

cadadas por ordem do Governo contra carroceiros em greve". Gustavo de Lacerda, repórter ousado, ganhava a notoriedade antes gozada por Ernesto Sena, do *Jornal do Comércio*, capaz de operar prodígios em busca de informação.

Era o tempo de Campos Sales, com a sua "política dos governadores", de domínio absoluto e institucionalizado das oligarquias, traduzido também na orientação financeira de Joaquim Murtinho, que ressuscitava a estagnação imperial. Patrocínio passava de uma posição a outra, na *Cidade do Rio*, justificando o jornalista sem opinião, estereótipo que persistiu longamente: "A Murtinho — contou Vivaldo Coaracy — tem-se atribuído, em referência a Patrocínio, a frase ferina: 'Este preto não se vende, aluga-se'. O epigrama não é original. Foi proferido por um estadista do Império em referência a outro mestiço. Se, porém, Murtinho de fato o repetiu, não deixaria de ter alguma razão. Patrocínio, nos tempos em que o conheci, já na fase final da existência, sob a premência das necessidades da vida tumultuosa e desordenada que levava, comparava-se, sem rodeios, a um advogado, com banca aberta para contratar defesas e acusações, mediante alta tarifa de serviços. A sua tribuna era o jornal"⁽¹⁸⁵⁾. As reminiscências de Vivaldo Coaracy dão um quadro pitoresco do jornal de Patrocínio e de suas dificuldades: "Num dos cataclismas financeiros que várias vezes convulsionaram a existência da *Cidade do Rio*, Patrocínio perdera as oficinas, na execução de uma hipoteca vencida, levadas pelo credor implacável. Havia na rua do Sacramento uma empresa tipográfica que não estava em maré de grande prosperidade. O proprietário, um português, seu Paulino (nunca lhe soube o sobrenome), considerou-se feliz em arrendar a Patrocínio o material e os dois primeiros pavimentos do prédio. Lembro-me bem do nº 8. Ali trabalhei dois anos. No andar térreo, com uma área cimentada aos fundos, ficavam a paginação e impressão: um prelo plano movido por máquina a vapor, que a caldeira vertical e desconjuntada alimentava. Um balcão à frente servia para a recepção de publicidade escassa e para a expedição. No segundo pavimento, atingido por íngreme escada, a composição ocupava a sala da frente, sobre a rua. Nesse tempo não havia linotipos. Os cavaletes com as 'caixas' alinhavam-se ao longo das paredes e nos intervalos entre as três janelas de sacada. No corredor que cercava o largo vão quadrado, abrindo para o andar de baixo, a revisão. Na sala dos fundos comprimia-se a redação"⁽¹⁸⁶⁾.

Qual a matéria essencial, quais as providências rotineiras de um jornal

(185) Vivaldo Coaracy: op. cit., pág. 231.

(186) Vivaldo Coaracy: op. cit., págs. 232/233.