bolando outros títulos, alguma coisa com “o negócio amador”. O que você acha? Como você definiria, já finalizando, essa trajetória do jornal editorialmente e comercialmente?

**E:** Um negócio só de paixão (risos). Como foi feito na época foi uma paixão. “Vamos fazer uma coisa?”, de paixão minha e de apaixonado pelo grupo que resolveu fazer.

**F:** Mas você concorda que foi um sucesso editorial? Ou eu que exagerei? Eu vejo como um sucesso editorial.

**E:** Olha, você acha que um sucesso editorial pode fechar?

**F:** Então por isso que eu estou (risos)... Mas é que no começo, as cartas... vou usar um termo acadêmico, quantitativamente talvez não, mas qualitativamente, sim.

**E:** Qualitativamente sim.

**F:** Eu acho que faltou um pouco duas coisas que poderia tirar mais de você, uma delas, a linguagem do jornal. Explica mais um pouco a linguagem do jornal para gente. Ela é descritiva, ela é atual, como você falou, ela é opinativa, ela é interpretativa, ela é irônica...

**E:** Ela segue o estilo que nós tínhamos aprendido no Jornal da Tarde. O que nós colocamos nessa receita do Jornal da Tarde? Um pouco dos objetivos que nós queríamos atingir nesse jornal. “Tem que ser uma linguagem coloquial, tem que ser sempre um corintiano escrevendo para um corintiano. Uma visão, estilo que nós não podemos abandonar, nós temos que aprimorar esse estilo.” Se nós conseguimos fazer isso? Conseguimos. Acho que nós conseguimos fazer isso. A base era o estilo do Jornal da Tarde.

**F:** Mas vocês usavam “nós”, né? Por isso que era o torcedor escrevendo.

**E:** É, se não fosse o “nós”...

**F:** Que é a linguagem do torcedor “ganhamos ontem”, quem? Nós, o Corinthians.



**E:** A torcida do Corinthians como é que ela fala, quando o Corinthians ganha, minha irmã me liga ou me manda mensagem por email, meu irmão, é “nós”, é “nóis”, né? É nós.

**F:** É, ganhamos ontem a gente sempre usa...

**E:** Ganhamos ontem, perdemos...

**F:** É a linguagem do torcedor, né?

**E:** É a linguagem nossa.

**F:** É outra coisa, fala um pouco mais sobre os colaboradores, porque eu acho que é muito engraçado, seria o maior engano meu, se eu não entrevistasse vocês, ver lá nos colaboradores tanta gente e pensar “nossa, eles são riquíssimos, esse jornal tem muito dinheiro para pagar todo mundo”. Como que funcionava com os colaboradores? Essas pessoas trabalharam, porque eram amigos, alguns que trabalhavam por serem corinthianos outros pela comida da Dona Geralda...

**E:** ...e outros porque eram amigos mesmo. Não, todos eram amigos, evidente, todos eram amigos. A maioria deles trabalhava no Jornal da Tarde, alguns do Estadão. O Fausto Silva era repórter de esportes no Estadão, depois é que ele foi para a Rádio Globo, Excelsior, né? Ele cobria o São Paulo comigo, ele pelo Estadão e eu pelo Jornal da Tarde. Nós saíamos, antes do “Coração”, do treino do São Paulo e íamos almoçar juntos em algum lugar antes de voltarmos para o jornal, porque o restaurante do jornal não era bom e a gente sempre procurava um lugar para comer no meio do caminho. Ele mais do que eu evidentemente, porque ele era mais gordo, comia mais do que eu. Os outros que estão aqui (olha no jornal): o Savoya era repórter do Jornal da Tarde, não tinha tempo de entrar para o “Coração”, mas sempre se dispôs apaixonadamente a colaborar com tudo. Ele era um grande corintiano o José Eduardo Savoya, ainda é, um grande repórter. O Fernando José Dias da Silva como eu disse era um repórter querido que trabalhava na editoria de política do Jornal da Tarde, não era corintiano, mas sempre se dispôs, animado com a nossa ideia, nos incentivando, e eu acho que foi dele a ideia de trazer as torcedoras para o jornal...

**F:** As celebridades...

**E:** ...as celebridades, tanto que a primeira torcedora quem fez a entrevista foi ele. O Luiz Carlos Ramos era na época editor de esportes do Estado, eu acho, um grande amigo também, um velho companheiro, cobrimos a copa de 74 juntos, ele também nos incentivou e nos auxiliou em tudo que ele conseguiu. O Bibas nós conversamos com ele sempre sobre a ideia desde o primeiro momento, ele nos incentivou, a mesma coisa o Mário Pinheiro e o Michel que era um velho amigo do Jornal da Tarde. Outros corintianos, o Marco Antonio Rodrigues trabalhava no Jornal da Tarde nos incentivou o tempo todo, participava, ele não tinha tempo, porque já acumulava Jornal da Tarde e o Globo, ele trabalhava nos dois lugares, está na Globo até hoje, grande corintiano. O Milton José de Oliveira, repórter muitos anos no Estado também corintiano histórico, a mesma coisa o Flávio Adauto e o Percival de Souza que era são paulino, mas também amigo de todos nós e nos incentivava. O Sérgio Backlanos, um grande repórter, já falecido, era repórter do Jornal da Tarde na época, também não tinha condições de estar lá o tempo todo, porque eu acho que ele tinha dois trabalhos, mas nos ajudou bastante, a mesma coisa o Luciano Ornelas que era editor no Jornal da Tarde e se colocou sempre a disposição. O Anélio Barreto trabalhou comigo, trabalhamos quase 30 anos juntos, ele como editor, eu como repórter uma época, a outra eu como chefe de reportagem,

ele como editor dentro da geral do Jornal da Tarde e ele nos incentivou bastante também, conversava com o Tim sobre as páginas do jornal, a diagramação, ajudou em algumas matérias também e ele era palmeirense (risos).

**F:** Então, a amizade era...

**E:** A amizade era o fator preponderante, sempre foi, era um grupo muito unido, muito entusiasmado de profissionais. Na época, o clima das redações era diferente do que é hoje nas redações, se você entra numa redação hoje, você fica assustado, você não ouve nenhum som, um silêncio total, ninguém conversa com ninguém, as pessoas parecem assustadas. Na época, a redação era um ambiente alegre, um ambiente cordial, as pessoas conversavam, trocavam ideias, eram amigas, existia, principalmente, no Jornal da Tarde, esse espírito de equipe, um ajudava o outro, “nosso jornal a edição de amanhã tem que sair melhor do que a de hoje e melhor do que todas as outras”, a cada matéria, você estava fazendo a matéria e a sua tinha que sair melhor que todas as outras, a concorrência, e se você precisasse de ajuda os outros estavam ali para te ajudar, se você pedisse uma orientação, uma opinião as pessoas te davam com a maior boa vontade, hoje se você for pedir uma opinião, a pessoa vai te olhar com uma cara meio feia, zangada, esse espírito foi perdido, difícil explicar isso, mas foi perdido, infelizmente.

**F:** Elói, dos seus amigos da época dos seis protagonistas que eu estou entrevistando quem que você vê hoje? Qual a sua relação com eles? Com o Edson, com o Tim, com o Otacílio, com o Pedrinho e com o João Prado.

**E:** Olha, se eu disser que você me ajudou a me reaproximar do Tim eu vou estar dizendo a verdade e não tenho mais relação assim pessoal com nenhum deles. Com o João Prado eu encontrei ainda uma vez, gostaria de conversar mais com todos eles.

**F:** Mas nesse tempo todo dos anos 70 para cá?

**E:** Não, com o Pedro eu ainda trabalhei um tempo com ele, ele no Jornal da Tarde e eu na Agência Estado, a gente se cruzava um pouco nas redações, mas com o Edson eu não tive mais contato, com o Otacílio eu não tive mais contato, com o Tim eu tive contato agora e com o João Prado eu perdi o contato, porque ele saiu do Jornal da Tarde, eu sabia dele através de um primo dele, muito amigo meu, são paulino que trabalhou comigo no Jornal da Tarde e depois na Agência que era o Saulo Galvão que era de Jaú, um dos primeiros críticos gastronômicos do Brasil, e ele me falava do João Prado, com os outros eu perdi.

**F:** Tem mais alguma consideração final? Alguma coisa que você gostaria de falar do jornal que eu esqueci?

**E:** Não, eu só gostaria de ver tudo isso antes de você levar isso ao ar, eu acho que é tanta responsabilidade o que você fala, aquilo que a gente chama de dar uma última revisada. Se eu falar “Olha Fábio, isso aqui não está legal, porque eu lembrei que não foi assim, foi assado, eu disse uma grande bobagem aqui” e aí é uma coisa que você vai ter que perdoar, porque quando as pessoas passam dos sessenta anos, como é meu caso que estou chegando nos setenta, isso é comum não é um pecado mortal.

**F:** Só agradecer a entrevista, muito obrigada pela entrevista.

**E:** O que você precisar.

**Entrevista 11 - Pedro Autran – 15/12/13***Gravação com gravador digital - pessoal**Entrevistador: Fábio Camargo Fleury de Oliveira*

**Fábio:** Pedro, eu estou aqui para fazer essa entrevista com você na forma interpessoal. O objetivo é a reconstrução do jornal “Coração”, jornal que você trabalhou. Esse meu trabalho é uma dissertação de mestrado, então, conseqüentemente, é comum que ele vire um artigo, que ele vire um capítulo de um livro e a minha dissertação que daí já é um livro, e os artigos, principalmente, são publicados na internet, então quer dizer que tudo é público o que a gente está falando, vai virar uma fonte de pesquisa tanto pela internet como pela própria dissertação.

Como eu já conversei com vocês antecipadamente por telefone e agora, se for somar todas, já é a minha décima primeira entrevista, eu já sei mais ou menos alguns pontos, a maioria é convergente, a memória de vocês está muito boa, e divergências são pouquíssimas, então eu posso fazer uma intervenção apenas para ajudar em um pensamento, tá?

**Pedro:** Tá.

**F:** A primeira coisa que eu quero que você faça é que você se apresente, meio que R.G mesmo, e a sua carreira na imprensa brevemente para a gente saber o começo e como você está.

**P:** Bom, meu nome é Pedro Luiz Autran Ribeiro, sou paulistano, tenho 66 anos. Eu sou formado em Direito pela Universidade de São Paulo e em Jornalismo pela Cásper Líbero. Eu comecei no jornal em 1970 na antiga Edição de Esportes que era um jornal anterior ao Jornal da Tarde, era um jornal só de esportes e era semanal, ele saía aos domingos à noite com a data de segunda-feira. Com a morte do diretor do jornal, o Luiz Carlos Mesquita, o Carlão, terminou esse jornal em 1973, 1974, ele passou a ser o caderno de esportes do Jornal da Tarde, principalmente, às segundas-feiras e aí eu passei para reportagem do Jornal da Tarde nessa época. Eu fiquei na empresa S.A O Estado de S. Paulo durante 36 anos, eu entrei em 1970 e saí em 2006. No jornal, eu fui repórter, fui redator, fui sub-editor e editor de esportes; fui redator, e editor de política nacional; fui editor de cultura; e fui secretário de redação e editor da primeira página do Jornal da Tarde; depois eu fui para o Estadão, no Estadão fui editor de geral, fui redator e editor-assistente de política nacional e terminei de volta no esportes, fui chefe de reportagem e redator de esportes do Estadão antes de sair. E, além disso, eu tive dois programas de rádio, aliás, na verdade três, porque depois que eu saí do jornal eu tive um programa de música, de rock que também já acabou que eu fiz durante um ano e pouco. Fui editor-chefe de uma revista chamada Status Plus e editei algumas dezenas de publicações de empresa, a revista da Pirelli, vários veículos da American Express, Monsanto e vários outros e editei também uma revista de música chamada Jam que durou um ano e pouco também, basicamente em imprensa é isso a minha vida. Ah, eu também já gravei discos, nos anos 60 eu tive uma, como se diz hoje, banda né? Mas naquela época banda para gente era aquela que tocava em coreto só. Tive uma banda, apresentei uns programas da TV Record.

**F:** Qual que era o nome da banda?

**P:** Código 90 e depois a gente fazia as domingueiras do Pinheiros e do Círculo Militar. Depois disso eu fiz um pouco de teatro, teatro amador e depois eu fiz um pouco de teatro

profissional também, tive a honra de contracenar com o meu tio Paulo Autran numa peça, isso em 1976. E é isso aí, isso foi o que eu fiz por enquanto e, hoje em dia, eu sou assessor de imprensa, tenho uma assessoria de imprensa.

**F:** Então vamos lá, já se apresentou. O ano mesmo de nascimento qual que é?

**P:** Quarenta e sete.

**F:** Todos têm quase a mesma faixa de idade. Então vamos lá, Pedro como que nasceu o jornal? Ou como você entrou no projeto do jornal?

**P:** Bem, na verdade para mim ele se origina do programa de rádio, quando o programa terminou que a Record resolveu mudar toda a programação dela (a rádio Record) e resolveu fazer uma programação totalmente diferente para música bem popular, ela acabou com o Vivo Esporte, nós queríamos continuar com algum projeto juntos. Então, nesse caso, o João Prado, o Elói Gertel, o Otacílio Rosa do Carmo, Edson Scatamachia e eu resolvemos, eu não lembro exatamente de quem partiu a ideia ou se foi uma geração espontânea ali, mas sugeri assim “Pô, o Corinthians está há vinte e um, vinte e dois anos sem ganhar título, vamos fazer um jornal do Corinthians!”. Na verdade, os corinthianos éramos três, né? Que era o Elói, eu e o Otacílio, mas tanto o Edson quanto o João também abraçaram a ideia e resolvemos botar em prática e logo aquilo virou mesmo um jornalzinho.

**F:** A versão que todos falam é que ainda na Major Quedinho vocês já conversavam sobre ele, o Elói meio que jogou a história, porque ele frequentava muito o campo e via a possibilidade de um jornal e daí num bar mesmo, isso conversa informal... e daí quando mudou para o Limão daí sim vocês já começaram a implementar mesmo a ideia.

**P:** É porque coincidiu o fim do programa com a mudança do jornal mais ou menos, a distância eu acho que aí não é muita não. Então, o fim do programa, a mudança do jornal e como a gente se deu muito bem fazendo o programa, funcionou muito bem, evidentemente quando a gente tinha um projeto, a gente discutia e incluíamos uns aos outros nesses projetos e foi assim que nasceu, já era na época da Major Quedinho, tudo bem na época da Major Quedinho a gente já falava em projetos conjuntos, porque o Vivo Esporte na verdade, ele nasceu... do Vivo Esporte original sou só eu. Eu trabalhava junto com o Tuca Pereira de Queirós e o Milton José da Silva, os dois já são falecidos, a gente fazia e eu não lembro se o João também já fazia parte, o João Prado, mas de qualquer maneira era esse primeiro programa e esse primeiro teve uma vida mais curta tal e aí o João tinha um grande amigo que era o diretor artístico da Record e convidou o João para fazer o programa e aí ele já começou a levar todo mundo daí desse primeiro Vivo Esporte veio o segundo Vivo Esporte e aí veio o jornal. Eu não lembro os detalhes de como uma coisa levou a outra exatamente, mas eu acho que é assim.

**F:** Pedro qual foi o seu projeto pessoal com o jornal? O que você esperava dele? Por que você entrou ‘na onda’?

**P:** Bom naquela época, a época que a gente começou eu tinha vinte e poucos anos né? Nem te digo que eu tivesse assim um projeto. Quando o jornal começou, teve o número zero, eu achei muito interessante o fato de poder experimentar com linguagem, eu vinha do Jornal da Tarde que sempre se preocupou muito com texto, o texto do Jornal da Tarde ficou famoso por seguir talvez o *New Journalism* e ter aquela coisa de fazer uma linguagem diferenciada, que você podia ter uma linguagem literária e contar fatos reais ao mesmo tempo, dar notícia,

informação e eu, engraçado, eu tentei fazer exatamente, eu comecei... o Elói se preocupava mais com pauta, a gente tinha que se preocupar com a parte administrativa, com a parte comercial, com a parte de impressão, de distribuição, tudo isso e eu me foquei mais nessa parte de como a gente iria contar as coisas, dentro do jornal eu comecei a fazer uma linguagem o mais enxuta possível, períodos curtos, frases curtas, levando que quase a um extremo a linguagem do Jornal da Tarde e isso durante um tempo, eu não sei se a gente conseguiu conservar isso durante muito tempo, mas nos primeiros dez números era bem caracterizado o jornal. Agora, um projeto pessoal, eu tinha esperança que, sei lá, acabasse dando alguma coisa em termos inclusive comerciais, abrisse caminhos e tudo tal e foi muito legal, porque o primeiro número foi uma coisa, um arraso total, porque ele teve muito mídia, todas as rádios, as emissoras de TV, foi todo mundo entrevistar a gente, saber o que que é isso, um jornal sobre o Corinthians e o que era mais legal é que o jornal não tinha nada que ver com o clube, era um jornal sobre o Corinthians, sobre as atividades do Corinthians e não tinha nada que ver com a diretoria, não tinha nada de oficial, inclusive o Edson deve ter te contado o episódio com o Vicente Matheus que tentou comprar o jornal (risos) e a gente brinca até hoje “Por que que você não vendeu Edson?”. Era uma brincadeira, né? Então, o jornal teve muita mídia e o primeiro número vendeu muito, muito, muito. Quer dizer, a gente fez vinte mil exemplares achando que era... e tinha jornaleiro telefonando, gente: “Pô, não tem mais? O que está acontecendo? A gente pede mais na distribuidora e não tem.” E foi muito legal isso, deu assim um gás para gente, enquanto durou foi muito legal, foi muito gostoso, muito prazeroso de fazer.

**F:** O que você fazia no jornal?

**P:** Ah, eu era repórter, redator, faxineiro, tudo (risos). Todos nós éramos, mas eu me dediquei mais a parte da redação mesmo, desde pautas, porque o pauteiro principal era o Elói, aliás, já tinha sido pauteiro de esportes do Jornal da Tarde e tudo, então o Elói era o pauteiro principal, mas a gente dava palpite, todo mundo dava palpite em coisas, e também ajudei a formatar o jornal, ter algumas seções fixas e eu era mais o redator, o que fechava o jornal, ou seja, botava as matérias no tamanho, cortava o que era preciso, essas coisas.

**F:** Respondia carta também...

**P:** Respondia as cartas, tudo isso.

**F:** Os textos das cartas, todas eram respondidas, né?

**P:** É. Nós tínhamos essa preocupação e foi muito interessante, porque a gente recebeu carta do Japão, carta dos Estados Unidos, carta não sei da onde, mas incríveis, tinha corintiano realmente em todo lugar.

**F:** O que você lembra da estrutura do jornal, de seções que você falou que ajudou a bolar? Todos bolaram? Porque tinham várias seções fixas “nossos jogadores”, dos ídolos...

**P:** Tinha a mocinha bonita, a torcedora símbolo, tinham os outros esportes, sempre tinha uma cobertura dos outros esportes praticados pelo...

**F:** Esporte amador.

**P:** É. Sempre tinha notícia sobre todas as atividades. Eu achei interessante isso, porque era um jornal que falava sobre o Corinthians e falava sobre o Corinthians como um todo. A gente achava que o corintiano tinha muito orgulho do clube dele e das conquistas, por exemplo,

como do time de basquete que chegou a ser um dos melhores times do mundo e que tinha aquela rivalidade com Palmeiras e Sírío. Então, sempre foi uma coisa importante no Corinthians. Então, eu argumentei e todo mundo aceitou, era necessário que a gente tivesse isso. A gente também cobria as categorias inferiores de futebol, bastante também e tinha também a moça, a “pin-up” vamos dizer assim com a camisa do Corinthians e tinha sempre a matéria de capa que algumas foram bem polêmicas.

**F:** Dessa seção das mulheres, o que você lembra? Você entrevistou a Rita Lee?

**P:** Entrevistei a Rita Lee. Eu disse para você e eu acho que no dia que eu fui entrevistar, ela estava em prisão domiciliar, ela tinha saído, ela tinha tido aquele problema que armaram para ela, mas ela foi muito simpática, ela tinha sido amiga de infância da minha primeira mulher, minha ex-mulher, e a gente se conhecia já, inclusive de shows, ela foi muito simpática e ela é corintiana mesmo, tudo, acompanha as coisas e foi muito gostoso conversar com ela, ela estava a par de tudo...

**F:** E a ideia das mulheres, porque a Rita Lee era cantora, mas no começo eram mulheres sensuais ou até...

**P:** Tinha umas bem bonitas, era o famoso “ou mulher bonita”, que é uma coisa que se associa muito ao futebol, à torcida de futebol, até hoje você vê isso, tem a bela da torcida, havia aquele programa “Miss campeonato” na antiga TV Paulista, sempre foi uma coisa assim. Então a gente fez uma ‘pagininha’ que era um refresco naquela coisa só de esportes.

**F:** Agora, quais eram os objetivos do jornal?

**P:** Os objetivos do jornal eram divulgar o Corinthians, mostrar para o torcedor do Corinthians o que estava acontecendo no Corinthians, desde a peteca até, principalmente, claro, o que acontecia no time, nos bastidores do time, “por que que estava indo bem?” ou “por que que estava indo mal?”. Era isso mesmo, era para que o torcedor corintiano tivesse o relato mais vivo, real e possível para ele acompanhar o time dele e foi legal, porque ele correspondeu, ele gostou do que ele estava vendo.

**F:** E sem a ingerência do...

**P:** E sem a ingerência da diretoria do time, sem nada.

**F:** A independência foi fundamental?

**P:** Foi, foi, foi fundamental. Eu contei para você um caso que mostra bem essa independência. Durante a época do jornal, teve uma eleição no Corinthians para presidente e eu lembro que os candidatos, acho que eram quatro candidatos, se eu me lembro bem tinha o Roberto Páscoa, tinha o Vicente Matheus, o Isidoro Matheus e o Bernardo Goldfarb, acho que eram esses quatro, não sei, pode ser que eu não esteja certo, mas eu lembro disso. Aí, o Elói resolveu fazer uma matéria, analisando os quatro candidatos, o que eles já tinham feito pelo Corinthians, o programa deles e tudo... e chegou à conclusão de que nenhum dos quatro servia, quer dizer, fez a matéria e (risos)... E eu lembro que o Doutor Roberto Páscoa, grande figura, uma ótima pessoa, que eu tinha estudado com os filhos dele no Colégio Santo Américo e aí um dia ele apareceu lá e falou “Pedro, por quê? Você me conhece, você sabe que..., por que vocês estão fazendo isso comigo?”. “Não doutor, a matéria era sobre os quatro, o repórter que fez a matéria chegou à conclusão de que o programa de nenhum dos quatro serve para o Corinthians.”. Ele saiu de lá mais conformado, mas (risos) era assim e ele tinha também, além

dessa coisa de ser do próprio torcedor, isso era muito o Elói, o Elói era muito isso de ser o próprio torcedor, ele sabia o que torcedor estava pensando, porque ele pensava como um torcedor corintiano, então, além de ter essa coisa do torcedor, a gente expressava nas matérias aquilo que o torcedor estava pensando. Além de contar coisas que ele não sabia, contar a história do clube, contar as coisas que estavam acontecendo, a gente também dava um gás para a torcida, afinal de contas o clube, o time principal estava sem ganhar um Campeonato Paulista, que naquela época era o campeonato mais importante, fazia vinte e um, vinte e dois anos. Então, a gente sentia que o torcedor gostava do que a gente falava, ele se identificava mesmo, o Elói tinha essa coisa de pensar exatamente como o torcedor pensava e a gente punha isso no jornal, sem que o clube tivesse qualquer intervenção.

**F:** A gente já falou, mas o critério de noticiabilidade era tudo do universo do Corinthians?

**P:** É, Corinthians acima de tudo (risos).

**F:** Tudo que chamasse atenção?

**P:** É, geralmente, geralmente não, sempre. A matéria principal era futebol, era o time de futebol, alguma coisa relacionada ao time de futebol que era o que tinha na maior parte das seções, a gente dava sempre o perfil de um jogador e sempre uma parte, um capítulo histórico do Corinthians e basicamente o time, o que estava acontecendo ali, agora com o time.

**F:** O jornal tinha uma preocupação com a história do clube, né?

**P:** Tinha. A gente desde o primeiro número, a gente falou do Miguel Batalha, o primeiro presidente, nós entrevistamos um dos primeiros... nem sei se foi o próprio que ainda estava vivo, mas eu lembro que a gente fez uma matéria com o Rebolo, por exemplo, que foi o cara que desenhou o primeiro escudo do Corinthians, é um artista do grupo Santa Helena, um artista reconhecido que foi ponta esquerda do Corinthians e era um artista plástico muito conceituado, até hoje inclusive, e ele desenhou o primeiro escudo do Corinthians, a gente entrevistou ele, ele estava vivo ainda na época, eu lembro que tinha uma matéria com ele. Essa preocupação histórica também tinha muito, para contar, para o corintiano saber que aquela paixão dele tinha todo um *background*, tinha toda uma coisa que vinha desde 1910.

**F:** Isso é interessante. A seção da torcida, você lembra alguma coisa? Porque era a época que estavam começando as torcidas organizadas.

**P:** Isso, se eu não me engano, foi ideia do Elói, porque já tinham, quer dizer, além da Gaviões e da Camisa Verde, já tinham várias. Então aí a gente “Ah, por que não? Vamos contar a história dessas torcidas. Quem são esses torcedores? Como é que eles estão formados?” e naquela época era uma coisa bem mais *light* do que é hoje. Naquela época eram torcedores, eles iam para torcer, eventualmente tinha algum conflito, mas nada que se assemelhasse ao o que a gente vê hoje nos estádios. Contamos histórias de várias delas e tiveram várias coisas legais, porque, além dessa seção das torcidas, teve uma coisa que foi o campeonato dos times chamados Corinthians...

**F:** A Copa Corinthians.

**P:** ... os times amadores chamados Corinthians, a gente organizou um baita de um campeonato. Tinham vários jogos por domingo. Tudo em campo oficial, tudo com juiz, bandeirinha, tudo com federação, tudo bonitinho, súmula, tudo dentro e foi muito legal e a final foi televisionada, a gente conseguiu até um slogan na TV Globo de São Paulo que era “A

Globo garante: o Corinthians vai ser campeão”. E um Corinthians iria ser campeão mesmo, porque todos os times se chamavam Corinthians. Depois a gente soube que a alta cúpula da Globo não gostou nenhum um pouco disso, mas bancou, porque já estava no ar e, inclusive, televisionou a final que foi na rua Jaguari.

**F:** Você sendo corintiano, qual era a sensação de fazer um jornal para o Corinthians? Ou o profissionalismo era tanto que...

**P:** Engraçado, você sabe que eu sou corintiano, torço até hoje pelo Corinthians, gosto muito do meu time, mas ao fazer o jornal, o meu maior prazer era fazer o jornal, melhor que fosse do Corinthians, entendeu? Mas assim como o João, o Tim e o Edson que não eram corintianos e estavam fazendo e faziam aquilo muito bem feito, se fosse o jornal do Santos, eu faria do mesmo jeito. Eu gostava muito de fazer jornal, aquilo estava sendo para mim uma coisa muito prazerosa, muito gostosa de fazer, melhor que fosse ainda do meu time. Essa era a sensação que eu tinha e, além de tudo, se pensar hoje, era uma coisa meio ingênua, muito romântica, né? Nós tínhamos vinte e poucos anos todos e aquilo era uma grande família na verdade, e lá a gente tinha a cozinheira, que era uma cozinheira maravilhosa que o João Pacheco levou e que fazia um almoço. Os almoços na editora eram fantásticos e vinha gente de longe para comer lá, no fim a gente estava subsidiando almoço de vinte pessoas por dia (risos), mas era muito bom, era muito gostoso. A editora era uma casinha e era muito gostoso, era um lugar gostoso, como eu te disse, era um prazer enorme fazer aquele jornal.

**F:** As reportagens do jornal, o acesso aos jogadores, ao clube, como que eram? Você lembra se os jogadores conheciam o jornal? Tinham prazer de falar para o jornal? Como que era?

**P:** Sim. Bom, eram outros tempos para começo de conversa. O repórter, na época eu cobria o Palmeiras para o Jornal da Tarde, a gente entrava no vestiário, subia, descia, a gente assistia os treinos dentro do campo, a gente entrevistava quem a gente quisesse, chamava o cara de lado e falava, conversava com ele. Hoje em dia não. Hoje em dia, o clube designa um ou dois e geralmente quem não tem nenhuma importância, o terceiro goleiro, o cara que não vai jogar para falar e você só pode falar com aqueles. A gente tinha telefone dos jogadores, do técnico, de todo mundo e ele, às vezes, quando eles precisavam de alguma coisa, eles telefonavam para gente, era muito diferente. Então, eu acho que a meninada de hoje faz até milagre. Se você conseguir ganhar a confiança, não é ficar amiguinho, eu nunca fiquei amiguinho de nenhum jogador, a gente conhecia e se respeitava, eles sabiam que a gente trabalhava em veículos sérios e eles sabiam que o “Coração” era um jornal independente e que falava do time deles. Não tinha nenhum problema falar com eles, a gente falava muito, entrevistamos todos eles.

**F:** O papel do setorista era muito importante nessa época, né?

**P:** Sim, sem qualquer sombra de dúvidas. Eu era setorista do Palmeiras, o João Prado também era setorista do Palmeiras, o Tim já era sub-editor e o Elói era pauteiro, então eles ficavam mais dentro. O Otacílio teve uma época que ele cobriu o Corinthians. Eu também tive uma época que eu cobri o Corinthians, na época do Duque, eu lembro bem que o Duque era o técnico, porque a gente era setorista de um clube, mas às vezes alguém não podia, tinha problema de horário, ia você. Eu fui setorista da Portuguesa também uma época com o falecido Otto Glória, Dr. Oswaldo Teixeira Duarte. Então, a gente vivia muito o futebol e o acesso era muito mais fácil do que é hoje. Aqui em São Paulo já era mais rígido, porque eu trabalhei na sucursal do Rio de Janeiro, por exemplo, eu vi jogador discutindo de reforma de contrato na minha frente com o diretor de futebol, isso aqui em São Paulo era impossível de



acontecer, mas eu vi isso no Botafogo do Rio de Janeiro, o cara discutindo na minha frente a renovação de contrato para você ter uma ideia de como era, no Rio era mais fácil ainda. Aqui em São Paulo tinham algumas barreiras, mas perto de hoje... Era uma coisa assim: eu queria conversar com o Brandão, técnico do Palmeiras na época, eu lembro, eu entrava na salinha dele e ele estava lá, fazendo as coisinhas dele, a gente conversava assim. Eu acho que hoje é mais sofrido para você conseguir, para você conseguir alguma coisa que se distinga do comum hoje, porque...

**F:** Eles fazem a pauta hoje.

**P:** Os clubes te obrigam a fazer o que eles querem, precisa ser muito bom repórter, precisa ser muito bem relacionado, precisar ter muita fonte para conseguir alguma coisa. Hoje em dia, você dar furo é praticamente impossível, até porque a internet se o cara der um furo, é um furo de segundos.

**F:** O próprio clube na página oficial que dá o furo.

**P:** Por isso é que eu acho que hoje o que o leitor de um jornal pode querer é um a mais, uma coisa diferente, não um furo, mas uma coisa que saia do “ramerrão”, matérias especiais e isso só, hoje em dia, muito bom repórter para conseguir esse tipo de coisa.

**F:** Só por recordação, dos primeiros momentos do jornal, o que você lembra? O jornal, por exemplo, indo para as bancas no começo, a sensação de vocês. Como que foi?

**P:** Eu me lembro da gente pegando o número zero, a gente ficou meio decepcionado com a impressão, com a qualidade da impressão que não ficou muito boa, mas estava ali o número zero, a sensação boa, apesar dessa falha aí de impressão, era uma sensação boa de um trabalho diferente do que a gente fazia no dia a dia e que tinha virado alguma coisa tangível, alguma coisa palpável. E o primeiro número, a gente aproveitou, inclusive, a matéria do primeiro presidente que a gente fez para o número zero, a gente aproveitou para o número um e eu lembro nitidamente da nossa expectativa, a gente se reuniu lá na editora para saber o que tinha acontecido com o primeiro. Aí, a gente ficou muito contente, porque aí começaram a telefonar, telefonar, telefonar, a gente viu que o “bicho estava pegando” e ia vender e ele estava vendendo mesmo, as pessoas pedindo mais. Eu lembro bem da nossa satisfação com isso, a gente ficou bem contente, mas como nós éramos aqueles carinhas só, a gente dava um ou outro *freela* para algumas pessoas e a gente pagava os *freelas*, mas tinha muita gente que colaborava com a gente espontaneamente, porque gostava. Eu lembro bem do Savoya, o José Eduardo Savoya colaborou com a gente, Dante Matiusse, vários outros jornalistas colaboravam com a gente, davam dicas, o Sérgio Baklanos. Isso criou um movimento muito legal, eu lembro muito dessa satisfação do primeiro e lembro que já em seguida “tá, tudo bem, já temos que fazer o dois”. Então, nós éramos poucos e era uma coisa muito dinâmica, a gente trabalhava muito para fazer o jornal e a gente não ganhava nada. Eu, por exemplo, nunca vi um tostão, nada, zero, mas a satisfação de fazer o jornal compensava. Eu tinha o trabalho no Jornal da Tarde que era o meu emprego, meu ganha pão e, ao mesmo tempo, tinha que fazer o jornal, o “Coração”, mas engraçado, a gente se desdobrava tudo, mas éramos moleques, né? Então, a disposição era grande.

**F:** Vamos voltar para um assunto, que você talvez seja a pessoa principal do tema, você já demonstrou isso também, que é a linguagem do jornal. O jornal ele trabalhava todos os gêneros o opinativo, o informativo, o interpretativo, o entretenimento também tinha. Ele tinha uma linguagem em primeira pessoa igual a nós torcedores “Como foi o Corinthians?”, “Nós

ganhamos, atacamos”. Ele tinha uma linguagem provocativa também, então eu gostaria que você fizesse uma exposição um pouco mais detalhada sobre isso e a questão do texto também.

**P:** Bom, como eu te disse, a minha preocupação era simplificar ao máximo, sem perder a qualidade. O que eu acho, por exemplo, muito dessa coisa coloquial, isso é muito o Elói. O Elói, como ele era o pauteiro e como ele era o torcedor, digamos assim, mais fanático, então, ele era o cara que mais dava esse tom, ele já escrevia as coisas dele como esse tom da....

**F:** Da identificação?

**P:**... da identificação e essa coisa do “nós”, isso é muito ele. A minha preocupação era muito com a leitura fácil, ele já era um tabloide e isso já facilitava, mas eu queria que o leitor lesse com prazer e com rapidez até, porque ele tinha os jornalões para ler, tinha o trabalho dele para fazer, então, aquele jornal, no meu modo de ver, tinha que ser um prazer para ele também. Então, que nem eu te disse, eu procurei levar aquela linguagem do Jornal da Tarde a um extremo de simplicidade, agora, um texto bem cuidado. E tinha essa coisa do coloquial, porque era para o torcedor, a gente estava falando com ele como se fossemos nós e, na realidade, era como o Elói dava a tônica... Tinha outra coisa que eu acho importante também que era a parte de diagramação do jornal, isso quem era o grande responsável por isso, era o Tim. O Tim era o homem que desenhava o jornal todo, então, a escolha de tipos, de títulos, os tipos mais pesados, mais leves para cada seção, tudo isso era o Tim o homem que fazia. Eu acho que o jornal era muito bonitinho, muito apropriado para o que ele se propunha, tanto em linguagem visual, como em linguagem de texto mesmo, eu acho que ele foi uma pequena joiazinha, eu acho que ele foi muito bem conduzido no tempo que ele pode durar.

**F:** A linguagem visual é notória. Vocês tinham muitas imagens, muitas fotos.

**P:** Apesar de ser um tabloide, a gente usava brancos, essas coisas o Tim era muito bom diagramador, editor, ele editava muito bem. Eu achava um jornal muito gostoso de ler, não só gostoso de fazer, como gostoso de ler também.

**F:** E um jornal de esportes, primeiro pede imagens para identificação dos jogadores, do jogo em si e também a questão das charges tudo, dá uma leveza para o tema.

**P:** Dá, e ele tinha essa coisa. A gente teve muito problema com a impressão dele. A gente tentou várias gráficas, isso às vezes tinha problemas. Eu lembro na parte do final do jornal a gente numa gráfica em Pinheiros que fazia um jornal que eu não lembro o nome, mas para pagar a impressão, eu lembro que era o Dante Matiusse e eu, nós íamos para esse jornal e durante um tempo, durante eu acho que uns três meses, o Dante desenhava, eram doze páginas de Standard, a gente ia no domingo, esse jornal ia para Brasília, era distribuído aqui em São Paulo e em Brasília, eu esqueci o nome do jornal, mas eu escrevia o jornal todo, doze páginas de Standard toda semana, eu escrevia tudo, algumas reportagens, algumas matérias eu ia escrevendo durante a semana e depois tinha a rodada no dia de domingo, tinha que escrever tudo e o Otacílio eu lembro que ele ia para central Bandeirantes e ficava passando os resultados de tudo, porque tinha uma página que era um tabelão.

**F:** Isso nesse outro jornal?

**P:** Nesse outro jornal, para pagar a impressão. A gente fazia o jornal, o Dante desenhava, eu escrevia e o Otacílio mandava os resultados toda semana e a gente trocava o fazer esse jornal toda semana pela impressão do “Coração”.

**F:** Isso é a primeira vez que está sendo dito.

**P:** Quer dizer, não só a gente não ganhava dinheiro (risos), como a gente trabalhava para chuchu e ainda tinha que trabalhar para os outros, quer dizer, era mesmo uma coisa absolutamente romântica. Hoje em dia, imagina um cara sozinho escrever doze páginas de Standard por semana? Doze páginas de Standard é um monte de matérias, mas a gente fazia, a gente tinha que editar o jornal, o jornal tinha que sair, a gente não tinha um tostão mais e, então, trocamos por trabalho.

**F:** Pedro, o jornal também, eu até conversei isso com o Elói, em alguns momentos, ele tinha um texto longo. Não no sentido só de tamanho, mas de matérias aprofundadas.

**P:** Tinha, tinha. Essa que eu te falei dos presidentes, por exemplo, ela era uma matéria grande. Imagina você pegar os quatro caras? O Elói pegou os quatro e dissecou os quatro como candidatos, os prós e os contras de todos eles. Então, era aprofundado. Tinham matérias históricas que, geralmente, eram bem aprofundadas, a gente contava a história mesmo, toda. Tinha o “Nosso jogador” que geralmente era um texto longo que contava a história do cara, a ligação dele com o Corinthians, como é que ele tinha ido parar no Corinthians, o que ele estava fazendo. Tinha, mas como eu te disse, tentando sempre ser do modo mais simples possível, eu tentava sempre fazer do jeito mais mastigado possível.

**F:** E eu acho que você falou por telefone para mim, na linguagem correta, né? Respeitando...

**P:** É, isso sim, sem dúvida.

**F:** Que era a escola de vocês do Jornal da Tarde que todo texto era muito discutido.

**P:** Era muito, muito.

**F:** E a linguagem provocativa? Que existia, não era ofensiva, mas era provocativa, até o texto de assinatura do jornal tinha uma brincadeira “Você santista, palmeirense ainda tem tempo de mudar time...”

**P:** (risos) Isso é o Elói, isso é bem a cara do Elói. Essa coisa do torcedor que eu te disse, nesse ponto o Elói era genial, porque ele fazia essas coisas e foi o Elói que sacou aquela coisa do porco que talvez o número mais polêmico do jornal tenha sido esse do porco na capa. A história é que um torcedor telefonou para o jornal um dia e o Elói que atendeu e ia ter um Corinthians e Palmeiras no Morumbi no final de semana seguinte e o jornal saia na sexta-feira, o cara telefonou na segunda ou terça-feira e falou “Olha, eu vou soltar um porco no Morumbi domingo” e o Elói falou “Traz esse porco aqui que nós queremos entrevistar ele” (risos). E o cara levou o leitãozinho lá e aí arranjaram uma camisa do Palmeiras e o Elói fez uma entrevista com o porco e foi a matéria central, a matéria de capa. A capa era um porquinho com a camisa do Palmeiras escrito assim “Assado ou cozido?” na capa em letras garrafais. E aí, eu lembro bem que saiu na sexta-feira, ele saia pela manhã na sexta-feira, e os programas de esportes do meio-dia do rádio desceram a lenha na gente “são uns irresponsáveis”. Eu me lembro do Roberto Petri falando assim “eles estão ofendendo uma colônia laboriosa que faz parte da história dessa cidade, desse país”, mas desceram a lenha na gente, menos o Osmar Santos. O Osmar Santos falou assim “é isso aí mesmo, futebol é isso, é brincadeira”. Eu lembro que eu cobria o Palmeiras e o João Prado também cobria o Palmeiras: nós dois fomos considerados “persona non grata” no Parque Antártica, mas isso logo passou. O pior de tudo foi que no domingo Corinthians 2 / Palmeiras 4, e aí, quando a gente chegou

segunda-feira de manhã para abrir a editora, estavam os muros todos pichados, xingando a gente com os maiores palavrões possíveis, o telefone tocando e passando carro pela frente da editora, porque a editora ficava a três, quatro quarteirões do Parque Antártica. Eu lembro que a gente tinha um secretário, o Milton, que ficava atendendo telefone e ficava só assim “É a sua. É a sua. É a sua.” (risos) ele deve ter falado um “É a sua.” para alguém que não tinha nada que ver com isso, mas é que ele já estava tão cheio de ter que ouvir xingamentos, mas foi muito engraçado, essa foi uma das histórias mais engraçadas, mas só que a partir daí é que veio a história do porco, eles começaram xingando a gente, as torcidas contrárias pegaram isso começaram a chamar de porco e eles incorporaram. A atitude inteligente da torcida palmeirense, não sei de quem exatamente partiu isso, mas foi ter incorporado essa brincadeira e aí o porco virou Palmeiras e não teve mais graça nenhuma.

**F:** E isso eu também pergunto para todos, porque sempre tem alguma coisa interessante para falar: e o Corinthians sem “h”? E com acento, né?

**P:** É “Corííntians”. Engraçado, a gente fez isso, porque o Jornal da Tarde fazia isso. No fim, o Jornal da Tarde acabou capitulando e botou o “h”, nós eu não lembro se deu tempo, eu acho que não, eu acho que a gente terminou sem botar o “h” e muita gente protestava. Eu não sei, porque que a gente não.... Pô, aqui não era o Jornal da Tarde. Eu não lembro, porque que a gente...

**F:** Tem uma carta que critica e vocês respondem.

**P:** Essa daí deve ter sido uma de várias, muita gente criticava, mas a gente escrevia assim no dia a dia, não pode esquecer que a gente saía do “Coração” e ia para o Jornal da Tarde e colocava sem “h” e continuava sem “h” e assim ficou mesmo depois do protesto. Eu acho que a gente resolveu ficar meio ranzinza e ficar com aquilo, mas também eu acho que isso era uma coisa que mostrava mais independência em relação ao clube talvez, era uma coisa inconsciente, mas isso mostrava que nós não tínhamos nada que ver com a diretoria do clube.

**F:** O Elói que brinca que a única coisa que ele se arrepende é o Corinthians sem “h”.

**P:** É, na verdade, deveríamos ter posto o “h”, eu também acho que devíamos ter posto, mas acho que não influenciou na história do jornal.

**F:** Bom, a gente estava falando da linguagem, você já falou da linguagem provocativa que era aquela coisa do torcedor, o Corinthians sem “h”, vamos falar um pouquinho mais sobre os colaboradores só, porque eu fiz uma análise do objeto, do jornal e se eu não conhecesse vocês, se eu não procurasse vocês eu iria tirar algumas conclusões, supor que o jornal tivesse um grande capital no início, porque se você pega o expediente você tem seis pessoas principais que são vocês entre chefe de redação, comercial, administrativo e, em colaboradores, um monte de gente, com nomes de pessoas que hoje são conhecidas Fausto Silva, Percival, Flávio Aduato, etc. Então eu iria falar que parece que vocês tinham muito capital, mas não é bem assim...

**P:** O capital nós tínhamos que era a nossa amizade (risos), estou brincando.

**F:** É desculpa, eu digo capital financeiro. E até o, que me parece que é muito interessante, embora sejam quatro décadas de diferenças, a relação com o mundo do esporte eu acho que mudou também, porque a imprensa esportiva na época parece que tinha uma certa união, era um tempo diferente.

**P:** Ah, sem dúvida que era um tempo diferente. Para te falar a verdade, eu me afastei do jornal em 2006, já faz sete anos, e durante o meu tempo de jornal, muito tempo foi em outras editorias, naquela época, especificamente, o que a gente fez foi conversar com as pessoas, falar “olha, a gente está fazendo um jornal assim e assim”, alguns inclusive procuraram a gente “olha, se vocês precisarem de alguma coisa...”, foi o caso do Flávio Aduato, por exemplo, que é um corintiano histórico, ele adorou a ideia, falou “o que vocês precisarem, estamos aí”. Todas essas pessoas que vocês citou, todas elas trabalharam ou estavam trabalhando na época no Jornal da Tarde ou no Estadão, então, eram nossos colegas o Fausto, o Percival, todos eles eram nossos colegas, repórteres como a gente, então, para nós era uma coisa absolutamente natural, alguns se ofereceram e outros falaram “Ah, claro que eu faço” e quando a gente precisava de alguma coisa, alguma dica, alguma coisa específica da área, eles prontamente colaboravam. Eu não sei exatamente como é ou como funciona hoje, mas certamente não é igual, porque, primeiro, as pessoas saem menos para fazer reportagem, como eu te disse, a luta por uma notícia diferenciada deve ser dez vezes mais do que era na nossa época, porque para o cara conseguir alguma coisa diferente o cara tem que ‘rebolar’, porque, como a gente estava falando, os clubes estão pautando, os repórteres tem que ter uma criatividade enorme para fazer diferença numa coisa que é igualzinha para todos. Agora, eu acho que essa camaradagem é uma coisa talvez inerente da profissão, dentro do esporte, por exemplo, não é uma coisa do jornalismo. O jornalismo como em qualquer outra atividade tem nego que puxa o tapete, tem egos inflados, igualzinho a todas as outras, mas eu acho o seguinte, eu tenho uma opinião que eu continuo mantendo: quem faz bem esporte, quem é bom repórter de esportes, faz qualquer tipo de jornalismo bem, porque o esporte já naquela época, como eu disse para você, era mais fácil de você ter acesso às fontes. Mas também era, principalmente futebol, muito parecido com as entrevistas de jogadores que a gente vê hoje na televisão “Nós, até fomos bem. O jogo está bom. Está faltando o último passo na hora da conclusão, mas agora nós vamos para o intervalo, vamos falar com o professor, vamos ouvir o que ele falar e nós vamos voltar focados no segundo tempo para ver se a gente consegue reverter esse resultado” e todos eles falam a mesma coisa. Naquela época não era muito diferente, então, o cara que faz bem esporte que todo dia ele tem que fazer uma matéria sobre exatamente a mesma coisa e fazê-la diferente, esse cara com coisas diferentes acontecendo ele vai deitar e rolar eu acho, se ele for um bom repórter de esportes, ele faz reportagem de qualquer coisa. Eu fiz uma digressão, mas na verdade eu acho que há diferenças mesmo, até porque se sai muito menos da redação hoje, muita coisa é feita por telefone, tem a internet e a televisão e muitos meios muito rápidos, tem que ficar muita gente na redação, porque as coisas acontecem muito rapidamente. Eu não sei como é hoje, mas essa camaradagem existia e muito e a gente teve auxílio dessas pessoas, todos eles se dispuseram e muitos deles colaboraram.

**F:** A questão de ser setorista aproximava as pessoas.

**P:** Também, também. A gente tinha uma certeza, o básico você sempre iria ter mesmo se você não conseguisse ir ao clube naquele dia, os seus colegas, eles não iriam te dar o diferencial, mas o básico “fulano está machucado”, isso você sabia que você iria ter e você também cobria para os outros. Agora, coisas exclusivas eram coisas exclusivas, isso também todo mundo entendia.

**F:** E essas pessoas que colaboravam recebiam às vezes e iam almoçar muito lá, né?

**P:** Ah, iam (risos), muitos almoçavam.

**F:** Quantos toques eram o prato de bife acebolado da Dona Geralda?

**P:** A Dona Geralda era maravilhosa, o pessoal ia mesmo, porque a comida era muito boa, às vezes tinha vinte, trinta pessoas almoçando naquela cozinha era uma delícia.

**F:** Mas era um gasto?

**P:** Era um gasto grande, era como se a gente tivesse sustentando uma casa, então, muito do que seria lucro era despesa da casa.

**F:** E você lembra da Dona Geralda?

**P:** Lembro, lembro. Era uma senhora negra daquelas... uma figura bonita e muito bem humorada e ela tinha uma relação muito boa com o João e os amigos do João iam lá muito, o Saulo Galvão, por exemplo, que era um grande crítico de restaurantes, iam outros amigos dele, eu me lembro de um que tinha apelido de Beethoven e a Dona Geralda era de Jaú, não sei se ela era de Jaú, mas ela convivia com esse pessoal de Jaú e ela era sempre bem humorada, para ela não tinha tempo ruim, era uma pessoa muito legal, muito para cima, tudo que eu lembro dela é bom.

**F:** Da comida e do apoio dela?

**P:** Da comida e do apoio dela também.

**F:** E o engraçado que ela se junta num determinado momento com outra pessoa que eu coloco na minha construção aqui de pessoas externas, mas que foram muito importantes para o jornal que foi o Carlito Maia, porque ele também passou a ir almoçar lá, porque adorava a comida dela e ficava mais fácil o contato com ele, mais ainda.

**P:** É, foi graças à ele que a gente teve essa campanha na Globo, eu acho que foi graças à ele. Eu não tive muito contato com ele, mas eu sei que ele foi muito importante na história de conseguir essa campanha com a Globo que deu uma repercussão para o jornal fantástica. Mas, engraçado, que apesar de toda essa mobilização, do jornal ir bem, até que para o tamanho dele ele tinha bastante anúncio. Eu não tive muito contato com o Carlito Maia, eu sei que ele foi importante nisso. O que me espanta um pouco, que hoje em dia até eu entendo, porque o comportamento da torcida é esse mesmo, assim como um time se chega ao paroxismo quando ele vai disputar um título importante que não tinha, a ressaca que vem para o time... o Corinthians de hoje é o exemplo exato: o Corinthians foi campeão paulista, foi campeão brasileiro, foi campeão sul americano, campeão mundial, ganhou tudo o que tinha que ganhar e aí parou de jogar, porque os caras estavam “ah, o que a gente vai fazer mais?” e era quase que o mesmo time. É lógico que tirou o melhor jogador do time que era o Paulinho e mais alguns outros que saíram, mas de qualquer maneira você vê que o time ficou enfasiado. Na época, foi difícil de entender, a gente foi um dos catalisadores da torcida, uma coisa que fez a torcida pensar, aí o Corinthians foi campeão e o jornal teve que acabar, porque não tinha mais quem comprasse o jornal, é a coisa mais engraçada. A gente armou um baita de um campeonato, tínhamos campanha na Globo, fizemos o porco, cobrávamos o dirigente, fizemos tudo que um torcedor jamais imaginou fazer, aí o Corinthians foi campeão acabou, porque era só isso que eles queriam, a coisa mais engraçada isso.

**F:** Essa parte é muito interessante, o mesmo motivo que fez o jornal existir foi o que fez ele acabar.

**P:** Quer dizer, o motivo foi fazer o Corinthians virar um campeão digamos, quando ele virou um campeão acabou, parece que essa era a missão do jornal e na verdade não era. Na verdade,

era mostrar o time para o corintiano mesmo, se fosse uma coisa normal, digamos que ele até teria crescido e existiria até hoje, mas foi uma coisa assim: se ele vendia quinze, vinte mil, ele passou a vender três, se ele tinha quatro páginas de anúncios ele passou a ter meia, uma coisa impressionante.

**F:** Pegando carona nisso, o que você lembra da publicidade? Da sustentação econômica do jornal? No começo, você tem bastante propaganda, mas aí para, depois volta um pouco, daí para... O que você lembra disso?

**P:** Ah, essa parte era do João, o João que cuidava mais disso. A gente chegou a ter um ou dois diretores comerciais, contratamos um cara para vender anúncio. Eu lembro que o João procurou corintianos históricos que eram empresários, às vezes conseguia uma página, depois o cara... Campanhas assim foram muito poucas.

**F:** Não tinha sequência.

**P:** É, quando estava chegando perto da disputa do título, aí nossa tinha anúncio, tinham cinco, seis páginas, um monte de dinheiro entrando, um monte de dinheiro entre aspas, não era tanto, mas uns três depois do título, acho que não teve nenhum anúncio. Agora, nunca teve assim uma sequência que a gente pudesse descansar “Ufa, agora nós já estamos com duas ou três edições garantidas”. Não, nunca teve isso. O João teve que batalhar semana por semana para conseguir os anúncios.

**F:** Mas a assinatura e a venda garantiam o básico.

**P:** Garantiam, o básico garantiam, quer dizer garantia algumas, a gente precisava também muito da publicidade. Saímos sem prejuízo, mas sem ganhar um tostão também.

**F:** Teve uma dívida que alguns comentaram.

**P:** Ah sim, teve uma dívida.

**F:** De imposto, da firma, da empresa que fechou, o Otacílio lembra, o Tim lembra um pouco também.

**P:** Eu sei que tem isso, mas como não era minha parte, eu não...

**F:** Mas não foi nada demais.

**P:** Mas, na verdade, ninguém ganhou nenhum tostão.

**F:** O último jornal eu acabei descobrindo... Fiquei meio assustado, porque ninguém sabia o último número, quando eu terminei a sexta entrevista ainda não sabia, porque quando o Elói falou que tinha todos os jornais, você e ele ganharam, você falou para mim que emprestou e a pessoa sumiu, e ele tem, daí quando ele falou que era até o número cinquenta e oito, algumas coisas não batiam. Daí eu falei “Não Elói, eu acho que tem mais”, porque na internet se você for pegar a questão do porco, por exemplo, existem textos que não são verdadeiros, existem algumas informações que eles falavam que o jogo foi em setenta e oito, e outra, o Otacílio coloca a Copa também como um dos motivos e a Copa foi em junho de setenta e oito, então, me confundi um pouco, mas aí nós chegamos à conclusão que o último número foi em 16/12/1977, o número cinquenta e oito, inclusive, o Edson me deu na visita dele, foi o primeiro que eu fui fazer a entrevista pessoal, ele me deu um cartão de Natal que vocês deram

para os anunciantes, seria o número cinquenta e nove, só que daí eu descobri que a capa era um papai Noel pedindo o bicampeonato, só que era a capa do cinquenta e oito. Então, não houve mesmo o cinquenta e nove, foi no final do ano que vocês decidiram acabar. Então deu um ano e cinco meses de jornal.

**P:** Começou em setenta e seis e terminou em setenta e sete.

**F:** Eu estou falando isso mais para te informar que a gente conseguiu fechar isso e ele tem mesmo todos. Eu tirei as fotos das capas, ainda faltam algumas coisas.

**P:** Eu tinha encadernado eles.

**F:** Nós vamos falar agora do final do jornal. O final do jornal tem fatores externos e internos, intrínsecos e extrínsecos. Para você, o jornal acabou por quê?

**P:** Eu acho que foram duas causas principais: uma, porque a gente viu que não iria passar daquilo. Ele tinha diminuído muito tanto em circulação como em anúncio, não tinha perspectiva, quer dizer, pelo menos a curto e médio prazo de que aquilo aumentasse, porque ele já tinha atingido o auge; e a gente só tinha era dívida, não estávamos ganhando nada e trabalhando feito uns loucos; e o time já tinha sido campeão, não tinha por que mais continuar.

**F:** Você acredita que era o ano que iria começar a Copa também e o tema iria para a imprensa?

**P:** Eu acho que isso a gente nem pensou, aí, por exemplo, a gente podia se você pensar bem, se a gente pensasse boas pautas: “por que tal corintiano não foi convocado?” ou “por que tal corintiano foi convocado?”, “por que ele não joga?”. Dá para fazer um monte de pauta em cima do Corinthians e em cima da Copa. Ainda mais que a Copa em setenta e oito foi na Argentina, dava para fazer alguma coisa, mas eu acho que a Copa não influenciou não. Eu acho que era o estado do próprio jornal.

**F:** Eu tenho uma suposição minha: dezembro, janeiro e fevereiro são meses de um hiato esportivo.

**P:** Também, tudo converge, ou seja, janeiro e fevereiro não têm futebol profissional, naquela época era janeiro e fevereiro mesmo. Dois: os anunciantes que já estavam mingando, janeiro e fevereiro esquece e, certamente, o pessoal do comercial já tinha tentado ver se podia mudar alguma coisa para o ano que vem e como o time tinha sido campeão, eles viram que não iria ter coisa nenhuma. Então, não tinha nada para levantar e estava indo mal, não ganhávamos nada, trabalhávamos feito uns malucos, aquele negócio do jornal que eu fazia, depois de três meses ele fechou, quer dizer, a gente iria ter que pagar a impressão também, iriam aumentar as despesas, não tinha por que continuar o jornal.

**F:** Bate. É interessante você viu como a história é rica, como tem situações que tudo é movido por um fato mesmo, não foi do nada “vamos montar e vamos acabar”, tem toda uma sequência histórica e de fatos. Dá uma narrativa legal, é isso que eu estou falando.

**P:** Agora, o que eu me impressiono mais é que foi um ano e cinco meses e a impressão que a gente tem é que foram cinco anos, porque era muita coisa junto, a gente viveu muito aquilo, intensamente.



**F:** E o que você pode concluir da experiência de ter feito o “Coração”?

**P:** Ah, foi maravilhosa, me deu mais experiência como jornalista em geral e como jornalista esportivo em particular, ali a gente se tornou empresário do segmento de comunicação do qual nós éramos empregados até então, ali a gente amadureceu em muitas coisas, a gente viu muita coisa acontecer, a gente fez coisas do ‘arco da velha’, você mobilizar a Globo, você renomear uma torcida, isso para um jornalzinho, a gente recebia coisa do Japão, quer dizer, não foi uma coisa pequena, a gente fez uma coisa. Éramos seis caras e de repente a gente mexeu com um monte de coisas. Então, a gente viu que ali era possível fazer coisas diferentes. Foi muito legal, eu gostei muito de ter feito.

**F:** E a imprensa da época era movimentada, você tinha a Placar, a Manchete Esportiva, a Gazeta Esportiva e os cadernos de esporte, que vocês trabalhavam. Você acha que o “Coração” não concorreu? Ele teve sua vida própria nesse mercado?

**P:** Teve, teve, sem dúvida. Era dedicado a um clube só e é legal, porque aí você constata mesmo o quão grande é a torcida do Corinthians mesmo. Eu acho que sem apoio do clube, dificilmente outro clube teria uma publicação assim disputando espaço em banca como o ele disputou.

**F:** Eu usei um título inicial para o meu artigo, eu acho que eu até comentei você no telefone, que eu não usaria hoje, eu vou ter que repensá-lo que é “Coração, o jornal da torcida corintiana, sucesso editorial, fracasso capital” no sentido econômico. Juntando tudo isso, o que você daria de ideia para mim?

**P:** Eu diria alguma coisa que foi uma experiência única em matéria de torcida.

**F:** Você não se lembra de nenhum jornal parecido?

**P:** Que não tivesse o apoio do clube, nenhum.

**F:** Nem nacional, nem internacional?

**P:** Internacional eu não posso te dizer, mas nacional dirigido para um clube só.

**F:** Tinha o Urubu do Flamengo que mandou a carta reclamando, mas consta que a maioria de vocês não conhecia a existência.

**P:** Eu sei que houve esse Urubu, eles escreveram uma carta dizendo que a maior torcida era deles, eu acho que cheguei a ver um exemplar desse jornal, mas foi muito menos importante que o “Coração”. Eu trabalhei em outro jornal do Corinthians o “Democracia Corintiana”, mas esse tinha a ver com clube, eu fui contratado não pelo clube, mas pela empresa que prestava serviço para trabalhar nesse jornal, mas esse tinha o Corinthians, o Corinthians tinha interesse no jornal.

**F:** Olha só que coincidência, ontem eu fui a um sebo e comprei um livro da Democracia Corintiana, que o Sócrates escreveu com um outro jornalista que eu não lembro o nome agora, e ontem à noite eu li quase a metade inteira dele e tinha a foto do jornal, foram dezoito números.

**P:** Eu trabalhei nele, mas esse tinha o dedo do Corinthians. Então, assim desse jeito, eu não conheço nenhum outro. Eu puxaria o título para esse fato de ser um fenômeno único.

**F:** E o da maior torcida do Brasil? Seria uma certeza ou uma provocação?

**P:** Não, não é. Eu acho que era uma provocação mesmo, porque a gente sabe que a do Flamengo é maior, até porque o Flamengo vinha da antiga capital federal, as rádios do Rio eram mais potentes que as de São Paulo e eram mais viradas para o Norte, então toda a região Norte e Nordeste torcia pelos times do Rio, você só tinha torcedor dos times de São Paulo do triângulo mineiro para baixo, então, no Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul. Então, isso ficou e o Flamengo é mesmo a maior torcida do Brasil, mas a única que pode encarar é o Corinthians, você lembra-se da invasão corintiana contra o Fluminense.

**F:** Você foi para lá?

**P:** Não, eu não fui. O Elói foi.

**F:** Qual é sua relação hoje com os protagonistas? Com os seu amigos da época?

**P:** Eu gosto muito de todos eles, mas não os vejo mais. Os últimos que eu vi foram o Edson Scatamachia que é o que eu mais me relaciono atualmente. Ele esteve aqui, jantou ele e a mulher dele aqui em casa, faz um ano e um ano e pouco. Eu vi o João outro dia num velório, a gente se encontrou. O Elói eu sei que foi para o Guarujá, o Elói chegou a ser uma figura muito importante no jornal, ele chegou a ser diretor do Jornal da Tarde, aí ele meio que se afastou até por questão de posição e aí eu nunca mais o vi, mas eu gosto muito dele, eu acho ele uma figura muito interessante, um ótimo jornalista. O Tim eu falei por telefone com ele, mas já faz uns dois anos, eu gosto muuuito do Tim. O Tim é uma figura serena, pacata. O Otacílio eu não sei nem por onde ele anda.

**F:** Considerações finais, o que você gostaria de falar? Agradeço a entrevista, você já sabe o objetivo dela, porque eu até vou repetir: o “Coração” não existe no mundo acadêmico, que é o mundo que hoje eu estou trabalhando, você vê vários trabalhos falando de esporte e jornal e ele não é citado, e a partir de então eu acho que vai ser quase que imprescindível, se você falar em veículo esportivo, que não seja citada essa experiência. Acredito eu. E no mundo histórico também, se você pesquisar o arquivo histórico do Estado de S. Paulo aparece só o nome do jornal, mas não diz mais nada. Tem pouquíssima coisa na internet. Tinha um fascículo uma vez para vender. Então, o meu objetivo é esse: colocar ele no mundo histórico e acadêmico e por eu ter a coincidência de ter o jornal, de minha mãe não ter jogado que foi um milagre.

**P:** (Risos).

**F:** Então, quais são suas considerações finais?

**P:** Foi muito gostoso recordar isso e como eu digo é uma experiência única e como a molecada diz hoje “demorou” (risos). Acho que realmente alguém tinha que ter se importado com isso. Isso é bom, essa aproximação acadêmica em relação a ele, porque é uma coisa que vai perenizar, eu acho que é muito importante isso para molecada ver, às vezes, você pode ter um pequeno sonho e isso transformar vidas, transformar coisas, fazer um empreendimento interessante. Foi uma experiência muito rica, creio que para todos nós, eu acho que ela merece ter um lugarzinho dela na história, sem dúvida.

**F:** Você acha que seria possível um jornal hoje independente de um clube?

**P:** Não, até porque naquela época o Vicente Matheus até tentou, mas ele não conseguiu, porque a marca era exclusiva, mas nós não usávamos o nome Corinthians, era da torcida

corinthiana, era “Coração”, nós não usávamos o distintivo do Corinthians, nós usávamos só uma âncora, sugeria o distintivo.

**F:** Não teve nenhum problema autoral de imagem?

**P:** Não, não tivemos nenhum problema nesse sentido. Eu tenho a impressão que o Vicente Matheus tentou conversar com os advogados do Corinthians, mas eu acho que eles devem ter aconselhado...

**F:** E o nome? Você lembra por que Coração?

**P:** O nome eu não lembro nem qual de nós escolheu, mas eu acho que foi meio consensual, porque ele tem várias vantagens. “Coração”, porque é o coração do torcedor que bate pelo time dele, cor e ação, se divide em duas palavras e uma delas é agir, e cor é uma coisa que está muito presente no futebol, em todas essas torcidas, além do que ele tem o “cor” do Corinthians e você pode usar o “o” como a sugestão do distintivo. Então, eu acho que essa palavra é mágica. Em tudo que a gente fez a gente tinha essa preocupação, o título é uma coisa muito importante em um jornal. Eu lembro que, por exemplo, “Viva o Esporte” que foi o programa que na minha cabeça deu origem a isso também foi um consenso, porque viva de viver, viva de saudar “Viva! Viva!” e é uma coisa que tem muito a ver com o esporte. Era tão boa essa marca “Viva o Esporte” que a gente nunca se preocupou em registrar, eu acho que nem o “Coração” a gente acabou registrando, porque “Viva o Esporte” acabou sendo o programa da rádio Globo, creio que a rádio Globo deve ter registrado o nome, mas nós nunca registramos. Então, “Coração” teve essa conotação de ter várias interpretações e todas elas convergindo para um assunto só.

**F:** Só uma coisa que eu estou procurando, mas é mais para conhecimento geral, a importância de o Campeonato Paulista ser maior que o brasileiro, foi até os anos oitenta isso? O que você se lembra disso?

**P:** É, eu acho que até por aí, eu acho que depois que o Corinthians ganhou é que aqui em São Paulo começou a diminuir isso, eu acho que aí acabou a graça das outras torcidas. Ainda teve o Palmeiras que ficou dezesseis anos também, esses dezesseis anos do Palmeiras também foram... Eu lembro que foi uma saga para o Palmeiras ganhar... E aí foi perdendo. É uma coisa interessante, têm campeonatos, por exemplo, a taça Comembol que ninguém dava importância, aí depois teve a Sul-americana que ninguém dava importância e de repente a Sul-americana... Porque nós estamos nos espelhando cada vez mais nos europeus, então a Europa tem a copa dos campeões e tem a copa da UEFA, aqui tem a Libertadores e tem a Sul-americana, primeiro e segundo escalão, também o campeonato nacional que é um campeonato importante. Tem aquela diferença que o Brasil é do tamanho da Europa, mas mesmo assim, eu acho um crime, o cúmulo matar os campeonatos regionais. Eu entendo, eu vejo os caras dizendo que não tem sentido, não sei, então, divide o elenco em dois e um disputa o campeonato, mas você não pode matar o futebol do interior como eles estão matando. A gente tinha time, o Ferroviária de Araraquara era um ‘timasso’, a Ponte Preta que disputou esse título com o Corinthians é um baita de um time, o Guarani que foi campeão brasileiro. O Guarani está lá na segunda divisão quase caindo para a terceira, a Ponte Preta está na segunda divisão de novo, o Noroeste não é nem sombra do que ele foi. A gente tinha uns times tinha a Radium de Mococa, tinha o Taubaté, tinha o XV de Jaú, o XV de Piracicaba, o Olímpia, em toda a cidade tinha um time importante. Esses times existem até hoje, mas ou estão na mão de empresários ou tem um time meio... Não revelam mais ninguém. O futebol brasileiro está ficando cada vez mais sem graça. Essa rivalidade regional era muito legal. Tem que a ver

alguma coisa que preserve, porque o Estado de S. Paulo é do tamanho da Itália, é do tamanho da França, sei lá.

**F:** Tem torcida para encher estádio, qualquer campeonato.

**P:** E a mesma coisa para Minas Gerais, a mesma coisa para o Rio Grande do Sul. Então, tinha que haver uma solução para isso, sei lá, os campeonatos regionais serem disputados pelos caras mais novos, os caras que não estão tendo chance no time principal, eu não sei, mas não pode fazer com que o futebol do interior vire esse marasmo que ele até hoje.

**F:** Vai acabar, né?

**P:** Vai acabar e é da onde saia os jogadores, a maioria dos jogadores vinha do interior.

**F:** Vou pegar a máquina, posso tirar uma foto?

**P:** Pode.

**F:** Obrigado

*Entrevista 12 - João Prado – 27/12/13**Gravação com gravador digital - pessoal**Entrevistador: Fábio Camargo Fleury de Oliveira*

**Fábio:** João, essa entrevista que eu vou fazer com você faz parte da reconstrução histórica do jornal “Coração”, um jornal que você foi sócio-fundador. O objetivo é, como eu já disse, reconstruir a história do jornal, analisar a linguagem dele, o objeto. Isso para uma dissertação de mestrado em Comunicação Midiática da Unesp de Bauru. Então, essa nossa conversa vai ser transcrita, ela possivelmente vai virar um artigo, um capítulo de um artigo e como todo capítulo de artigo vai para a internet, então, ela se tornará pública, certo? Vai virar um material para pesquisa, porque eu descobri que o “Coração”, o jornal, ele não existe nem mundo acadêmico, a memória dele, nem no mundo histórico. Se você entrar no arquivo histórico nacional, arquivo histórico da imprensa, você não encontra nada sobre o “Coração”. Então, a minha intenção é jogar... Porque ele é um objeto de estudo da imprensa esportiva, da história da imprensa, ele tem muito para contar aos novos pesquisadores. Essa é a proposta dessa entrevista. Então, eu gostaria que você me falasse um RG mesmo: nome inteiro, onde nasceu, idade...

**João:** Meu nome é João Prado de Almeida Pacheco, nasci em Jaú, em agosto de quarenta e cinco, tenho sessenta e oito anos hoje. Eu comecei como jornalista no Estadão. Eu estava fazendo Direito na católica, na PUC, em São Paulo, e trabalhava em um escritório de advocacia de um primo meu, José Carlos Sampaio Castro, e eu tenho outro primo, o Saulo Galvão, que foi até um jornalista famoso de gastronomia, vinhos... O Saul veio um dia até o escritório, porque ele era um primo em comum nosso: “Você não quer trabalhar no Estadão?”. “Querer, eu quero, mas eu nunca pensei nisso”. “Não e tals... Ganha bem... É sobre esporte, você gosta de esporte...”. Aí, eu fui lá. O chefe de esporte era o Ludenbergue Góes, meu grande amigo e incentivador no caso... Comecei a trabalhar no Estadão meio que por acaso e a coisa foi indo. Fiquei como repórter durante dez anos e, quando começaram a nascer meus filhos, eu tenho dois filhos, um nascido em setenta e oito e outro nascido em oitenta, eu comecei a não querer mais viajar. Eu viajava muito pelo campeonato brasileiro, viajei pela Europa, viajei pela América do Sul várias vezes e eu era o solteiro ali da turma, então, qualquer viagemzinha que aparecia o Góes me perguntava, ou então, eu mesmo falava “Eu vou”. Mas, depois dos filhos, isso começou a me preocupar, deixar a mulher sozinha com filho pequeno. Aí que eu tentei outras coisas, o “Coração” foi uma das tentativas, a empreiteira foi outra. Depois, eu me encaixei no Jornal da Tarde como copidesque. No Estadão, eu já tinha ficado dez anos, no Jornal da Tarde, foram mais dezesseis e, nesse meio tempo, eu resolvi prestar concurso. Fiz alguns concursos e me encaixei nesse do tribunal de contas e lá fiquei. Lá, eu fiquei assessor de imprensa, usei o Direito para entrar no concurso e depois usei o jornalismo para me diferenciar dos outros advogados e conquistar um cargo que me satisfizesse, deu certo.

**F:** Como que você entrou nesse projeto? Como nasceu o projeto?

**J:** Nasceu de um programa de rádio na Rádio Record. O diretor da Rádio Record, o Francisco Paes de Barros, que é juaense como eu, resolveu fazer um programa de rádio e me chamou, porque eu trabalhava no Estadão, era repórter esportivo, tinha um certo destaque, aparecia nas páginas de matérias assinadas, me chamou “Olha, eu queria implantar um programa de esporte aqui na Record, criar um programa de esporte, o que você acha? Você poderia

comandar isso?”. E eu achei graça, porque isso era mais ou menos 1973, setenta e dois, setenta e três, e chamei um pessoal que vivia comigo no Estado, no Jornal da Tarde. Estava lá, o Tuca Pereira de Queirós, o Edison Scatamachia, o Pedro Autran Ribeiro, Milton José de Oliveira, Elói Gertel... E aí, fomos fazer esse programa. Esse programa chamava-se Viva o Esporte e era divulgado à noite, das onze e meia a meia-noite, de segunda a sexta e aos sábados era da meio-dia a uma hora. E fomos tocando o programa de esportes, foi tendo boa repercussão... Até que um dia, creio que uns dois anos depois, a Record mudou a programação e o programa acabou caindo da grade. Então, ótimo, tudo em ordem, a gente já estava mais ou menos esperando, porque havia tendência só para música sertaneja, estilo Zé Bétio e nós lá “O que nós vamos fazer?”. Poxa vida, um grupo de bons amigos, de bons profissionais e, então, o Elói Gertel teve a ideia “Por que a gente não lança um jornal do Corinthians?”. E realmente, nós éramos muito mais jornalistas do que radialistas, todos nós. Conversa daqui, conversa dali, reunião daqui, reunião dali... E montamos o jornal. Originalmente, ficou eu, Pedro Autran, o Edison Scatamachia, o Otacílio do Carmo, o Tim Teixeira... Aí, alugamos uma sede perto ali do Palmeiras na Rua Padre Chico, era perto do Palmeiras, mas era conveniente para nós, porque era perto do Estadão. Aí, lançamos o jornal. Eu fiquei uma espécie de diretor comercial, meio administrativo, eu ia atrás da editora Abril, da Dinap, distribuidora de jornal, tentava arrumar uns comerciais, o Edison também tentava. Aí, vieram outras pessoas tentando ajudar a gente na parte comercial, na parte administrativa, na parte de texto também... Vários, o Flávio Aduato, o Faustão, o Márcio Bernardes, enfim, vários amigos... O Trajano... Que iam lá... O Savoya... Que faziam textos, nós tínhamos afinal que preencher doze páginas toda semana. A coisa andou. Fizemos uma parceria com a Rede Globo que o Edison conseguiu através do Carlito Maia. O Carlito Maia era uma espécie de gerente da Globo de São Paulo. E essa parceria com a Rede Globo foi bastante produtiva, proveitosa. O Corinthians não ganhava campeonato naquela época, né? E a Globo fazia uma chamada toda quinta-feira antes do programa do Chico Anísio, era um coração batendo assim e ela dizia “O Corinthians vai ser campeão. A Globo garante.” Garantia, porque era um campeonato só com times chamados Corinthians. Corinthians de Presidente Wenceslau, Corinthians da Vila Monumento, em São Paulo, Corinthians de Jaú, Corinthians de Bauru... Corinthians de todos os lugares. Chamava Corinthians, podia entrar. E organizamos esse campeonato, com logística relativamente difícil, porque tinha jogo em Jaú, tinha jogo em locais distantes, Presidente Prudente, Rio Preto, Sorocaba... Foi um negócio muito bacana. E o Corinthians acabou ganhando. A final foi Corinthians de Presidente Wenceslau e Corinthians da Vila Monumento. Ficamos amigos do pessoal, da Vila Monumento tinha um espanhol que era o técnico o Alex Freua Neto que era um líder político da região, que frequentava o “Coração” para tentar organizar os esquemas dele. E o de Presidente Wenceslau era o Ipojucã que era uma espécie de faz tudo, o prefeito de Wenceslau era o Inocêncio Erbella... Foi uma coisa que acabou influenciando muito a cidade, a região. Foi muito bacana.

E o “Coração” foi seguindo a sina dele, né? Teve a história também do porco do Palmeiras. A torcida do Corinthians já chamava a do Palmeiras de porco, o “Coração foi como se oficializasse isso, colocando, por ideia do Elói, um porco na capa e a manchete dessa edição era “Assado ou cozido?”. Foi na sexta-feira anterior a um jogo entre Corinthians e Palmeiras. Então, tem gente, o Lucas Neto, por exemplo, “Ah, vocês foram quem inventaram o porco”. Nós não inventamos, já se falava aquilo, mas foi uma espécie de oficialização, a coisa ia pegar de qualquer maneira, mas o “Coração” teve participação.

E o “Coração” foi, ele não chegou a decolar, porque nós éramos muito mais profissionais de escrita do que de comércio... Éramos novos e não tínhamos muito entendimento do mundo comercial. Tentamos algumas coisas, acho que talvez, se tivesse um pouco mais de sorte, até

teve um corintiano bem posicionado no mundo comercial o Sérgio Terpes que ia participar da sociedade e acabou falecendo inesperadamente. Ele teve um infarto com quarenta anos.

O “Coração” foi um sucesso editorial, mas faltou o lado comercial e ele foi sobrevivendo enquanto o Corinthians não ficava campeão. Então, sempre ficava naquela expectativa do Corinthians ser campeão e vendia em torno de dez mil exemplares, mas tinha um potencial para vender cem mil, duzentos mil por semana. O Brasil é ruim para vender jornal, mas, mesmo assim, o potencial era grande. Só que aquilo precisava ser despertado, precisaria ter uma propaganda e propaganda requer dinheiro e nós não tínhamos o dinheiro. Mas, a expectativa do Corinthians ficar campeão foi levando o “Coração” até aonde pôde, até aonde o “Coração” chegou. Aí, o Corinthians foi campeão em setenta e sete e aí, a coisa começou a diminuir, a murchar, perdeu aquele elã de “Vamos ser campeão, vamos fazer isso, vamos ser campeão”. Então, até que chegou um dia, com a queda da venda, que nós concluímos que era melhor fechar e fechamos.

**F:** E qual era o seu projeto pessoal, João? O que você imaginava no começo?

**J:** Eu estava atrás do sucesso em alguma coisa. Eu acho que na vida a gente não tem uma direção certa para obter o sucesso, a gente vê onde ele está e vai atrás dele ou com jornalismo, ou com comércio ou com qualquer coisa que a gente possa ver a luz e ir à direção dela. Às vezes, você não chega nem perto; às vezes, você chega perto; às vezes, você consegue até bater a mão nela e assim vai... A vida para mim é isso: é um buscar eterno da independência... Da independência, porque o sucesso, na verdade, é a independência, você depender só de si. Isso para mim é o sucesso.

**F:** Perfeito. Você foi setorista, né?

**J:** Fui setorista em vários times.

**F:** Lembra um pouco do setorista, porque nós estamos observando nas nossas conversas que um grande potencial, diferença, qualidade da imprensa esportiva da época era o setorista.

**J:** Mas o setorista existe até hoje, Fábio. O setorista é aquele que vai todo dia ao clube. Vai cedo, até antes do treino, fica até depois do treino, fica amigo das pessoas, tem muitas fontes de informação pela própria presença dele ali. Eu fui setorista do São Paulo, da Portuguesa, do Corinthians, do Palmeiras, eu fui setorista dos quatro e viajei muito com o Santos, viajei muito com o Santos. Talvez o time que eu tenha viajado mais foi com o Santos. Naquela época, o campeonato brasileiro estava começando e os jornais não tinham correspondentes nas cidades, então...

**F:** Nos estados do Brasil...

**J:** No Brasil. Tinha um ou outro, um no nordeste, talvez em Recife, mas não tinha em cidades como Fortaleza, Natal... E eu viajava e talvez o time que eu tenha viajado mais tenha sido o Santos.

**F:** E realmente o campeonato brasileiro não era tão importante como o regional? O paulista na época... Como foi essa transição?

**J:** Não, quando começou... O Roberto Gomes Pedrosa... Era o Rio-São Paulo, tinham dois campeonatos: o paulista e o Rio-São Paulo com importância semelhante, talvez até o Rio-São Paulo tivesse repercussão maior, porque eram os dois maiores centros. E aí, o Rio-São Paulo

foi crescendo, entraram primeiro os times de Minas Gerais e do Rio Grande do Sul. Então, ao invés, de ser Rio-São Paulo passou a ser Roberto Gomes Pedrosa, passou a ser Robertão, se eu me lembro... Porque aumentou. O Rio-São Paulo chamava-se torneio Roberto Gomes Pedrosa, aí, com a entrada dos gaúchos e dos mineiros passou a ser Robertão... E foram entrando os outros e foi crescendo em importância. Aí, veio a história das Libertadores da América que, em 1970, a Libertadores começou a tomar vulto, não muito, mas de setenta a noventa, a Libertadores já era um objetivo significativo. De noventa para frente, passou a ser o objetivo principal do futebol e é até hoje. Hoje, só se pensa em Libertadores, os times entram no campeonato brasileiro pensando em Libertadores. O Paulista era importante pela tradição, mas ele não dava... Era só ser campeão e o Brasileiro começou a dar a Libertadores, e a Libertadores começou a dar o Mundial. Então, foram dando metas.

**F:** João, para você, quais eram os objetivos do jornal? Qual era a intenção do “Coração”?

**J:** O mesmo objetivo pessoal meu: ter sucesso, alcançar a independência, crescer. Talvez, se o “Coração” atingisse alguns patamares que a gente imaginava, talvez, lançar um do Palmeiras, talvez, lançar um do São Paulo. Nós queríamos formar uma editora forte, nosso objetivo era crescer, nos tornar independentes como era o objetivo pessoal de todos.

**F:** Interessante é que no jornal tinham dois são paulinos, você e o Tim Teixeira, o Scatamachia, palmeirense, e três corintianos, a camisa do jornalista era muito mais forte do que do clube, né?

**J:** Sim.

**F:** Porque o Elói disse que brincava com vocês que vocês como corintianos estavam se saindo muito bem. Não sei se você se lembra disso?

**J:** E a gente torcia mesmo, porque a gente torcia pelo sucesso do empreendimento e, conseqüentemente, torcia pelas vitórias do Corinthians. E por ironia, você vê, quando o Corinthians ficou campeão, que era o desejo e tals, porque aquilo poderia fazer com que o jornal explodisse realmente, ele caiu, perdeu a graça.

**F:** João, você foi responsável pela publicidade do jornal e eu fiz uma análise de boa parte do jornal sobre a publicidade. Realmente, é muito interessante, embora, não tenha dado certo, tinha uma boa venda... A assinatura garantia o quê? A venda em banca e a assinatura?

**J:** Não, não chegamos a ter um quadro de assinantes significativo.

**F:** E venda em bancas?

**J:** Venda em bancas, foi o que eu te falei, uma média de dez mil. Eu tenho impressão que a média em bancas era de dez mil.

**F:** No primeiro número, vocês fizeram vinte e mil, daí mais dez, e, no segundo número, quarenta mil, pelo jornal.

**J:** Pode ser, isso eu não me lembro direito. É coisa de... Quantos anos atrás?

**F:** Trinta e seis, trinta e sete anos.



**J:** Trinta e seis, trinta e sete anos. Eu me lembro que a média não nos satisfazia e o quadro de assinantes também nós precisaríamos ter uma estrutura maior, então, gastos maiores e precisaríamos de uma propaganda maior que os gastos... Gastos em propaganda é uma coisa bastante perigosa, porque, você faz uma propaganda mal feita, aquele dinheiro que você gastou, ele vira pó, quer dizer, não sobra, às vezes, nem dez por cento, não sobra nada, vira pó e isso nós não tínhamos. Nós todos éramos assalariados e vivíamos do salário do jornal, então, tinha que ter o pé no chão, não adiantava você por o pé na lua e cair de ponta cabeça.

**F:** Como disse o Pedro Autran, era uma batalha semana a semana.

**J:** Semana a semana. Semana a semana.

**F:** Indo atrás de anunciante, atrás de...

**J:** Sim, todos nós. Você pega o expediente do Coração têm vários colaboradores e vários iam atrás de anúncios também, o Edgar Soares que tinha uma agência de publicidade grande, corintiano, famoso... Íamos atrás de agências de corintianos... A coisa era... Trabalho não faltou, faltou o resultado, porque... Pensamos, inclusive, em por um esquema de anúncios de classificados, mas tinha que ter propaganda, sabe Fábio? A minha opinião, a minha opinião não, eu acho que era a opinião geral: se a coca-cola parar de anunciar, depois de um ano, ninguém mais vai tomar coca-cola. O anúncio tem que ser constante, a presença na mídia tem que ser constante, constante. Então, o “Coração” tinha lá aquela história da Globo do coração, mas precisava ter mais, mais.

**F:** Teve a simpatia da imprensa, né? Porque, no lançamento, todos falaram com muito carinho do “Coração”.

**J:** Teve, mas precisaria que falasse no lançamento, um mês depois e no mês seguinte. Sempre. A gente não tinha essa força. Você vê, vários jornais que... O “Coração” nasceu e parou do mesmo jeito que o Pasquim nasceu e parou e outros jornais, muitos outros. Precisa ter a constância da mídia.

**F:** O jornal até teve uma mudança de preço, né? Que isso eu também vi. De quatro para seis cruzeiros, mas foi no número cinquenta e cinco e acabou no cinquenta e oito.

**J:** Era uma tentativa. Você sabe que metade desse dinheiro ia para Abril, para Dinap.

**F:** Para distribuidora?**J:** Para distribuidora, ou era cinquenta e cinco ou era quarenta e cinco por cento para distribuidora.

**F:** Nossa, para distribuidora? E o resto?

**J:** É. Ah, outra coisa que também foi interessante que deu uma sobrevida para o “Coração” foi um acordo que nós fizemos com o Jornal da Semana. O Jornal da Semana era um semanário de um grupo de empresários da região de Pinheiros...

**F:** Da Gazeta de Pinheiros...

**J:** Da Gazeta de Pinheiros, que era distribuído gratuitamente naquela época do Shopping News, esse tipo de jornal também não têm mais.

**F:** Jornal de bairro?

**J:** É. Aí, aos domingos, a gente trabalhava para o Jornal da Semana para fazer a edição de esportes do Jornal da Semana e eles, em compensação, imprimiam o “Coração”. Isso também deu uma sobrevida boa para o “Coração”.

**F:** Eu vi isso daí. Já foi logo no começo do número onze para o doze. É o PAT que fala, do Estadão vai para o PAT a impressão. E daí já foi no número onze para o doze. E quem lembrou mais disso foi o Pedro Autran, porque era ele quem escrevia junto com acho que era o Dante Matíussi, iam lá e fechavam toda a parte de esportes...

**J:** Sim, íamos todos nós. Não era só o Dante e o Pedro Autran. O Dante era editor, mas íamos todos nós, ia eu e o Tim, ia todo mundo.

**F:** Isso era uma permuta? O trabalho de vocês pela impressão?

**J:** Pela impressão, também deu uma boa sobrevida... A Globo também, o campeonato do Corinthians. Trabalhar, nós trabalhamos bem, o problema foi comercial. E comercial foi o mesmo problema pelo qual o Jornal da Semana um dia fechou, que O Cruzeiro, A Manchete...

**F:** O que você se lembra da caça pela publicidade? Como é que era? Só para explicar, analisando o jornal, têm páginas inteiras de... Banespa, Caixa econômica...Objetivo... E daí outras... Algumas pequenas, outras médias. Nós vimos a tabela de preços, tinham vários tamanhos. O que se percebe é que não se teve uma continuidade, por exemplo, o Banespa fazia uma semana e na outra não fazia. Como é que era essa busca? Você era o homem principal. Todos falam “Isso é com o João Prado”. “Quem vai lembrar é o João Prado”. Fala para mim como é que era essa caça da publicidade.

**J:** Eu e muitos outros amigos, pegando... Quer ver? (olhando algo)... O Fernando José Dias da Silva... Anélio tentou arrumar anúncios. Todos tentavam arrumar anúncios, eu ia atrás, eu ia ao Mappin, eu ia bater nas agências de publicidade, levava o jornal, a ideia. Todo mundo achava bom “Oh, mas que ideia espetacular”. Mas a coisa tem que ter uma estrutura maior...

**F:** Havia empresários corintianos que anunciavam por serem corintianos?

**J:** Sim, havia, também. Banespa foi o governo. Banespa, Caixa Econômica, alguma agência que a gente ia que estava numa época de propagandas do governo e talvez até pelo Corinthians... O Washington Olivetto... O Washington Olivetto frequentou as nossas páginas com alguma assiduidade. Entrevistas dele, opiniões dele. Ele foi um dos que batalhou para o “Coração” sobreviver. DPZ, íamos... Algumas vezes conseguia, mas não tinha uma continuidade, talvez, pela falta de uma constância na mídia.

**F:** Lojas Marisa foi uma que foi constante...

**J:** Bernardo Goldfarb. A Lojas Marisa era do Bernardo Goldfarb que era vice-presidente do Corinthians. Esse grupo aí que talvez se associasse a gente, conservando a nossa independência, sei lá, também existia essa preocupação da gente ser independente, de não pender para nenhum lado político do Corinthians, mas o Sérgio Terpes era ligado às Lojas Marisa, então, comercialmente, o jornal poderia crescer se o Sérgio Terpes não tivesse morrido.

**F:** O café Mooca, você se lembra? Também é um que era constante.

**J:** Constante. Ligação do Edison. O Edison também era... Aliás, o Edison conseguiu mais coisas comerciais do que eu. Só a Globo foi...

**F:** A Globo foi permuta e dinheiro também, né? Eles davam um pouco.

**J:** Acho que davam dinheiro para copa Corinthians.

**F:** Na minha conversa com você por telefone, você disse que foi ao Mappin e que o Fernando Vieira de Mello não quis. Mas, analisando o jornal do Elói, porque o Elói tem os cinquenta e oito, tinha uma propaganda do Mappin. O que será que aconteceu?

**J:** Não me lembro se eu coloquei a propaganda...

**F:** E depois foi falar para ele (risos)...

**J:** E depois fui falar com ele, possivelmente foi isso, e ele não quis mais, porque ele achava que a propaganda do Mappin... Qualquer propaganda que estivesse inserida no “Coração” daria uma conotação de “corintianismo” ao produto e ele não queria. O Fernando...

**F:** Ele era são paulino.

**J:** Ao contrário do Objetivo, por exemplo, porque o Objetivo, o Di Gênio não ligava e quem levou os anúncios do Objetivo para lá foi o Fernando José, que depois trabalhou muito tempo da rádio Jovem Pan. Ele era amigo do Di Gênio.

**F:** Arapuã, que era loja grande...

**J:** Também foi esporádico. Talvez eu tenha conseguido numa agência de publicidade, talvez o Edgar Soares, mas foi uma, né?

**F:** Teve uma também de Gilete Persona. Essa também... No fim, ela apareceu...

**J:** Eu não me lembro.

**F:** Sempre era embaixo... Um terço, quarto de página. E sobre os picos do jornal, o que você se lembra? Porque a capa do porco parece que foi uma vendagem boa; quando o Corinthians foi campeão... Nessa oscilação, o que você se lembra das tiragens?

**J:** Eu não me lembro. Eu me lembro da média. A preocupação maior era aumentar a média. Uma ou outra talvez dessem um ânimo para a gente lutar mais um pouco, mas esse mais um pouco ou não chegava ou demorava a chegar.

**F:** E o retorno era complicado, né João? Saber o número da vendagem na Abril...

**J:** Demorava. Aí, tentávamos relançar edições velhas. Demorava, até a Abril fazer o recolhimento todo, possivelmente, três ou quatro edições já estavam andando. Aí, quando a gente ficava sabendo que aquela, quatro números atrás, tinha dado pico, dava uma animada, mas a seguinte... Alguma coisa parecida com isso, afinal, faz trinta e seis anos.

**F:** João, tem uma personagem nessa história que é muito importante, foi lembrada por todo mundo e você é o protagonista da existência que é a Dona Geralda. O que você pode lembrar

da Dona Geralda? O trabalho dela com vocês, como ela estimulou o trabalho e o universo que ela criou dentro da editora Tecla.

**J:** A Dona Geralda trabalhava na minha casa, no meu apartamento, era minha auxiliar lá em casa e, quando a gente começou com o “Coração”, eu comecei a almoçar lá na Pompeia. Eu morava no Itaim e comecei a almoçar na Pompeia, por ali mesmo. Aí, tivemos a ideia de trazer a Dona Geralda para fazer comida lá na Pompeia e ela era uma cozinheira boa. Um dia o Edison levou o Carlito Maia lá para almoçar e o Carlito fez um elogio extraordinário “Nossa, Dona Geralda, que comida boa, que coisa espetacular!”. Ela era boa cozinheira mesmo. Aí, começou a pegar essa fama de que ela tinha um tipo de cozinheira, uma pessoa muito boa, risonha, agradável. Isso foi criando uma espécie de ícone do negócio. Então, “Oh, vamos almoçar...”.

**F:** Os colaboradores iam lá almoçar...

**J:** Iam, a troco do almoço, talvez porque não recebiam.

**F:** As matérias...

**J:** Faziam matérias, porque, se aquilo crescesse, todo mundo cresceria junto, de alguma maneira cresceria junto.

**F:** Vocês pagariam os freelas com mais efetividade...

**J:** Alguns freelas nós chegamos a pagar, outros freelas já eram combinados “Oh, vai receber quando puder.”.

**F:** Para o fim do jornal, analisando, existem fatores internos e externos. Como você coloca o fim do jornal? Primeiro, os fatores internos, vocês já cansados de trabalhar... E os externos que seriam o Corinthians campeão e outras coisas. Como você analisa o fim do jornal?

**J:** Eu analiso que, para mim... Veja bem, o título do Corinthians teria que alavancar o crescimento do jornal, passadas... Sei lá quantas edições, dez edições, vinte edições, a gente percebeu que não alavancou, pelo contrário, a venda que a média era, digamos, dez mil, talvez um pouco menos, ela estava abaixando. Aí, numa reunião, acho que eu falei “Olha gente, eu acho que é melhor a gente parar, porque, pelo menos aqui, nós não estamos com grandes dívidas, isso não nos criou grandes problemas, podemos continuar a nossa vida profissional de uma maneira normal. Vamos fechar, entregar a casa...”. E assim foi.

**F:** Foram cinquenta e oito números.

**J:** O Corinthians foi campeão em qual número?

**F:** Foi no quarenta e nove ou um pouco mais, foi no quarenta e nove.

**J:** Dez números que seja. Depois de três meses da coisa, dois meses e meio, quatro por mês, concluímos que estávamos iguais ao começo. É que, veja bem, a dedicação também era parcial, todo mundo continuava no seu... Por isso que tinha mais gente para ajudar, porque todos continuaram trabalhando nos seus respectivos jornais.

**F:** João, da linguagem do jornal, o que você se lembra? Você como repórter esportivo, redator esportivo, qual era o objetivo? Como vocês criaram aquela linguagem do “Coração” que era um tabloide?

**J:** A linguagem foi consequência do trabalho do Jornal da Tarde. Quem criou uma linguagem nova, um jeito novo de expor as notícias naquela época ou até um pouco antes, década de 60, início dos 70, foi o Jornal da Tarde e o pessoal todo lá era do Jornal da Tarde. Os únicos do Estadão éramos eu e o Otacílio. O Otacílio era o setorista do Corinthians. Eu era o comercial. O Elói, o Edison e o Pedrinho eram do Jornal da Tarde. Foi uma sequência do Jornal da Tarde. A turma saía do Jornal da Tarde andava dois, três quilômetros chegava ao “Coração”, então, era uma redação semelhante e as pessoas que frequentavam lá também eram pessoas que estavam constantemente no Jornal da Tarde, Michel Laurence (estou vendo aqui no expediente) e outros... Marco Antônio Rodrigues, Percival de Souza, Sérgio Baklanos. O Sérgio era do Jornal da Tarde.

**F:** Alguns corintianos, né?

**J:** Sim, a maioria era corintiana como é em qualquer lugar que você vai. A maioria é corintiana.

**F:** E você sendo são paulino, trouxe algum problema para você ser são-paulino e participar do jornal? Na família ou no trabalho?

**J:** Não, porque eu sempre me identifiquei como são-paulino, lá e em qualquer outra situação. Lá, era um empreendimento comercial, o meu sentimento era diferente. Eu torcia para o Corinthians para o empreendimento dar certo, mas fora isso, eu sempre fui são paulino, tanto é que depois, eu fiz a revista do São Paulo. Fiquei dez anos como editor da revista do São Paulo.

**F:** Ah, em qual ano?

**J:** Ah, de oitenta e nove, noventa até dois mil e dois, eu acho.

**F:** Você teve uma ligação forte com o clube então, nessa época?

**J:** Sim, uma ligação forte.

**F:** Ainda tem?

**J:** Tenho. Eu sou sócio do São Paulo clube, meu filho é assessor de imprensa do São Paulo, a gente tem...

**F:** Você sabe um negócio que, ontem, eu perdi até o sono lendo um livro, porque eu fui à internet para pesquisar: todo mundo estava falando que o Carlito Maia era corintiano, mas ele não era. Ele torcia para o São Paulo. Você sabia disso ou se lembrava?

**J:** Não, também eu acho que eu não sabia.

**F:** No “Vale o escrito”, que é um livro que ele lançou, tem algumas crônicas esportivas que ele fazia para a Folha de S. Paulo e, lá, em uma, ele conta que ele tinha dois vícios que ele aprendeu quando criança: fumar cedo e torcer para São Paulo. E foi, justamente, em um jogo Corinthians e São Paulo que foi 6 x 1 para o São Paulo que ele virou são paulino, só que daí

ele conta que aos quarenta anos ele tirou a camisa e começou a gostar só do futebol. Eu estou perguntando isso porque o Carlito Maia viu no “Coração”, então, um empreendimento.

**J:** Um empreendimento, exatamente, sem dúvida nenhuma. Confirma isso tudo que eu falei com você.

**F:** Ele viu um bom negócio.

**J:** Viu. Mas, você hoje, Fábio, não vê um bom negócio? Se alguém hoje lançar um jornal do Corinthians e conseguir fazer a coisa pegar... Esse que é problema... Você vê, por exemplo, o Lance deve ter mais de dez anos, ele veio fortíssimo com uma infraestrutura forte de gente com poder e fazendo aqui e no Rio, em dois mercados grandes. O Lance podemos dizer que “pegou”. O Placar, por que ele fechou?...

**F:** Teve altos e baixos, tentou novamente e fechou.

**J:** Então, é uma mídia... O problema é que é caro.

**F:** Aliás, é uma pergunta que eu sempre faço nos nossos encontros esportivos: Se o Brasil é o país do futebol, por que existem pouquíssimos jornais específicos ou sobrevivendo nos cadernos de esportes?

**J:** Porque brasileiro não lê, né? O problema do Brasil é que o brasileiro não lê. O grande problema do Brasil é a educação, porque na hora que a gente conseguir encaixar instrução em um maior número de brasileiros, talvez o “Coração” dê certo.

**F:** Você achava que o jornal era moderno para época? Por ter bastante imagens, charges...

**J:** Sim... Branco... Título grande. Antes do Jornal da Tarde, as matérias eram grandes, os títulos eram pequenos e não existia branco. Com o Jornal da Tarde, e o “Coração” é uma continuação do Jornal da Tarde, passou a ser valorizado imagens, títulos e branco. O branco faz a beleza. Você vê esse texto aqui (olhando o jornal) tem branco aqui, branco aqui e branco aqui. Isso, antigamente, era tudo fechado com letra menor. Então, isso foi consequência do Jornal da Tarde que o “Coração”, automaticamente, filiou-se ou já nasceu com isso.

**F:** Dos fotógrafos vocês lembra bastante? Vocês os pagavam?

**J:** Pagávamos. Alguns amigos também que colaboravam entravam no clima, né? Porque a gente era do meio, então, era fácil para a gente ligar para um Reginaldo Manente, Domício Pinheiro, todos fotógrafos famosos do Estádio que viviam com a gente nas reportagens, viajavam com a gente... Alfredo Rizzutti... Era fácil “Oh, Alfredinho...” e tal, e ele vinha com prazer e recebia metade do que cobrava ou ficava para receber depois e, talvez, não tenha recebido até hoje. Mas, compreendeu que era uma aventura de gente como eles, um pessoal igual a eles.

**F:** O jornal tinha várias seções. Você escrevia alguma? Você se dedicou a alguma? Dos ídolos, da história, da gente corintiana, da torcida...

**J:** Eu acho que não. Eu podia, às vezes, um jogo, uma matéria de fechamento... Eu poderia estar lá colaborando, escrevendo, algum evento de momento, mas eu não tinha coluna, não tinha nada. O meu negócio era buscar anunciante, buscar dinheiro, eu e várias outras pessoas, mas a direção era dada por mim e conseguimos o que conseguimos, né?

**F:** Já quase encerrando, João. Eram os anos 70, o “Coração” era um jornal segmentado, tinha uma linguagem irônica... O clima na época era diferente? Ainda era possível brincar com algumas coisas? Por isso, a capa do porco. Eu lembrei com eles que eu mesmo assisti a jogos de rodadas duplas com Santos e Grêmio e Corinthians e Tiradentes, parece que foram os jogos. Como você via o futebol na época?

**J:** Em relação à política?

**F:** Em relação ao torcedor também, até porque, nesse momento, nasceram inúmeras torcidas. As torcidas organizadas nasceram nos anos 70.

**J:** Olha, eu via a torcida organizada como um movimento para animar os jogos. Hoje em dia, que está com esse negócio de violência, de dez anos para cá que a violência veio crescendo e virou uma espécie de disputa de gangues. Tudo isso é a falta de educação, falta de instrução, só com o tempo é que o Brasil vai conseguir melhorar isso. Mas, naquela ocasião não, era coisa festiva. É que essa violência não tinha naquela época. Eu não lembro nos anos 70 de ter grande violência e nem o clima político. Também, a gente vivia no futebol, do futebol... Eu não me lembro, era uma coisa que não atrapalhava, nem pensava nisso.

**F:** Só uma coisa que eu lembrei, o jornal acabou em dezembro e um dos motivos que foi colocado, aliás, dois motivos, o Otacílio lembrou um e eu coloquei outro; o Otacílio lembrou que a copa viria em setenta e oito e que isso iria, na visão dele, tirar um pouco o foco do Corinthians e eu lembrei que dezembro, janeiro e fevereiro, até março, vamos falar assim, são meses de hiato no futebol. Será que isso também não ajudou e vocês, nessa reunião... O João Prado pode ter falado “Olha gente, vocês vão passar um momento...”?

**J:** Sim, certamente, pode ser, porque eu lembro que foi levantada essa possibilidade... Eu lembro do Tim também “Mas poxa, será? Parar?”. Acho que ele não estava pensando e eu falei “Gente, daqui a para frente, a coisa pode piorar...”. Possivelmente, o Otacílio pode ter alegado sobre a copa do mundo, alguém, não sei, eu não lembro, porque é coisa muito antiga... “Agora vai ser um campeonato fraco a espera da copa do mundo”. Como vai ser campeonato fraco nesse ano de 2014. É possível, é que ali, existia gente... O nosso combustível era muito mais o coração do jovem de querer crescer, ousar, do que o bom senso profissional e nós tivemos o bom senso de saber para na hora certa, como tivemos o bom senso de iniciar uma coisa que, de alguma maneira, nos compensou, por estarmos na luta, por tentarmos alguma coisa.

**F:** E a dívida ficou só por causa do fechamento da empresa, né?

**J:** É, ficou pouca coisa.

**F:** Que veio com o tempo, essas coisas de fechar a empresa, sem credores.

**J:** É pouca coisa, sem credores, sem nada e nem nome sujo na praça, esse negócio de SPC, não aconteceu nada.

**F:** Como você define essa sua experiência há trinta e sete anos? Como foi participar do “Coração”?

**J:** Foi muito válido, porque aquilo me deu experiência. A vida é um... Você vai tendo experiências, experiências... E isso é o que vai formando o seu lado profissional, o seu lado pessoal, sei lá. A vida é um constante... Você vai ganhando maturidade com as coisas que

you are living and you are learning to do better and to touch better your life. I think that is valid, everything is valid. What is bad are the wrong things, the clearly wrong things. A person does a wrong thing and feels regretful about the rest of life, saying "Damn life, I shouldn't have done that." Now, you do a sensible thing along with other people with a good head, along with other people who think, I think that is valid. Everything is valid.

**F:** Aqui em Jaú, teve repercussão? Você se lembra de vir para cá e eles conhecerem o jornal?

**J:** Sim, teve, bastante, bastante. Em todo lugar tinha. Aqui, eu arrumava os juizes, tinha uns dois ou três árbitros daqui de Jaú. Eu me lembro do motorista... Eu tinha dois ou três amigos, motoristas de táxi, que levavam os árbitros para os locais dos jogos... Bebedouro, Bauru...

**F:** Tem alguma consideração final, João, que você queria fazer? Da história do jornal ou sobre a experiência?

**J:** Foi uma experiência muito válida que deu força para gente continuar na luta.

**F:** E o que você acha, por exemplo, dele ser lembrado para os próximos estudos? Por exemplo, pessoas que forem falar de imprensa esportiva, algumas necessariamente vão ter que citar a história do "Coração" pela sua singularidade, porque existem várias e isso foi o que me interessou: a questão de ser perto do Palmeiras, a questão de ter três corintianos e três de outros times, agora veio a do Carlito Maia, que todo mundo achava que era corintiano, mas era são paulino, a história do porco, a história da Dona Geralda, o encontro da Dona Geralda e Carlito Maia, os colaboradores que hoje muitos são conhecidos, Fausto Silva, Percival, Caco Barcellos, que tem uma matéria ótima sobre a invasão do Rio de Janeiro, o Flávio Adauto, Dante Matiussi... Foi uma geração de grandes jornalistas.

**J:** Sim, eram todos jornalistas de peso, trabalhavam em jornais importantes, não era um grupo de jornal pequeno, um grupo desconhecido, era gente que fazia matérias significativas na imprensa, no Estado, no Jornal da Tarde, gente viajada, gente com experiência profissional boa e que fizemos um produto bom.

**F:** Mas uma coisa, João, que era explícita: vocês não tinham capital, vocês eram assalariados.

**J:** Nenhum.

**F:** Então, vocês precisavam de um retorno meio que imediato para esse capital, eu acho que isso que não favoreceu.

**J:** Também, também. Até hoje, trinta anos depois, não existe um jornal fragmentado de futebol, até hoje.

**F:** Você não conhece? Nem no Brasil, nem internacional? Independente, né?

**J:** Não, não. Mas também eu saí do ramo, né? Independente, eu não conheço. A revista de clube existe, tanto é que eu fiz a do São Paulo durante dez anos.

**F:** Teve o jornal da Democracia Corintiana...

**J:** Eu fiz também...

**F:** O Pedro Autran trabalhou também. Mas era do clube.



**J:** O editor era o Dante, Dante Matiussi.

**F:** Foram dezoito números.

**J:** Então. O Adilson Monteiro Alves era o diretor de futebol do Corinthians e ele era amigo do Dante e quem fazia para o Dante era eu, mais até eu do que o Pedrinho. Esse eu escrevi.

**F:** Seus amigos, dos protagonistas, com quem você tem contato? Com que você falou nesse tempo todo?

**J:** Pouco contato, porque cada um seguiu um caminho diferente eu acredito. Eu vim para o funcionalismo público em outro ramo, outra atividade. O Otacílio ficou como editor no Estadão. O Pedro Autran também ficou um bom tempo no Estadão. O Edison saiu e foi trabalhar com o Faustão.

**F:** O Elói ficou também no Estadão e na Agência Estado.

**J:** É, ele foi um dos introdutores da Agência Estado, ele foi um dos principais no começo da Agência Estado. Eu que talvez tenha saído do ramo e...

**F:** Mas você encontrou alguém nesse tempo ou não se lembra?

**J:** Uma vez ou outra. Eu me lembro que o Márcio Bernardes fez uma festa na casa dele, aí foi o Tim, o Edison, o Pedrinho... Mas, não teve...

**F:** As pessoas falam com muitas saudades um do outro, têm uma ótima lembrança da equipe.

**J:** Sim, eu tenho uma ótima lembrança. Tanto é que quando você me mandou o email com os emails de cada um, eu mandei e tal. E até gostaria que nos reuníssemos lá em Bauru na apresentação do seu trabalho, quem sabe ali, a gente faça uma comemoração, eu gostaria muito.

**F:** Vamos ver, até julho tem que acontecer, eu tenho que terminar até julho. Então, João Prado, eu agradeço muito a sua entrevista, obrigado. Nós estamos fazendo aqui em Jaú na sua terra natal, ao lado de Bauru, que foi combinado, onde você está passando as festas de final de ano. Muito obrigado.

**J:** Obrigado, eu.