


## GAZETA MERCANTIL: INSERÇÃO NOS NEGÓCIOS DA FAMÍLIA LEVY, TRAJETÓRIA E LEGADO

 <https://doi.org/10.56238/arev6n4-501>

Data de submissão: 16/11/2024

Data de publicação: 16/12/2024

**Samantha Castelo Branco**

Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí (UFPI) e em Direito pelo Instituto Camillo Filho (ICF). Advogada e Especialista em Direito Tributário pela Universidade Anhanguera. Professora titular do Departamento de Comunicação Social (DCS) e do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da UFPI.  
E-mail: samanthacastelo@gmail.com.

### RESUMO

O jornal Gazeta Mercantil figura na história do jornalismo brasileiro como o mais expressivo diário de economia e negócios. Este artigo se propõe a recuperar aspectos históricos significativos das décadas em que o periódico esteve em circulação, situando-o nos negócios da Família Levy, proprietária do veículo. Para concretização desse objetivo, o artigo tem como base pesquisa bibliográfica ancorada especialmente em três importantes produções: a) tese de doutorado intitulada “Internacionalização da mídia brasileira: a trajetória da Gazeta Mercantil”, de autoria de Samantha Castelo Branco (2001); o livro “Anábase: história da Gazeta Mercantil”, de Cláudio Lachini (2000) e a recém lançada obra “Gazeta Mercantil – a trajetória do maior jornal de economia do país”, de Célia de Gouvêa Franco (2024).

**Palavras-chave:** Jornalismo brasileiro. Grupos de mídia. Gazeta Mercantil. Família Levy.

## 1 INTRODUÇÃO

A Gazeta Mercantil figura na história do jornalismo brasileiro como o mais expressivo diário de economia e negócios. Por décadas, era a maior referência nesse segmento e escola para a formação ou aprimoramento de centenas de profissionais que passaram por sua redação. Entretanto, no ano 2000, quando o jornal celebrava 80 anos de história, houve o lançamento de um concorrente direto para o veículo – o diário Valor Econômico, criado por meio de uma parceria entre as empresas Folha da Manhã e Organizações Globo. Nove anos depois, em 2009, a Gazeta encerra suas atividades com um melancólico fim, deixando reflexões sobre os motivos que levaram a esse desfecho.

Este artigo se propõe a recuperar aspectos históricos significativos da trajetória desse veículo, situando-o nos negócios da Família Levy e apontando inovações, contribuições e desafios nesse percurso.

Para concretização desse objetivo, o artigo tem como base estudo de natureza qualitativa, exploratória e descritiva, com pesquisa bibliográfica ancorada especialmente em três importantes produções: a) tese de doutorado intitulada “Internacionalização da mídia brasileira: a trajetória da Gazeta Mercantil”, por mim defendida em 2001 no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), sob orientação da Profa. Dra. Anamaria Fadul; o livro “Anábase: história da Gazeta Mercantil”, de Cláudio Lachini (2000) e a obra “Gazeta Mercantil – a trajetória do maior jornal de economia do país”, de Célia de Gouvêa Franco, que por 20 anos trabalhou no diário, lançada recentemente pela Editora Contexto (2024).

Este artigo pretende contribuir com a literatura sobre os grupos de mídia brasileiros, sendo, no caso específico da Gazeta Mercantil uma necessidade sentida face à carência bibliográfica em seu entorno, o que, por muitas vezes, dificulta a inserção de momentos emblemáticos da trajetória desse jornal no ensino de disciplinas que abordam a história do jornalismo no Brasil. De um lado, esse desafio se configura como obstáculo a ser superado e, de outro, trata-se de oportunidade de realçar o lugar de destaque que a Gazeta Mercantil ocupa no jornalismo especializado no âmbito nacional e latino-americano.

## 2 A FAMÍLIA LEVY E O INÍCIO DOS NEGÓCIOS

Venício Lima (1998) salienta que os grupos de mídia brasileiros são normalmente empresas familiares – de posse de uma família e dirigidos por ela, traço presente na criação e evolução da Gazeta Mercantil, sendo praticamente impossível narrar sua trajetória sem situá-la junto à família Levy.

Esse percurso se inicia com Albert Levy. Cláudio Lachini (2000) conta que ele comprometeu-se, aos 14 anos, a servir de intérprete para as caravanas que cruzavam o deserto do Saara, uma vez que

dominava o árabe, o inglês e o fenício-maltês, sua língua natal. Exerceu a atividade por quatro anos, quando percorreu a região do norte da África e a Ásia Menor. Assim, aprendeu a falar também o francês, o italiano e, com menor fluência, o alemão e o espanhol.

Algum tempo depois, decidiu vir ao Brasil, ao encontro de um irmão, proprietário de um dos maiores engenhos de açúcar de Pernambuco. Já em São Paulo, em 1896, aos 31 anos, casou-se com Ana De Martino, italiana da cidade de Salerno, à época com 15 anos. Naturalizou-se brasileiro e tornou-se professor catedrático de inglês na Escola Normal – atual Caetano de Campos, na Praça da República. Sem abandonar a cátedra, se tornou corretor de câmbio, como preposto do corretor oficial e faleceu em 3 de novembro de 1926, aos 60 anos de idade, deixando dez filhos. “Sua memória ficou imortalizada no Instituto de Educação e Colégio Professor Alberto Levy<sup>1</sup>. A idéia foi de um seu ex-aluno, o Professor Olavo de Carvalho, quando diretor do Ensino Secundário, e sancionada pelo Governador Lucas Nogueira Garcez.” (Levy, 1990, p. 2-3).

O filho mais velho, Percy D. Levy, assumiu as atividades de corretor iniciadas pelo pai, com a ajuda dos irmãos Roberto e Haroldo, originando a firma “Percy D. Levy & Irmãos, Corretora de Câmbio e Títulos”. Herbert Victor Levy, que nasceu em 2 de novembro de 1911, tinha apenas 15 anos, mas se juntou aos irmãos mais tarde nas atividades da família, processo detalhado no livro autobiográfico *Viver é Lutar* (1990).

Além dos negócios da família Levy, outros empreendimentos aqueciam a capital paulista nessa época, o que justificava a publicação da *Gazeta Mercantil Comercial e Industrial*, fundada por José Francesconi, no dia 3 de abril de 1920. Esse italiano, ex-funcionário do Banco Francês e Italiano, aproveitou sua inserção no mercado financeiro e criou, inicialmente, a Agência Comercial e Financeira, vendendo notícias sobre movimentação de mercadorias em São Paulo, que, segundo Lachini (2000), contava com 580 mil habitantes, 1207 fábricas e 6 mil “negócios”. O estado era responsável por 31.5% da produção industrial brasileira, contra 21% do Rio de Janeiro. Sem falar na Bolsa de Mercadorias, inaugurada dois anos antes e animadora do setor.

Não foi difícil transformar uma agência de notícias na *Gazeta Mercantil Comercial e Industrial*. A publicação era mimeografada, em tamanho ofício e acompanhava o perfil do mercado paulista, já considerado um dos motores do mercado nacional. A cobertura do mercado financeiro, no entanto, deixava a desejar. De acordo com Lachini, as poucas linhas tentavam expressar os passos da economia. Sobre grãos, por exemplo, noticiava-se que “[esteve] optimamente firme o mercado de assucar crystal. No início dos trabalhos, houve negócios, para maio, a 67\$600 e 66\$500. O feijão ‘mulatinho’, somente

---

<sup>1</sup> O Instituto localiza-se na Avenida Indianópolis, em São Paulo.

o das águas, foi elemento de negócio, no pregão da manhã, para o mez presente, a 15\$600” (Lachini, 2000, p. 63).

Produzida por três funcionários, a Gazeta funcionava em um escritório da Rua da Quitanda, 17 – 1º andar. O primeiro número da publicação estampava na primeira página “confidencial e sem responsabilidades”, uma alusão ao fato de que a responsabilidade era de quem realizasse o negócio ali informado. O Brasil, nos anos de 1920, ainda estava preso a uma economia sustentada pela exportação de produtos primários, especialmente o café, com a industrialização dando seus primeiros passos. Assim, não é difícil imaginar que um boletim com assuntos financeiros já possuísse público e mercado, até porque somente alguns membros da elite tinham linha direta com o exterior na aquisição de informações sobre economia.

Mas foi em 4 de agosto de 1926 que a Gazeta Mercantil Comercial e Industrial anuncia, em sua primeira página, a expansão dos serviços do veículo não apenas na capital paulista, mas também no interior, em Santos e no Rio de Janeiro. Mesmo ainda mimeografado, seu logotipo passa a ser impresso em tipografia, na cor vermelha, estampando ao lado direito uma fábrica com chaminés em funcionamento; ao centro, no fundo, montanhas e, no lado esquerdo, um navio, também com chaminés fumegantes. Ainda sob a direção de José Francesconi, o veículo, com edição de 20 páginas, registrava logo abaixo do logotipo outros nomes: Moacyr de Barros Mello (Gerente) e Dr. Bertho Condé (Consultor Jurídico).

## 2.1 HERBERT LEVY À FRENTE DA GAZETA MERCANTIL

Em 1927, um ano depois do início da circulação da Gazeta para além da capital paulista, o jovem Herbert Levy começou a trabalhar como atendente de um depósito de material elétrico, onde chegou a ser balconista. Depois, passou a exercer a função de tradutor de filmes americanos e se tornou jornalista do Diário Nacional, órgão do Partido Democrático de São Paulo, cujo chefe de redação era Paulo Duarte. Como tinha íntima ligação com a natação (praticava e conquistou títulos brasileiros), Herbert era responsável pela seção de esportes e chegou a promover, juntamente com o jornal O Globo, uma corrida de automóvel Bugatti, que objetivava incentivar novos recordes de velocidade na estrada entre o Rio de Janeiro e São Paulo.

Sua experiência como repórter não se limitou à área esportiva. Fez cobertura policial, ronda de secretarias de Estado e crítica de ópera, nos jornais Diário da Noite e São Paulo Jornal. Como destaca em Viver é Lutar (1990), a atividade jornalística tornou-o mais comunicativo, sendo um começo da atividade política, que mais tarde viria a exercer de fato.

Foi em 1929 que Herbert passou a ter uma participação decisiva nos negócios da família Levy. Com a crise provocada pela falência da Bolsa de Nova York, que repercutiu em vários setores da economia mundial, a corretora Percy D. Levy & Irmãos vivenciou um momento delicado. “Fui convocado com outros irmãos para tomar pé na grave situação criada para a firma. Desta eu até então não participava.” (Levy, 1990, p. 35). Percy se viu obrigado a dirigir o escritório do Rio de Janeiro, como representante da empresa, e Herbert ficou à frente da firma em São Paulo.

No momento dessa reorganização da empresa, se deu a criação do Boletim Comercial Levy (1929), que tinha como objetivo inicial aumentar a gama de serviços que a firma prestava aos seus clientes. Quando perceberam o potencial da publicação, fundaram, em 1931, a Revista Financeira Levy, concebida para explorar com mais profundidade o mercado de informações sobre câmbio, títulos, movimento bancário e ações.

No ano seguinte, juntamente com os irmãos Roberto e Haroldo, Herbert foi convocado a lutar na Revolução Constitucionalista de 1932, quando a firma encontrava-se em uma fase de grande endividamento:

Quando fomos chamados a lutar em 1932, na Revolução Constitucionalista, Roberto, Haroldo e eu, já que Eduardo era convalescente de tuberculose, nossa posição de endividamento ainda era pesada e a trincheira não deixou de constituir para nós um lenitivo que nos permitiu acumular forças e voltar com ânimo redobrado para a luta de salvamento da empresa. (Levy, 1990, p. 35).

Apesar dos contratempos, em 1934 a firma estava salva da falência, com o endividamento e os juros pagos, além de sobras no caixa para novos negócios. Face ao equilíbrio financeiro da firma dos irmãos Levy e com experiência de publicações na área, foi possível, em 1934, fazer uma oferta de compra da Gazeta Mercantil Comercial e Industrial que, nessa época, já era de propriedade do sucessor de Francesconi, outro italiano, chamado Pietro Pardini. Por 60 contos de réis, o veículo se juntou ao boletim e à revista dos Levy, originando a Gazeta Mercantil Industrial e Financeira. Nascia, assim, o embrião da Gazeta Mercantil, que viria a se firmar como a mais importante publicação do país no setor de economia e negócios, apesar de surgir quase cem anos depois da primeira publicação da área econômica no país, o *Jornal do Comércio*<sup>2</sup> (Quintão, 1987).

No âmbito da vida privada, Herbert Levy se casou com Wally Ferreira, filha do professor Waldemar Martins Ferreira, catedrático de Direito Comercial da Faculdade do Largo de São Francisco, deputado federal, presidente do Partido Democrático em São Paulo e secretário da Justiça à época da Revolução Constitucionalista de 1932.

---

<sup>2</sup> O *Jornal do Comércio*, fundado em 1827, possui como característica inicial a publicação de editais de cartório, protestos, atas de assembleias, balanços de empresas e comunicados de empresas ao público.

Como mostra a figura a seguir, do casamento de Wally com Herbert Levy nasceram nove filhos: Maria Stella, Luiz Carlos, Herbert Victor Filho, Luiz Fernando, Paulo Roberto, Nelson Luiz, Maria Christina, Maria Lúcia e Maria Cecília.

Figura 1 - A Família Levy – De Albert a Luiz Fernando



Fonte: elaborada pela autora (2024)

Fortalecendo-se como empresário, Herbert tornou-se responsável pelo Escritório Levy, em substituição à Percy D. Levy & Irmãos, e acabou criando, em 1943, o Banco da América. Em seu livro autobiográfico, ele conta que:

Foi essa performance à testa do Escritório Levy, nome da firma que sucedeu a Percy D. Levy & Irmãos, que me permitiu, na organização de um novo banco, o Banco da América, conseguir amplo apoio de amigos e do meio financeiro, tanto que o capital inicial de 20 mil contos de réis foi subscrito com excesso, fazendo-se uma devolução de 20% da subscrição. Isso em 1943. (Levy, 1990, p. 35-36).

Nesse momento, Luiz Fernando, o filho que chegaria a ocupar o cargo de Diretor-Responsável pela Gazeta Mercantil, tinha apenas três anos. Porém, o mais velho dos filhos homens, Luiz Carlos, começou a trabalhar no banco e desenvolveu uma carreira que teve como ponto alto, em 1969, a fusão com o Banco Itaú, onde foi Diretor Executivo.

Desde os tempos do Partido Democrático, Herbert Levy demonstrava paixão pela política<sup>3</sup>. Paralelamente às atividades empresariais, trilhou a carreira política. Na década de 1940, na linha de frente da União Democrática Nacional (UDN), posicionou-se contra a ditadura de Vargas, integrando um grupo formado por Adauto Lúcio Cardoso, Affonso Arinos de Mello Franco, Aliomar Baleeiro, Bilac Pinto, Carlos Lacerda, Juracy Magalhães e Milton Campos. Apesar da UDN chegar ao poder nas eleições presidenciais de 1960, com Jânio da Silva Quadros, desse grupo somente Affonso Arinos ocupou alto cargo, tornando-se ministro das Relações Exteriores.

<sup>3</sup> No período entre 1937 e 1945, durante o Estado Novo, Herbert Levy foi preso seis vezes.

Herbert Levy foi eleito suplente de deputado federal em 1946, assumindo a cadeira logo depois. Ficou na Câmara dos Deputados até 1988, sendo reeleito sucessivamente a cada quatro anos, somando um total de 42 anos de mandato. Chegou a ser presidente nacional da UDN, líder da oposição e um dos líderes do movimento pró-regime militar que tomou o poder em 1964.

Sendo a Gazeta Mercantil de propriedade da família, Herbert Levy, paralelamente às atividades políticas, desempenhava papel fundamental à frente do veículo, ocupando o cargo de Diretor-Responsável por várias décadas.

Em 1950, a Gazeta Mercantil Industrial e Financeira continuava sendo mimeografada, mas era distribuída diariamente. No dia 17 de abril, no entanto, a primeira edição da Gazeta Mercantil – agora ampliada e com a palavra “Econômica”, além de Industrial e Financeira – passou a ser impressa em máquinas planas, no tamanho 27 x 36 centímetros, diagramada em seis colunas. A circulação girava em torno de seis mil exemplares, com vendas na capital paulista e alguns pólos mais dinâmicos do interior do Estado.

Em 1954, ano marcado pelo IV Centenário de São Paulo e pelo suicídio de Getúlio Vargas, pela primeira vez a estampa do jornal é incrementada. Isso aconteceu devido à compra de uma impressora rotoplana e novos linotipos. Seis anos depois, a Gazeta Mercantil adquiriu sede própria na Rua do Gasômetro e passou a ser impressa em rotativa. Era 1960 e o jornal comemorava 40 anos com um faturamento estável, oriundo de clientes de publicações legais exigidas por normas do governo, como balanços, editais, atas e convocações.

A primeira metade da década de 1960 foi marcada por um fato decisivo na história do jornal. A família de Albert Levy optou por distribuir as atividades empresariais (banco/corretora e jornal) entre seus membros, ficando a Gazeta Mercantil com Herbert e seus filhos. Entre os descendentes de Herbert Levy, Luiz Fernando e Paulo Roberto se tornam acionistas majoritários e, em dezembro de 1980, os dois passaram a ser os proprietários do jornal, já que foram criadas três empresas *holdings* no grupo, como mostra a Tabela 3. Esses dois irmãos se uniram na Poli Participações S.A., que tinha, entre suas atividades, além da produção de jornais e revistas, a agropecuária e a criação de cavalos. Na Resa Participações S.A. ficaram os irmãos Nelson Luiz e Herbert Filho, com negócios de reflorestamento, madeireiras e agência de propaganda. A terceira *holding*, denominada Herbert Levy Participações S.A., era uma administradora de bens pertencente à família.

Tabela 1 - Holdings da Família Levy, Dezembro de 1980

| Empresas                | Proprietários                  | Atividades   |
|-------------------------|--------------------------------|--|
| Poli Participações S.A. | Luiz Fernando<br>Paulo Roberto | - Produção de jornais e revistas<br>- Agropecuária<br>- Criação de cavalos |



|                                 |                              |  |
|---------------------------------|------------------------------|--|
| Resa Participações S.A.         | Nelson Luiz<br>Herbert Filho | - Reflorestamento<br>- Madeireira<br>- Agência de Propaganda |
| Herbert Levy Participações S.A. | Família Herbert Levy         | - Administradora de bens                                     |

Fonte: Elaborada com informações de LACHINI, Claudio. *Anábase: história da Gazeta Mercantil*. São Paulo: Gazeta Mercantil, 2000.

## 2.2 O GRUPO SOB O COMANDO DE LUIZ FERNANDO

No comando da Gazeta Mercantil o filho Luiz Fernando Ferreira Levy sucedeu Herbert Levy. Ainda assim, Herbert não se desvencilhou da administração do jornal, onde figurava como Presidente do Conselho de Administração até seus 90 anos de idade<sup>4</sup>. No entanto, por suas ações à frente do veículo jornalístico, Luiz Fernando se torna um nome forte da terceira fase da gestão familiar do grupo midiático. É o período mais importante em termos de expansão regional, nacional e internacional, que se inicia na década de 70 e se estende até os últimos dias de circulação do diário, em 2009. Luiz Fernando destaca como iniciou esse trabalho:

Comecei em 1968. Não como diretor. Em 1973, nós decidimos transformar a Gazeta num jornal de economia e negócios voltado para o mercado. Eu achava que o país estava pronto para um jornal com essas características. Meu pai concordou e me deu essa missão. Então, eu, na condição de vice-presidente da Gazeta, comecei a coordenar esse trabalho. Foi em agosto de 1973. (80 anos: o que pensa, faz e vai fazer a Gazeta Mercantil. Revista Imprensa, n. 149, junho de 2000, p. 12).

A “era Luiz Fernando” foi marcada pela decisão de modernizar a Gazeta Mercantil no início dos anos de 1970. Omar Bittar, que trabalhava para o grupo e ocupava o cargo de diretor superintendente, mostrou um artigo da revista *Fortune* sobre o *The Wall Street Journal* a Herbert Levy, diretor-presidente do jornal. Não tardou para Luiz Fernando, então vice-presidente executivo, dizer a Omar que gostaria de ver a Gazeta com projeto semelhante ao do jornal dos Estados Unidos. Ainda que timidamente, pode-se dizer que esse é o primeiro sinal de internacionalização do veículo. Havia, sim, uma vontade de se guiar pelo modelo internacional do jornalismo econômico praticado nos grandes mercados (Lachini, 2000).

Dois anos depois, em 1973, a família Levy vendeu a velha rotativa, de 1918, e o prédio da Rua do Gasômetro, no bairro do Brás, onde funcionavam as oficinas e a redação. Os Levy decidiram investir esses recursos financeiros em recursos humanos, com o objetivo de transformar o veículo em uma publicação similar àquela norte-americana: “Nessa altura, eu e meu filho, Luiz Fernando Ferreira Levy, resolvemos transformar o até então boletim mimeografado em um jornal econômico moderno e completo.” (Levy, 1990, p. 201).

<sup>4</sup> Herbert Levy faleceu em 15 de janeiro de 2002, aos 90 anos, em decorrência de problemas crônicos nos rins nos e pulmões.



A ordem dada a Omar era clara: procurar um jornalista capaz de pôr em prática o projeto. A tarefa era árdua, afinal dever-se-ia substituir “máquinas por talentos”. Omar Bittar, após algumas entrevistas, ficou indeciso entre dois nomes: Hideo Onaga, do grupo Visão, e Roberto Müller Filho, diretor de redação da revista Expansão<sup>5</sup>. O escolhido foi Hideo Onaga, que, apesar de ficar na Gazeta por apenas nove meses do ano de 1973, foi responsável pelo início da transformação do jornal.

Em substituição a Onaga, veio, em abril de 1974, Roberto Müller Filho, que à época trabalhava na Folha de S. Paulo, atuando como editor de Economia. Segundo Müller (*apud* Lachini, 2000, p. 21), o incentivo foi dado pelo ex-professor e amigo Claudio Abramo: “Vá, eles são pessoas sérias, dá para trabalhar pelo menos dez anos”.

### 3 ASPECTOS TECNOLÓGICOS

A história do grupo em estudo sinaliza que a preocupação com os investimentos em tecnologia e recursos humanos foi fundamental dentro do projeto de crescimento da empresa e de expansão do jornal Gazeta Mercantil, carro-chefe das publicações. A idéia era investir para depois crescer.

Para concretizar o projeto de modernização da empresa, Luiz Fernando, depois da venda do prédio da Rua do Gasômetro, em 1973, levou a redação, a produção e a impressão da Gazeta Mercantil para o edifício da Barão de Limeira – anexo à sede da Folha de S. Paulo, onde dividia o quinto andar com o diário Cidade de Santos, que pertencia ao grupo “Folha”. Nessa época, os Levy já tinham vendido para o grupo Folha da Manhã – de Octavio Frias e Caldeira Filho – o jornal Notícias Populares<sup>6</sup>, fundado por Herbert Levy. Observa-se que tanto a diversificação como a segmentação de produtos foram inicialmente descartadas pela família Levy. Houve, no entanto, uma reunião de ações voltadas ao crescimento da Gazeta Mercantil. Para isso, a centralização do capital foi uma opção, quando o investimento se direcionou na contratação de recursos humanos, produção e reprodução da notícia, distribuição, vendas e administração.

Sobre a composição da redação, muitos eram ex-militantes da política estudantil. Luiz Fernando chegou a confessar que preferia jornalistas “de esquerda” e, particularmente, quem tivesse passado pelo Partido Comunista Brasileiro (PCB): “Eram os melhores quadros da imprensa, disciplinados, combativos, leais e... conservadores” (Lachini, 2000, p. 24).

---

<sup>5</sup> Primeira publicação efetivamente de negócios bem sucedida no país, a qual pertencia ao norte-americano Harvey Popell e ao brasileiro Francisco Crestana. O veículo, que ganhou o “Prêmio Esso de Melhor Contribuição à Imprensa”, em 1972, foi vendido à Editora Abril e incorporado à revista Exame, em 1975.

<sup>6</sup> A publicação circulou até o dia 20 de janeiro de 2001, quando o grupo Folha da Manhã anunciou o fechamento do periódico popular alegando que sua extinção se devia à concentração de esforços nesse segmento em um único produto, o Agora SP (Grupo Folha fecha o “Notícias Populares”. Gazeta Mercantil, 22 de janeiro de 2001, p. A-4).

O quadro da redação foi constituído por profissionais que haviam passado, em sua maioria, por revistas semanais ou jornais, e alguns ainda traziam experiência de editorias de Economia. Uma das contratações de peso foi a de Aloysio Biondi, em junho de 1974. Roberto Müller propôs a Luiz Fernando cortar uma das agências de notícias nacionais e utilizar o recurso financeiro (12 mil cruzeiros à época) na contratação do jornalista. A proposta não só foi aceita, como o dinheiro serviu também para contratar outros três jornalistas.

O rigor na apuração dos fatos, a clareza do texto e a fidelidade às fontes eram vertentes valorizadas. Como consequência, surgiu uma norma adotada com pioneirismo pela Gazeta Mercantil na imprensa brasileira: a prática dos repórteres assinarem todas as matérias. Para o jornalista, havia a vantagem de se tornar conhecido no mercado de trabalho. Para o jornal, a veracidade das informações e a credibilidade ficariam garantidas. O repórter teria preocupação redobrada na apuração dos fatos.

Apesar das iniciativas na redação, a Gazeta Mercantil precisava resolver ainda alguns problemas, como o seu processo de impressão, que era lento e atrasava a chegada do jornal às bancas. No fim de 1974, a primeira parte do projeto de incremento da Gazeta Mercantil estava quase concluída. A “lógica editorial” começava a ser posta em prática. Data desse momento a contratação de Bernardo Kucinski para a redação de São Paulo, a criação da Sucursal de Brasília e a fixação de um correspondente em Porto Alegre, Elmar Bones.

O ponto alto dessa renovação foi a estruturação do jornal em editorias especializadas. Klaus Kleber ficou responsável por macroeconomia, sob o título geral de Nacional; Paulo Esmanhoto, sociólogo, foi contratado como editor de Internacional; Aloysio Biondi encarregou-se da editoria de Agropecuária; Bernardo Kucinski passou a dirigir a editoria de Matérias-Primas, mas logo foi substituído por Yolanda Stein, a primeira mulher a ocupar o cargo de editora no veículo; Glauco Carvalho passou a editar Administração e Serviços e Gabriel de Salles secretariava Finanças e Mercados. O nome mais curioso era o de Dirceu Brisola, contratado para implantar a editoria de Indústria e que chegou a ocupar o cargo de secretário-adjunto de edição. Dirceu fora presidente da União Estadual dos Estudantes (UEE) de São Paulo e adversário político de Luiz Fernando, que foi presidente do Centro Acadêmico da Faculdade de Economia São Luís e secretário geral nacional da UDN estudantil.

A responsabilidade pela “pauta consolidada” no veículo era de Aloysio Biondi, que coligia as informações de outros jornais, noticiários televisivos e radiofônicos e redigia uma extensa lista de sugestões de matérias, repassadas aos respectivos editores obedecendo ao assunto. Uma espécie de “meio de campo” entre todas as seções era feita pela Secretaria de Redação. Foi nessa época que o jornal fez uma nova mudança de suas instalações, saindo da Barão de Limeira para a Rua Major

Quedinho, 90, onde ficava o prédio do O Estado de S. Paulo, a administração da empresa e também funcionava a Rádio Eldorado. A impressão da Gazeta estava sendo feita na off-set do Jornal da Tarde, vespertino do grupo Estado.

Para gerente industrial foi contratado Romeu José de Souza, que deu início a uma inovação gráfica do jornal. A idéia de Müller era fazer um jornal simples, tradicional, em oito colunas, uma vez que a publicação era editada em seis. Passou-se a utilizar os “chapéus”, palavras que indicavam acima de cada matéria o assunto tratado na mesma. Inspiradas no *Financial Times*, ilustrações por meio de gráficos se tornaram parte do veículo. Foram acrescentadas as editorias de Legislação e Insolvências.

Nessa época, as informações fornecidas pela Gazeta Mercantil já eram imprescindíveis para empresas e empresários de diversos ramos:

Numa economia altamente inflacionada a partir de 1975, uma informação sobre taxas de inflação, ou das cadernetas de poupança, ou dos reajustes cambiais, ou de remuneração das aplicações, ou ainda sobre a evolução da ‘guerra’ nos países produtores de petróleo torna-se tão importante para a Gazeta e seus leitores quanto o valor intrínseco das próprias moedas. (Quintão, 1987, p. 82).

Novas mudanças foram efetuadas: o jornal deveria oferecer o mínimo de 60% de informações, contra 40% de anúncios publicitários. O princípio foi uma adaptação do modelo do *The Wall Street Journal*, que faz a divisão meio a meio. Do veículo norte-americano surgiu também a idéia de publicação de bico-de-pena no lugar das fotos de pessoas, sendo permitidas fotos apenas nos encartes e não nos cadernos fixos. Reforçando Carlos Eduardo Lins da Silva (1991), muitos veículos impressos brasileiros, nessa época, sofreram influência do jornalismo norte-americano.

Algumas regras de comportamento dos repórteres também foram discutidas. Ao lado dos princípios de isenção e idoneidade, houve também a recomendação do uso de terno e gravata, que não era obrigatório, mas desejável. A intenção era colocar o repórter, inclusive quanto aos trajes, em condição de igualdade com o entrevistado. Além disso, nenhum jornalista da Gazeta Mercantil deveria aceitar um segundo emprego ou presentes. Suas viagens não deveriam ser pagas por empresas ou governos. Se o assunto fosse de interesse do leitor, o jornalista viajaria, mas por conta da própria Gazeta.

Ao final de 1975, a circulação paga do jornal havia sido ampliada para os Estados do Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Minas Gerais e Distrito Federal. Para ter uma idéia, o número de assinantes em Brasília saltou para 2 mil (inicialmente eram 50). A circulação era 434% superior à de 1972, chegando perto de 18 mil exemplares diários. Na redação, já havia 96 jornalistas contratados. Os números, segundo Lachini (2000), eram os seguintes: 20 jornalistas em 1972; 49 em 1973; 64 em 1974. Outro dado importante é que a área comercial chegou a registrar, em

1975, um faturamento cinco vezes maior do que o de 1972. O sucesso era dividido com o diretor nacional de Marketing, Tom Camargo.

Uma contratação de peso nesse período foi a de Matías Molina, fundador da revista Exame e editor de Economia da Folha de S. Paulo. Com ele, foram contratados José Carlos Thomé, Lilian Witte Fibe, Célia de Gouveia Franco e Celso Campos Pinto. Depois desse reforço, houve uma melhora da qualidade do conteúdo distribuído nas editorias ou seções da Gazeta Mercantil. Em 1975, o jornal estava assim dividido: 1. Primeira Página; 2. Internacional; 3. Nacional; 4. Opinião (Editorial); 5. Legislação; 6. Indústria; 7. Matérias-primas; 8. Agropecuária; 9. Finanças; 10. Mercados; 11. Administração & Serviços; 12. Insolvências. Quintão (1987) ressaltava que essas editorias foram estruturadas com base nos grandes jornais internacionais da área de Economia, a exemplo do *The Wall Street Journal*, em Nova York; do *Financial Times*, em Londres e do *Handelsblatt*, na Alemanha.

As duas questões centrais para a empresa, em 1976, ano em que Matías Molina passou a ser correspondente em Londres, era a diversificação de informações e o alcance de leitores de todo o Brasil, em sintonia com os horários compatíveis ao ritmo de um jornal diário. Observa-se que a diversificação de produtos começa a ser preocupação do grupo, que edita, nesse mesmo ano, o primeiro Balanço Anual, publicado com o objetivo de identificar as lideranças empresariais no país. O sucesso da revista foi imediato: logo ocupou o segundo lugar no mercado, competindo com Quem é Quem na Economia Brasileira, da editora Visão, e Maiores & Melhores, da Editora Abril.

### 3.1 O LASER NO PROCESSO DE IMPRESSÃO E DISTRIBUIÇÃO

A distribuição do jornal, na segunda metade dos anos 1970, era um desafio na gestão da empresa. O material ainda era “rodado” nas oficinas de O Estado de S. Paulo, e os primeiros vôos da manhã eram perdidos, prejudicando a entrega em outros estados. Em uma reunião da diretoria, o secretário de redação informou sobre o sistema de impressão utilizado pelo *The Wall Street Journal*, que tinha impressoras em 14 cidades norte-americanas, operadas por um satélite de propriedade do jornal. Mesmo sabendo que o satélite custava cerca de US\$ 500 mil, Herbert Levy topou implementar o processo.

Após estudar a idéia, o grupo acabou se decidindo por um sistema novo à época, denominado “laser”, que permitia a transmissão simultânea, por microondas, de uma página do jornal em 90 segundos. Assim, em 6 de novembro de 1979 se deu a primeira transmissão simultânea do jornal, feita entre São Paulo e Rio de Janeiro.

Era preciso, então, cuidar da parte publicitária, o que poderia aumentar o faturamento e gerar novos investimentos. Para a tarefa foi escolhido Henrique Alves de Araújo, primo materno de Luiz

Fernando é profissional da área de Relações Públicas, que estava na empresa desde 1977. Henrique explicou que a preocupação com a rentabilidade só veio à tona depois da consolidação do jornal como um veículo independente e de credibilidade (Lachini, 2000, p. 53).

Outras providências foram tomadas, como a contratação de Sérgio Rosa, que havia sido diretor comercial da Exame e diretor de publicidade do grupo de publicações para o público masculino da Editora Abril. O anunciante retribuiu à altura, tanto é que o jornal apresentou um crescimento permanente em sua receita: US\$ 8,3 milhões em 1976; US\$ 11,3 milhões em 1977; US\$ 13,7 milhões em 1978.

Em dezembro de 1980, quando a Gazeta Mercantil teve uma receita de US\$ 15,5 milhões, Herbert Levy dividiu as empresas da família, ficando a Poli Participações S.A. com Paulo Roberto e Luiz Fernando, abrangendo atividades de criação de cavalos, agropecuária e a produção de publicações, incluindo-se aí a Gazeta Mercantil.

Nessa década, permanecia o desafio de melhorar o processo de distribuição do jornal. Mesmo no Rio de Janeiro e em São Paulo, praças que imprimiam o diário a publicação raramente chegava aos leitores antes das 9:30 da manhã. Era comum atingir o marco do meio-dia. Por isso, Matías Molina, então editor-chefe, definiu que, embora o jornal fosse lido depois dos outros diários, ele deveria conter “a) informação relevante; b) informação exclusiva; c) informação que fosse diferente, em estilo e enfoque.” (Lachini, 2000, p. 268).

Tentando solucionar o grave impasse referente à circulação do jornal, em 1982, a Gazeta Mercantil se dividiu em duas: a editora do jornal e a “Gazeta Mercantil Gráfica e Comunicações”, que lançou debêntures no mercado, algo em torno de US\$ 6 milhões. Assim, a empresa ganhou fôlego para buscar alternativas, o que pode ser confirmado com os números dessa década.

Em 1985, quando o jornal ingressou no Instituto Verificador de Circulação (IVC), a Gazeta Mercantil contava com 63.218 assinantes, venda avulsa de 3.796 exemplares e uma circulação total de 85.192 exemplares. Ao final do mesmo ano, havia 67.712 assinantes, a circulação paga era de 71.624 exemplares e a tiragem totalizava 97.186 exemplares. O recorde foi batido em 1987, quando se atingiu, em 31 de dezembro, a marca de 84.101 assinantes, 3.220 de venda avulsa e uma tiragem total de 107.151 exemplares. Como consequência, a receita operacional líquida, estacionada na faixa de US\$ 15 milhões entre 1979 e 80, saltou para US\$ 20 milhões no triênio 1981 – 1983.

Ainda nos anos 80, o jornal passou por importantes mudanças no que diz respeito à sua impressão. Aproveitando os avanços tecnológicos disponíveis à época em alguns mercados mundiais, a Gazeta Mercantil introduziu equipamentos de transmissão com raios laser e fibras óticas, capazes de transmitir páginas, fotos e textos integralmente em segundos, o que permitiu a criação das edições

do Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília e, em seguida, Porto Alegre e Recife. Dessa forma, tornou-se o único jornal da área econômica com cobertura e circulação nacional.

### 3.2 CONTRIBUIÇÕES DO SATÉLITE E DA INTERNET

Um dos fatos mais importantes da década de 1990 foi a abertura de capital da Gazeta Mercantil S/A, que se deu em 30 de outubro de 1993. Mesmo com isso, a Poli Participações S.A. detinha 95.46% das ações ordinárias com direito a voto. Cláudio Lachini explica a mudança:

Foi a primeira empresa jornalística brasileira a abrir o seu capital, dele fazendo parte, desde 1º de julho de 1994, um grupo de Fundos de Pensão, que detém 16,91% do capital total, em ações preferenciais, sem direito a voto. São eles: Life, Luxor, Sistel, Funcef, Previ, Telos, PreviBanerj, Petros, Fundo Previdência B-F.M.I.A., FIPECQ, Feceb e Fundação Cesp. (Lachini, 2000, p. 70)

Mas, por outro lado, o começo dos anos 90 não é um período de tranquilidade para a empresa no que se refere à distribuição do jornal. A transformação radical na política de entrega do jornal, implantada por José Noia, não rendera bons frutos. Até então, os exemplares eram distribuídos por entregadores comissionados em 10% sobre a renovação de assinaturas. Dentro do novo plano, foram descartados entregadores capazes de fazer um percurso de entrega de 120 jornais, com índice de renovação de assinaturas que chegou a 92%. No lugar, colocou jovens sem treinamento, resultando no pior período para a Gazeta Mercantil no que diz respeito à circulação do jornal. O problema, apelidado pelos funcionários de “vírus Transnóia”, afetou também o setor de vendas, os representantes e a área de informática. O número de assinantes entrou em declínio, a situação se complicou e a recuperação só veio em 1995.

A fórmula para reversão desse quadro foi encontrada por Luiz Fernando. Ele decidiu criar a Companhia GZM Distribuidora, a ser dirigida por Darlington Bernardes, então estudante, de 26 anos, do Curso de Pós-graduação em Administração na Fundação Getúlio Vargas. O novo funcionário apostou na tecnologia. Na área de informática, introduziu o software de controle, desenvolvido em Windows, funcionando em rede, com um servidor central e operações descentralizadas nas Unidades Regionais de Negócios (antigas sucursais) de várias cidades do país. As informações sobre circulação, assinaturas e vendas eram disponibilizadas em tempo real e o acesso dividido por grupos, com a exigência de senha. Também foi dedicada atenção especial à política de bancas, visando à recuperação nas vendas. Em 1993, ano de crise, a carteira de assinantes fechou em 61.679. No ano seguinte, os assinantes já eram 66.568 e, em 1995, atingia-se 72.228.

A empresa, paralelamente à preocupação com as vendas, investiu na qualidade e no conteúdo do jornal. Segundo Lachini (2000), para isso, foi importante, em 1994, a decisão de Luiz Fernando



Levy de transformar a Gazeta Mercantil em uma sociedade anônima, abrindo novamente seu capital e colocando R\$ 22 milhões em ações preferenciais, sem direito a voto, junto aos principais fundos de pensão existentes no país. Os resultados superaram os da atitude similar de 1982, quando a empresa havia aberto pela primeira vez seu capital.

A partir dessa operação, a empresa fez várias mudanças. Transferiu-se da rua Major Quedinho, 90, onde estava há cerca de 20 anos, para outra sede, um edifício de dez andares situado à rua Engenheiro Francisco Pitta Brito, 125, no bairro Santo Amaro, na zona sul de São Paulo.

Dirceu Brisola, que havia substituído Sidnei Basile no cargo de diretor geral, em 1993, ficou responsável pelas alterações a serem feitas no jornal e José Rui Alvarez, vindo da Editora Abril, tornou-se diretor administrativo e financeiro. No entanto, os principais gestores do que deveria ser um salto para a empresa entraram em choque, o que culminou com a decisão de Luiz Fernando em afastar os dois no segundo semestre de 1995.

Os planos foram refeitos. Luiz Fernando resgatou Antonio M. Pimenta Neves, antigo colaborador do jornal que estava no Banco Mundial, em Washington, para ser o editor-chefe do jornal. Pimenta<sup>7</sup> foi nomeado diretor do jornal e passou a ter seu nome na primeira página, ao lado do de Herbert e Luiz Fernando Levy. Também foi contratado Roberto de Souza Ayres (que desde 1968 atuava como colaborador do jornal), fazendo com que toda a área de vendas – marketing, publicidade e assinaturas – ficasse sob um único comando.

Os resultados vieram logo. Em 1996, Luiz Fernando declarou, em entrevista ao próprio jornal, que “este foi o melhor ano da história da ‘Gazeta Mercantil’.” (O melhor ano da *Gazeta Mercantil*. *Gazeta Mercantil*, 19 de maio de 1997, p. A-1). Reestruturação interna, crescimento de vendas e consolidação da publicidade comercial como fonte de receitas foram marcas desse período, com registro de um aumento de 17% na receita bruta da empresa, que chegou a R\$ 119,3 milhões, um recorde nos 76 anos do jornal. A despesa financeira líquida foi reduzida de R\$ 16,4 milhões em 1995 para 12,6 milhões em 96. O jornal contava com 72.981 assinantes.

À época, o diário era impresso em oito capitais, apoiada mais uma vez nas novas tecnologias de comunicação, como ressalta a edição que divulgou o balanço da empresa referente a 1996:

[...] as páginas chegam totalmente digitalizadas e transmitidas instantaneamente por satélite. O avanço tecnológico permitiu tratar, desde setembro de 1996, todas as nossas informações como arquivos eletrônicos. Assim, todos os nossos computadores estão interligados pela Intranet e à Internet. Em todos os escritórios da empresa, em nove capitais brasileiras e em Buenos Aires, jornalistas, publicitários e vendedores de assinaturas, comunicam-se instantaneamente por satélite.

<sup>7</sup> O jornalista deixou a empresa no final de 1997 para ser diretor adjunto de redação do O Estado de S. Paulo, onde se tornou, dois anos depois, diretor de redação.



A impressão do jornal em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Porto Alegre, Curitiba, Belo Horizonte, Salvador e Belém, consolida a Gazeta Mercantil como o único jornal verdadeiramente nacional em nosso País, e o sistema de transmissão de dados via satélite, o qual substituiu o laser que serviu à empresa por 16 anos, permitirá a expansão de acordo com a demanda do mercado. (Relatório da Administração. Gazeta Mercantil, 19 de maio de 1997, p. A-5).

O ano de 1997 apresentou 89.844 assinaturas. A Gazeta Mercantil passou a ser impressa em dez capitais do país, e sua circulação cresceu 22% em relação ao ano anterior. A empresa tinha escritórios em doze capitais brasileiras (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, Florianópolis, Porto Alegre, Brasília, Salvador, Belém, Fortaleza, Recife e Vitória), três cidades do interior paulista (Campinas, Ribeirão Preto e São José dos Campos) e três exterior (Buenos Aires, Miami e Londres).

Oronides Meireles assumiu, em 1998, o setor de circulação e vendas, comemorando, no mês de novembro, a marca dos 100 mil assinantes. A tiragem total de 1998 atingiu 120.952 exemplares, quando foram contabilizados 102.007 assinantes. Em dezembro de 1999, o jornal atingiu uma tiragem de 136.779 exemplares e o universo de assinantes chegou a 114.895.

A Gazeta Mercantil estava entre os dez primeiros jornais do Brasil em receita operacional líquida no final da década de 1990. Segundo o ranking de empresas de mídia publicado pela Meio & Mensagem, o veículo aparece em quinto lugar, em 1998, na categoria “jornais impressos”, com uma receita de US\$ 154.505,86, ficando abaixo somente de O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, O Globo e Jornal do Brasil, os chamados *prestige papers* da imprensa nacional. (*Meio & Mensagem*, ano XXI, n. 873, 30 de agosto de 1999, p. 21).

Um balanço de 1996 a 1999 pode ser feito com as seguintes informações: a tiragem cresceu 27% e a carteira de assinantes 59%, enquanto o índice de reclamação caía 69%; o índice de renovações cresceu 18 pontos, atingindo 78%; os custos de distribuição foram reduzidos em 32% para assinaturas e 12% considerando-se a tiragem total. Novas medidas foram aplicadas em todas as áreas, reduziu-se o horário normal de fechamento do jornal, adiado somente em situações especiais, possibilitando a entrega do produto mais cedo aos assinantes, que também podiam optar por acessar a Gazeta pela Internet, pelos serviços eletrônicos do InvestNews.

Para cobrir todo o território nacional – conciliando o local, o regional e o nacional – e fornecer ao leitor informações e todas as regiões brasileiras, a empresa também mantinha seus correspondentes nacionais, fixados em diversas cidades: Edson Álvares da Costa (Ribeirão Preto), Luciana Franco (Campinas), Luciana Moglia (Caxias do Sul), Lygia Sarlo (Vitória), Paulo Emílio (Recife), Simone Romero (Manaus) e Virginia Silveira (São José dos Campos).

Já as Unidades Regionais estavam espalhadas nas cinco regiões do país e foram batizadas segundo o nome do Estado, da capital ou mesmo de uma região, como pode ser identificado nesta relação de URNs: Alagoas (Maceió), Amazonas (Manaus), Bahia (Salvador), Ceará (Fortaleza), Distrito Federal (Brasília), Espírito Santo (Vitória), Goiás (Goiânia), Mato Grosso (Cuiabá), Mato Grosso do Sul (Campo Grande), Maranhão (São Luís), Minas Gerais (Belo Horizonte), Triângulo Mineiro (Uberlândia), Pará (Belém), Paraná (Curitiba), João Pessoa (João Pessoa), Pernambuco (Recife), Rio de Janeiro (Rio de Janeiro), Rio Grande do Norte (Natal), Rio Grande do Sul (Porto Alegre), Santa Catarina (Florianópolis), Sergipe (Aracaju), Tocantins (Palmas), Grande São Paulo (São Paulo), Interior Paulista (Ribeirão Preto), Planalto Paulista (Campinas) e Vale do Paraíba (São José dos Campos).

Em 2000, para o jornal chegar nas mãos dos assinantes, eram mobilizadas em torno de 3.100 pessoas. Cerca de 1.100 eram funcionários da Companhia GZM Distribuidora, os outros 2.000 trabalham para representantes ou empresas terceirizadas em 327 cidades brasileiras. Somente em São Paulo, em dezembro de 1999, distribuíram 45.878 jornais por dia. Nacionalmente, a média diária por entrega é de R\$ 1,14. “Uma ação heróica, já que são computados os custos industriais e de distribuição propriamente dita. Um serviço de democratização da informação prestado ao País que nem sempre é considerado em sua magnitude”, avalia Claudio Lachini (2000, p. 275).

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ano de 2000 é marcado pela chegada de um concorrente direto para a *Gazeta Mercantil*, até então o único diário de circulação nacional voltado para economia e negócios. Anunciado no início de outubro de 1999, o acordo entre a empresa Folha da Manhã – que editava, entre outros títulos, a Folha de S. Paulo –, e a Infoglobo Comunicações, de O Globo, permitiu que um novo jornal especializado chegasse ao mercado no dia 2 de maio do ano seguinte, com o nome Valor Econômico.

A parceria foi noticiada pela imprensa brasileira, que relatou a motivação entre os dois grupos: “O que motivou a parceria das empresas foi o fato de possuírem os dois melhores parques gráficos da América Latina e os dois melhores sistemas de distribuição de jornais diários do país.” (Folha e Globo lançam jornal econômico. *Folha de S. Paulo*, 5 de outubro de 1999, Caderno 1, p. 8).

Para enfrentar a concorrência e se manter competitiva, a *Gazeta Mercantil* tomou algumas providências. O Caderno Fim de Semana foi completamente reformulado e dobrou o número de páginas. Além disso, novas seções foram criadas em diferentes dias da semana, a exemplo de “Três Poderes”, na segunda-feira; “Você no Trabalho”, na terça-feira, e “E-commerce” às quintas-feiras.

Nos cinco primeiros meses do ano de 2000, a Gazeta Mercantil registrou um crescimento de 44.3% de sua receita e sua base de assinantes cresceu, de janeiro a março, 10.8% (GZM consolida seu perfil multimídia. *Gazeta Mercantil*, 23, 24 e 25 de junho de 2000, p. A-6). Resultados como esses permitiram que a empresa firmasse, na segunda quinzena de junho, uma aliança com a portuguesa PT Multimedia, unidade de Internet e cabo da Portugal Telecom, gerando, assim, a Investnews.com.

Observa-se que, segundo o Instituto Verificador de Circulação, a circulação paga da Gazeta Mercantil chegou a 124.351 exemplares no final daquele ano, o que reforça a posição do veículo mesmo face à chegada de um concorrente direto. O diretor-superintendente do grupo, Aloisio Sotero, declarou ao jornal que “em 2000, a Gazeta Mercantil se consolidou como empresa líder de informações do mundo dos negócios.” (Gazeta Mercantil registra seu melhor resultado. *Gazeta Mercantil*, 17 de abril de 2001, p. A-7).

Mesmo com esses dados, os bastidores eram marcados por rumores sobre os problemas financeiros do grupo. No segundo semestre de 2001, a empresa atrasou o pagamento dos salários dos funcionários. Diante dessas dificuldades, a Gazeta Mercantil firmou um acordo com o Jornal do Brasil no início do mês de outubro. Pela primeira vez iria dividir o controle acionário com outro grupo midiático e a parceria foi noticiada em poucas linhas pelo diário econômico:

*A GAZETA MERCANTIL e o JORNAL DO BRASIL comunicam ter celebrado acordo operacional com o objetivo de otimizar suas estruturas comerciais.*

*Com este acordo, os dois veículos colocam à disposição do mercado um poderoso instrumento de mídia para anunciantes e agências de publicidade.*

A GAZETA MERCANTIL comunica também que está contratando Banco de Investimento para promover a reestruturação econômico-financeira da empresa. (Fato Relevante. *Gazeta Mercantil*, 11, 12, 13 e 14 de outubro de 2001, p. A-1).

À época, a Folha de S. Paulo, noticiou a possibilidade da família Levy perder o controle acionário da empresa:

A Gazeta Mercantil S.A., empresa que edita o jornal com o mesmo nome, anunciou no final da tarde de ontem a venda de parte da companhia para o ‘Jornal do Brasil’, diário carioca administrado pelo empresário Nelson Tanure. O Banco Fator assumirá a gestão financeira da ‘GM’. As companhias não deram informações detalhadas a respeito da operação. No mercado, especulava-se com a possibilidade do ‘JB’ Ter comprado mais de 60% da ‘GM’.

A assessoria de imprensa do jornal paulista, porém, informa que o ‘JB’ teria entrado na operação só como acionista minoritário, mas não havia confirmação até o final da noite. (‘JB’ compra parte da Gazeta Mercantil S.A. *Folha de S. Paulo*, 5 de outubro de 2001, p. E-5).

O acordo virou assunto no meio jornalístico. O debate foi aquecido por novo atraso de salários dos funcionários da Gazeta Mercantil, o que levou grande parte dos jornalistas da empresa a paralisar suas atividades. Mesmo quando a empresa efetuou o pagamento, vários funcionários decidiram pela manutenção do movimento. A greve foi decretada oficialmente no dia 15 de outubro.

No dia 22 de outubro, a Gazeta Mercantil publicou, na primeira página da edição nacional, uma nota oficial sobre a contratação da Worldinvest para dirigir o processo de reestruturação da empresa: “GAZETA MERCANTIL anuncia a contratação da Worldinvest para desenvolver e implantar plano de reestruturação das empresas do Grupo e assessorar o processo de capitalização da Gazeta Mercantil S.A.” (Informe. *Gazeta Mercantil*, 22 de outubro de 2001, p. A-1).

Mesmo trilhando um processo de reestruturação, a fragilidade financeira levou a empresa a aderir a um Programa de Recuperação Fiscal, em débito com o governo federal. A organização das finanças era um enorme desafio, mas outros aspectos também adornavam a crise. Franco (2024) aponta alguns deles: má gestão, acordos e parcerias mal estruturadas e ampliação excessiva de frentes. Durante o tempo de circulação da Gazeta Mercantil, foram criados programas de TV, efetuadas compras de jornais e de revista e lançados diversos produtos jornalísticos como a Gazeta Mercantil Latino-Americana, praticamente todas essas iniciativas trouxeram certo prejuízo ao grupo.

Outro aspecto motivador desse cenário crítico foi a não separação das atividades financeiras da Gazeta Mercantil em si dos outros negócios da família Levy, como fazendas e empresa de reflorestamento. Além disso, a compra de prédio para a nova sede do periódico e a abertura de suas diretorias pelo Brasil afora inflaram as despesas.

Em crise e com a concorrência do Valor Econômico, o jornal encerrou sua circulação em 2009, deixando na história da imprensa brasileira um grande legado. Foi escola para a formação e aperfeiçoamento de gerações de jornalistas de economia; espaço para inovações em tecnologias e práticas jornalísticas; impulso para a circulação de informações sobre o mercado brasileiro no cenário latino-americano e até mundial; lugar para experiências de diversificação midiática; leitura obrigatória entre empresários, banqueiros, investidores, gestores públicos e tantos outros brasileiros pela qualidade de suas informações; bem o veículo mais expressivo da história do jornalismo econômico no Brasil.

## REFERÊNCIAS

- CASTELO BRANCO, Samantha. Internacionalização da mídia brasileira: a trajetória da Gazeta Mercantil (Tese de doutorado). Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo: UMESP, 2001.
- COMUNICADO – Fato Relevante. Gazeta Mercantil Latino-Americana, 14 a 20 ago. 2000, p. 1.
- FOLHA e Globo lançam jornal econômico. Folha de S. Paulo, 05 out. 1999, 1º Caderno, p. 8.
- FOLHA e Globo se unem para lançar jornal de economia. Meio & Mensagem, ano XXI, n. 879, 11 out. 1999, p. 30.
- FRANCO, Célia de Gouvêa. Gazeta Mercantil: A trajetória do maior jornal de economia do país. São Paulo: Editora Contexto, 2024.
- GAZETA MERCANTIL. Relatório da Administração. São Paulo: Gazeta Mercantil, 19 maio 1997, p. A-5.
- GZM consolida seu perfil multimídia. Gazeta Mercantil, 23, 24 e 25 jun. 2000, p. A-6.
- ‘JB’ compra parte da Gazeta Mercantil S.A. Folha de S. Paulo, 5 out. 2001, p. E-5.
- LACHINI, Claudio. Anábase: história da Gazeta Mercantil. São Paulo: Gazeta Mercantil, 2000. 332p.
- LEVY, Herbert Victor. Viver é lutar. São Paulo: Saraiva, 1990. 285p.
- LIMA, Venício Artur de. Globalização e política de comunicação no Brasil. Revista Brasileira de Comunicação, Arte e Educação. São Paulo, Ano 1, n. 1, out./dez. 1998.
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro. São Paulo: Summus, 1991. 155p.
- QUINTÃO, Aylê-Salassiê Figueiras. O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964. Rio de Janeiro: Agir, 1987. 213p.
- 80 anos: o que pensa, faz e vai fazer a Gazeta Mercantil. Revista Imprensa, n. 149, jun. 2000, pp. 8-14.