

IMPRENSA

ANO I Nº 1

jornalismo e comunicação

SET. 1987 Cz\$ 50,00

**PESQUISA
GALLUP
IMPRENSA
EXCLUSIVA**

Perdemos a credibilidade

**ENCARTE
CONFISSÕES
INÉDITAS DE
DRUMMOND**

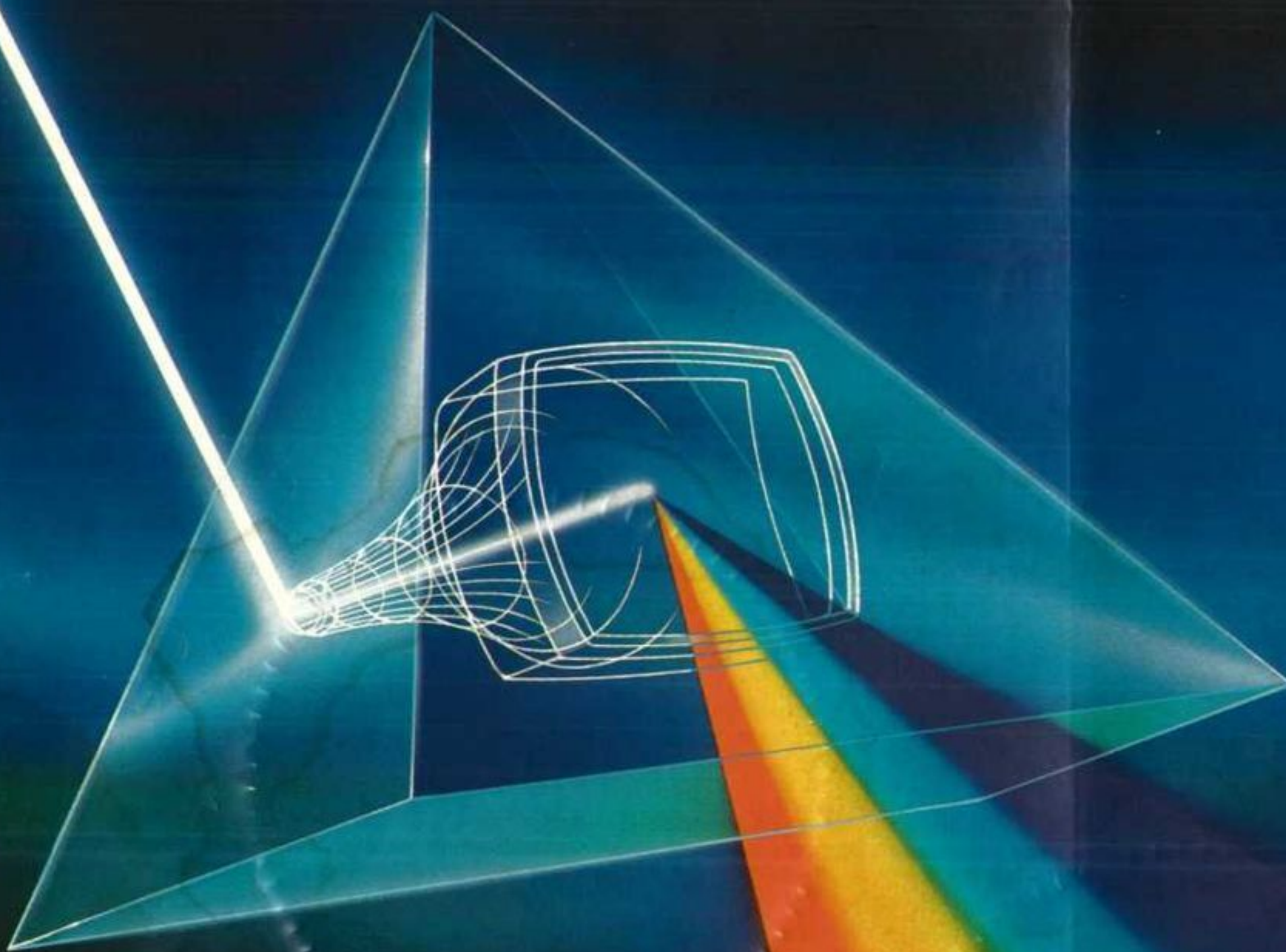
**PERSONAGEM
CASTELINHO,
O REPORTER
IMORTAL**

**EXCLUSIVO
BOB WOODWARD
PREPARA O
GATE DA CIA**

**ENTREVISTA
OTÁVIO
FRIAS
FILHO**

TRANSCENDER

**"Para alcançar o futuro é
preciso empurrar o presente."**



Globotec. Empresa líder na produção de comerciais.
Sua obrigação: transcender. Fazer o algo mais.
Criar, inovar, extrapolar sua área.
"Expresso Brasil", projeto pioneiro na televisão.
"Estudos", pesquisa fotográfica visando o
desenvolvimento da qualidade do VT. "Cianê", desfile
de moda no vídeo internacionalmente premiado.
"Impressões do Brasil", co-produção Globotec e
Manduri contando a História da Imprensa Brasileira
através dos tempos. "Varig 60 anos". "Vídeo Computer
Man". "Semana Internacional da Criação Publicitária",
"Seminário da Aids". "História do Comercial no Brasil".
Este é o caminho do futuro. Transcender.

GLOBOTEC



revista **Imprensa**, que a partir de agora disputa um lugar no mercado editorial brasileiro, está mais preocupada em informar ou em defender interesses de grupos ou pessoas? Vai publicar informações exatas ou deturpá-las, sempre ou de vez em quando?

Tais perguntas podem parecer absurdas, ainda mais em nosso primeiro contato com você, leitor de **Imprensa**.

Mas elas refletem a preocupação de quem resolveu transformar em público-alvo o grande universo dos profissionais que realmente formam a opinião pública neste país - jornalistas, empresários de comunicação, relações-públicas, publicitários, e o grande número de universitários que se encaminham para a profissão. Um público altamente qualificado, com opinião e consciente de seu papel social.

Assim, tais perguntas surgiram da necessidade de termos como ponto de partida uma exata aferição do que pensa a sociedade brasileira sobre a **Imprensa**. Concluimos ser fundamental, para início de nossas discussões sobre Comunicação, conhecer a opinião - até esse momento digerida internamente pelos veículos - de quem, afinal, é o objeto de nossa existência.

Começamos por São Paulo, o maior Estado da Federação. E a resposta, transformada na reportagem de capa desta edição, foi obtida através da primeira pesquisa exclusiva **Gallup-Imprensa**. Ela não podia ser mais amarga, pois vem abalar profundamente a credibilidade do nosso trabalho, o que exige uma séria reflexão sobre o que estamos fazendo e porque a sociedade nos encara com tanta desconfiança.

É exatamente para isso que surge **Imprensa**: valorizar esta hoje combatida Instituição e, aproveitando a imagem de Rui Barbosa, ser os olhos dos olhos da Nação.

Olho no olho, **Imprensa** chega para analisar, discutir, criticar. Sua intenção é positiva, sua filosofia é imutável.

Estaremos a postos mensalmente, em todo o Brasil, preocupados em informar sem defender interesses de grupos ou pessoas, publicando informações exatas, não deturpando nunca. E reconhecendo, com humildade, nossos erros.

OS EDITORES

IMPrensa

jornalismo e comunicação

EDITORES: Dante Mattiussi, Manoel Canabarro, Paulo Markun
Editor assistente: Renato Sant'Ana
Produtora executiva: Maria Elvira do Amaral
Colaboradores: Alcides Ferreira, Antônio Alberto Prado, Alex Solnik, Caio Camargo, Cláudio Weber Abramo, Gilberto Mansur,

Luiz Lanzetta, Luiz Henrique Romagnoli, Marcos Barrero, Mário Lago Filho, Moacir Japiassu, Olívio Lamas, Pedro Cavalcanti, Rogério Menezes, Tatiana Petit
Correspondente: colaboram José Meirelles Passos (Washington), Oscar Pilagallo (Londres), Mauro Santayana (Roma), Milton Blay (Paris)
Arte: Sidney Borges, Bonifácio Placeres Júnior
Ilustração: Affonso, Beth Csuraji, Gepp & Maia
Fotografia: Beatriz Albuquerque/Agência Prisma

Assistente de produção: Frederico Brotero
Secretária: Ruth M. Schutze Soares
 Serviços internacionais via France Presse

DIRETOR COMERCIAL:

Sinval de Itacarambi Leão

DIRETOR RESPONSÁVEL:

Paulo Markun

feeling (fii'ling)

PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO

DIRETORES: Dante Mattiussi, Manoel Canabarro, Paulo Markun, Sinval de Itacarambi Leão

IMPrensa é uma publicação mensal da **Feeling Promoção e Comunicação Ltda.** - CGC 52.631.363/0001/29. Redação, administração e publicidade: Rua Padre Chico, 85, conjunto 61 - Perdizes, São Paulo, SP - CEP 05008, telefone 263-4677. Composição, fotolitos e impressão: **DCI - Indústria Gráfica S.A.** - Rua Almeida Lima, 1.348 - Mooca - São Paulo, SP - CEP 03046

IMPrensa não se responsabiliza pelos conceitos emitidos nos artigos assinados. Nem publica matérias redacionais pagas.

PAUTA



DESTAQUE

O maior repórter americano ataca novamente. Veja como na página 25.

MERCADO.....	4
PERDÃO, LEITORES.....	6
INFORMÁTICA.....	8
MEMÓRIA.....	10
DEADLINE.....	12
AVENTURA.....	13
CORRESPONDENTES.....	18
ENTREVISTA.....	30
PESQUISA.....	39
PERSONAGEM.....	46
COLEGUINHAS.....	54
O OUTRO LADO.....	56
DEPOIMENTO.....	59
ASSESSORIAS.....	62
TELEVISÃO.....	65
PUBLICIDADE.....	70
BRASIL.....	74
LIVROS/CALANDRA.....	76
CESTA SEÇÃO.....	80
PONTO DE VISTA.....	82



CAPA

OZ Desenho & Associados.
 Diretores de criação:
 André Poppovic, Giovanni Vannucchi e Ronald Kapaz



De Funaro a Bresser

Como a economia influi na mídia

por Sinval Itacarambi Leão

No ano passado, espalhou-se um intenso boato nos meios publicitários. Segundo ele, o jornal tinha sido o grande beneficiário do Plano Cruzado entre os veículos de comunicação.

Por quê? Primeiro pelo fato de os jornais, antes mesmo do Cruzado II, terem conseguido um reajuste da tabela congelada, enquanto os demais veículos só foram contemplados com igual concessão em janeiro de 1987. Segundo, porque as eleições para governadores e constituintes tinham canalizado volumosas verbas políticas para a imprensa. Mas o exame das estatísticas de concorrência publicitária não transforma o boato em verdade. Ao contrário, mostra que a mídia televisão continua absoluta em seu apetite pelo bolo da verba publicitária.

Trata-se, sem dúvida, de uma onda que também pega muito dinheiro. Dos 46,8% que foram seu "share" em 1985 — portanto antes do Plano Cruzado de Funaro —, a televisão pulou para 53,3% em 1986 e agora consolida sua posição no primeiro semestre de 1987, com 54,6%. Rádio e revistas também cresceram, porém não com idêntico vigor. Se todos ganharam, houve um perdedor — exatamente o jornal. Dos 33% de participação que tinha no bolo publicitário em 1985, ele caiu para 25,8% no ano passado, e, finalmente, despencou para 23% no primeiro semestre deste ano (veja tabela número 1).

No início da década de 60, o meio jornal brigava pelas verbas publicitárias com o rádio e a televisão em condições de igualdade — aí pela casa dos 25% cada. Já no começo da década de 70, a televisão se apropriou de 40%. Depois, na primeira metade dos

anos 80, ficou oscilando entre os 52 e 55%, conforme a incidência de eventos.

Duas atitudes mercadológicas foram fatores decisivos no crescimento da participação da televisão sobre os demais concorrentes. A primeira corresponde ao que, no jargão dos homens de marketing, chama-se "pricing". Ou seja: mesmo com os preços congelados, as emissoras melhoraram seu preço final reduzindo seus descontos a níveis baixíssimos e, assim mesmo, para clientes tradicionais, através de contratos muito bem amarrados. A segunda foi a administração horizontal do tempo. De um modo geral, a televisão vende seu filé mignon, o chamado horário nobre, mas opera à meia-bomba nos demais horários.

Essas razões mercadológicas explicam a melhoria de posicionamento da televisão. No entanto, devem ser acrescidas de uma terceira. A diminuição da fatia do jornal, por exemplo, deve-se ao fato de que o ano de

1986 não foi adequado para anunciar "produto", ofertas e/ou oportunidades. Durante o ano do Cruzado, muitos anunciantes habituais de jornal entraram em recesso, principalmente o varejo e o setor imobiliário, ambos por falta de estoque.

A saída para os anunciantes mais profissionalizados foi proteger a imagem corporativa ou de marca, para evitar a perda futura de participação no mercado. Neste caso, a televisão foi privilegiada. À exceção de um setor tradicionalmente pesado — a indústria de cigarros —, todos os segmentos usaram e abusaram do vídeo. Os reflexos em jornais e revistas foram mais discretos.

O mercado cresceu? As estimativas em dólares dizem que não. Mas, enfim, como ficam as coisas em cruzados? Para este ano, se for tomada como verdadeira a taxa de 45,8% para a inflação de 1986 sobre 1985, o mercado cresceu 19%. Entre as mídias específicas, apenas o meio jornal teria perdido da inflação, com uma queda de 8%, enquanto as revistas aumentaram em 18%, o rádio em 26% e a televisão em 36% (veja a tabela número 2).

Em relação a este ano, apenas o meio revista está registrando uma performance significativa. Enquanto o investimento total subiu nominalmente no primeiro semestre (122% em relação ao mesmo período do ano passado), as revistas cresceram 181% — uma taxa muito superior à da televisão (120%), do rádio (128%) e dos jornais (98%). O importante é saber, até o final do ano, qual meio será beneficiado pela flexibilização do ministro Bresser Pereira. O mercado dará a resposta. ✕

O BOLO PUBLICITÁRIO

Quem é quem na hora da divisão da verba

1

	1.º Sem.		
Veículo	1987	1986	1985
TV (%)	54,6	53,3	46,8
Rádio (%)	8,0	8,1	7,7
Revista (%)	14,2	12,5	12,7
Jornal (%)	23,0	25,8	32,6
Base			
Cz\$ bilhões	18,3	18,5	10,6

O DECLÍNIO DOS JORNAIS

Eles perdem dinheiro, mas a televisão anda de cofre cheio

2

Veículo	Crescimento Nominal (%)	Crescimento Real (%)
TV	98,7	36
Rádio	84,5	26
Revista	72,7	18
Jornal	37,9	-8

Esta história pode ser contada com apenas duas palavras: dedicação e confiança.



SCANIA

30 ANOS BRASIL

Nos últimos 30 anos, a velocidade com que o Brasil vem avançando rumo ao desenvolvimento pôde ser seguida de perto por um Scania. Ou melhor, por quase 70 mil ônibus e caminhões Scania produzidos no país, além de 33 mil motores diesel separados.

A experiência, segurança e tecnologia de um dos maiores e mais importantes fabricantes de veículos do mundo, estão lado a lado com o Brasil a cada quilômetro vencido em direção

ao desenvolvimento. Seja transportando pessoas, mercadorias e produtos para todos os pontos do país. Seja gerando energia ou imprimindo velocidade à construção pesada, construção naval, prospecção de petróleo, agricultura ou a qualquer outro setor que exija motores modernos e eficientes.

Sobre estes 30 anos em parceria com o progresso brasileiro, a Scania e seus Concessionários poderiam falar horas, escrever páginas e mais páginas.

Mas participar do trabalho é mais gratificante. E dizer apenas duas palavrinhas, já significa tudo.

SCANIA
líder em tecnologia de transporte



ASSOBRASC
Associação Brasileira dos Concessionários Scania S/C



O Manuel da Redação

Janistroquis e a arte do título

Por Moacir Japiassu

Janistraquis ligou para a **Folha de S. Paulo**.

- De onde fala?
- Da Folha.
- Quer me chamar o Manuel, por favor?

- Onde ele trabalha?
- Na redação.
- Aqui é da redação e não tem nenhum Manuel trabalhando aqui. Não será Matinas?

- Oxente! Tá no jornal: "Dá-se preferência a quem conhecer o Manuel da Redação". Foi a própria Folha quem mandou a gente ligar pro Manuel!

- Não é Manuel, seu moço; é Manual. É o Manual de Redação da Folha! Aqui só trabalha quem conhece o Manual!

Foi mais um erro de revisão da **Folha** e a simples troca de vogais matou a pretensão de Janistraquis, que sonhava com um pistolão para ser jornalista. "Pois é, a Folha não liga pra diploma e isso já quebrava o meu galho; depois, era só conhecer o tal de Manuel...", declarou Janistraquis, com a voz chorosa dos humilhados e demitidos.

O leitor de **IMPRESSA** talvez se lembre de Janistraquis de Azevedo Varejão, personagem que acompanha este colunista desde os tempos do falecido **Jornal da República**. Num instante de insanidade, o Mino Carta me deu uma coluna de futebol para escrever e convoquei imediatamente meu velho amigo Janistraquis, um fiel torcedor do São Paulo Futebol Clube. Naquela época (meados de 1979), Janistraquis perambulava pelas ruas do centro de São Paulo como qualquer nordestino desamparado, cujo único sinal de progresso na vida era torcer por um time de ricos.

Desaparecido o **Jornal da Repúbli-**

ca, Janistraquis voltou a Pernambuco, sua terra, onde se transformou em empresário do teatro de marionetes e editor de romances da literatura de cordel. Ganhou um bom dinheiro e este ano esteve em São Paulo para ampliar os horizontes culturais; tentou a ribalta mas faliu, depois de uma amarga experiência ao lado de Ruth Escobar, que ele chama de "aquela mulher". Acolhi-o novamente e ei-lo hoje a meu lado, recortando jornais para esta coluna.

Janistraquis não tem grande experiência com o jornalismo, conforme o leitor sentiu no desastrado telefonema à redação da **Folha**. Na verdade, o único contato dele com essa, digamos, categoria profissional, foi através do Tarso de Castro. O leitor talvez ignore, mas Maria do Carmo, aquele rapaz que o Tarso comprou no Norte, foi descoberto por Janistraquis num recuado carnaval do Recife, fantasiado de "Glória do Faraó Ho-Chi-Min na Corte do Rei Arthur", ou coisa que o valha.

Maria do Carmo acabou no Rio de Janeiro, no ateliê de Clóvis Bornay, de onde saiu há alguns anos para trabalhar na mansão do Tarso em Jacarepaguá.

Como Maria do Carmo para o diretor de **O Nacional**, Janistraquis. é fundamental ao meu trabalho em **IMPRESSA**, pois disponho de pouco tempo. Cabe ao meu secretário o exame minucioso de nossas páginas e do seu atrevimento costumam sair barbaridades que irei amenizando, não apenas para evitar brigas com meus considerados colegas mas também porque é minha intenção desasnar Janistroquis em sua caminhada rumo à redação da **Folha**, com ou sem o conhecimento do Manual (atenção revisão: é Manual, com a!).

Alfabetizado no cordel, Janistraquis está mais ou menos ao nível do texto que se pratica atualmente em nossa imprensa - sua única dificuldade tem sido os artigos de José Neumanne Pinto, editor político de **O Estado de S. Paulo**. "Vai ser culto assim no raio que o parta!", queixou-se Janistroquis, depois de se deparar, perplexo, com uma citação de Nietzsche, no original alemão, em artigo do indigitado jornalista. Janistraquis foi obrigado a recorrer aos préstimos de Nicodemus Pessoa, estudioso do idioma de Goethe (e de Hitler, por que não?) e ex-colaborador de Tobias Barreto numa experiência jornalística fascinante: há muitos anos, Barreto editou um jornal inteirinho em alemão, na cidade de Aracaju!

• • •

Esta coluna se propõe, ainda, a incorporar as inevitáveis cartas dos leitores. É lógico que nenhum jornalista vai escrever para elogiar esta revista e muito menos o colunista; como o espaço é dedicado à análise crítica do jornalismo, se me permitem a imodéstia, esperamos receber pedradas das redações de todo o país, na esperança de nos transformarmos, por força da dilapidação, de provocadores em vítimas e de vítimas em mártires. Esclareço que a Via-Crucis deste colunista já começou, ao simples anúncio da coluna nas páginas de **IMPRESSA**. Recebi agorinha mesmo carta de um irado repórter que, escondido sob o "codinome" de Elio Gaspari, desabafa: "Soube que você vai assinar coluna numa tal de **Imprensa**, criticando a própria. Pergunto: quem é você para criticar a gente? Você não é o tal que escreve uma coluninha vagabunda no **Jornal da Tarde**, falando um monte de besteiras e contando mentiras?"

Confesso que "tremi na base", como se diz. Mas é isso mesmo, já incorporei o sofrimento ao meu dia-a-dia, em 25 anos de peregrinação pelas redações afora, e não creio em padecimento maior do que já experimentei no copidesque do **Jornal do Brasil**, em 1964/65, quando o meu velho amigo Lago Burnett ordenava a criação de mais um título em uma coluna. Eu recorria à cultura enciclopédica de Joaquim Campello, que me abastecia de sinônimos de poucas letras, e também à ousadia de José Silveira, autor de uma manchete clássica no **Correio da Manhã**. O chefe da redação pediu um título de três linhas de três toques e Silveira se consagrou:

JK:
ONU
NÃO.

✕

A DEMOCRACIA COMEÇA COM O DIREITO À VERDADE.

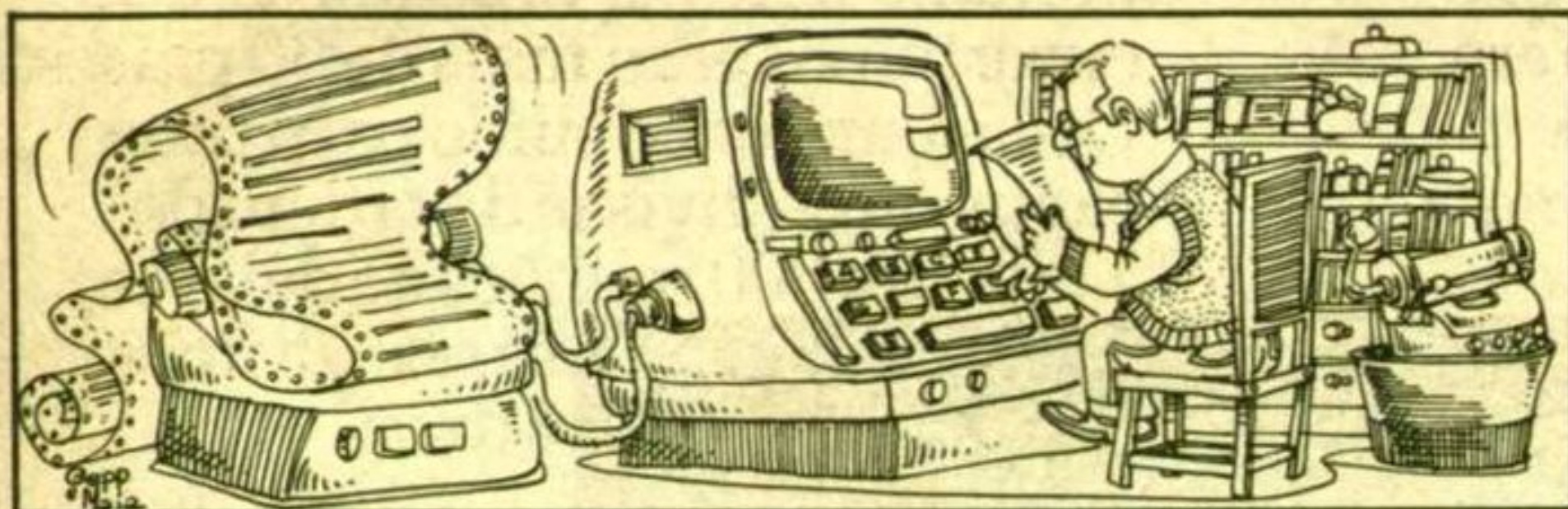
A POSIÇÃO DAQUELES QUE PARTEM DO PRINCÍPIO DE QUE O SILÊNCIO, SE NADA ACRESCENTA, EM NADA PREJUDICA NÃO FAZ SENTIDO. ESQUECEM-SE DE QUE TAL POSTURA CONDUZ AO ATROFIAMENTO DE SUAS RELAÇÕES COM O MUNDO EXTERIOR, DO QUAL NÃO PODEREM PRESCINDIR E QUE VIVE UM PROCESSO DE CONSTANTE EVOLUÇÃO.

O SILÊNCIO OFERECE MAIS RISCOS DO QUE O LIVRE FLUXO DE IDÉIAS E INFORMAÇÕES.

A DEMOCRACIA É O MAIOR EXERCÍCIO DA COMPETÊNCIA.

ESSAS SÃO ALGUMAS DAS VERDADES QUE SUBSTANCIAM O

***PLANO DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL
DA RHODIA***



Pretinhas, nunca mais!

A super-máquina de escrever

Cláudio Weber Abramo

Por motivos que vão desde a baixa remuneração do jornalista brasileiro, passam por certa dose de preconceito e chegam à ausência de maiores motivações para que esse profissional invista no aumento de sua produtividade, a informática não tem penetrado nesse setor com o mesmo vigor que ocorre em outros países. No Brasil, contam-se nos dedos os jornalistas que substituíram as máquinas de escrever por microcomputadores. Na verdade, são pouquíssimos os que sequer têm consciência das enormes vantagens que os computadores trazem à atividade de quem tem por ofício escrever e consultar fontes de informação.

Nos EUA, a pátria do micro, estima-se que 80% dos equipamentos instalados em ambientes domésticos, dos quais uma parcela considerável é operada por profissionais liberais que trabalham em casa, são usados exclusivamente no processamento de textos. E, de fato, quem começa a trabalhar com um computador passa a considerar máquinas de escrever como objetos irritantemente inadequados.

O redator médio gasta laudas e laudas escrevendo, emendando, cortando e colocando parágrafos. Dependendo do cliente, tudo precisa ser passado a limpo. Em contraste, num processador de texto todas as operações envolvidas no ato de redigir um texto são extraordinariamente simplificadas. O terceiro parágrafo deveria ser o último? Fácil: num micro movem-se trechos à vontade.

Escreveu-se errado o nome de alguém sistematicamente mencionado? O computador faz a troca num átimo. Repetições de palavras ou frases são rapidamente detectadas, possibilitando correções que, de outro modo, são geralmente relegadas a um acabamento que acaba nunca sendo realizado. Um bom processador de texto realiza correção ortográfica, identifica lugares comuns, sugere alternativas. Tem até dicionário.

Além do processamento de texto, micros permitem comunicação com bancos de dados públicos e privados, captação de transmissões de telex e diversas outras aplicações que constituem o dia-a-dia do jornalista.

A capacidade de comunicação de que essas máquinas são dotadas tem dado origem a uma fundamental alteração na metodologia de operação de algumas empresas da área: é crescente o número de casas editoras que estão substituindo as redações por redes de profissionais geograficamente dispersos, que se comunicam entre si via computador.

Mesmo que, no Brasil, o custo de um micro, periféricos (como uma impressora, essencial) e programas (software), seja bastante elevado frente ao salário médio do jornalista, vale a pena investir. Um conjunto bastante elaborado pode ser montado com o correspondente a meio automóvel, ou um aparelho de som cheio de botões e luzinhas. Normalmente não se julga extravagante gastar uma fortuna com uma vitrola que se ouve uma vez por

semana. Por que seria inusitado aplicar um dinheiro semelhante num instrumento de trabalho?

...

O Citibank embarca ativamente no processo de conversão dos créditos que mantém no Brasil em capital de risco. O banco acaba de fornecer os recursos para aumento de capital da Elebra (uma das maiores empresas brasileiras de informática, pertencente ao grupo Docas, por sua vez controlado pela família Guinle). Foram 700 milhões de dólares.

A operação foi realizada com o BNDESpar, que converteu os dólares da dívida em cruzados. Estes foram, então, aplicados na Elebra. Do "board" da elebra passam a fazer parte um representante do BNDES e o vice-presidente da filial brasileira do Citibank, Antonio Boralli.

A injeção de capital vem socorrer a Elebra num momento que, se não chega a ser delicado, tem causado preocupações. Embora o grupo venha crescendo em produção e faturamento e tenha sistematicamente fortalecido sua participação na maior parte dos segmentos em que atua, sofreu ao mesmo tempo um forte processo de endividamento. Por outro lado, a instabilidade econômica brasileira provocou um aumento muito grande dos encargos financeiros do grupo. O ingresso do Citibank vem mudar esse quadro.

Os últimos acontecimentos no capítulo da presença de capital externo no setor têm sido recebidos com muito mais naturalidade do que ocorria até pouco tempo atrás. O que indica uma mudança de atitude dos interesses nacionais, premidos de um lado pela crise econômica e, de outro lado, pelos evidentes descompassos da legislação brasileira.

Quando, há coisa de um ano e meio, o grupo Gaúcho Gerdau anunciou um acordo de desenvolvimento com a IBM, o fato foi largamente criticado como grave ameaça ao programa brasileiro de informática. De forma semelhante, a transferência da operação brasileira da Hewlett-Packard para o grupo (também gaúcho) Iochpe, dando origem a Tesis Informática, foi encarada na época com algumas reservas. A relativa tranquilidade com que se receberam as últimas novidades demonstra que o mercado está encarando seriamente uma possível mudança de rumos.

A história da IBM Brasil começa em 1917.

Não é difícil imaginar que o Brasil daquela época não era o mesmo que é hoje.

Mas nós já acreditávamos no País e no seu futuro.

Essa confiança conduziria a IBM Brasil a investimentos e realizações que iriam resultar numa efetiva contribuição ao desenvolvimento nacional e à valorização da nossa gente.

E assim, consciente do seu papel a desempenhar junto à comunidade, a IBM Brasil já participava do nosso Censo de 1920.

Era apenas o começo.

Nestes 70 anos, o País venceu muitos desafios, em busca do seu crescimento. Como nos setores de serviços, transportes, energia e comunicações.

Acompanhando de perto as etapas da sua modernização, a IBM Brasil, utilizando a mais avançada tecnologia, concentrou muitos esforços na busca de soluções que se antecipassem aos problemas do futuro.

Hoje, operando em todo o território nacional com 12 filiais, um Centro Educacional e Residencial para executivos, um Centro Científico e 1 fábrica, a IBM Brasil produz

o que há de mais avançado em tecnologia inclusive o computador mundial feito por brasileiros, que exportamos para mais de 60 países. O que tem contribuído para uma captação de divisas da ordem de 1 bilhão e 300 milhões de dólares,

só nos últimos 6 anos.

Além de formar nossos técnicos nos centros mais avançados do exterior, a IBM Brasil desenvolve um intercâmbio com empresários nacionais, que já fornecem mais de 2 mil componentes para o computador mundial e outros equipamentos produzidos aqui. Antes, esses

componentes tinham que ser importados. Sua participação no desenvolvimento nacional não se restringe porém, a contribuições em divisas, substituição de importações e transferência de tecnologia. Abrange também projetos comunitários, culturais e científicos, que são sinônimos de um compromisso.

Com o País.

Acreditando sempre no futuro e respeitando o passado, a IBM Brasil está investindo num maravilhoso espetáculo chamado desenvolvimento.



**IBM Brasil.
70 anos
dedicados a
um maravilhoso
espetáculo
chamado
desenvolvimento.**

*Antonio Maria
vai ter uma semana
em Brasília, organizada
pelo governo do Distrito Federal
e por IMPRENSA*



ANTONIO MARIA

**Por José Aparecido de Oliveira,
Governador do Distrito Federal**

Esta apresentação pretende apenas contar fatos. É a melhor forma de mostrar que ainda falta luz sobre Antônio Maria.

Convivemos intensamente nos últimos meses de sua vida logo depois de escurecer o céu da liberdade, em 1964, com o desmaio das instituições democráticas. Juntos emigramos, por razões diversas, para São Paulo. Um cumpria exílio político e o outro, ainda uma vez, sofria o derradeiro desterro por amor.

Seu companheiro de quarto, deixou-me recomendação antológica:

- Se você me encontrar dormindo, deixe. Morto, acorde-me. Tenho um dormir muito sereno, tudo fruto da tranquilidade interior

Mas morreu acordado, pouco depois, na esquina da rua Fernando Mendes com Nossa Senhora de Copacabana. Num bar que era o local de sua fuga do apartamento mobiliado, de aluguel, onde morava. Era de ver-se aquele ser dotado de sensibilidade singular, entre móveis de mau gosto, ironizando a sua realidade com a advertência ao visitante:

- Esqueça o resto e olhe para aquele Goya na parede e para a minha coleção de cachimbos.

Foi neste domicílio que o nosso amigo Luiz Carlos Santos, hospedeiro paulista que nos acompanhou na viagem de volta, recebeu retribuição insólita. Antonio Maria esperou que ele dormisse, saiu e voltou com duas acompanhantes contratadas para uma homenagem: acordar Luiz Carlos em vôo rasante sobre a cama. Ambas nuas em pêlo.

Este homem que falava e escrevia a língua com exigências de estilo, beleza poética e técnica de mestre, era também um conhecedor de culinária, de costumes e de moda, o que lhe da-

va ampla presença em auditório feminino. Costumava dizer-se, entretanto, de pouca periculosidade, já que o pai, Inocêncio Bico Doce, não o tinha modelado à feição dos deuses gregos.

Entre gargalhadas, repetia que só depois de esquecer-lhe a cara - o que demandava tempo e circunstância - as mulheres se interessavam por ele. Isto não era completamente verdadeiro mas traço assinalado do seu talento de humorista. Tanto que um dia, surpreendeu Carlos Heitor Cony - jornalista com repercussão e evidência na resistência democrática. Contou que com paulistanos quatrocentões, cometeu a fraqueza de passar pelo colega famoso.

**Uma mulher lhe perguntou
o nome e ele,
sem dúvida: Carlos Heitor Cony**

Foi o bastante para um diálogo fantástico:

- Lá falam, também, tanto assim sobre a minha pessoa? E a mulher saiu com você? Como foi?

E Antônio Maria, sóbrio, com ar desolado:

- Broxei. Era glória demais para mim.

Era assim, mesmo naquela época marcada por profunda tristeza. Até hoje, entre os meus conhecidos, foi a única pessoa que morreu de amor. O coração já vulnerado por três enfartes, o dia substituindo a noite, como no verso de José Bartolota: "Quando o dia começa para o mundo é que a noite começa para mim".

Madrugada alta na boate ou no inferninho que entrássemos, um admirador, cantor ou mão atenta, colocava o mais recente sucesso. De An-

tonio Maria. Ele, na mesa, parodiava à sua própria música: "Ninguém me ama, ninguém me quer, ninguém me chama de Baudelaire".

Militante do amor, escandalizava-se comigo. As mulheres da noite destinavam-lhe prolongados beijos na boca, oferecendo-me rebarbas, apesar da minha encabulada e discreta recusa.

- Meu Deus, o país perdeu-se! Já há homem que recusa beijo na boca, dizia ele em tom de afetuosa censura.

Quero dar um depoimento: pela consciência da proximidade do fim, Antonio Maria passou a falar a linguagem simples dos iluminados. É de sua coluna de 1.º de agosto de 1964, o seguinte relato:

"José Aparecido vive a me convencer dos benefícios da morte. O sossego é a economia da morte. Com esta inflação - adverte-me quem em vida poderá poupar um tostão? Ontem, em um momento de indignação, rendi-me à sua argumentação. Um sorriso, de orelha a orelha, se abriu em sua face. Pôs-se de pé e, dedo para o alto, fez o discurso do meu enterro. Uma beleza de discurso que começava assim:

- "Antônio, você morreu."

Aprendi com ele, no breve convívio dos seus últimos dias, as melhores lições de humanismo e amor. Joel Silveira, que exerce com dinamismo a honra do afeto, concedeu-me a graça da apresentação de Antonio Maria. Tentou o encontro que recusei. Mas fez de improviso o anúncio dos duelos de antigamente:

- Antonio Maria é José Aparecido.

Tomei a iniciativa:

- A educação manda dizer "muito prazer" a quem tanto fala mal de nossa política pelo jornal, sem sequer me conhecer.

Não houve espanto do interlocutor. Mais alto e mais forte, foi sereno:

- Mas o que você quer? No Brasil a gente ataca só quem não conhece. Conhecendo, fica amigo.

Esta foi a primeira história das muitas reminiscências deste espírito que não marcou apenas o breve tempo de sua despedida aos 43 anos.

A medida da obra poética que deixou na crônica e na música ainda não foi pesquisada. Antônio Maria precisa ser estudado na dimensão da sua presença como escritor, que escolheu ele próprio sua legenda. Ela é mais que um epitáfio: Antonio Maria, brasileiro, profissão esperança. x

Você pode ganhar muito dinheiro com a especulação financeira.

O problema é que, provavelmente, você não vai ter o que comprar com ele. A especulação financeira só produz dinheiro.

E, com toda certeza, não é disso que o Brasil está precisando.

O Brasil precisa crescer.

Precisa de indústrias, precisa de empregos, precisa de comida. Precisa do mercado de capitais, precisa da Bolsa do Rio.

A especulação financeira pode ser muito apetitosa.

Mas não produz nada.

A especulação financeira já movimentou bilhões de cruzados este ano.

BOLSA É AÇÃO

Aqui está o resultado dessa produção.



Bolsa de Valores do Rio de Janeiro

Centro de Informações ao Investidor - Praça Quinze de Novembro, 34 - 12º andar - tel. (021) 221-7404 - CEP 20010 - Rio de Janeiro

A SUPERTIRAGEM DA SUPERINTERESSANTE

O dia em que houver um Guinness da comunicação, a nova revista Superinteressante, da Abril, terá lugar garantido na categoria de "recorde de receita publicitária no número zero". Apesar de ter só seis páginas de anúncios e 18 no total. É que o número zero foi encartado nas principais revistas da editora, com uma tiragem de dois milhões de exemplares e uma tabela de preços salgada.

Alberto Pecegueiro, o diretor da publicação, que sai no último dia deste mês, confia que a estratégia inédita do pontapé inicial vai repetir no Brasil a goleada da coirmã espanhola (240 mil exemplares) e argentina (100 mil). A receita, ele define como um "Fantástico em revista, sem videoclip e sem cobertura de atualidades".

FOLHA ADERE AO COLARINHO BRANCO

O próximo passo do projeto Folha de S.Paulo, em termos de organização do jornal, já está definido. Falta só marcar a data de lançamento do "Caderno de Empresas", que vai tratar sistematicamente de empresas, marketing e publicidade. A Folha já havia adotado uma numeração alfanumérica para seus cadernos e criou há pouco mais dois, além da "Ilustrada" e do primeiro: "Cidades" e "Economia".

O novo "Caderno de Empresas" tem um objetivo definido: brigar frente a frente com o "Painel de Negócios", lançado em 1984 por O Estado de S.Paulo e que vai muito bem, obrigado.

JORNAL DO CARRO NA FÓRMULA QUATRO

Durante quatro anos, o Jornal do Carro foi um bem-sucedido encarte do Jornal da Tarde paulista. E garantiu um aumento de tiragem de 40%. Desde 19 de agosto, o suplemento adotou a mesma fórmula dos antigos doces em lata: quatro em um.

Agora, há um jornal para Moto, outro para Serviço e o do Mercado, dentro do mesmo Jornal do Carro. Apesar do trocadilho, a bolsa de preços continua sendo o carro-chefe. O encalhe do JT às quartas-feiras caiu mas a campanha publicitária, com outdoors e jingles, vai continuar.



Juscelino Kubitschek

JK VEM AÍ. DEPOIS VEM TANCREDO.

Juscelino Kubitschek ao lado de Fidel Castro, Khomeini, Richard Nixon e De Gaulle. Quem colocou o ex-presidente brasileiro nessa galeria foi o jornalista Geraldo Mayrink, por 120 mil cruzados. Juscelino é o próximo título da coleção "Grandes Líderes", uma série americana traduzida e adaptada para o Brasil.

O livro terá muitas ilustrações e 90 mil exemplares de tiragem, com venda em banca. Juscelino não vai ficar sozinho nesse time. Dentro de poucos meses, entram em campo Getúlio Vargas, pelo sociólogo Bolívar Lamounier, e Tancredo Neves, por Augusto Nunes, diretor da sucursal paulista do Jornal do Brasil.

TROCA-TROCA EM BRASÍLIA

- O editor regional do JB, Ricardo Noblat, virou colunista da Constituinte.
- Etevaldo Dias saiu da Veja para assumir a vaga de Noblat no JB.
- Gilberto Dimenstein quase foi para a chefia de redação do JB. Mas ficou mesmo na Folha de S. Paulo, só que fora da direção da sucursal, assumida pelo paulista Mário Vitor Santos, que mudou quase toda a equipe. No JB, entrou Luís Claudio Cunha, que era da Globo.
- A Isto É também trocou de chefia. Mariangela Hamu saiu - é agora repórter da Gazeta Mercantil - para entrar Jorge Luís de Souza, que estava no Palácio do Planalto.
- Laurentino Gomes assumiu a sucursal da Veja.

A GLOBO CONTINUA ENCHENDO O BAÚ

A Copa União, que reúne os 16 maiores times de futebol do Brasil numa competição lógica e eficiente como o Campeonato Italiano, já começou a dar os primeiros resultados. As audiências da Globo não ficaram abaixo dos 32 pontos na primeira rodada transmitida ao vivo. O pico foi de 47 pontos, no Rio, para Palmeiras e Cruzeiro. Mas o que vai pintar mesmo na tela global é dinheiro: 3,4 milhões de dólares este ano e pelo menos 20 milhões nos cinco anos de contrato.

A assinatura do acordo entre os clubes e a Globo levou o dr. Roberto Marinho ao Jornal Nacional, dando entrevista - um fato raro. O que pouca gente sabe é que Marinho era contra a ideia. Só foi convencido pelos números exibidos por Boni.

A XYZ INFORMA: VAI INFORMAR TUDO.

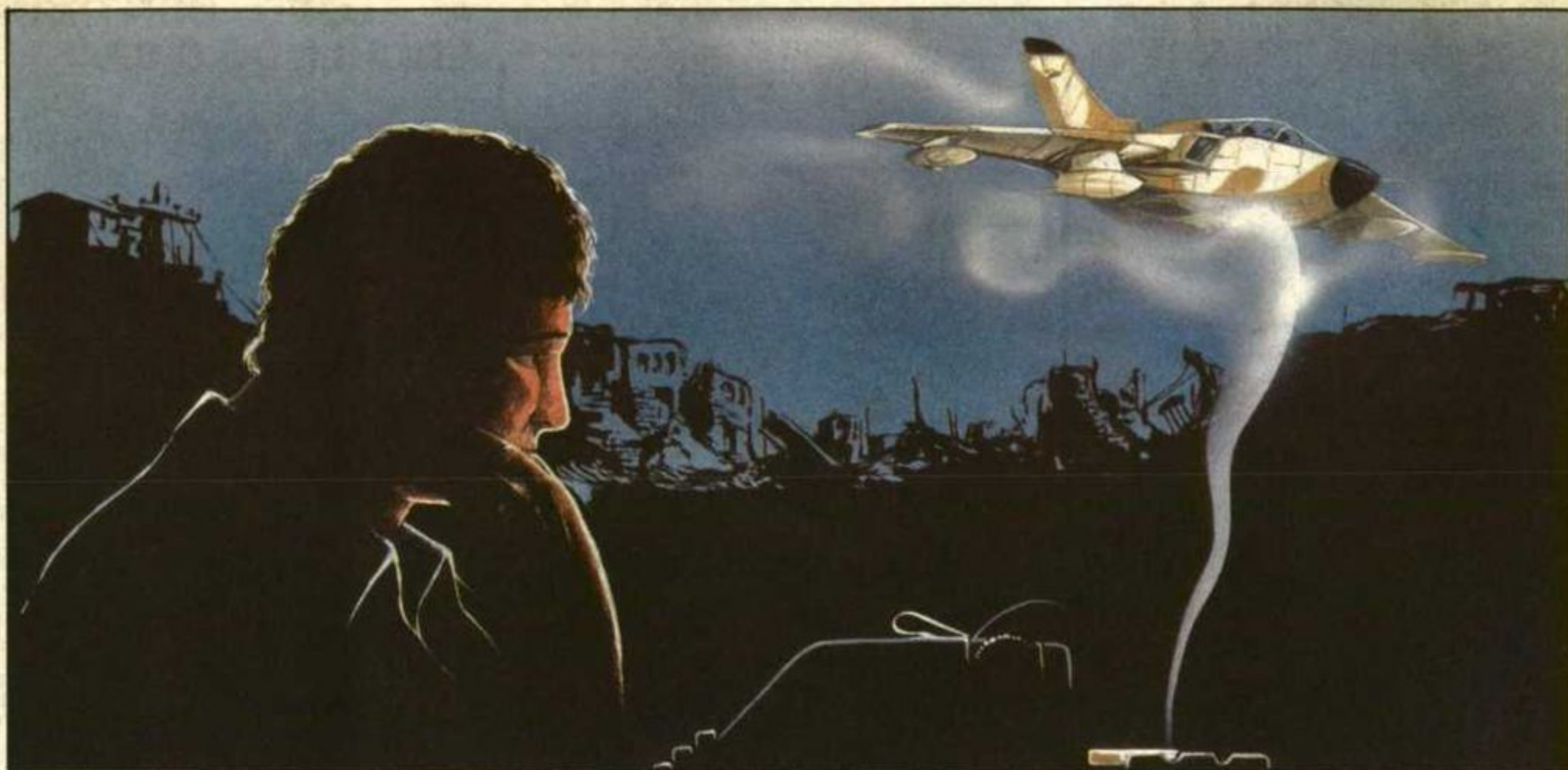
"Jornalismo em tempo real": com esse slogan, quatro setoristas em Brasília e o suporte da Trevisan Associados, especializada em consultoria fiscal, as informações mais quentes do país vão chegar a quem decide quase na mesma hora em que acontecem, completadas com análise e interpretação.

Por trás do projeto está a XYZ, empresa de comunicação que reúne os jornalistas Marco Antonio Rocha, Theodoro Meissner e Mário Vianna. O serviço, acessível a qualquer micro, vai custar 60 OTNs. Mas a XYZ corre um risco: a concorrência, já garantida, da equipe comandada pelo analista econômico Luis Nassif.

AMAZÔNIA: O FIM DA TEVÊ A BARCO

Até hoje, a programação local da Rede Amazônica de Televisão (Globo) chega às 65 retransmissoras com até dois dias de atraso. O jornalismo regional não vai além das capitais - Manaus, Rondônia, Rio Branco e Macapá -, e a programação gravada e os comerciais viajam de barco pela selva. Mas, dentro de 45 dias, a Embratel inicia as transmissões via satélite em mão dupla, o que permitirá a todas as retransmissoras receber ao vivo a programação local.

Essa não é a única novidade amazônica. Manaus já ganhou um novo jornal - o Amazonas em Tempo - e vai ter outro, chamado O Povo, em breve.



GUERRA AO VIVO

*No front, os correspondentes percebem:
a guerra é bem diferente
do que aparece nos jornais ou na TV*

Por Pedro Cavalcanti

Em qualquer guerra, como todo mundo sabe, a verdade é sempre a primeira vítima fatal. Quando consegue escapar dos serviços de propaganda, já vesga e cambaleante, cai imediatamente nas mãos dos enviados especiais. E então, sorte amarga, morre afogada nos copos de uísque dos hotéis de luxo, onde o único passatempo é inventar notícias sobre o que estaria acontecendo na frente de batalha. É, pelo menos, o que diz uma velha lenda sobre correspondentes de guerra. Mas há algum exagero.

Por tudo que eu pude observar na cobertura de umas tantas guerras, revoluções, golpes e crises diversas, em 15 anos de viagens esparsas a serviço da revista *Veja*, essa lenda é, ao mesmo tempo, falsa e verdadeira. Inteiramente falsa, por um lado, e rigorosamente verdadeira, por outro - se bem que os motivos sejam muito diferentes dos que se imagina.

Começemos por aquele lado folclórico da vida pitoresca e boêmia que

seria levada por jornalistas enviados para uma misteriosa capital do Oriente Médio. Qualquer pessoa de bom senso diria que esse lado é falso. Curiosamente, é dos mais autênticos. O pessoal vive rigorosamente de acordo com a lenda.

Em Beirute, até há poucos anos, um dos pontos de encontro preferidos era o escritório de uma agência de notícias americana, não me lembro se AP ou UPI, que parecia ter saído de um filme. O diretor da redação costumava passar boa parte do tempo com os dois pés em cima da mesa, atrás de uma daquelas máquinas de escrever antidiluvianas, sem camisa, com uma garrafa de uísque ao alcance da mão. A última vez que eu estive por lá, ele estava combinando com uma repórter da agência um jeito de atravessar clandestinamente, de madrugada, a fronteira com a Síria, seguindo uma hipotética picada nas montanhas.

Não sei se a tentativa deu certo, mas é o tipo de pauta que o pessoal de

Beirute considera altamente razoável. E não só o de Beirute. Furos em tempos de guerra são sempre mais complicados do que em tempos de paz. Um fotógrafo francês me contou como conseguiu entrar no Afeganistão disfarçado de mulher com uma daquelas roupas mulçumanas que só deixam os olhos de fora. Foi preso pelos russos por causa dos sapatos (calçava 44), mas conseguiu fugir com dois rolos de filmes escondidos na cueca. Foram as primeiras fotos que chegaram no ocidente. Saíram no *Paris-Match*.

De qualquer forma, e mesmo sem pretensões de furo, o jornalista que coloca pela primeira vez os pés num país em guerra logo percebe que poderá ter problemas para cumprir a pauta. Há certos detalhes que não enganam. Quando fui buscar minha carteirinha de correspondente no Ministério da Defesa, em Nova Delhi, durante a guerra entre a Índia e Bangladesh, em fins de 1971, percebi que

o oficial anotava metodicamente numa ficha a existência de uma pinta na maçã esquerda do meu rosto, um sinal tão pequeno que eu mesmo nunca notara. Curioso, perguntei por que anotar um detalhe destes. "Nunca se sabe", esclareceu ele gentilmente. "Fica mais fácil se a gente precisar reconhecer o seu cadáver".

Na imprensa brasileira, que não tem muita tradição de reportagem de guerra, o único acidente realmente dramático aconteceu com José Hamilton Ribeiro, que perdeu uma perna no Vietnã nos velhos tempos da **Realidade**. Mas muitos escaparam por pouco. Na Nicarágua, por exemplo, pouco antes da queda de Somoza, já não havia nenhum lugar seguro. Nem mesmo o bar do Hotel Intercontinental-Manágua. Estavam lá cinco brasileiros: o fotógrafo Pedro Martinelli e o repórter Wladir Dupont, da revista **Veja**, Sergio Motta Mello, da **TV Globo**, com seu cinegrafista Newton Quilquine e Silio Boccanera, então no **JB**.

Fica fácil vencer a batalha dos comunicados oficiais

As coisas começaram a ficar realmente pretas quando mataram o repórter americano Bill Stuart, da rede de televisão americana ABC. A cena foi documentada pelo cinegrafista da equipe, que permanecera alguns metros atrás, enquanto Bill ia conversar com um grupo de homens armados numa esquina de Manágua. O filme mostra quando um dos homens saca um revólver, manda que o repórter se ajoelhe, depois que se deite e, então, mete-lhe uma bala na nuca. A essas alturas, esperava-se que o Hotel Intercontinental, onde estavam os jornalistas, fosse invadido a qualquer momento. Não por causa dos jornalistas, mas pelos ministros e altos funcionários somozistas que tinham deixado suas casas e procurado refúgio no Hotel, a apenas 50 metros do bunker do ditador.

A comida acabara. Pedro Martinelli, que emagreceu 20 quilos na brincadeira, lembra-se de ter encontrado um dia um abacaxi que comeu com casca e tudo. Se a verdade escapa, muitas vezes, dos correspondentes de guerra, não é por falta de empenho em procurá-la. Escapa, sim. Mas por outras razões. A primeira delas é a fábrica de mentiras oficiais que, salvo raríssimas exceções, desanda a funcionar mal se dispara o primeiro tiro. Se o resultado das batalhas dependesse dos comunicados oficiais, bastariam três ou quatro dias para exterminar com a Marinha, o Exército e a Aviação de qualquer ini-

REALIDADE

O PECADO
ESTA
MUDANDO

EXCLUSIVO: POR
ONDE ANDOU
MEU AMIGO CHE

NOSSA SELEÇÃO
JÁ ESTÁ
ESCALADA

O QUE LEVA O
HOMEM A SER
HOMOSSEXUAL



Hamilton Ribeiro
ferido no Vietnã

José Hamilton: caso dramático

migo. O problema é que também não se pode ignorar esses informes. Durante a guerra, mentiras oficiais também são notícias e os correspondentes são obrigados a reproduzi-las. Mesmo porque há sempre a possibilidade de que, no caso específico de determinada batalha, os cálculos sejam verdadeiros. A boa técnica de desinformação, como se sabe, não consiste em divulgar apenas mentiras, caso em que poderiam ser facilmente identificadas e desmascaradas, mas mentiras e verdades misturadas de forma incontrolável.

Para complicar ainda mais a tarefa do correspondente, há também situações que têm toda a aparência de terem sido fabricadas como propaganda e, no entanto, são verdadeiras. Minhas histórias preferidas são a do berço ensanguentado e a das metralhadoras no armário. A primeira, no estilo comovente, fala de um correspondente que, visitando um acampamento de palestinos bombardeado há pouco por Israel, penetrou nos escombros de uma habitação humilde onde deparou com o seguinte quadro: um berço com os lençóis ainda tintos de sangue e, sobre eles, um livro que caíra de uma estante ao lado. Curioso, o repórter pega o livro e verifica que se trata de um volume de poesias em inglês, com o título: "A história que nunca foi contada."

A segunda história, essa no gênero humorístico, tem como cenário os escritórios da OLP, em Beirute. Desejando convencer um jornalista da índole pacifista dos palestinos, um dos militantes passou duas horas discorrendo sobre a ação social da OLP na administração de suas próprias es-

colas e hospitais. No fim, abriu um armário para pegar uns folhetos sobre o assunto. Só que, no entusiasmo, enganou-se de porta e, em vez dos folhetos, desabaram no chão três metralhadoras e mais uma pilha de granadas. Posso garantir que essas duas histórias, apesar do jeito fabricado, são autênticas. Aconteceram comigo.

No caso específico da televisão, convém não esquecer de certas cenas de uma tal brutalidade que tem que ser cortadas ou, pelo menos, assepticizadas, pois ninguém teria estômago para assisti-las na hora do jantar. Logo no início da guerra entre Irã e Iraque, os jornalistas presentes em Bagdá foram levados até o hospital onde estavam internadas as vítimas do bombardeio de uma central elétrica. No dia seguinte, os telespectadores dos cinco continentes viram imagens de um ou dois feridos, deitados tranquilamente em suas camas, enquanto uma voz em off fazia um comentário qualquer. Essas cenas, no entanto, tinham apenas uma remota correspondência com o ambiente de onde foram extraídas: a bestial confusão de um pronto-socorro, onde uma centena de feridos gritava, sufocava e agonizava, com meia dúzia de equipes de TV e mais duas centenas de fotógrafos se metendo no caminho dos médicos e enfermeiros, alguns literalmente subindo nas camas dos feridos, em busca de um ângulo melhor, enquanto um relações públicas militar, de pé num banquinho, fazia um discurso alucinado. Do lado da enfermaria, numa sala vazia, iam se alinhando os cadáveres carbonizados. Estavam tão hediondos que os cinegrafistas não se deram ao trabalho de filmá-los.

As terríveis piastras na luta contra o contador do jornal

Mas o fator que mais dificulta o trabalho dos correspondentes de guerra é, sem sombra de dúvidas, a sua abissal ignorância sobre assuntos militares. Nesse dia do bombardeio, por volta das seis da manhã, a cidade fora acordada pelas sirenes de alarme. Abri a janela do meu quarto, no sexto andar do hotel onde estavam reunidos todos os jornalistas, a tempo de ver passar, à baixa altura, bem na minha frente, dois caças a jato, perseguidos pelo fogo das baterias antiaéreas. Quando já estavam na linha do horizonte, sobre os limites da cidade, ouvi nascer do chão uma coluna de fogo e fumaça. "Foram derubados", comentei. "Que nada!", protestou meu companheiro de quarto, um alemão. "Jogaram bombas e foram embora." Admiti que estava

A Volkswagen assume: isto é matéria paga.



Colunista social



Repórter de campo



Correspondente internacional



Repórter policial



Comentarista esportivo

Depois de tantos anos mostrando serviço na imprensa brasileira, a Volkswagen aproveita a idéia desta nova revista para apresentar mais uma vez parte da sua equipe.



Volkswagen do Brasil S.A.

errado: "Esses Phantoms são mesmo terríveis." "Eram Migs", esclareceu ele. Logo depois, na hora do café, encontrei Reali Júnior, de **O Estado de S. Paulo**. "Viu os Migs?", perguntei. "Não eram Migs", respondeu ele. "Eram dois Mirages. Todo mundo está comentando. Eram dois Mirages de Israel, que interveio na guerra."

Aconteceu algo parecido na guerra do Oriente Médio de 1973. Um dia, ao cair da tarde, todos os jornalistas subiram ao terraço de um hotel em Damasco para assistir a uma batalha aérea. A olho nu era perfeitamente possível distinguir a evolução dos caças perseguidos por mísseis e as explosões quando eles se encontravam. Nem por isso se chegou a um consenso sobre o número de aviões abatidos. A certa altura, um caça entrou pelo meio dos prédios, sobrevoando a avenida na altura de um terceiro andar, passou lentamente diante do hotel, como se estivesse para aterrisar, mas continuou e sumiu numa explosão. Também nesse caso, não se chegou a um acordo sobre se ele tinha caído ou jogado uma bomba. Havia um jornalista com um rádio de ondas curtas que pegava a conversa entre os pilotos e que poderia ser muito útil, caso alguém entendesse árabe.

Ouvindo treinado para distinguir o silvo dos morteiros

Mas se é difícil fazer o balanço de uma batalha aérea, descrever as linhas gerais de uma batalha terrestre é ainda muito mais problemático. Na primeira semana da guerra entre a Índia e o Paquistão, Alberto Dines, enviado especial do **Jornal do Brasil** a Calcutá, me convidou para dar uma volta na frente de batalha. Uma das curiosidades dessa guerra é que se podia ir ao front, como ao cinema, de táxi. Eram velhos automóveis desconjuntados, movidos a força de piastras, que todas as manhãs se reuniam em frente ao Grand Hotel de Calcutá. (Um dos prazeres mais sutis de um correspondente de guerra - diga-se de passagem - é endereçar uma prestação de contas a um contador detalhista e desconfiado, começando pelo item do **táxi de Calcutá a não sei aonde, tantas mil piastras**, e anexar, por deboche, um comprovante redigido em bengali, a lápis, em papel de embrulho.

Saímos de madrugada, rachando o táxi com um jornalista belga e outro americano e chegamos por volta das nove da manhã nas vizinhanças da cidade de Khulda, já dentro do Paquistão Oriental, futuro Bangladesh, onde a ofensiva indiana tinha parado.

Uma equipe da BBC nos contou que no dia anterior e pela noite aden-



ABRIL IMAGENS/PEDRO MARTINELLI

Stuart: assassinato filmado

tro os obuses (ou morteiros, nunca soube a diferença) indianos tinham caído sobre a vanguarda paquistanesa. Mas de manhã os arredores pareciam calmos. No céu azul, quatro Migs (dessa vez eu tinha certeza que eram Migs) bombardeavam alvos invisíveis. Fomos até o QG dos indianos e então, não sei se por engano, ou de propósito - nunca chegamos a uma conclusão sobre isso -, um dos oficiais nos recomendou que seguissemos uma coluna de vinte homens que, teoricamente, iria buscar água num rio das vizinhanças.

Na verdade, o raio da coluna estava tentando se infiltrar por trás das linhas inimigas. Isso só ficamos sabemos horas depois. Desconfiamos, logo de início, que havia algo errado, mas não podíamos descobrir exatamente o que, pois os soldados que nós estávamos acompanhando só falavam línguas como urdu e bengali. O sargento conhecia um pouco de inglês, mas ele próprio não tinha a menor idéia da meta final da coluna. As ordens recebidas pelo telefone de campanha sempre se referiam a um objetivo imediato e limitado do tipo "cavar trincheiras" ou "atravessar correndo o campo na frente de vocês e se esconder no bosque". A horas tantas, começaram assobios, rajadas e explosões de tudo quanto é lado.

Uma batalha real é muito parecida com as do cinema, só que infinitamente mais confusa. Não pode haver visão geral para o soldado ou jornalista, pois nenhum deles se arriscaria a subir num lugar elevado. Das duas ou três horas que passamos por lá, lembro-me, sobretudo, de uma correria desordenada, preocupado ape-

nas em não perder a "nossa turma", seguindo trilhas que iam dar em cabanas abandonadas de onde escapavam vacas, galinhas e patos e, de repente, tudo ia pelos ares. Por sorte, o jornalista americano que estava conosco tinha feito a guerra da Coreia como soldado e lá aprendeu a única coisa que, segundo ele, vale a pena saber numa batalha. Reconhecer, pelo assobio, se os obuses estão voando do nosso lado para o lado do inimigo ou vice-versa.

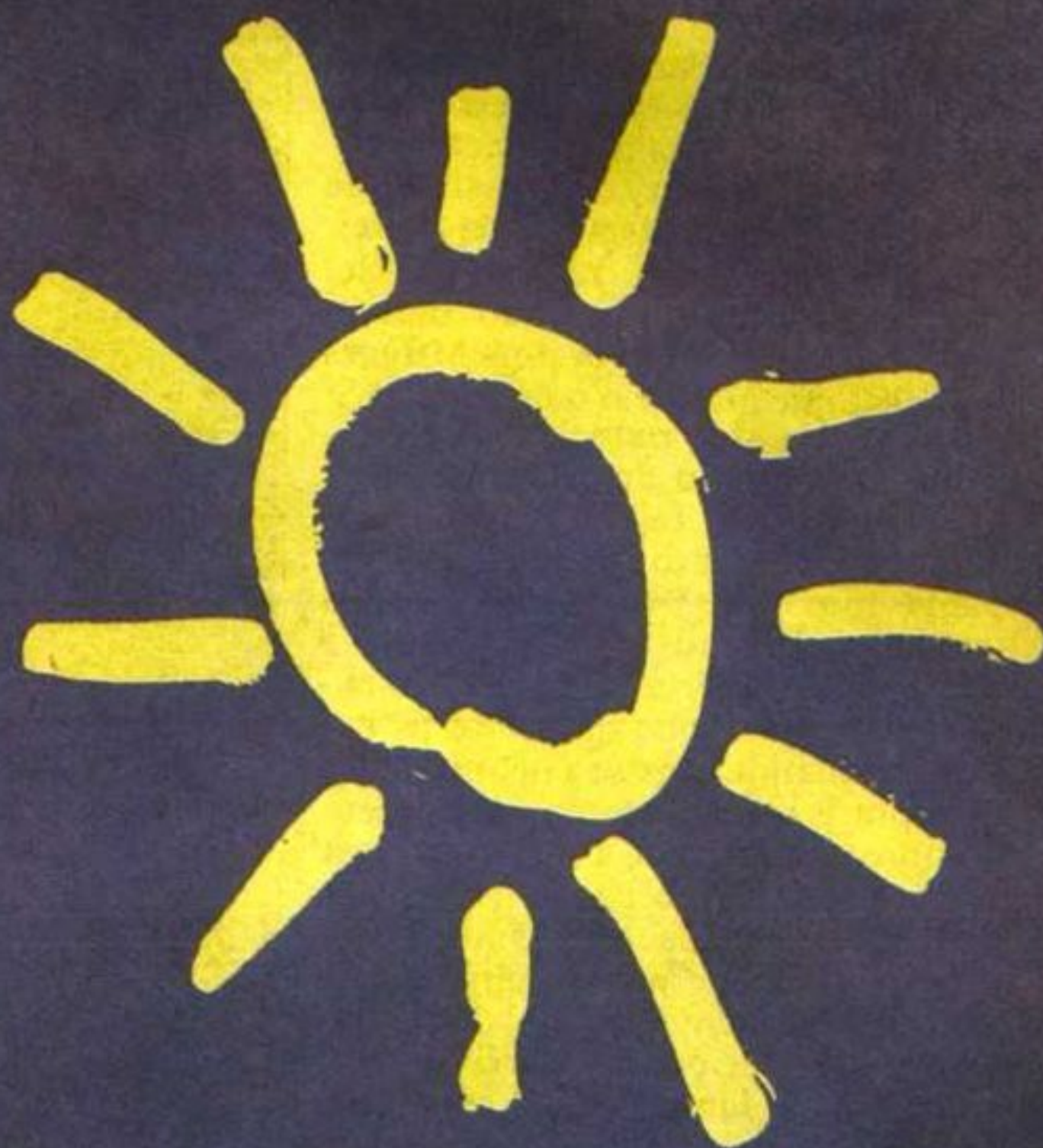
Quando alcançamos a tal estrada que separava os dois exércitos, ele fez sinal para que viéssemos nos abrigar junto a um barranco pois acabara de reconhecer a mudança do assobio. Ficamos então encolhidos ali, como uma brincadeira de esconde-esconde particularmente idiota, durante meia hora. A batalha não se resolveria tão cedo. Era a notícia do dia.

Carteirinhas cristãs e muçulmanas no bolso do correspondente

Mas há lugares bem piores. Na frente de combate, apesar de todos os pesares, ninguém atira nos jornalistas de propósito. Já nas cidades nem sempre é assim. Logo no início das guerras, formam-se muitas vezes grupos paramilitares, ditos de defesa civil, que saem armados pelas ruas, numa psicose de prender espões. Qualquer pessoa com aparência estrangeira, torna-se, naturalmente, suspeita de espionagem. Em geral é só um susto. Os rapazes - quase sempre são rapazes - gritam coisas incompreensíveis apontando para as máquinas fotográficas, indicando, talvez, que é proibido fotografar ou, pelo contrário, que desejam ser fotografados com suas armas, nunca se sabe, e depois de dez minutos, durante os quais ninguém se entende, deixam você passar. Ou não deixam. Foi um grupo desses que matou Bill Stuart na Nicarágua.

Em Beirute, com a cidade dividida em zonas de influência, os jornalistas eram, e que eu saiba ainda são, obrigados a levar no bolso carteirinhas e salvo-condutos diferentes para contentar as patrulhas cristãs e muçulmanas. E é melhor não se enganar. Também surgem, com frequência, casos de histeria coletiva, sobretudo depois de bombardeios. Em Bagdá, o ônibus de jornalistas que ia ver a tal central elétrica atingida foi cercado por uma turma armada de paus e pedras. Só escapamos de lá porque o exército interveio.

Correspondentes de guerra, em suma, podem ter todos os defeitos que lhes atribuem as lendas, mas são indispensáveis. Sem eles, por incrível que pareça, o Mundo seria ainda pior. ✕



O Itaú está onde você precisa.





A verdade não se conta em bits

Na Europa, Le Monde e El Pais mostram que o sucesso não depende só da tecnologia

Por Mauro Santayanna, de Roma

Para enfrentar uma crise econômica recente, **Le Monde** apelou para os leitores. Em poucos meses, com a contribuição de milhares de franceses, o jornal se recompôs, sem se entregar a grandes grupos capitalistas, nem perder a identidade. Seu capital, controlado pelos redatores, cresceu-se com o dinheiro dos leitores, que, para isso, criaram uma sociedade especial.

A independência de um jornal não se encontra apenas na economia. Um bom jornal se faz com a verdade. Não a verdade absoluta, aquela que consumiu o engenho dos filósofos para defini-la e a ascese dos santos para identificá-la. Um bom jornal se faz com a verdade que parece evidente em si mesma: aquela que o repórter encontra entre uma edição e outra. Se houver falhas, paciência: o jornal irá ajustando o noticiário ao desenvolvimento das informações. Nenhum jornalista pode ter a presunção de dar aos leitores a rigorosa exatidão de um fato, nem a isenta análise de um fenômeno. A verdade é sempre a verdade que a honestidade indica, e todo juízo é subjetivo.

Do ponto de vista ético seria desejável que os jornais se fizessem de notícias e de honra. Muitos deles, infelizmente, andam escassos de notícias e carentes da honra desejada, se bem que a tenhamos, os jornalistas, em estoque muito maior do que supõem os permanentes inimigos da imprensa.

Estas são algumas coisas importan-

tes: a independência econômica, a verdade apurável e a consciência ética. Falta ainda a profissionalidade. E é exatamente na profissionalidade (busca da notícia, redação com clareza, boa diagramação) que a porca nacional anda torcendo o rabo. Desculpem a metáfora.

Alguns donos de jornal pensam que basta modernizar o parque gráfico e introduzir novíssimos sistemas e métodos de trabalho, para produzir qualidade. O erro vem de muitos anos, quando, com a introdução da pauta, as redações se burocratizaram e se castraram os repórteres. Antes, o repórter era a base de tudo. Cabia-lhes selecionar os fatos em seu setor, encontrando neles aqueles que, pelo interesse público, razões humanas, ou simplesmente sua carga de insólito, merecessem o peso do chumbo e uma página na praça. A pauta e o "copy" (para usarmos o termo em sua apropriação brasileira) tiveram o mesmo efeito que alguns sais introduzidos na alimentação de monges e seminaristas: "burocratizaram" a moçada.

A coisa se complica ainda mais com os computadores. Os computadores são ótimos, e todos os grandes jornais do mundo deles se utilizam. Mas estamos correndo o risco de que esses aparelhos, frios e silenciosos, comecem a dirigir as redações. Isso já está acontecendo, de mansinho: os jornais se adaptam aos sistemas eletrônicos em lugar de submetê-los à sua razão.

Durante os momentos mais duros

da indústria britânica, Marx disse que o operário se tornara "o complemento vivo de um organismo morto", referindo-se às máquinas. Se nos faltar uma poderosa consciência crítica diante dos ordenadores, mas, igualmente, dos "organogramas" e "fluxogramas" que os burocratas acadêmicos andam inventando para justificar seus empregos, corremos o mesmo risco. As telinhas não só ditarão o nosso ritmo, como condicionarão a nossa mente. Pensaremos em "bits".

Há dois jornais europeus que nasceram na era dos computadores e dos modernos métodos de gerência, mas não se deixaram dominar pelo fetiche da técnica. **El País**, na Espanha, e **La República**, na Itália. Ambos fazem, neste 1987, 12 anos de publicação. Examinemos particularmente **El País**, que nos interessa mais de perto do ponto de vista político.

O matutino foi criado pelas elites mais lúcidas da Espanha, a fim de servir à transição do franquismo à democracia. Todos os jornais eram, naquela hora, tão livres e tão modernos quanto o próprio regime: a sua cara era a cara do caudilho morto.

Rompendo os tabus (começando pelo raivoso corporativismo dos sindicatos verticais, que defendiam o uso do registro profissional e do diploma), seus diretores, com Jose Ortega à frente, contrataram jovens talentosos, sem exigir-lhes titulação acadêmica, e abriram as páginas a tantos quantos tinham alguma coisa a dizer na Espanha.

Em cinco anos, o jornal passou todos os outros em tiragem e circulação, e se tornou a palavra mais respeitada do país. Ele pode ser encontrado em toda a Europa e, na minha opinião, é o mais bem feito de todos quantos conheço.

Entre outras coisas, **El País** não se curva à tecnologia, mas submete-a à razão primeira do jornal, que é a de divulgar notícias e opiniões. Por isso mesmo, a edição que se destina a Madrid roda madrugada tardia, com os últimos acontecimentos. O melhor pode chegar um pouco mais tarde às bancas. Seus leitores não compram "um jornal", compram **El País**.

Em suma: o jornal é papel de notícias e opinião, escrito por pessoas comuns para ser lido por pessoas comuns, como disse uma vez o escultor e jornalista Amílcar de Castro, um papel impresso, como todos os outros que se lê da direita para a esquerda e de cima para baixo. O resto é presunção. ✕



A Souza Cruz está cada vez mais afinada com a cultura brasileira.

A Souza Cruz tem prestigiado sempre projetos culturais, que vão desde a música até o balé, as artes visuais, o teatro e a ecologia.

O Free Jazz e o Carlton Dance são exemplos de incentivo à vanguarda musical e coreográfica.

Nos espetáculos, a Souza Cruz colabora na realização de dois grandes eventos ao ar livre: A Paixão de Cristo, em Nova

Jerusalém, e O Calvário de Frei Caneca, no Recife.

Ela também promove a divulgação do Círio de Nazaré, o maior ato religioso do país.

Em Campos do Jordão, copatrocinadora o famoso Festival de Inverno.

E preserva nosso patrimônio histórico, tendo criado o Museu de Arte Sacra, em São João Del Rei.

A Souza Cruz também leva o seu apoio à ecologia através do Centro de Primatologia, no Estado do Rio, além das Hortas Escolares e do Clube da Árvore, no Sul do Brasil.

É a Souza Cruz fazendo a mensagem, o som e o significado da cultura chegarem a mais e mais brasileiros.

Souza Cruz ★

Independent conquista Fleet Street

A rua da imprensa inglesa se rendeu ao novo jornal

Por Oscar Pilagallo Filho, de Londres

Um ano depois de seu lançamento, o diário nacional **The Independent** já consolidou sua posição no disputado mercado de jornais da Inglaterra, apesar das dificuldades que tem enfrentado.

O ousado projeto do jornal foi acompanhado com muita expectativa e algum ceticismo por **Fleet Street** - a rua no centro de Londres onde, até pouco tempo atrás, se concentravam os jornais, e que se conserva como sinônimo da imprensa britânica. Afinal, o produto que chegava às bancas na manhã de 7 de outubro de 1986 era o primeiro do gênero em mais de um século de história da tradicional imprensa do país. Mas isto, que para muitos parecia um obstáculo, acabou se revelando uma virtude. Mais do que dividir um mercado já existente, o **Independent** conseguiu ampliar o



O novo jornal: uma embalagem para os yuppies

universo de leitores, que passou de 2,4 milhões a 2,6 milhões. Com esses 200 mil leitores, mais os que conquistou do **Times**, do **Guardian** e do **Daily Telegraph**, o **Independent** tem hoje uma tiragem de 330 mil exemplares, um pouco abaixo da de seus concorrentes diretos, mas superior, por exemplo, à do **Financial Times**, o principal jornal de economia da Europa.

O **Independent** não é nem gráfica nem editorialmente arrojado, embora se sobressaia pela elegância da diagramação e pela melhor qualidade de impressão, que valoriza as fotografias, um dos pontos altos do jornal. A embalagem é sempre importante, mas no caso do **Independent** talvez tenha sido fundamental, já que o público do jornal é formado em grande parte pelos **yuppies**, os jovens profissionais em ascensão, para quem a vida é o estilo.

Mas essa não é a única explicação. O **Independent** não teria se viabilizado sem a utilização da mais moderna tecnologia da informática, que lhe permite empregar apenas um décimo da força de trabalho de outros jornais.

Independent é apenas um título ou uma filosofia editorial? O primeiro ano mostrou que o jornal pretende realmente ser independente. Ao contrário dos outros, o jornal não tem um dono. O capital inicial, de 18 milhões de libras esterlinas (1,8 bilhão de cruzados pelo câmbio negro), foi levantado em várias instituições financeiras e nenhum investidor tem participação superior a 10%. Politicamente, o jornal não apóia nenhum partido, o que quebra uma tradição na Inglaterra. Os dois principais jornais, por exemplo, o **Daily Telegraph** e o **Times**, apóiam abertamente o Partido Conservador. O editor e chefe executivo do **Independent**, Andreas Whittan Smith, entretanto, tem opiniões que se encaixam entre um conservadorismo moderno e a democracia social.

O jornal tem assumido posições corajosas. Recentemente, desafiou o governo e publicou trechos do livro **Spycatcher** (Caçador de Espiões), do ex-agente do serviço secreto britânico Peter Wright. O livro revela detalhes de um golpe contra o primeiro-ministro trabalhista Harold Wilson, em 1974, e sua publicação foi proibida na Inglaterra.

Mas nem tudo são flores no caminho do novo jornal. Nos primeiros seis meses, o **Independent** teve um prejuízo de 6 milhões de libras, mais de duas vezes superior à previsão. É no aumento constante das vendas que os editores apostam para consolidar a atual sensação de Fleet Street. ✕

Documentos e amostras para o exterior? Pense rápido, pense DHL. Ligue já.

São Paulo: tel. 542-2744.
Outras localidades: tel. (011)800-1226.

(A DHL NÃO TRANSPORTA CARTAS E CARTÕES POSTAIS - OBJETO DO MONOPÓLIO POSTAL - LEI N.º 6538/78.)

DHL
WORLDWIDE EXPRESS®

Lado a lado com o exportador brasileiro



Holandês



Sueco



Flamengo



Dinamarquês



Polonês



Norueguês



Grego



Hindi



Chinês



Turco



Japonês



Tâmil



Malaio



Árabe



Português



Hausa



Burmanês



Finlandês



Tailandês



Alemão



Francês



Inglês



Espanhol



Italiano

Linguagem universal

Inconfundível em qualquer língua, presente em mais de 6 mil produtos, a cruz Bayer é mais do que uma simples marca. É um símbolo de ação em benefício da humanidade.

Protegendo a saúde do homem e dos animais.

Fazendo a vida mais fácil e confortável - no lar, no trabalho, no lazer. Defendendo a agricultura do ataque de pragas. Pesquisando e desenvolvendo qualidade.

Criando soluções para os mais variados problemas de produção industrial.

Um símbolo universal. Tão universal quanto o compromisso que encerra: tornar a vida melhor.

Bayer do Brasil S.A. Caixa Postal 22523
04798 - São Paulo - SP

Se é Bayer, é bom.

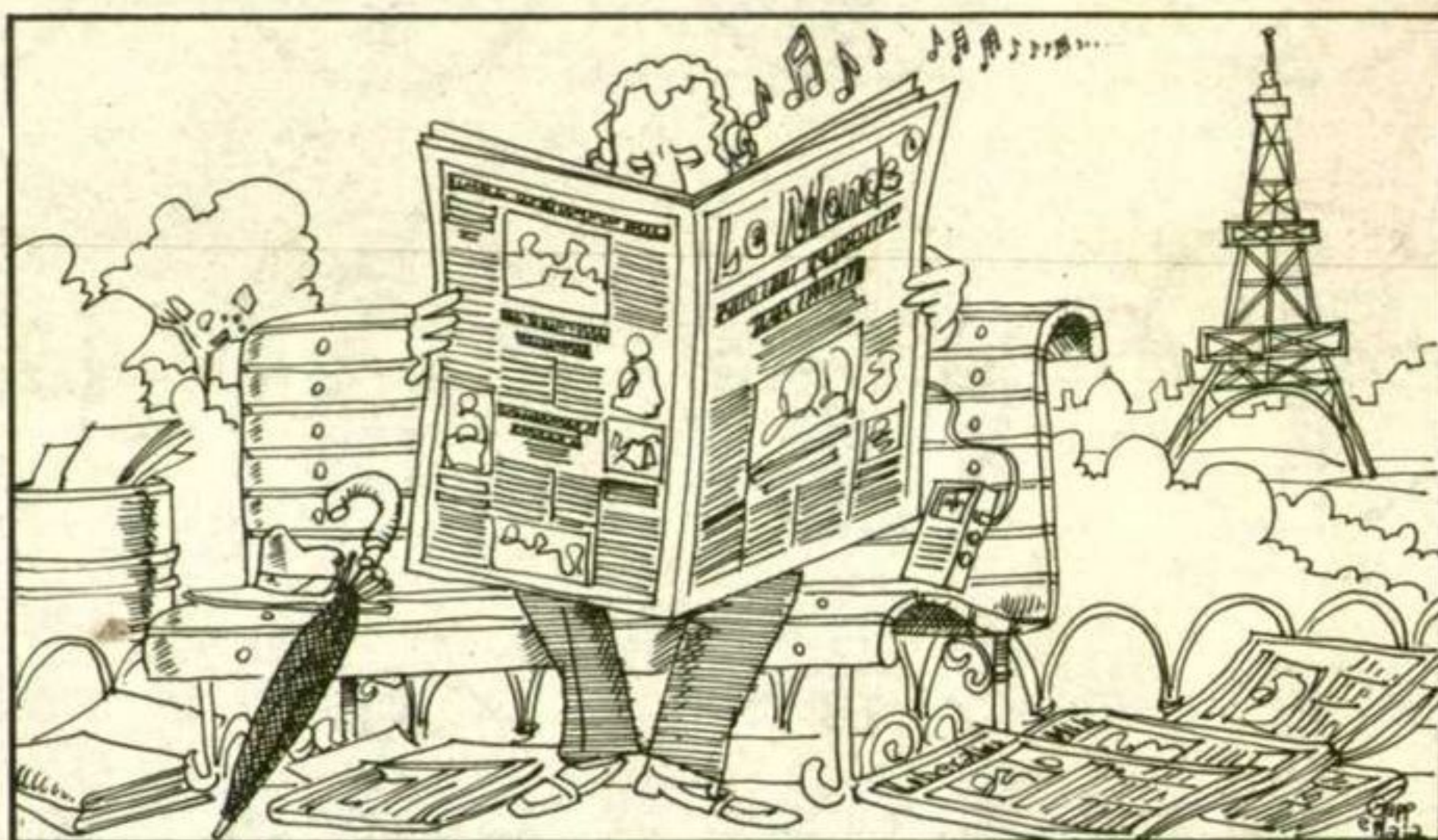
Bayer



Novidades nas bancas: Monde, Libè, Le Point...

Modernizados, os jornais franceses recuperam leitores e prestígio

por Milton Blay, de Paris



Pouco a pouco, a imprensa francesa sai do estado de hibernação da última década, marcada pela concentração das empresas de comunicação, queda de tiragem e conseqüente crise financeira dos principais jornais parisienses, e por um patamar de nove milhões de exemplares diários impossível de superar.

Nesse período só os semanários conseguiram aumentar o número de seus leitores e esboçar uma certa reação à estagnação do mercado. Se o conservador **L'Express** perdeu a liderança para o socialista **Nouvel Observateur** e para o liberal **Le Point**, sucessivamente, com uma equipe jovem liderada por Jean-François Khan - um dos papas do jornalismo francês - O **Evenement du Jeudi** (Acontecimento de Quinta-feira) vem ganhando terreno, a ponto de ameaçar seus tradicionais rivais - graças, sobretudo, a um faro para a reportagem incomum na imprensa francesa.

Para se lançar em plena época de marasmo, Khan apelou para a mesma construção financeira do **Le Monde**: o capital divide-se entre uma sociedade de redatores, majoritária, e 30 mil leitores-acionistas, representados no Conselho de Administração. Este esquema se completa com uma quantidade crescente de assinaturas e pela modernização dos meios de impressão.

O uso intensivo das novas tecnologias salvou também o **Le Monde** da falência. O seríssimo vespertino quase fechou suas portas, há dois anos, quando André Fontaine assumiu a direção do jornal para racionalizar a gestão. Hoje, **Le Monde** deixa o famoso prédio da Rue des Italiens, a

poucos metros da Ópera, com as finanças equilibradas e uma nova fórmula redacional, mais informativa e menos rebuscada.

Paralelamente, ele se lança a fundo na informática: estocará toda sua produção num banco de dados acessível aos 4,5 milhões de usuários do "minitel", o sistema telemático "grand public" francês (que consiste num microcomputador doméstico, acoplado ao telefone). Até o final do ano, a totalidade dos artigos publicados em 1987 - 120 mil - desfilará nas telas do "minitel", ao preço de 800 francos a hora de consulta.

Outro jornal acaba de mudar de local: **Libération**, que assim entra definitivamente na grande imprensa. O ex-tablóide maoísta deixou o bairro popular de Clichy, ao norte de Paris, para se instalar na Praça da República, perto do Centro Georges Pompidou.

O rebelde Libération também busca profissionalização

A mudança não se restringiu ao endereço. Apesar de sua postura progressista, **Libération** é atualmente um jornal como os demais. Seus profissionais são selecionados nos bancos das escolas especializadas e nas agências noticiosas, e não mais nas fileiras de um esquerdismo agonizante.

Le Matin quase deu o último suspiro. O diário socialista, símbolo da oposição ao ex-presidente Giscard D'Estaing, não suportou a transposi-

ção da barreira. Desde março de 1981, data da vitória de François Mitterrand, **Le Matin** navega sem rumo. Passou de 150 mil exemplares para menos de 30 mil, e só continua existindo graças à tenacidade de um núcleo de jornalistas, que assumiu a direção do jornal, em estado de liquidação judicial.

Nesse quadro cinzento, os jornais de direita e a imprensa regional são as pinceladas coloridas: **Figaro**, **Aurore**, **France-Soir** (do deputado e magnata Robert Hersant) e o **Quotidien de Paris** sobrevivem sem sobressaltos, enquanto o vigor dos jornais regionais manifesta-se pelos números de periódicos como **Ouest-France**, o diário francês de maior tiragem, com 700 mil exemplares.

As últimas semanas foram ricas em novidades: dois diários econômico-financeiros e um esportivo nasceram, enquanto quatro estão com visual novo. Depois de uma década de estagnação, a imprensa começa a reagir.

A chamada PAF - paisagem audiovisual francesa - é a sigla da moda. Após ter dobrado o número de canais, de três para seis, a televisão vive as agruras da privatização. A desestatização da TF 1 e a concessão das redes 5 e 6 para grupos "amigos" modificaram substancialmente o panorama apresentado no vídeo.

O rádio, porém, atravessa uma fase de grande sucesso. A **France-Info**, a primeira rádio de informação continua francesa, entrou no ar há três meses. Pertence ao governo e apresenta boletins noticiosos a cada quinze minutos. Já é o maior êxito da história do rádio na França. ✕

Caderneta da Caixa

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

Esta é a maior, melhor e mais segura caderneta de poupança do País.

PROFISSIONALISMO, COMPETÊNCIA, ÉTICA.

É O QUE SE EXIGE

DE UMA ASSESSORIA DE IMPRENSA.

É O QUE VOCÊ ENCONTRA

NAS EMPRESAS FILIADAS À ANECI.

Brasília: Apoio de Comunicação e Congressos Ltda. **Curitiba:** Bittencourt & Féder Ltda. - Enfoque Assessoria, Serviços & Promoções S.C. Ltda. **João Pessoa:** Fruto da Comunicação Assessoria de Imprensa e Propaganda Ltda. **Porto Alegre:** Intermédio Serviço de Comunicação Ltda. **São Paulo:** BGS Associados S.C. Ltda. - Comunic Comunicadores Associados S.C. Ltda. - Estalo Assessoria de Comunicação e Produção S.C. Ltda. - FYI Assessoria de Comunicações S.C. Ltda. - Gimarp - Relações Públicas e Comunicação S.C. Ltda. - Impacto de Comunicações S.C. Ltda. - Klik de Serviços Jornalísticos S.C. Ltda. - Marco de Comunicações S.C. Ltda. - MDL-Consultoria de Comunicação, Assessoria de Imprensa e Editoração S.C. Ltda. - Mecânica de Comunicação S.C. Ltda. - MFZ Comunicações Ltda. - MR Comunicação e Consultoria Editorial Ltda. - MS Escritório de Divulgação Ltda. - Oboré Editorial Ltda. - Pimenta de Castro & Associados S.C. Ltda. - Ralco Assessoria de Imprensa e Produções Ltda. - Repórter Assessoria e Consultoria em Comunicação S.C. Ltda. - SH Consultoria e Assessoria de Comunicações S.C. Ltda. - SM Promoções e Empreendimentos Ltda. - Tática & Texto Comunicação S.C. Ltda. - Tótum Assessoria e Marketing S.C. Ltda. - Unipress Empresa de Comunicação S.C. Ltda. - XYZ Serviços Editoriais e de Comunicação S.C. Ltda. - ZDL de Comunicação S.C. Ltda.

ANECI - Associação Nacional das Empresas
de Assessoria de Imprensa e Comunicação Social

IMPLACÁVEL WOODWARD

*O maior repórter americano
lança mais uma bomba.
Dessa vez, o alvo é a CIA.*

Por José Meirelles Passos, de Washington.

Quando William Casey, o todo poderoso chefe da CIA, morreu em maio passado, houve um certo alívio dentro da organização - e, especialmente, em alguns gabinetes da Casa Branca.

A investigação do escândalo Irã-contras estava no auge, com a realização dos depoimentos públicos no Congresso Nacional, transmitidos ao vivo pela TV. E Casey, que pessoalmente sempre foi favorável às operações encobertas e clandestinas - ele nem sempre as revelava ao Parlamento, como manda a lei - seria uma das testemunhas-chave no inquérito. (Onde se lê "uma das testemunhas-chave" pode-se ler também "um dos suspeitos").

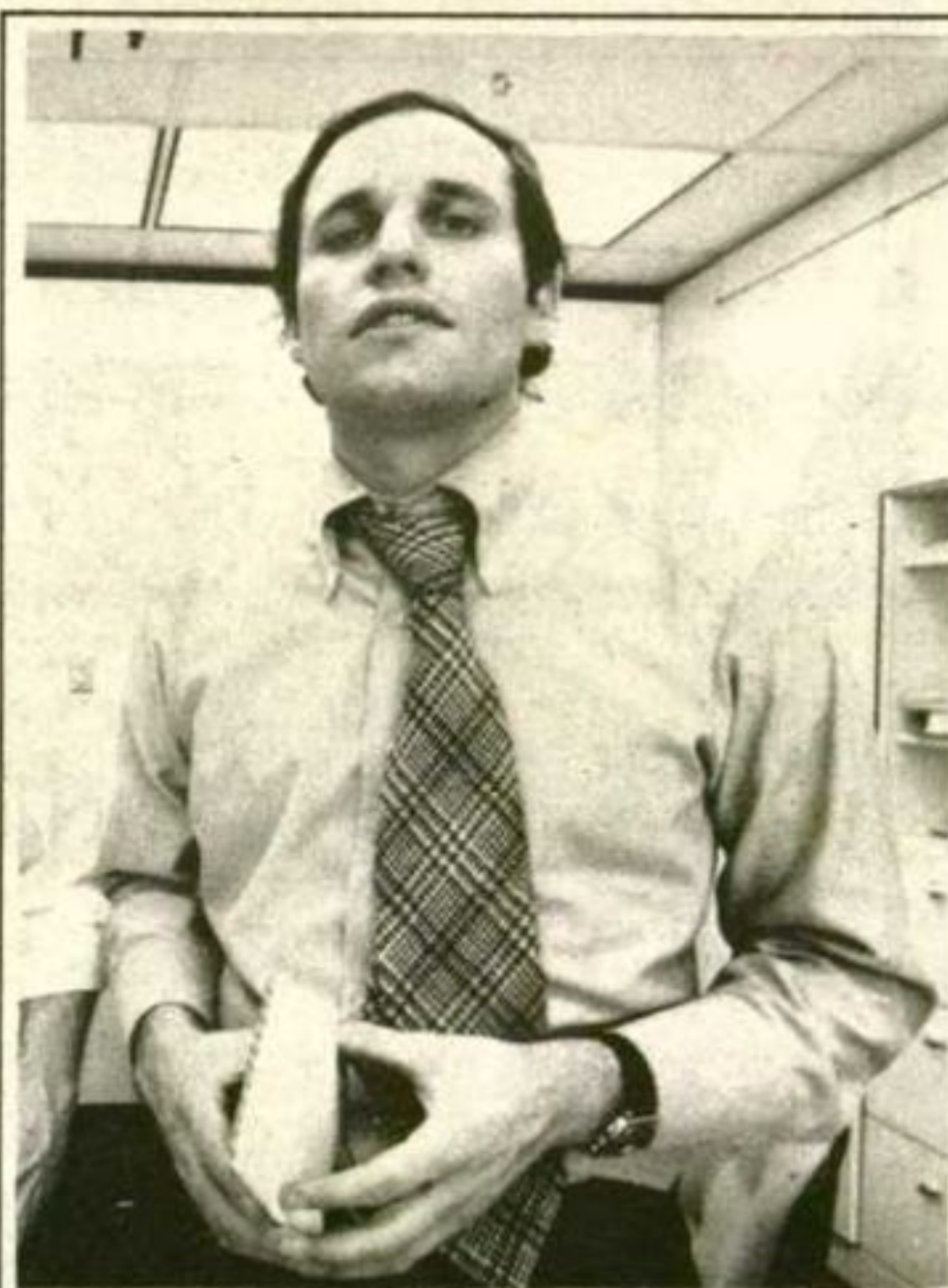
Muita gente, na CIA e na Casa Branca, sabia que Casey conhecia muito sobre a remessa de armas para o Irã e o desvio de vários milhões de dólares para os rebeldes nicaraguenses. Por isso, quando ele morreu - cinco meses após ser operado de um tumor no cérebro - veio o alívio. Alguns de seus companheiros e amigos tiraram um peso das costas, passando a acreditar - e a dizer, que os segredos de William Casey tinham ido com ele para o túmulo.

Há, porém, uma pessoa aqui em Washington que não apostaria um centavo nessa hipótese.

— "Pode ser que esses segredos não tenham sido enterrados com o velho..." - diz Bob Woodward, pausadamente, com uma ponta de solenidade na voz.

Essa frase adquire um valor imenso sendo pronunciada por esse personagem, tido como o melhor repórter investigador dos Estados Unidos. Desde que o então presidente da República, Richard Nixon, renunciou em 1974, a simples menção do nome Woodward em qualquer repartição pública da capital americana, ou nos corredores do Congresso, causa um abalo. Todos se lembram que foi ele quem descobriu a trama do chamado "caso Watergate".

Foi ele, afinal, quem - trabalhando com seu amigo Carl Bernstein - derru-



*Woodward:
direto como um
soco no queixo.*

bou o presidente com uma enxurrada de matérias contundentes, publicadas no *Washington Post*. Woodward foi o repórter que conseguiu o fio da meada. E quem - com a ajuda da fonte mais famosa da história do jornalismo americano (Deep Throat) - destrinchou todo o emaranhado criminoso do Partido Republicano, que espiava o Democrata, sob a complacência de Nixon.

Desde então, através de uma longa série de vigorosas reportagens, e já sem a companhia de Bernstein - que mudou de emprego -, Bob Woodward fortaleceu a fama que hoje o mantém no topo, com uma fortuna avaliada em seis milhões de dólares.

Quando a maior estrela do *Washington Post* está trabalhando numa história, todos sabem que seus mínimos detalhes virão à tona. E a partir daí... salve-se quem puder. Por isso, quando ele insinua que os segredos de William Casey não foram en-

terrados com ele, a capital americana prende a respiração. Em especial porque se sabe que, por esses dias, está sendo lançado mais um livro de Bob Woodward. E, como nas quatro obras anteriores, não se trata de ficção.

Seu tema é justamente... a CIA. Ou melhor: a CIA de William Casey. Vale dizer: a CIA de Ronald Reagan. E a história, segundo as raras pessoas que já tiveram acesso à ela, vai novamente abalar a Casa Branca.

Em Langley, na Virgínia, a sede da Agência Central de Inteligência - que aparentemente tudo sabe - anda alvoroçada com o aparecimento da obra, cuja primeira edição sai com 500 mil exemplares. Altos funcionários põem as barbas de molho. Bob Woodward, segundo suspeitam, estaria revelando, com alguns requintes, várias das operações secretas da "companhia" - como a chamam seus agentes.

O clima é idêntico na Casa Branca e no Departamento de Estado. Os indícios até agora obtidos são de que Woodward vai implodir a política externa da administração Reagan.

Tranquilo, o autor saboreia os momentos que antecedem o lançamento, alimentando o mistério. Ele não dá detalhes sobre o livro. Sequer revela o título.

— "Trata-se do nome em código de uma operação encoberta da CIA. Eu não quero alertar as pessoas para ela, por enquanto..." - diz o repórter, com um sorriso no canto da boca.

Nos últimos dois anos, Woodward entrevistou William Casey mais de cinquenta vezes. Todas as conversas foram gravadas. E o repórter tem uma montanha de documentos gerados a partir desses encontros. Algumas informações, poucas, já saíram nas páginas do *Washington Post* nos últimos meses, com o destaque de sempre: as matérias assinadas por Bob Woodward invariavelmente ganham a primeira página.

O grosso do material, a parte mais substancial, que promete desencadear uma série de explosões dentro da ad-

ministração Reagan, ficou para o livro. E os editores do Post não se incomodam com isso. O jornal, através de um acerto com o repórter e sua editora (a Simon and Schuster, de Nova Iorque) vai publicar em seis partes - a partir de 27 de setembro - uma condensação do livro. A revista Newsweek (que é da mesma empresa) também exibirá alguns trechos e a rede CBS de tevê está preparando uma longa reportagem a respeito, a ser mostrada num de seus programas mais prestigiados: "60 Minutes".

Ninguém no Washington Post - sequer a dona do jornal, Katharine Graham, ou seu editor executivo, Ben Bradlee - se intrometeu com o trabalho de Bob Woodward. Ele, pelo contrário, teve total liberdade para pesquisar informações para seu livro, sem obrigação de fornecê-las ao Post. Foi ele próprio quem decidiu que histórias poderiam ser publicadas antecipadamente pelo jornal, e quais seriam guardadas para a sua obra pessoal.

— "Bob é uma pessoa muito especial para nós. Sabemos que o negócio dele, hoje, é escrever livros e para nós está tudo bem. Seria uma idiotice importuná-lo. Nós, afinal, jamais poderíamos dar a ele tudo o que ele já nos deu" - Diz Ben Bradlee. "Para mim, Bob Woodward é o melhor repórter que já encontrei e ponto final", afirma o lendário editor do Washington Post.

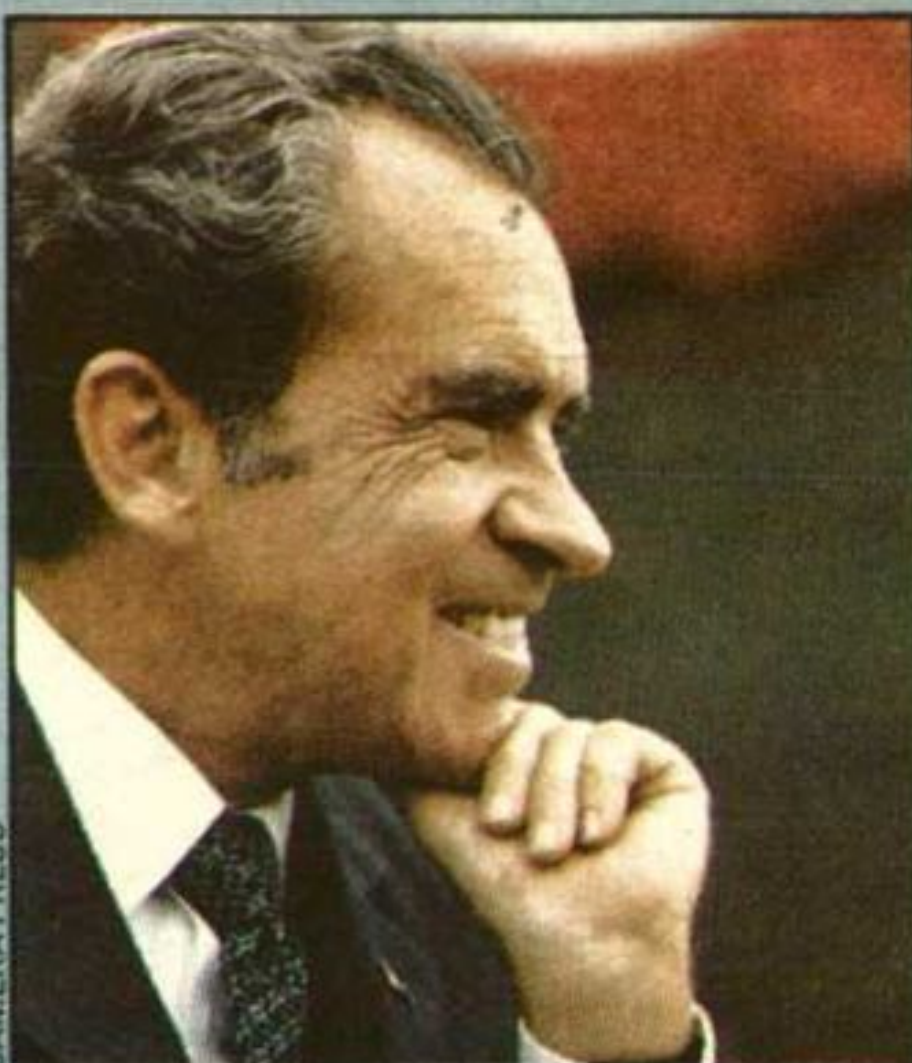
Woodward, hoje, faz o que bem entende no jornal. Ele não tem sequer obrigação de aparecer diariamente na redação. Depois de uma frustrada experiência, em que tentaram transformá-lo em editor - Woodward jamais se adaptou ao cargo, revelando-se um mal administrador das paranóias da redação -, deixaram-no dedicar-se ao que mais gosta: fazer reportagens.

Para justificar um salário milionário, que ambos os lados escondem como um segredo de Estado, e ao mesmo tempo treinar a equipe junto a esse mestre do assunto, os editores criaram para Bob Woodward o cargo de editor-assistente especial para reportagens investigativas.

Na prática, ele lidera um grupo de dez repórteres - apelidados de "Swat" - que sai a campo em busca dos furos que tornaram Woodward um exemplo citado em todas as escolas de jornalismo do país. Mas ele, na verdade, não funciona como editor dessa seção: há outra pessoa encarregada disso. Bob dá algumas dicas e orientações, e volta a mergulhar em suas próprias matérias.

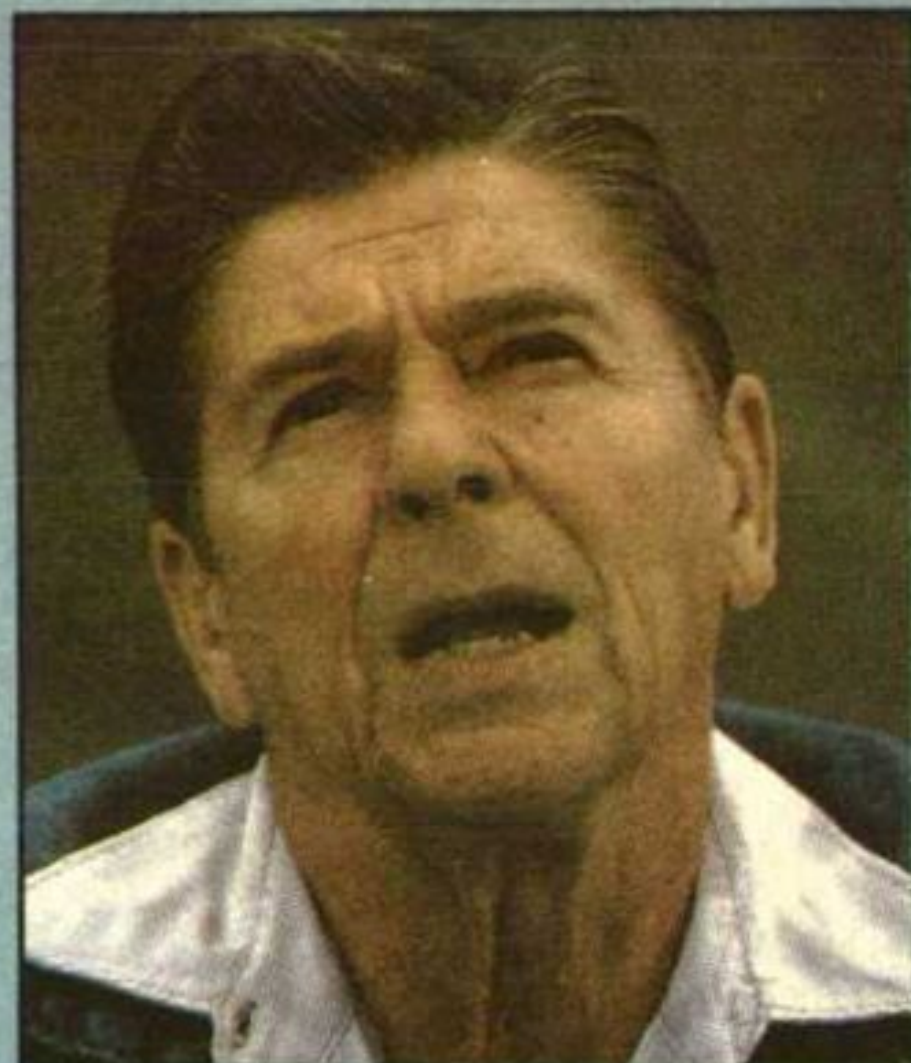
Com liberdade para ir e vir na reda-

**Lembram-se
da 1.ª vítima?**



CAMERA PRESS

**Esta pode ser
a última.**



SIPA PRESS/KNOWLES

**Será um outro Watergate o novo
livro de Woodward?
Pobre Nixon, pobre Reagan.**

ção, ele tem passado mais tempo em casa - uma construção vitoriana no valor de um milhão de dólares, no bairro boêmio de Georgetown, e que já foi apelidada pelos companheiros de "fábrica". Ali nascem, ou são produzidas, as grandes matérias do Washington Post, além dos livros de reportagens de Bob Woodward - que recebe um adiantamento mínimo de um milhão de dólares por obra, sem contar os três dólares que ganha por exemplar vendido.

(Saque sua calculadora e faça as contas: o primeiro livro *All The President Men*, em colaboração com Carl Bernstein, vendeu 600 mil exemplares. O segundo (*The Final Days*), também com Bernstein, vendeu 900 mil exemplares. O terceiro (*The Brethren*), de parceria com Scott Armstrong, também do Post, chegou à casa das 900 mil cópias. O quarto (*Wired*) vendeu 600 mil exemplares.

Bob Woodward, que está com 44 anos e é casado pela terceira vez - agora com Elsa Walsh, também repórter do Post - conta com a ajuda de uma pesquisadora em tempo integral, Barbara Feinman. O Washington Post, aliás, paga metade do salário da moça - já que ela ajuda sua estrela a investigar informações que acabam saindo no jornal.

Segundo os amigos, Woodward é viciado no trabalho:

— "Trabalho na profissão que es-

colhi e da qual gosto muito. Jamais tive a sensação de estar trabalhando demasiado como dizem", comenta o repórter, conhecido por sua obsessão pelos detalhes, precisão que o leva a entrevistar uma determinada pessoa até 15 ou 20 vezes seguidas, "até extrair dela todo o sumo", como diz.

Para Ben Bradlee, a principal virtude de Woodward é a persistência. Suas informações são checadas e rechechadas à exaustão. E ele próprio se orgulha de jamais ter feito qualquer trato com alguém. Outros colegas falam de sua extrema devoção e respeito às fontes, jamais reveladas - nem mesmo aos chefões da redação. A única crítica que lhe é feita na redação do Washington Post é quanto ao seu estilo árido, direto como um soco no queixo, sem o mínimo adorno ou cor. Em seu texto, os fatos são encadeados uns aos outros, com raras concessões a levíssimas pinceladas para compor o ambiente, ou o retrato de um personagem.

Dick Synder, um amigo da redação, diz que Bob Woodward é um obsecado:

— "Ele só quer ser o melhor naquilo que faz. É uma questão de paixão", diz ele.

Elsa Walsh, sua mulher, dá outra versão do mito:

— "Eu acho que ele vai em frente, trabalhando duro, por medo de falhar."

A PRIMAVERA DE 1948 CONTINUA A FLORESCER.



P.A. Publicidade Ltda.

Em setembro plantou-se a semente do Pão de Açúcar, logo multiplicada em dezenas e depois centenas de lojas. Hoje, 632, em 18 estados do país e Portugal. Ao mesmo tempo, o Grupo diversificou suas atividades: comércio exterior, lanchonetes, agências de turismo, revendas de carros e de motos, consultoria de marketing, publicidade, financeira.

No varejo, nunca parou de se desenvolver. Ainda há pouco, demos início a uma nova rede de lojas com inovações em produtos e serviços ao consumidor: Pão de Açúcar Especial. Sua 5ª loja foi inaugurada em São Paulo, na esquina da Av. São Gabriel com Rua Joaquim Floriano.

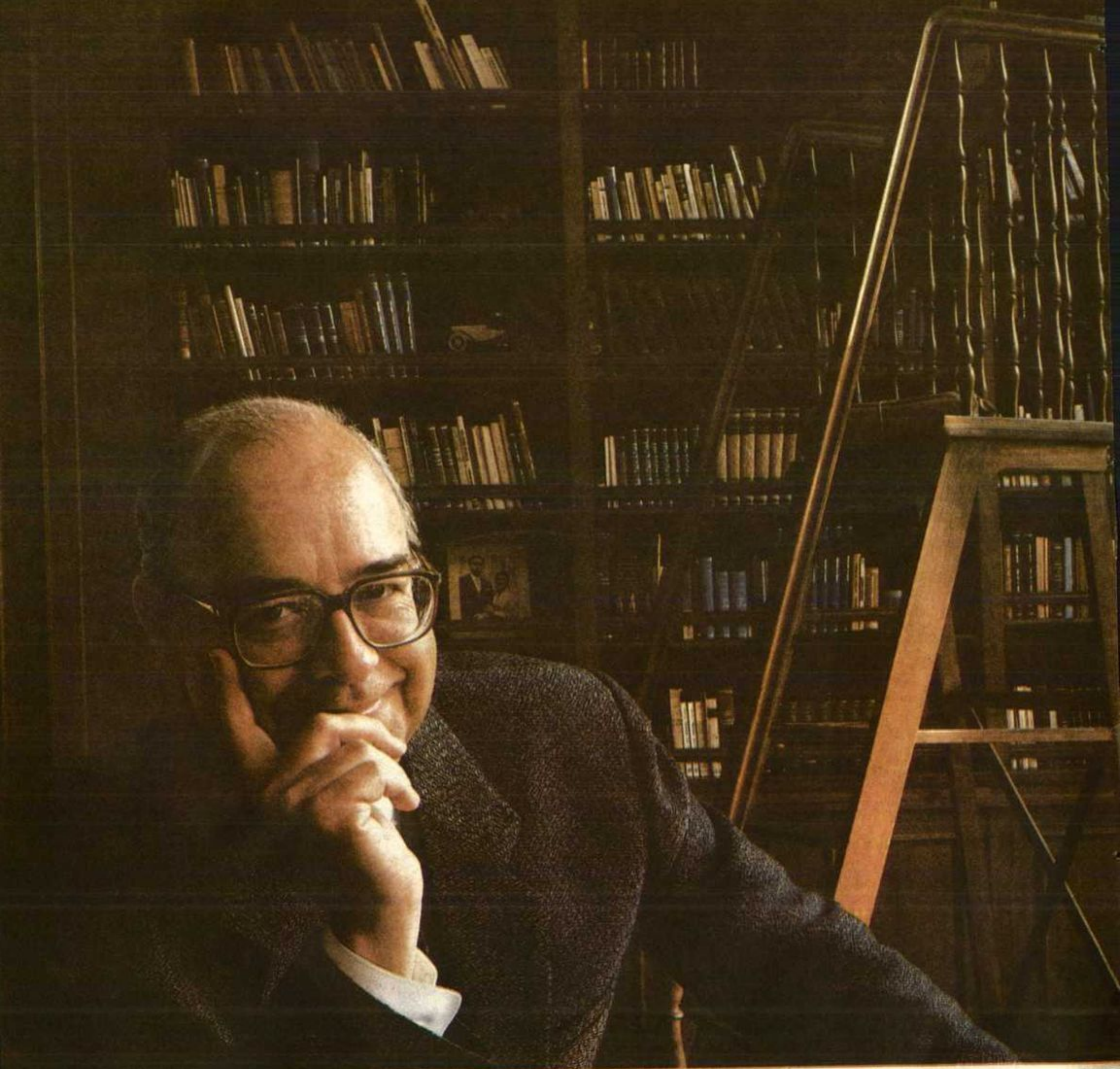
E estamos começando a implantação de dois novos empreendimentos de grande porte, também na capital paulista: um hipermercado na Av. Francisco Morato (30.000 m² de área construída) e importante complexo imobiliário, com o nome Centro Empresarial

Pão de Açúcar, na marginal Pinheiros, junto à ponte do Morumbi. Com lojas, escritórios, hotel e centro de convenções, além de um hipermercado com 10.000 m², dentro do que há de mais novo neste conceito de loja abastecedora. Todo este complexo será edificado numa área de 98.000 m².

Em Portugal torna-se realidade o projeto de instalação de uma rede de grandes hipermercados. Assim é o melhor grupo de varejo do país. Assim é o maior grupo empresarial brasileiro (Exame, agosto de 1987), aos 39 anos de idade.



GRUPO PÃO DE AÇÚCAR
Crescendo e se multiplicando.



UNIB

A VERDADE É QUE TODOS OS FUNDOS DE RENDA FIXA SÃO PARECIDOS. DIFERENTE É O BANCO.

Todo mundo diz que é melhor aplicar em renda fixa. Só que eu não aplicava porque ou não tinha tempo, ou morria de preguiça de escolher entre OTN, CDB, RDB e não-sei-mais-qual-B. Mas, agora, eu descobri que existem duas maneiras de se aplicar em renda fixa.

Uma é se preocupar em escolher pessoalmente cada um dos papéis e cada um dos títulos em que se vai aplicar.

Outra é não se preocupar com nada, deixar o Fundo de Renda Fixa Unibanco cuidar de tudo, e ficar com o lucro.

O Fundo de Renda Fixa Unibanco é composto de cotas que se valorizam dia-a-dia e pode ser movimentado até por telefone.

Tem boa rentabilidade, liquidez diária após 30 dias de aplicação, e isenção total de imposto de renda para pessoa física.

Tudo mais ou menos parecido com os outros fundos. Mas com uma grande diferença: tem o atendimento, a experiência e a segurança do Unibanco que, há mais de 60 anos, está acostumado a cuidar bem do dinheiro dos outros. É por isso que eu aplico lá. Só por isso.

**FUNDO DE
RENDA FIXA**

UNIBANCO

OTAVIO FRIAS FILHO, 30

*O pensamento pouco ortodoxo
daquele que comanda o
jornal mais polêmico do país.*

Por Dante Mattiussi e Paulo Markun

Registrado no Ministério do Trabalho sob n.º 16.605 o jornalista sem diploma Otavio Frias Filho, 30 anos, confessa estar na profissão mais por acaso do que por ideal. Avesso à vida empresarial, ele decidiu herdar temporariamente o cargo de editor da Folha de S. Paulo, depois de ter se formado em Direito sem saber por quê, abandonando a carreira universitária - para onde espera voltar. Diz não ter paixões que ultrapassem um certo interesse por cinema e literatura. Milionário, não revela hobbies e garante uma vida rotineira entre seu apartamento no bairro de Moema, que habita sozinho, e a redação da Folha, na zona central de São Paulo. Ali ele nos recebeu com amabilidade e paciência por mais de três horas, escondendo suas emoções atrás de um pensamento absolutamente racional e periódicas tragadas de Minister, que acende com fósforos.

Imprensa - Qual o projeto que você tinha na cabeça em 1984, quando assumiu efetivamente a direção editorial da **Folha** e até onde você conseguiu chegar?

Otavio - Em termos de qualidade do produto final, nós estamos ainda muito aquém do que era planejado. A qualidade média das edições da **Folha** é muito precária. Frequentemente o jornal informa mal e temos ainda problemas graves de texto, de personalidade de certas seções. Do ponto de vista do que se conseguiu organizar, em tempo relativamente curto, o resultado é bastante razoável. Conseguimos introduzir na prática da redação uma série de controles racionais, medidas quantitativas de avaliação, conhecer melhor o que é o produto, como o jornal está indo.



Otávio em sua redação, front da guerra contra o estilo romântico

Imprensa - E com relação aos números: assinaturas e circulação?

Otavio - A gente está bastante satisfeito. Nesses três anos, a **Folha** mais do que dobrou o número de assinantes e teve um salto em circulação bastante grande. De 6,5 milhões de exemplares por mês para 9,5 milhões por mês, num período de três anos. Em termos de aceitação da opinião pública foi muito bom.

Imprensa - Você, quando assumiu a **Folha**, se propunha a fazer o jornal vender mais ou a realizar um projeto editorial?

Otavio - As coisas estavam interligadas, porque é bastante central na concepção deste projeto editorial a idéia de que o jornal ganha autono-

mia em relação à política, ao poder, em relação aos grupos de pressão como um todo, na medida em que ele se enraíza no mercado.

Imprensa - Como surgiu esse projeto? Da imprensa norte-americana, da européia? Foi espelhado em algum tipo de jornal?

Otavio - Não, não foi espelhado em tipo nenhum. Na base da coisa, a preocupação de organizar, o grau de planejamento, de sistematização, a idéia de criar um padrão homogêneo, tem a ver com o que aconteceu faz tempo na imprensa americana, com o desenvolvimento geral do capitalismo. O que está acontecendo na imprensa é que o desenvolvimento do capitalismo está atingindo as reda-

ções e as reações suscitadas, embora sejam aparentemente de esquerda, são na verdade reações que atacam o capitalismo pela direita, porque atacam o capitalismo pelo lado romântico, saudosista, o talento individual em lugar da organização; valorizar o espírito de improvisação em lugar do planejamento, valorizar a manha, o pique, em lugar do método.

Imprensa - Então, basicamente, as reações a que você se refere surgiram da intenção de dotar a Folha da orga-



nização e disciplina de uma empresa?
Otávio - De uma indústria.

Imprensa - Você acha que o jornal é uma indústria?
Otávio - Acho.

Imprensa - Na Europa, segundo consta, os jornais que mais cresceram foram o *El País* (espanhol) e o *La Repubblica* (italiano), que não têm nada a ver com o "Projeto Folha". E, nos Estados Unidos, um jornal que vem crescendo muito é o *USA Today*, que também não tem nada a ver com a *Folha*. A *Folha* estaria num meio termo?

Otávio - A gente é muito atento aqui ao que acontece no *USA Today*. A coisa mais interessante que está

acontecendo na Imprensa em termos mundiais. Com relação ao *El País* a gente acompanha bastante, até porque tem os direitos de republicação do jornal. Mas para contrapor aos exemplos que vocês mencionaram eu citaria o *Le Monde*. Talvez seja consensualmente visto como um jornal decadente, um jornal que já experimentou prestígio, já passou por um período de qualidade muito grande e que hoje é visto como um jornal decadente. A meu ver a decadência do *Le Monde* tem muito a ver com o fato desse jornal ter permanecido fiel a certos padrões de comportamento jornalístico que são justamente os que a gente procurou remover na marra aqui na *Folha*. A exemplo do *El País* ascendente, eu contraporía o exemplo do *Le Monde*.

Imprensa - Você acha possível fazer um jornal descompromissado ideologicamente?

Otávio - Eu não acho que seja possível fazer um jornal descompromissado ideologicamente numa sociedade tão cheia de problemas e de conflitos como a nossa. A idéia de que você vai conseguir refletir, nas páginas do jornal, com objetividade absoluta, tudo que está acontecendo na rua, é uma idéia muito fantasiosa, pelo menos na sociedade atual.

Imprensa - A notícia é sempre manipulada, passa por várias instâncias...

Otávio - Há todo um sistema de manipulação inconsciente. Até acho que a manipulação consciente é só a espuma dessa água. No caso, o conteúdo mais forte é o da manipulação inconsciente, porque as pessoas têm opiniões, porque os pontos de vista são muito exclusivos etc. Agora, o que a gente oferece em troca disso? Muitas vezes eu vou participar de conversas, debates em escolas de comunicação, e os estudantes vêm com os mesmos clichês que eu ouço desde o tempo em que era estudante, há 10, 15 anos: "Imprensa burguesa manipula, não existe objetividade, isso é um mito, essa crença é insuflada pela Imprensa burguesa para que ela possa manipular melhor!" Tudo isso são coisas que qualquer ginásiano sabe. E o projeto editorial da *Folha* é o primeiro a reconhecer que não existe objetividade na Imprensa. Agora, a gente acha que não adianta ficar sentado de braços cruzados repetindo que não existe objetividade na Imprensa. O problema é saber, na prática, quais são os mecanismos que você pode em-

pregar no sentido de aumentar a objetividade possível diante das limitações existentes.

Imprensa - Uma solução seria criar normas, manuais?

Otávio - O manual, as normas que a gente fez, uma série de procedimentos de homogeneização e padronização, são coisas que permitem fixar um mesmo olhar do jornal sobre as coisas. Essas normas são também para criar uma cultura de exatidão. O diagnóstico que a gente tinha no começo era de que o padrão de exatidão, no tratamento da notícia, era muito baixo - na *Folha* e na Imprensa de um modo geral.

Imprensa - Você acha que essa cultura de exatidão, essa mentalidade, é um fator psicológico?

Otávio - Pode ser visto dessa maneira. Uma série de procedimentos que você vai compelindo as pessoas a adotar, até que se instaure essa mentalidade de exatidão. A gente espera que fazendo um jornalismo mais exato esteja atendendo a demanda de um público mais rigoroso com aquilo que está lendo. A gente aposta muito na idéia de que está em crescimento no Brasil um mercado sofisticado de classe média.

Imprensa - O texto da primeira página da *Folha* é fraco. Quase todo o texto do jornal é fraco. Vê-se na *Folha*, diariamente, um texto muito parecido com aquele relatório de um vendedor qualquer, que sai para a rua e no fim do dia escreve um relatório burocrático dizendo onde foi, o que vendeu etc. Por que isso acontece?

Otávio - Em primeiro lugar, eu concordo. Em segundo lugar, vou citar um exemplo. Participei há pouco tempo de um debate na USP onde houve uma série de discussões áspers envolvendo a *Folha*. Cheguei aqui no jornal, toquei minhas coisas, e à noite me lembrei de dar uma olhada no texto do tal debate. Fui ver o texto e era esse tal relatório. O lead estava no meio, o aspecto mais saboroso do conflito, do bate-boca, não estava colocado. Apenas os temas, horário, local etc. Chamei o repórter que tinha feito o texto e disse: "Seu texto vai sair assim mesmo porque ele está correto, não tem nada de errado. Agora, o seu texto é muito chato, é uma anti-notícia, porque o leitor até acabar de ler esse lead já dormiu." Era um lead quilométrico, ele colocou o local, o horário, isso, aquilo etc. Isso é o que

nós chamamos na gíria interna de os **filhos do manual** - pessoas que começaram na profissão sob a ditadura do manual e começam a ficar com uma série de talentos individuais reprimidos. Esse foi o ônus de ter disciplinado o trabalho. Agora nós estamos arrefecendo esse controle. A próxima edição do Manual já comporta uma certa flexibilidade.

Imprensa - Você falou dos **filhos do manual**, mas a estrela principal da **Folha** é o Paulo Francis, o antimanual por excelência. Ele tem anistia?

Otavio - Não só em relação ao Francis, mas em relação aos repórteres especiais, a gente sempre teve uma elasticidade que nunca teve com a estrutura propriamente dita da redação. Agora, se do ponto de vista estrito do manual o Francis é uma exceção, e eu concordo, há um ponto de convergência muito grande entre o projeto editorial e o rumo profissional que o Francis vem tomando nos últimos anos.

Imprensa - Por exemplo?

Otavio - O Francis saiu de uma posição clássica, de esquerda, para fazer um tipo de jornalismo que é muito autônomo em relação a todo mundo, inclusive em relação à esquerda. O Francis conseguiu desenvolver um estilo, uma liberdade de opinião quase que irrestrita. Isso tem muito a ver com o fato do jornal achar que a autonomia editorial se faz às custas de dissolver os compromissos que o jornal tinha - com a moral, com a ética, com a política.

Imprensa - Daí se explica, em parte, as críticas que o Francis tem recebido ao ter se transformado num instrumento da direita?

Otavio - As pessoas estavam muito acostumadas a ver fora do jornalismo a legitimação para o jornalismo. E raciocinavam de maneira muito esquemática e dicotômica. O Francis é um jornalista que rompeu com essa estrutura dicotômica, esquemática, e passou a ter a sua legitimidade não no fato de "olha que legal, o Francis deu uma cacetada no Pinochet, que bom sujeito ele é", mas sim no fato de "olha, eu adoro ou detesto o Francis, mas tenho que ler o Francis de manhã porque acho imprescindível o que ele escreve". À medida em que a legitimidade dele foi se nutrindo cada vez mais no território interno do jornalismo, ele foi rompendo com essa estrutura convencional e sobreviveu.

Imprensa - O grande concorrente da **Folha** é o **Estadão**?

Otavio - Acho que sim.

BEATRIZ ALBUQUERQUE/PRISMA



Imprensa - Mas o paradigma, em termo editoriais, é o **Jornal do Brasil**?

Otavio - Sim, é.

Imprensa - Como você analisa a posição do **Estadão** hoje?

Otavio - Por um lado acho que é um jornal que às tantas decidiu reagir contra o fato de estar sendo ultrapassado. Eu não acho que as formas de reação aplicadas sejam as que tenham mais sucesso, mas acho positivo que ele tenha reagido.

Imprensa - Quer dizer, você acha o **Estadão** um grande concorrente a nível de mercado, mas não a nível de idéias?

Otavio - É mais ou menos isso.

Imprensa - Qual a comparação que você faz dos grandes jornais do Rio e de São Paulo?

Otavio - De um modo geral, a imprensa de São Paulo tem mais autonomia e freqüentemente mais agressividade. Em termos de qualidade acho que o **Jornal do Brasil** tem estado numa fase boa. Bom acabamento, sofisticação. A gente tem aprendido muito com ele.

Imprensa - Em termos de qualidade o jornal que mais provoca discussão na **Folha** é o **JB**?

Otavio - A gente discute muito o trabalho da **Veja**. E o do **Estado**, seja porque é o concorrente em termos de mercado, seja porque ele muitas vezes tem edições melhores do que as nossas. Freqüentemente a gente é ultrapassado em termos de qualidade pelo **Estado**.

Imprensa - E o **Globo**?

Otavio - No caso de um helicóptero que foi abatido durante uma tentativa de fuga, no Rio, o **Globo** publicou uma charge do Moreira Franco acertando um helicóptero com um matamoscas. Isso não dá, puxa muito para

Uma pergunta fora da entrevista: você corre atrás do quê, Otavio? "Corro atrás de ter sucesso."

baixo um caso dramático, forte, sério.

Imprensa - Você acha que o sucesso empresarial do **Globo** se deve à **Rede Globo**?

Otavio - Acho que sim. Acho que o **Globo** informa muito bem, continua sendo aquela coisa que a gente sabe, de jornal realmente informativo, mas falta a vontade de se tornar um **prestige paper**. Ele está numa posição intermediária entre um **prestige paper** e um jornal popular.

Imprensa - Qual é o melhor jornal do Brasil?

Otavio - Eu acho que na maior parte das vezes, o posto de melhor jornal brasileiro você pode dividir entre a **Folha** e o **Jornal do Brasil**. Numa outra razoável parte das vezes, acho que é o **Estado**. Tudo depende muito da edição. Depende do dia, da seção, é muito irregular. A **Folha** e os outros também.

Imprensa - A **Veja** está comemorando o fato de ter atingido 800 mil exemplares. Mas na década de 50, a revista **O Cruzeiro** já vendia 700 mil exemplares. Se você pegar as tiragens dos jornais, acontece a mesma coisa - hoje, os que vendem mais vendem pouco, se comparado com a população atual do país. Há fatores estruturais, como nível de renda, escolaridade etc. Mas será que só isso explica o fato de ter havido um crescimento real tão pequeno das tiragens, ou mesmo uma diminuição dessas tiragens?

Otavio - Eu acho que é a televisão. É impossível estimar, porque não dá para fazer esse experimento como num laboratório, mas a pergunta é quanto venderia a **Veja** se não existisse a televisão?

Imprensa - Qual sua opinião sobre o **Jornal Nacional**?

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

Motor
Nº de cilindros

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

Motor

CHT Gasolina
4 em linha

CHT Alcool
4 em linha
1000 cm³

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS:

Motor
Nº de cilindros/disposição 4 em linha
Diâmetro dos cilindros 77,0 mm
Curso dos êmbolos 83,6 mm
Cilindrada 1855 cm³
Potência máxima líquida 60 CV

Dianteiro A disco
Traseiro A tambor auto-ajustável
Selecionamento Mecânico, com shift

Com a Belina 4x4 você
canta na chuva e passa brin-
cando em todos os caminhos.
O conforto, a segurança
e a economia da Belina 4x4.



ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS.

Nome:

"A Imprensa".

Modelo:

2 capas, 32 páginas.

Dimensões externas:

Altura, 28cm; largura, 20,8cm.

Espaço interno:

14.960cm².

Cores:

4 no interior, 2 na capa.

Estilo:

Novo, informativo, engraçado, pitoresco.

Tipo de combustível:

Talento e inteligência.

Velocidade:

25.750 edições por mês.

Direção:

Firme e segura. A única voltada especialmente
para profissionais de comunicação.

Distribuição:

Paga e gratuita.

Estabilidade:

Bem equilibrada, sem ranço, sem mau humor,
sem facções nem ideologias.

Desempenho:

Reportagens, perfis, entrevistas, pesquisas,
notícias, notas e informações da melhor qualidade.

Autonomia:

Total. Publicação não sindical, não classista
e não teórica.

Fabricante:

Feeling Promoção e Comunicação Ltda.

FICHA TÉCNICA DO MAIS NOVO VEÍCULO DO BRASIL.

Este anúncio é uma homenagem da Ford
ao primeiro veículo de comunicação feito por e para
profissionais de comunicação: "A Imprensa".



Você sente a qualidade

Otávio - Bom, acho muito competente, acho que a audiência é tão massiva que nivela muito embaixo. Acho que a fórmula do **Jornal Nacional**, COMO a fórmula geral da Globo, está muito cansada. Patinando, já há algum tempo.

Imprensa - Se você fizesse **Jornal Nacional** informaria naquele mesmo padrão?

Otávio - Acho que a autonomia é muito restrita, porque tem uma imbricação muito grande com o Estado, é tudo uma coisa muito cinzenta entre ser particular e ser público, é quase como se fosse um noticiário oficial do Estado. Isso acho que é incontornável, é dado pela estrutura, pelo sistema de televisão no Brasil e acho difícil imaginar a curto prazo qualquer mudança.

Imprensa - A implantação do "Projeto Folha" o transformou em alvo de muitas críticas. Você recebe essas críticas com mágoa ou indiferença?

Otávio - Eu conheço bem demais o processo que está por trás dessas críticas para recebê-las com mágoa.

Imprensa - Como você resumiria o que está por trás dessas críticas?

Otávio - São grupos de interesse que existiam e prosperavam dentro de formas de jornalismo obsoletas e o acaso quis que fosse eu quem desse, aqui, a espadada final.

Imprensa - Você vê futuro para a Nova República?

Otávio - Acho que essa estrutura chamada Nova República deve ficar aí por muitos anos. Quer dizer, sem juízo de valor.

Imprensa - Como você avalia o presidente José Sarney?

Otávio - Acho que em toda essa coisa democrática o Sarney teve uma influência importante, por ação e por omissão. E ele imprimiu um padrão protocolar que o cargo tinha perdido.

Imprensa - Você votaria nele?

Otávio - No Sarney? Não, eu não votaria.

Imprensa - Você votaria no Brizola?

Otávio - Não.

Imprensa - No Ulysses?

Otávio - Não.

Imprensa - No Lula?

Otávio - Dependeria muito das circunstâncias.

Imprensa - Você se identifica com o PT?

Otávio - Não, eu sou considerado meio arquiinimigo do PT nas redações. Mas agora... essas coisas têm voltas estranhas... muito do que o PT representa tem a ver, no plano mais estrito do jornalismo, com o que aconteceu aqui.

Imprensa - Você se identifica com algum partido?

Otávio - Não.

Imprensa - Já votou alguma vez para governador?

Otávio - Não.

Imprensa - Para prefeito?

Otávio - Não.

Não gosta muito de fazer jornal. Não gosta de futebol nem de carnaval. Gosta do Brasil.

Imprensa - Você acha o voto importante?

Otávio - Sim.

Imprensa - Qual o modelo político que você acharia ideal?

Otávio - Eu conheço pouco a vida nos outros países para dizer. Mas não gostaria de viver em outro país, a não ser no Brasil. Apesar de ter um estilo assim pessoal que não é muito o estilo brasileiro.

Imprensa - Você gosta de futebol?

Otávio - Não.

Imprensa - Você gosta de carnaval?

Otávio - Não.

Imprensa - Você gosta de fazer jornal?

Otávio - Não é das coisas que eu mais gosto de fazer. Acho frustrante a precariedade da coisa de jornal. Você se mata, se mata, e no dia seguinte abre o jornal e...

Imprensa - Por que você acabou se dedicando ao jornal?

Otávio - Porque eu conhecia muito como era o jornal e via, com muita clareza o que tinha acontecido com o jornal, o que estava acontecendo e o que tinha de ser feito com o jornal.

Por outro lado, frequentando a redação eu fui me envolvendo com as pessoas, já não conseguia mais considerar o jornal como uma coisa que não era mais minha responsabilidade.

Imprensa - Onde é que você aprendeu jornalismo?

Otávio - Eu aprendi aqui, com o Claudio Abramo.

Imprensa - Por que você fez a faculdade de Direito e não de Jornalismo?

Otávio - Eu fiz Direito porque não tinha muito claro o que queria fazer profissionalmente e não tinha idéia de me dedicar ao jornalismo.

Imprensa - Como foi esse aprendizado com o Claudio?

Otávio - Eu conheci o Claudio quando era pequeno, no começo da adolescência. Eu tinha 11, 12 anos. Eu vinha ao jornal, tinha alguns contatos com ele, depois mais tarde ele orientou uma porção de leituras, me deu uma porção de livros para ler...

Imprensa - Você se lembra de algum?

Otávio - Lembro que quando fiz 18 anos ele me deu os três volumes de **O Capital**, em francês, e me disse: "Agora você já é maior, já pode ler essas coisas". Porque antes ele se recusava a me dar livros que fossem controversos.

Imprensa - Você leu?

Otávio - Não, não li.

Imprensa - Você pretende ficar o resto da vida fazendo jornal?

Otávio - Eu não gostaria de ficar. Eu tenho idéia de retomar a carreira universitária que interrompi há quatro anos.

Imprensa - Mas será que esse caminho tem volta?

Otávio - Eu não tenho muito mais o que fazer, até porque não vou ser empresário. Não tenho o temperamento e o talento. Me atrapalho na hora de conferir o troco no cinema. Para o bem ou para o mal, não tenho nenhum talento para isso.

Imprensa - A alma empresarial da Folha é o seu pai?

Otávio - É.

Imprensa - Ele pressiona muito você?

Otávio - Razoavelmente.

Imprensa - O jornalismo para você é um meio ou um fim?

Otávio - É uma oportunidade que tive e que se eu tivesse vocação para engenharia, teria dispensado essa

Chegou a revista IMPRENSA

**Não é todo dia que
se tem uma boa
notícia como esta.**

A Andrade
Gutierrez acredita em talento e
profissionalismo. Por isso,
recebe com entusiasmo a notícia
do lançamento da revista IMPRENSA.
É bom saber que se pode
contar com um veículo
que analisa, discute

e valoriza o trabalho
dos profissionais de jornalismo,
relações públicas e publicidade e
destaca a importância da
comunicação nas relações
humanas, nas
empresas e na
sociedade.

IMPRENSA
jornalismo e comunicação



Tecnologia e humanismo para a
construção de um novo mundo.

oportunidade. Como ela passou na minha frente por acaso, e como além disso eu tinha temperamento para trabalhar nesse tipo de coisa, eu fiquei.

Imprensa - Você se considera um bom diretor de jornal?

Otavio - Me considero bem empenhado.

Imprensa - O fato de você não ter feito uma carreira normal dentro do jornal, não ter passado pela reportagem, pelas editorias, secretaria, está fazendo falta?

Otavio - Muito dessa experiência foi suprida pela minha convivência com o Claudio Abramo, e com outros jornalistas que exerceram influência sobre mim.

Imprensa - Como era o Claudio?

Otavio - O Claudio era uma pessoa muito reservada, sempre teve um tratamento muito profissional, praticamente nunca tive conversas pessoais com o Claudio. Ele era muito reservado, muito moralista.

Imprensa - Você acha que o "Projeto Folha" tem alguma coisa a ver com o Claudio Abramo?

Otavio - Olha, a contragosto dele, sim. Porque ele detestava. Achava um horror.

Imprensa - Como você resumiria a crítica do Claudio ao projeto que você implantou?

Otavio - Eu acho que tecnicamente ele achava ruim. E politicamente achava que o jornal estava virando um jornal de direita.



BEATRIZ ALBUQUERQUE/PRISMA

Imprensa - Você achava o Claudio um jornalista ultrapassado?

Otavio - Eu não sei o que ele faria se entregassem uma redação para ele, mas em termos de opiniões, de concepções, certamente. Ele próprio escreveu, meses antes de morrer, uma coluna onde, para minha surpresa, dizia: "os jovens hoje em dia acham que ser de esquerda ficou fora de moda...", e completava: "... sabe-se lá porquê". Vai saber por quê, mas é isso que está acontecendo. Ele era uma pessoa muito presa a certos valores até de natureza familiar. A coisa toda do socialismo, de fazer uma revolução no Brasil. Uma incompatibilidade tão grande em relação ao capitalismo e, ao mesmo tempo, uma impotência tão grande em fazer a revolução, tomar qualquer providência, a favor ou contra o capitalismo. E acho

**Fala do mestre
com o maior
respeito, com a
maior crítica.
O mestre:
Claudio Abramo.**

que esse tipo de problema foi se agudizando conforme ele foi sentindo perda de terreno dessas concepções em termos de opinião pública no Brasil e conforme o Brasil foi desenvolvendo um modelo cada vez mais enquadrado dentro da coisa capitalista. Ele era uma coisa dramática... uma coisa de impotência e de ver as coisas acontecendo, sei lá...

Imprensa - Ele era uma pessoa que você admirava?

Otavio - Muito. Nós tivemos problemas depois, ele atacava muito, não a mim, mas a equipe aqui.

Imprensa - O que você mais admirava nele?

Otavio - Era um conjunto de qualidades que fazia dele o maior jornalista que houve, talvez, no Brasil. ✕

Nas diretas, o salto

Os números não mentem. Mas a pergunta "Qual é o maior jornal do Brasil?" tem várias respostas. Considerando os totais mensais de circulação paga, por exemplo, a *Folha de S. Paulo* é a resposta certa, conforme dados do IVC - Instituto Verificador de Circulação.

Graças a uma agressiva estratégia de marketing, que hoje se apóia em comerciais de televisão e um slogan forte: - *De rabo preso com o leitor* - o jornal vem subindo firme nos gráficos. A virada começou na década de 70. Até então estava em segundo lugar, bem afastado do *O Estado de S. Paulo*, que tinha a seu favor a tradi-

ção da família Mesquita, um clã tão quatrocentão quanto as mansões da avenida Paulista.

A história da revolução da *Folha* passa pela agilíssima estrutura de distribuição montada por Otávio Frias - pai de Otavinho -, que fez o jornal chegar bem antes do concorrente nas bancas mais distantes do Estado de São Paulo.

Mas era preciso conquistar credibilidade e influência. E aos primeiros sinais de abertura política, o jornal passou a publicar, na página três, artigos assinados de homens da oposição e do governo.

O grande salto aconteceu com a campanha das diretas que o jornal encampou, já sob o comando de Otavinho. Sintomaticamente, os gráficos distribuídos pela própria *Folha* começaram exatamente em 1984 - ano da campanha.

A circulação paga, que em janeiro de 1984 era 17% superior à do *Estado* - 7.303.451 exemplares/mês, contra 6.255.553 - aumentou para 45% - 8.203.135 exemplares da *Folha* e 6.275.808 do *Estado*.

O que mais cresceu foram as assinaturas: de 66.489 em 1984, para 101.843 em 1986 só na capital. Nesse período, o *Estado de S. Paulo* obteve um aumento de 23,2% nas assinaturas. Na *Folha*, esse salto foi de 80,2%.

Um novo esquema de assinaturas, com prazos menores, mais compatíveis com a disparada da inflação, impulsionou as vendas ainda mais. Hoje, o leitor pode assinar a *Folha* por um, três, seis meses, ou um ano. O *Estado* seguiu o rival, mas não alcançou os mesmos resultados.



Pergunte a gaúchos e catarinenses como o mundo veio parar aqui.

A resposta será dada pela maioria dos leitores de jornais do Sul do País, leitores de Zero Hora e do Diário Catarinense.

Líderes em circulação nos seus Estados, contando com qualificadas equipes de trabalho nos diversos e importantes setores que com-

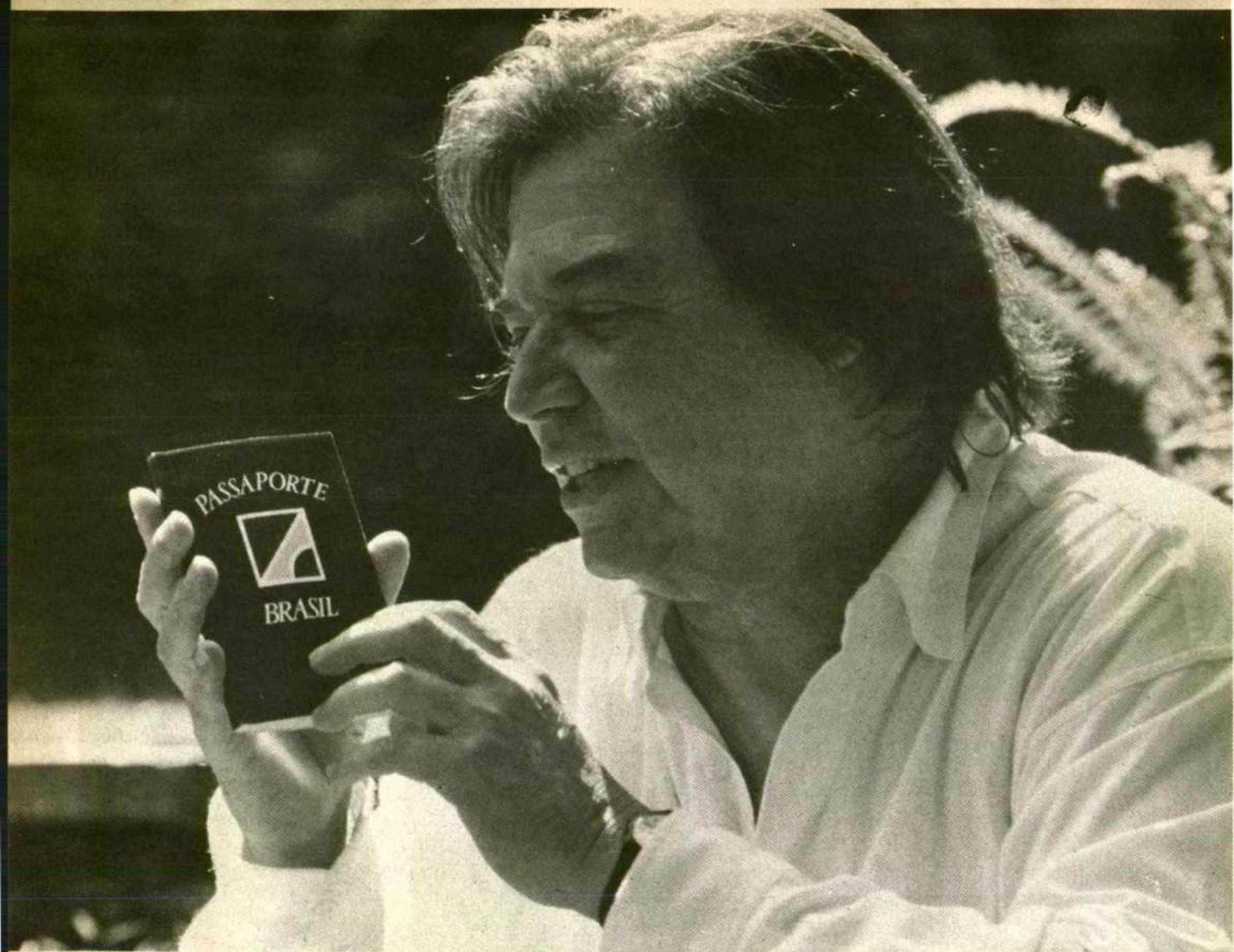
põem um jornal.

Veículos modernos, entre os mais bem equipados do País, acompanhando todos os passos e inovações tecnológicas, levando todos os dias um mundo de notícias para gaúchos e catarinenses.

**ZERO
HORA**

Diário Catarinense

RBS JORNAL



Eu conheço o mundo inteiro, mas é incrível a beleza do Brasil. Que mar, que rios, que florestas... Eu amo o Brasil. Tudo é bonito, tudo é musical. Brasil. Se todo o mundo fosse igual a você.

Antonio Carlos Jobim



Passaporte Brasil. Conheça o Brasil com todas as vantagens do mundo.

*Com o Passaporte Brasil, você tem 20% de desconto na passagem aérea, desconto em lojas, restaurantes, locadoras e assistência médica **Golden Cross**. Para ter direito a todas as vantagens do Passaporte Brasil, basta procurar seu agente de viagens, fazer seu roteiro e passar pelo menos três dias num hotel de qualquer estado brasileiro. Só isso é suficiente para você ganhar seu Passaporte e conhecer o Brasil com todas as vantagens do mundo.*

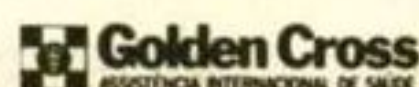
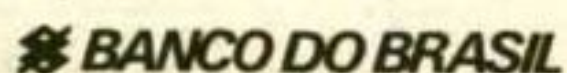
Procure o seu Passaporte Brasil nas Agências cadastradas na Embratur/ABAV.

Iniciativa:



Governo José Sarney

Apoio:



CREDIBILIDADE EM XEQUE



Em São Paulo, a maioria não acredita no que lê, vê e ouve.

A imprensa está mais preocupada em defender interesses de pessoas e grupos do que em informar. E para isso, distorce os fatos, altera a notícia. A opinião é da maioria dos paulistanos, ouvidos pelo Instituto Gallup especialmente para IMPRENSA no fim de agosto, na Grande São Paulo (ver quadro).

Os números variam de acordo com as classes e os veículos, mas, de um modo geral, a nossa credibilidade vai mal. A televisão e o rádio saem-se melhor do que jornais e revistas. Nem por isso conseguem ultrapassar os 50% de credibilidade. Quarenta e dois por cento dos pesquisados acham que o rádio está mais preocupado com a informação. E 44% acreditam que o rádio defende interesses, primordialmente.

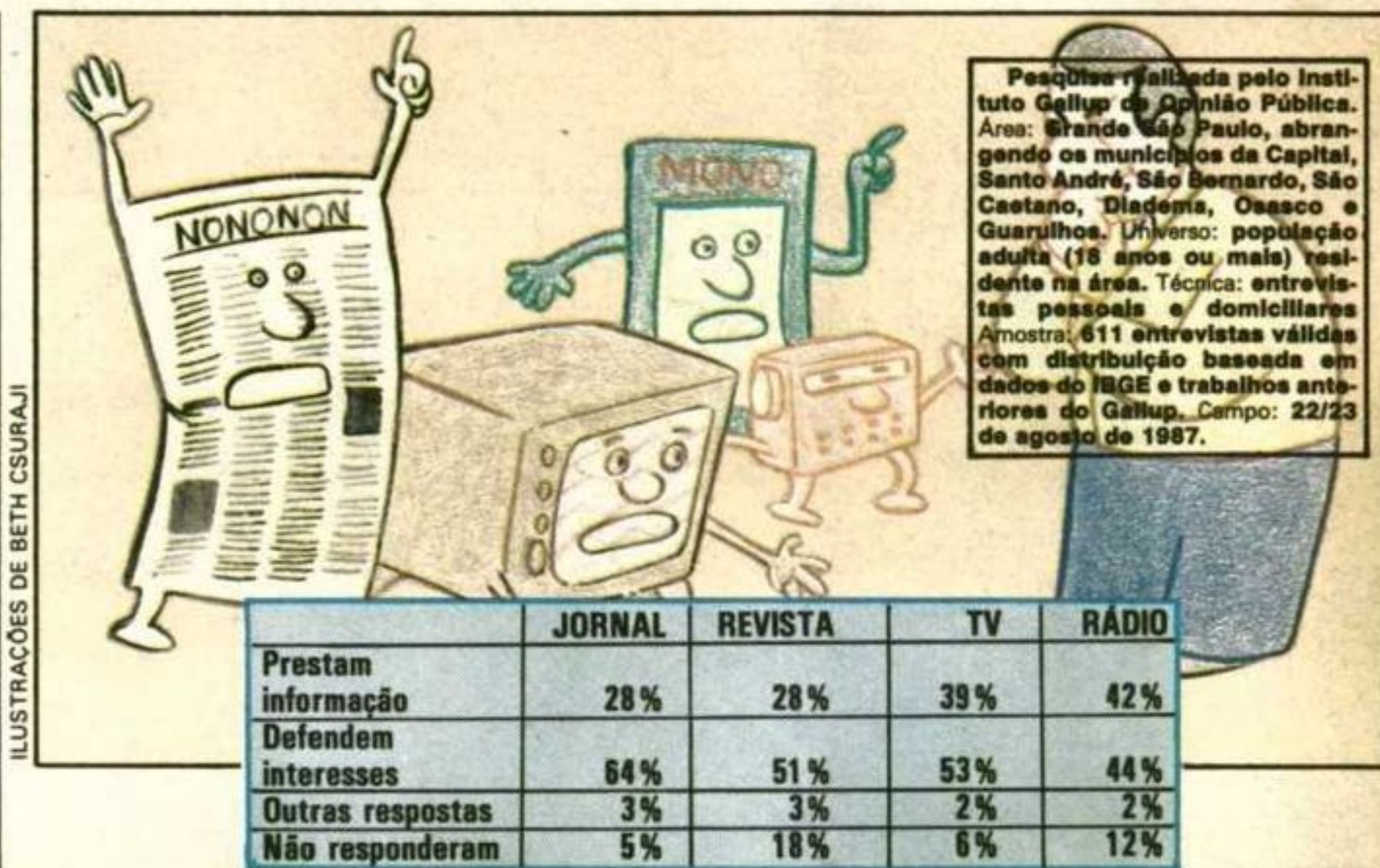
José Paulo de Andrade, diretor de jornalismo da Rádio Bandeirantes, ficou feliz com os números ligeiramente melhores do rádio. Ele diz que sua emissora funciona como porta-voz dos humildes - professores, aposentados, funcionários públicos:

- "Com isso ganhamos prestígio e confiança. Na época do Cruzado, fomos criticados pelos ouvintes, que não concordavam com o que dizíamos. Ameaçavam até mudar de estação. Hoje, sabem que a gente estava certo."

Em segundo lugar nesse ranking, vem a tevê. Ela é encarada como um veículo basicamente informativo por 39% dos entrevistados. Cinquenta e três por cento, no entanto, identificam interesses ocultos na telinha.

Esse descrédito é uma consequência da baixa credibilidade de todas as instituições nacionais, como o governo, o Congresso, o Judiciário. É o que pensa Celso Kinjô, editor regional de jornalismo da Rede Globo em São Paulo.

- "Esse descrédito acaba passando para a imprensa, que não está dando sua contribuição para reverter esse quadro. Ela deveria retomar seu papel de investigação. O jornalista não pode ser apenas o caudatário das ins-



**O preocupante descrédito:
nenhum veículo obteve sequer 50%
na pergunta um.**

tituições, tem que denunciar o que acontece."

Augusto Nunes, diretor da sucursal paulista do Jornal do Brasil, concorda com Kinjô e vai além. Fica irritado com os números específicos do seu meio.

Os jornais estão empatados com as revistas em terceiro lugar, com 28% de respostas positivas. O percentual dos que identificam a defesa de grupos nas matérias e fotos desses veículos varia, com alguma vantagem para as revistas: 64 contra 51%.

Nunes acha que a imprensa escrita não merece essa fama:

- "Por que tanta desconfiança, quando ela substitui a polícia, como no caso Baumgarten, ou até mesmo a Justiça, a exemplo do escândalo dos marajás? Isso me faz pensar, sem o menor constrangimento, no estilo Pelé: o povo não sabe ler."

Carlos Brickmann, diretor de redação da Folha da Tarde, de São Paulo, toma outro atalho. Ele reconhece que muitos jornais realmente defendem outros interesses, além da

informação precisa. Mas aponta o que considera uma falha na pesquisa:

- "Se o Correio Brasiliense publica matéria paga como reportagem, o que o Jornal da Tarde, de São Paulo, tem a ver com isso? A manchete do carioca O Dia tem a mesma credibilidade da do JB? Acho que a pesquisa não deveria generalizar tanto, falando de jornais, revistas, rádio e televisão, mas sim classificar os veículos em categorias mais definidas."

Carlos Matheus, diretor do Instituto Gallup, reconhece que a consulta foi genérica, mas argumenta:

- "Nesta pesquisa, o objetivo era avaliar a credibilidade da instituição Imprensa, da mesma forma que fizemos com o Congresso, por exemplo, sem levar em conta as diferenças de partidos ou de deputados e senadores. A Imprensa tem sido menos questionada do que qualquer outra instituição que ela critica. E nem sempre os resultados de uma pesquisa agradam aos envolvidos por ela. De modo

ILUSTRAÇÕES DE BETH CSURAJI



PUBLICAM OS FATOS:	JORNAL	REVISTA	TV	RÁDIO
Exatamente como acontecem	14%	13%	30%	27%
As vezes distorcidos	53%	45%	47%	48%
Sempre distorcidos	30%	20%	20%	13%
Não sabem dizer	3%	22%	3%	12%

A falta de fidelidade aos fatos: o maior índice da pergunta um é de 30%.

geral, quando um político vai bem numa pesquisa, acha que ela está certa. Quando vai mal, contesta a metodologia.”

Luciano Ornellas, diretor de redação de O Estado de S.Paulo acha que não há novidade nos números apurados pelo Gallup:

“O próprio Estadão encomendou uma pesquisa idêntica e constatou que a Imprensa tem mesmo uma má imagem junto à opinião pública. Não sei se a maioria da população está preparada para abrir um jornal. A rigor, só lê o título e o lead. Se o Brasil fosse um país desenvolvido, teria também uma imprensa desenvolvida. Pensam que o jornalista é um super-homem, mas ele é um produto do meio. Vejo isso até na minha família. “Como é”, perguntam, “o que mais existe sobre aquele fato, que vocês não deram?” Ora, se eu soubesse, estaria no jornal!”

O grau de precisão das respostas não foi uniforme: Os paulistanos sabem mais o que dizer em relação aos jornais e à televisão. Dezoito por cento dos consultados não sabiam o que dizer sobre as revistas e 12% ficaram na mesma posição em relação ao rádio.

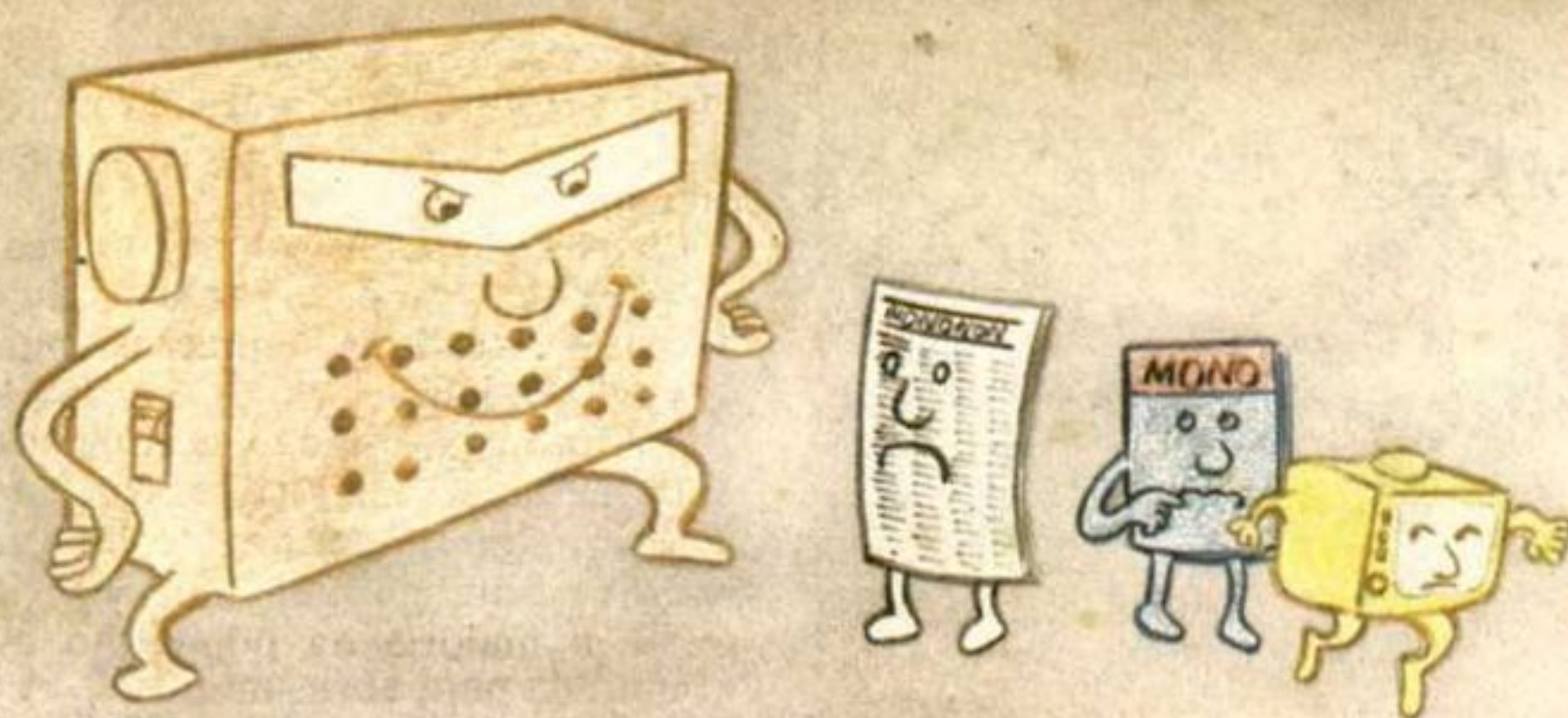
Thomas Souto Correa, diretor-

Cena 1

Madrugada.
Homem sem dinheiro, livra-se da “dor-de-cabeça” usando o Caixa-Ouro de plantão em uma farmácia.

Série	Número
X-271	990350
Pago a	
Data	
Saldo anterior	
Depósito	
Total	
Este cheque	
Saldo	





	Classe A		Classe B		Classe C		Classe D/E	
Prestam informação	Revista	36%	Rádio	34%	Rádio	44%	TV	48%
	Rádio	32%	Revista e TV	30%	TV	39%	Rádio	47%
	Jornal	28%	Jornal	29%	Revista	31%	Jornal	29%
	TV	24%			Jornal	27%	Revista	22%
Defendem interesses	TV	70%	TV	67%	Jornal	65%	Jornal	61%
	Jornal	66%	Jornal	66%	TV	53%	Revista	51%
	Revista	54%	Revista	55%	Revista	48%	TV	43%
	Rádio	49%	Rádio	53%	Rádio	44%	Rádio	40%

*A luta de classes:
os mais ricos confiam em revista;
os pobres, na tevê.*

superintendente adjunto da Editora Abril, que publica mais de 12 milhões de exemplares de revistas por mês, justifica essa insegurança:

“Não dá para generalizar em termos de Imprensa. Não vejo despençar a venda de nenhuma publicação. E mais: que grupos, que interesses está defendendo uma revista como a Capricho? Ou a Dados e Idéias? Que pessoas a Manequim pode beneficiar? O universo revistas é amplo demais.”

Desconfiados em relação a todos os veículos de comunicação, os paulistanos não têm dúvidas sobre a maneira pela qual jornais, revistas, rádio e televisão promovem os tais interesses, diz a pesquisa: pela distorção da notícia. Oitenta e três por cento acusam os jornais de alterarem os fatos, sempre ou às vezes. Para as revistas, esse percentual é de 65%. Na mídia eletrônica, a tevê lidera, com 67% e o rádio fica com 61% (ver quadro dois). Também nessa pergunta fica evidente a insegurança dos entrevistados sobre o rádio e as revistas. Não sei foi a resposta de 22% para revistas e 12% para o rádio.

O índice mais alto de exatidão completa ficou com a tevê: 30%. O rádio vem pouco depois, com 27% e jornais

Cena 2

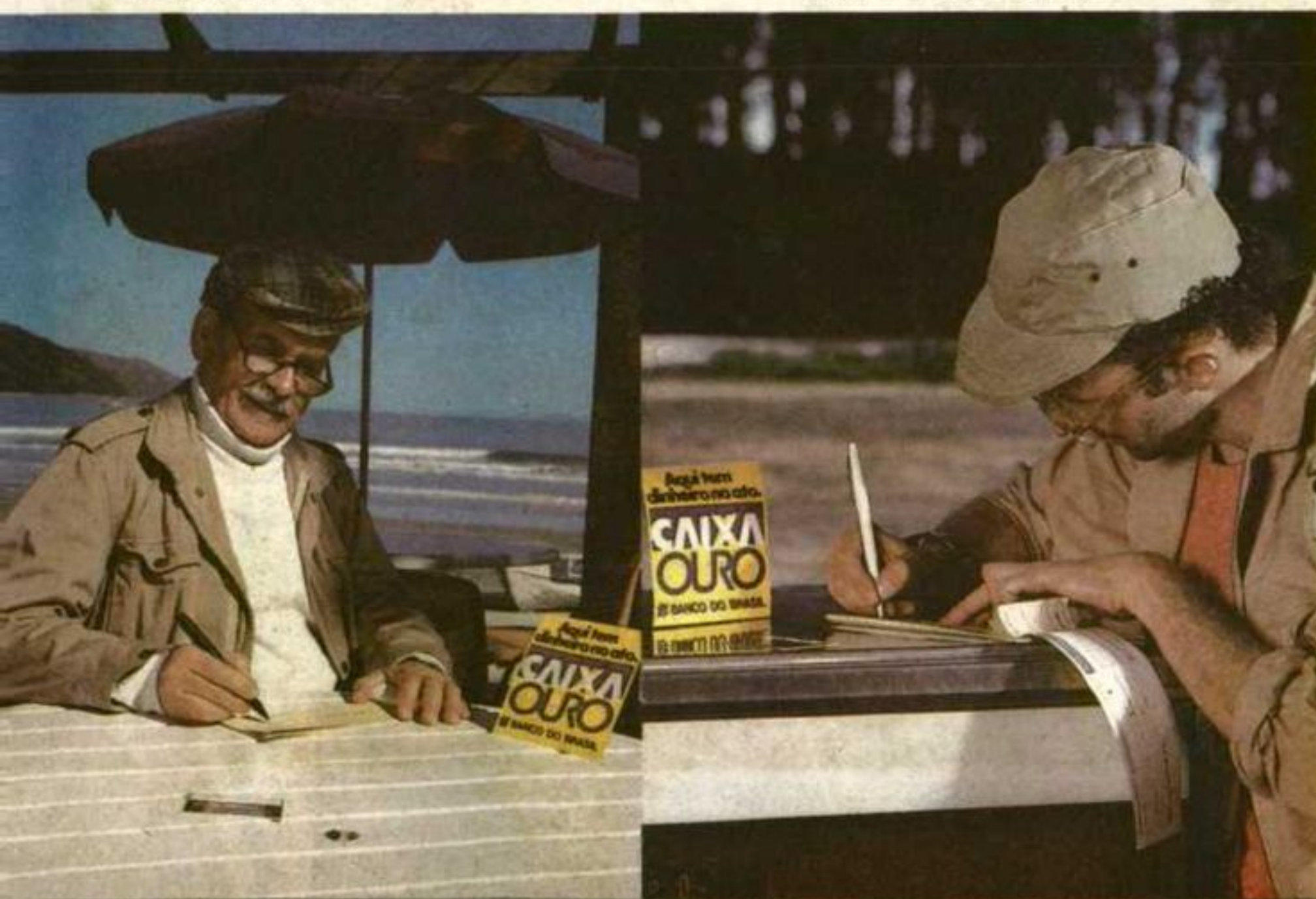
Entardecer.
Avô e Neto, sem sorte na pescaria, usam o Caixa-Ouro numa lanchonete e conseguem dinheiro para comprar uns peixinhos.

Cena 3

Amanhecer.
Ciclista viajante abastece seu bolso no Caixa-Ouro de um posto de gasolina, arruma a bicicleta mais adiante e viaja de bolso cheio.

Cena 4

Onde tem esta marca, tem dinheiro no ato.



Em todos os lugares onde o Caixa-Ouro está em cartaz, você desconta seu Cheque-Ouro sem fazer cena. No Brasil inteiro. No ato. Este é mais um serviço do Banco do Brasil a seus clientes de Cheque-Ouro.

NÃO MUDE DE CARRO. MUDE DE DÉCADA.



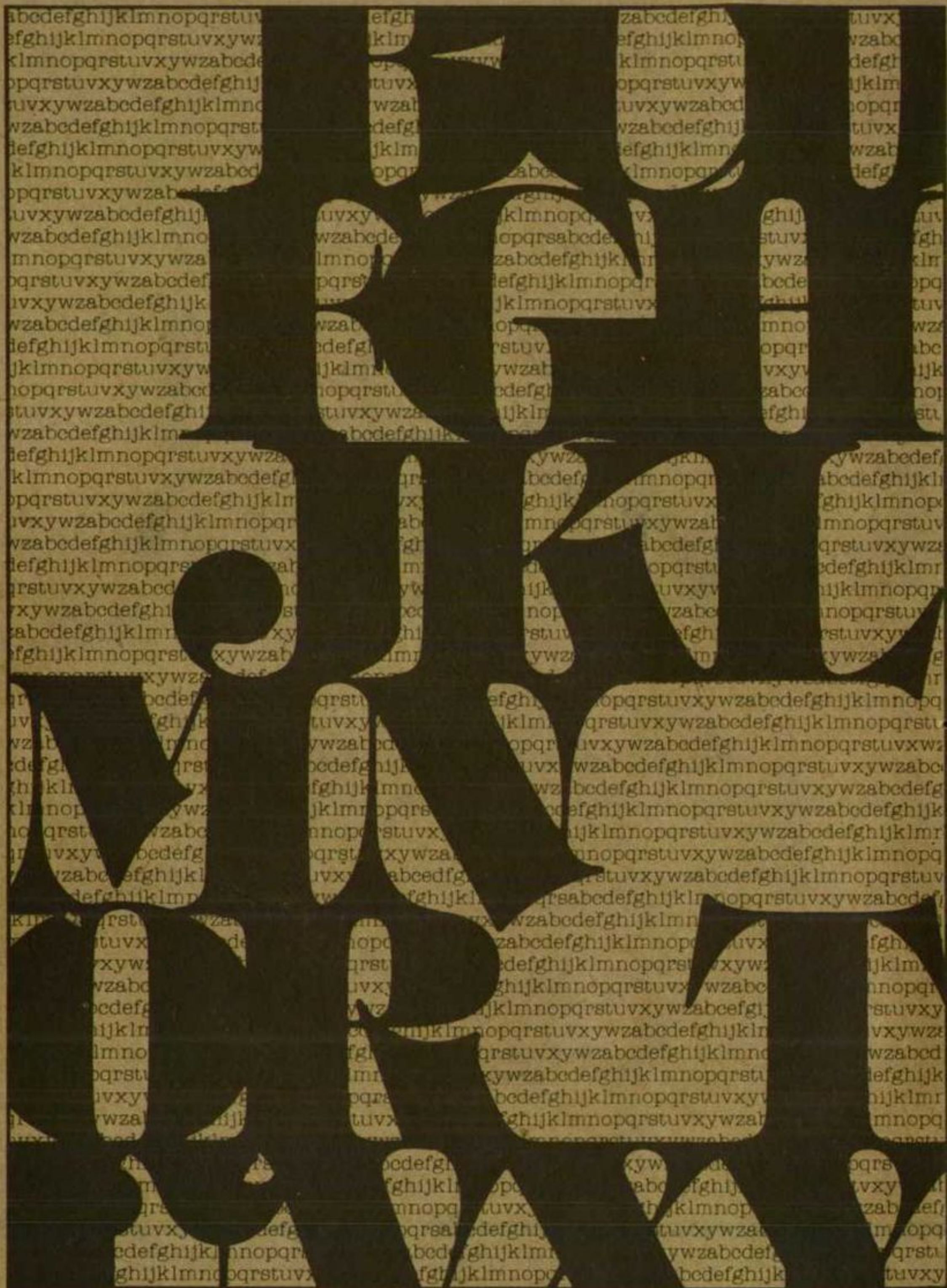
A Fiat revolucionou o estilo, a aerodinâmica, a estabilidade, a segurança, o espaço interno, a economia, o conforto, a visibilidade e a dirigibilidade. Dizer isso é fácil. Provar é difícil. Tire a prova: dirija um Fiat. Você vai descobrir toda a tecnologia de um carro

DRUM MOND

ENTREVISTA A GILBERTO MANSUR

ENCARTE ESPECIAL DE
IMPrensa N.º 1

Diante do universo, muitos homens param.
A Credicard S.A. oferece estes preciosos momentos com
o poeta e jornalista Carlos Drummond de Andrade.
Um homem que não parou, e com as pedras do caminho ordenou
o universo dos homens.



Das letras, Drummond capturou a essência.

[illegible]

CREDICARD

O poeta repousa tristemente a cabeça sobre as mãos postas e murmura: “Eu não sei o que dizer”. O jornalista baixa os olhos desajeitadamente para o gravador desligado e pensa: “Eu não sei o que dizer”.

Assim começa esta entrevista: com um longo silêncio do entrevistado, um longo silêncio do entrevistador. Pela cabeça de Carlos Drummond de Andrade, pela minha cabeça, certamente, só passava um pensamento: “Pedro Nava se matou”.

São 10 horas da manhã de uma segunda-feira, 14 de maio de 1984. Eu acabava de chegar para um encontro planejado com muita antecedência e ansiedade: ia entrevistar Drummond para a revista *Status*. No momento em que entrei no carro, na porta do hotel, ouvi pelo rádio a notícia absurda: Pedro Nava — provavelmente o maior amigo de Drummond — havia se matado.

Meu primeiro impulso foi faltar ao compromisso. Mas segui em frente, imaginando como ia encontrar Carlos Drummond de Andrade que, na véspera, pelo telefone, me falava entusiasmado de sua nova editora (a Record), de seu novo livro (*Boca de Luar*), de sua nova disposição de conversar.

Chego ao número 60 da rua Conselheiro Lafayette, em Copacabana, e me deparo com uma porta trancada e um interfone. Aperto, trêmulo, o botão ao lado do número 701, temendo ter, como resposta, apenas o silêncio. Mas, imediatamente, aquela voz inconfundível — tão fina e rouca, mas também tão segura e marcante — pergunta quem é. Identifico-me e o poeta passa a me dar prosaicas instruções: “Olha, Mansur, vou abrir, mas você primeiro puxa com força a porta pra fora e, então, empurra com firmeza, porque ela está meio enguiçada”.

Quase três horas depois, deixo o prédio com duas fitas gravadas e uma certeza: após aquele longo silêncio de indecisão e de perplexidade, Drummond decidira falar sobre temas que nunca havia abordado tão abertamente, como o sexo, o comunismo, o passado, o presente e o futuro. Um gesto de homenagem, talvez, ao amigo Pedro Nava. Um gesto de indignação contra o absurdo daquela morte.

Hoje, passados mais de três anos, apanho as fitas no meu ar-

quivo: vou remontar a entrevista, com tantas revelações que ficaram inéditas, para a IMPRENSA. E a voz do poeta agora morto, me emociona. Como me emociona a coerência de suas posições, mantidas até o fim da vida: “Não tenho nenhum espírito religioso, de modo que não pretendo socorrer-me na religião para me amparar quando eu sentir que estou morrendo”.

Relembro a presença constante, mas quase imperceptível, de sua filha Maria Julieta. Anotando, a pedido dele, os recados que chegavam insistentemente pelo telefone: “Pai, o Afonso Arinos já ligou três vezes”. E ele pedindo mais um pouco de paciência: ligaria para todos os amigos comuns dele e de Pedro Nava — assim que terminasse com a gente. Maria Julieta nos trazendo café e ele sugerindo: “Vocês não preferem um uísque? Tem aí”. Ou, então, na hora de tirar as fotos, procurando inutilmente os óculos — não queria ser fotografado sem eles — e pedindo emprestado os da filha: “Só para as fotos”.

Nessa entrevista — que teve a eventual participação do poeta Francisco de Paula Freitas — Drummond alterou estados de profunda prostração (como quando, por exemplo, relembrou passagens de sua vida com o amigo Nava) com momentos de surpreendente irreverência (quando narrou, por exemplo, o caso da repórter do *Pasquim*).

Com o coração, ao mesmo tempo, visivelmente apertado mas conscientemente aberto, não evitou nenhum assunto. E fez uma profunda profissão de fé no jornalismo: “Só me desviei para o serviço público porque o jornal não constituía um meio de vida satisfatório e porque tive a felicidade de encontrar trabalho junto a um amigo, que era o ministro Gustavo Capanema”. E confessou, apesar de todas as evidências em contrário, que se sentia mais jornalista do que poeta.

Essa entrevista tem, pois, uma pretensão: a de documentar temas polêmicos e inéditos da vida do poeta e jornalista Carlos Drummond de Andrade.

E esse entrevistador tem uma esperança: a de ter conseguido registrar a emoção que sentiu ao conviver com um homem da dimensão de Carlos Drummond de Andrade.

Gilberto Mansur



Drummond é parte inseparável de IMPRENSA n.º 1. Iniciativa da Fundação Villanova Artigas, apoio Credicard, edição Feeling Promoção Comunicação Ltda., com os benefícios da Lei Sarney.

“Eu fui jornalista desde rapazinho e é aí que eu me sinto muito bem, muito à vontade.”

Mansur - Suas crônicas saem quase diariamente em vários jornais. Você tem publicado mais livros de prosa que de poesia. Seria exagero afirmar que você talvez seja mais conhecido hoje, pelo grande público, como cronista do que como poeta?

Drummond - Eu não sei como encarar isso, pelo seguinte: todas as vezes que a imprensa se refere a mim, me chama de poeta; mas, na realidade, a minha produção jornalística é muito maior e incomparavelmente superior à de poeta. Me deram esse título de poeta quando, na verdade, eu sou é jornalista. Eu fui jornalista desde rapazinho, desde estudante e é aí que eu me sinto muito bem, muito à vontade. Fui chefe de redação de um jornal em Minas e fui redator de três outros jornais. Então, a minha vocação é mesmo para o jornal.

Mansur - Escrevendo crônicas você se sente, como disse certa vez, assim como se estivesse tomando o café da manhã com o leitor?

Drummond - É, a atitude do cronista deve ser essa, despreziosa, porque a crônica não é a coluna política, não é o editorial, não é a seção econômica, não é nada...

Mansur - É o que é, então, o cronista?

Drummond - É uma pessoa que se permite usar um tratamento mais coloquial, usar o pronome “eu” e contar como é que foi o dia anterior dele, sempre, naturalmente, relacionando um dado de vida pessoal com um dado de vida pessoal do leitor, de modo que aquilo que eu conto como tendo se passado comigo, possa ter se passado com qualquer leitor.

Mas, às vezes, esse “eu” é imaginário, falo de uma coisa que não aconteceu comigo mas que poderia ter acontecido. E eu acho que essa receita de crônica pode interessar ao leitor. Mas interessar relativamente, ele não vai guardar aquilo para reler no dia seguinte: aquilo é um elemento que ele tem para achar graça nas coisas, porque, durante o dia, ele tem outras preocupações.



Mansur - *Mas e as crônicas que vão para os livros? São as que merecem releituras?*

Drummond - O material que até hoje eu selecionei para livro é muito pequeno em relação ao que eu escrevi. São milhares e milhares de crônicas. Só no *Correio da Manhã*, eu trabalhei como cronista de 1954 a 68. Em 68, entrei para o *Jornal do Brasil*, onde estou até hoje. As que eu selecionei para livros são mesmo as que podiam resistir a uma leitura posterior.

Mansur - *E as suas crônicas surgem no momento em que você está escrevendo ou são planejadas com antecedência?*

Drummond - Existe um pouco de organização: durante a semana, eu presto atenção nos fatos para ver se posso aproveitá-los. Eu não tenho obrigação de falar sobre um caso imediatamente, porque, como escrevo dia-sim dia-não, muitos assuntos são furados. E, como escrevo também com certa antecedência, não posso comentar o fato em cima do dia em que está acontecendo ou lo-

go depois. Então, eu procuro colher alguns elementos durante a semana ou mesmo na hora de escrever. Mas o que me atrapalha não é a falta de assunto, é o excesso de assunto. Porque o jornal é um repositório imenso de assuntos.

Mansur - *E qual é o seu critério de seleção?*

Drummond - Eu fico com tédio de procurar no meio daquilo qual é o melhor, ou então tenho o desejo de fazer uma crônica abordando vários assuntos, mas aí fica mais complicado, porque você não pode dedicar a nenhum deles uma atenção menos superficial. Machado de Assis — acho que até hoje é o mestre da crônica brasileira, não foi suplantado por nenhum dos grandes cronistas atuais — costumava fazer uma crônica de mistura. Como se fosse um coquetel, um pout-pourri, pegava uma notícia internacional, uma notícia do interior de Minas, uma notícia literária e fazia uma coisa realmente muito hábil. Mas isso é mais difícil de fazer, é melhor a gente tocar num assunto qualquer.

“Tenho me recusado sempre a fazer coisas que contrariam a minha natureza.”

Mansur - Como é que você explica essa aparente contradição detendo, como disse, a vocação de jornalista — ser avesso a entrevistas?

Drummond - Há essa versão a meu respeito, mas ela não é muito exata não. Eu tenho um arquivo bastante grande, onde as entrevistas são muito numerosas, sabe? Apenas com o tempo e pelo fato de eu ter me profissionalizado como jornalista, tomei a decisão de não dar entrevistas sobre assuntos que eu abordasse normalmente na minha coluna. Então, a minha opinião em vez de ser dada a um repórter, num certo momento para um determinado número de leitores, fica sendo dada regularmente na minha coluna, durante anos e anos. Coluna na qual eu nunca me furtei a tratar de assunto que me parecesse de interesse geral e que me tocasse de qualquer forma. Mas eu tenho velhas pastas só de entrevistas e pronunciamento menores, opiniões.

Mansur - Mas devido à importância que assumiu, você

não se sente quase na obrigação de dar entrevistas?

Drummond - Atualmente, em função da minha profissionalização, ocorreu o seguinte: eu tendo passado agora pra uma editora que tem uma organização empresarial muito eficiente, não poderia deixar de atender à necessidade de divulgação do livro. Então, estou trabalhando para divulgar o livro de acordo com a editora (**N.R.: Editora Record**), que tem um processo de divulgação moderno e eficiente. Mas, fora disso, me eximo de dar entrevistas, também pelo fato da idade a que eu cheguei e que me autoriza a um certo repouso, a um certo recolhimento, não é? Não sou um homem público, sou um jornalista, não sou político, não quero reformar esse Brasil, não quero influir num sentido ou noutro, não quero fazer nenhuma campanha. Tenho me recusado sempre a fazer coisas que contrariam a minha natureza, o meu temperamento e a minha comodidade pessoal.

Mansur - Você diria que to-



das as coisas que tem a dizer são ditas nas suas crônicas e nos seus poemas?

Drummond - É, até nos poemas eu digo, não é? Quando quis protestar contra a inundação com a destruição de Sete Quedas, eu fiz o que me pareceu mais adequado às circunstâncias, eu me expressei em verso. A poluição do rio Tietê, eu também denunciei em versos, assim como a destruição do rio São Francisco que, devido ao desmatamento, vai baixando de nível. São circunstâncias nas quais me parece que a poesia pode ser aproveitada: ela tem um certo dom de vibração, de comunicação — intensa pela emoção — que, às vezes, a prosa não pode transmitir. Então, conforme a natureza do assunto, eu me manifesto através de uma ou outra forma. Mas, realmente, eu nunca me recusei a dar opinião. Agora, se me pedem opinião personalista, o que eu acho de fulano — a mim me desagrada isso, porque eu sou obrigado a dizer, às vezes, que não penso bem de uma pessoa. E por que motivo eu vou magoar alguém? Eu não gostava

que a pessoa dissesse isso de mim. Eu acho que o personalismo deve ser evitado. Deve-se criticar a pessoa, se for o caso, pelo que ela representa, pelas idéias...

Mansur - Essa sua postura com relação a entrevistas vale também para noites de autógrafos? Ou seja: você procura evitar esse contato direto com o público?

Drummond - Tenho uma certa experiência penosa com noite de autógrafo. Não que houvesse nada de realmente desagradável, mas é pela minha incapacidade de ser bom autógrafo. Troco os nomes, fico perplexo, deixo de conhecer pessoas que são minhas conhecidas há muito tempo, não sei se algum sobrenome se escreve com dois "enes" ou com dois "emes", se tem Y ou K. E também, a essa altura da vida, não posso dizer que eu tenha uma resistência física imbatível: certa vez, já fiquei das sete da noite a uma da manhã. Não é mole, não é?

Mansur - Ao longo dessa

*“É uma questão de
formação, não assimilo certos
gostos modernos.”*

conversa, você tem usado expressões como “não tenho cintura” ou “não é mole”. Como é que você encara a gíria, a linguagem popular?

Drummond - Eu uso a linguagem corrente. Não chego a certos exageros, como, por exemplo, quando dizem “fulana é uma puta mulher” no sentido de que é uma grande mulher. Acho isso de mau gosto. Também “encher o saco” não gosto não, e “porra” eu não falo. Mas o mais eu falo, essa linguagem comum, “é legal”, “tá na cara”, coisas assim.

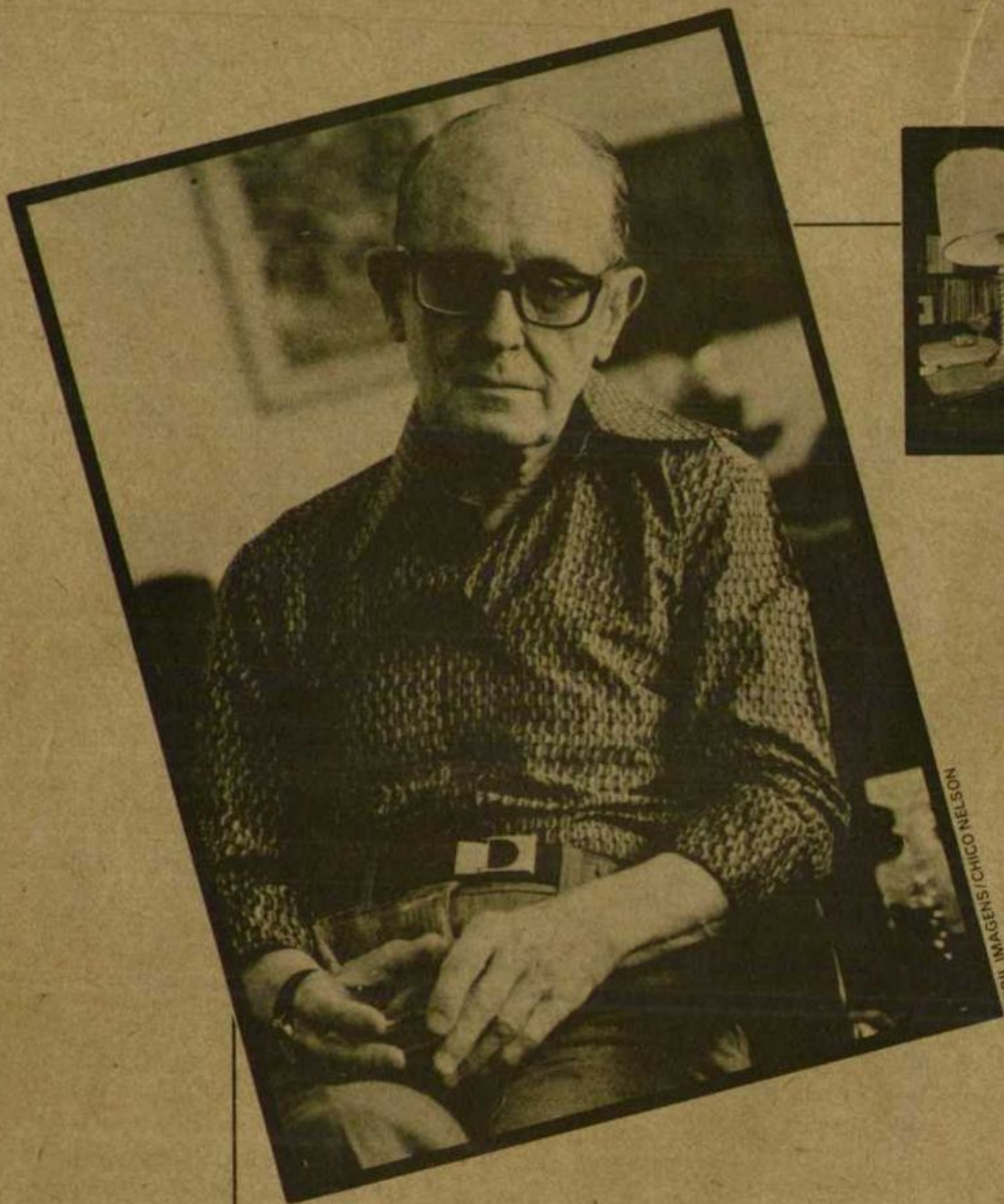
Mansur - Você domina bem a gíria?

Drummond - Não, uso a gíria modesta. Aí é uma questão de formação, de gosto. Realmente, eu não assimilo certos gostos modernos. Eu vejo, hoje em dia, as mulheres dizerem, com ampla liberdade, assim: “Puxa, que tesão eu tenho por ele”. “Eu tenho um tesão formidável”. No meu tempo, tesão era feminino, agora imagino que seja masculino, porque realmente... Mas há a tesão feminina também, não é? E, fi-

nalmente, há casos até em que a pessoa fala assim: “Ah, eu chupava o pau dele”, assim com a maior calma: “Se ele deixasse, eu chupava o pau dele”...

Mansur - Mas você ouve isso com frequência?

Drummond - Eu vou dizer... eu ouvi isso de uma mulher, uma senhora que me telefonou dizendo que era jornalista mas estava desempregada, estava sem função e queria voltar à vida jornalística. Então, ela procurou o Jaguar, no *Pasquim*, e disse a ele que queria trabalhar. O Jaguar disse a ela: “Se você trazer uma entrevista do Drummond, eu arrango o emprego para você.” Eu não conhecia essa mulher e ela disse: “Aqui é fulana de tal, tenho tal idade, sou assim assim, sou bonita etc... E vou te dizer uma coisa” — me chamou logo de você: “Se você me der uma entrevista e, se for preciso, eu chupo o seu pau para você me dar uma entrevista”. E eu disse: “Olha, não vale a pena...” e mais aquela coisa toda, que não tem a menor importância,



ABRIL IMAGENS/CHICO NELSON

O poeta e a tristeza,
o poeta e os livros,
o poeta e a praia,
Drummond e Julieta.



ABRIL IMAGENS/ROGÉRIO REIS



ABRIL IMAGENS/RICARDO CHAVES



ABRIL IMAGENS/ROGÉRIO REIS



ABRIL IMAGENS/ROBSON DE FREITAS



bobagem uma coisa dessas, eu não dou mesmo entrevista.

Mansur - *Você acha que isso era, digamos, uma "instrução" do Jaguar?*

Drummond - *Aí eu falei com o Ziraldo, que nesse tempo trabalhava no *Pasquim*. O Ziraldo riu muito e disse: "Ah, é fulana de tal, ela é muito desbocada e, naturalmente, o Jaguar disse isso mesmo para ela, sabendo que você não dava entrevista".*

Mansur - *Você tem falado bastante em erotismo ultimamente, não tem?*

Drummond - *É, ainda ontem, na televisão, eu falei. Basta lembrar o meu amigo Nava que defendia logicamente, com argumentos intelectuais e filosóficos, a validade do erotismo. Sem erotismo, não existe vida, nós não estaríamos aqui conversando, ninguém estaria, não é? O erotismo é uma condição essencial à natureza humana e tão respeitável como outra qualquer. Apenas eu acho o seguinte: há uma distinção nítida, absoluta, entre erotismo e*

pornografia. Eu sou erótico, não sou pornógrafo.

Mansur - *E seu misterioso livro de poemas eróticos?*

Drummond - *Eu tenho um livro chamado O Amor Natural (N.R.: ainda inédito) que é de poemas eróticos. Eu não o publiquei até agora por um natural recolhimento, porque esses poemas abrangem uma faixa muito longa de vida, não são de hoje. E, a princípio, houve um retraimento, não havia condições para isso no Brasil. Então, isso iria chocar, iria fazer, de mim, uma falsa imagem: eu não sou um indivíduo devasso, sou comum, como um outro qualquer.*

Mansur - *Mas, atualmente, com a chamada abertura, esse problema deixou de existir, não é?*

Drummond - *Ultimamente, eu não publico por outra razão: eu acho que houve uma carga tal de erotismo no Brasil que degenerou em pornografia e que torna difícil você apresentar um livro de poemas eróticos com toda a espontaneidade,*

*“O receio da gente é
até passar como heterossexual e
ser considerado careta.”*

com toda a pureza. Começa pelo nome: O Amor Natural. Não é o amor sexual no sentido absoluto, é o amor em que as coisas do sexo estão apresentadas com toda naturalidade e com uma linguagem tanto quanto possível correta. Eu não uso nenhum palavrão, não uso palavras que se usam na linguagem falada. Então, é a reabilitação do amor natural, abrangendo não só um sentimento, digamos espiritual — embora essa palavra não signifique grande coisa — como o sentimento físico de atração pelo sexo oposto.

Mansur - *E há outro tipo de manifestação sexual em seus poemas?*

Drummond - No meu livro erótico não há o amor homossexual ou o amor transexual, bissexual. Não, é uma experiência que eu não tive e que hoje, parece, está muito na moda, não é? O receio da gente é até passar como heterossexual e ser considerado um indivíduo careta, não é? Então, o meu livro — e eu não quero julgá-lo do ponto de vista literário, de

qualidade — eu acho que é um livro que tem a sua dignidade e eu não quero que ele apareça nessa confusão de coisas em que... Apareceu aqui uma senhora, uma poetisa, veio aqui em casa e me mostrou o livro dela. Eu abri uma página ao acaso, era uma moça distinta e dizia assim, “a minha bocetinha...”, falava assim...

Mansur - *Seria o caso, então, de esperar passar essa onda para publicar o seu livro erótico?*

Drummond - Eu não tenho muito tempo para esperar. Eu guardo esse livro: talvez um dia ele seja publicado. Eu tenho publicado esporadicamente alguns poemas, eles não são nada demais. Mas, assim, um ou outro, eventualmente. Agora, como livro mesmo, aí já tem um outro peso, uma outra densidade, e eu acho melhor não publicar. Para minha tranquilidade. Não é o meu medo: isso eu fiz, eu não recuso, não nego, não tenho vergonha de ter feito, mas apenas acho que não é interessante para mim entrar nessa onda.



Mansur - Será por isso que esse seu lado erótico nunca aparece em suas crônicas?

Drummond - Em crônica, é diferente. Certa vez, num jornal, eu escrevi a palavra bunda e foi cortada, a palavra só podia ser traseiro. Agora, depois disso, já vi muito, em jornal, essa palavra.

Mansur - O cronista Rubem Braga manteve durante muitos anos, na revista *Manchete*, uma seção intitulada "A Poesia é Necessária". Depois, numa crônica de 1957, ele conta que "houve mudança na direção da revista e fui informado de que a poesia não era mais necessária". E hoje, poeta, na década de 80, a poesia é necessária?

Drummond - Para mim, ela foi necessária e ainda é necessária, porque é uma atividade da minha vida, escolhida por mim, praticada por mim, sem interferência de ninguém. Ela não obedece a nenhuma interferência: eu não sou um profissional da poesia, eu convivo com ela por uma necessidade de expressão, até mesmo para

fins terapêuticos, digamos: conflitos psicológicos, problemas, inquietações, dúvidas que eu tive... Então, eu acho que, na minha vida, a poesia foi uma espécie de terapia, porque eu tive uma infância mais ou menos insegura e uma mocidade também inquieta, e a resposta que eu procurei achar para os meus problemas foi esta: manifestar-me em versos, com a liberdade que o Modernismo estava me assegurando. Porque, quando eu comecei, o Modernismo já tinha se manifestado. Então, eu tive assim uma certa liberdade, uma certa ausência de disciplina, que permitia me manifestar em verso de uma maneira não formal, uma maneira que não era a oficial existente no Brasil. Com isso, então, eu senti que à medida em que eu ia escrevendo, eu me sentia, não digo com os problemas resolvidos, mas me sentia um pouco aliviado.

Mansur - Não havia, então, a preocupação de ir compondo uma obra literária?

Drummond - Devo dizer que eu não tinha, realmente, preo-

*“Eu nunca pretendi
assumir uma atitude de poeta na
vida, pelo contrário...”*

cupação literária, no sentido estrito de fazer uma obra literária, de ser um poeta com livro publicado. Tanto assim que eu só publiquei o meu primeiro livro com 28 anos de idade, não tive pressa disso. Eu acho que há uma diferença entre o literato, o escritor propriamente dito, que planeja uma obra escrita, que trabalha para ela, que se documenta, que se informa, que pesquisa para realizar determinados trabalhos, e a figura do poeta que eu fiquei sendo, uma pessoa que se manifesta em versos, mas sem um programa.

Mansur - Mas, profissionalmente, como é que era, e é, seu relacionamento com a poesia?

Drummond - Eu nunca pretendi assumir uma atitude de poeta na vida: pelo contrário, minha vida foi bastante simples.

Mansur - Você diria que foi simples por opção, por destino, por necessidade?

Drummond - Como eu não tinha assim muita habilitação técnica para nada, não era bom

estudante, não fiz nenhum curso superior que me habilitasse a exercer alguma profissão, então eu fui funcionário público. A minha vida foi a de um funcionário público, talvez um pouco especial porque nunca trabalhei, propriamente dito, na repartição, assim, em termos de rebanho. Eu fui um auxiliar de meus amigos, a começar pelo dr. Capanema (N.R.: **Gustavo Capanema, ministro da Educação e Saúde Pública de Getúlio Vargas**), com quem eu lidei três anos em Belo Horizonte e 11 anos no Rio de Janeiro. Era um amigo meu, que me chamou para ajudá-lo, um companheiro de colégio, e as relações que nós tínhamos eram as mais naturais possíveis, não havia uma atitude de disciplina, de obediência, de respeito nem de severidade. Nós nos entendíamos muito bem.

Mansur - Como é que você conciliava sua “vida simples” com essa proximidade do poder?

Drummond - Eu acho que posso dizer que passei minha vida sem ter relacionamento



com o poder, porque a minha função era burocrática, não política, e era diretamente ligada a um amigo. O chefe de gabinete que eu fui, em 1934, e até 1945, era um servidor que não tinha o nome de funcionário público, era um auxiliar do ministro, que ele designava, por intermédio de uma portaria, para exercer funções de assessor dele. Essa pessoa não tinha vínculo funcional, o seu tempo de serviço não era contado, não se cogitava de aposentadoria, não havia direito de férias nem nada. Sobretudo, o meu cargo não era de nomeação pelo presidente da República. Hoje, parece que não existe mais isso, todos os auxiliares têm seus nomes primeiro passados em revista pelo SNI e depois vão ao presidente da República, de modo que não há mais a figura do homem de confiança de um ministro que não seja da confiança do presidente.

Mansur - *E como era seu trabalho com o ministro Capanema?*

Drummond - Eu considero

minha colaboração até boa, não estou querendo me negar, reduzir o trabalho que eu fiz, mas eu não estava habilitado a prestar colaboração técnica ou política. Então, o que eu fazia era apenas no sentido de pegar uma pilha imensa de processos e prepará-los e resolver questões internas de relacionamento com deputados, com pessoas postulantes.

E ele tinha bastante confiança em mim, chegando ao ponto muitas vezes — porque ele não tinha tempo de despachar o expediente — de eu usar a assinatura dele. Eu imitava bem a assinatura dele, que não era difícil. E então eu mesmo referendava os decretos. Era Getúlio Vargas e Gustavo Capanema, sendo que Capanema era, na verdade, Drummond. Isso foi feito sem eu pedir licença a ele, mas com observação dele, porque o ministro era muito atento.

Mansur - *E nunca houve nenhum problema?*

Drummond - O ministro chegou a ter oportunidade de verificar que eu fazia isso, pelo me-

*“Aquilo que é legal as
pessoas reivindicam, não há
necessidade de pedir.”*

nos uma vez. Foi quando um deputado, que tinha pedido a ele uma coisa e ele tinha prometido atender, chegou ao Ministério muito zangado, dizendo que tinha recebido uma carta do ministro negando aquilo que tinha prometido. Essa carta tinha sido assinada por mim, na maior boa fé, porque era uma carta, como geralmente toda carta do tipo, que dizia o seguinte, dizia aquilo que mais se escreve, mais se diz numa repartição pública, pelo menos no meu tempo: “Não pode, por falta de apoio legal”. Realmente ele pediu uma coisa que não podia, deputado tem uma clientela muito grande de pessoas, seus eleitores, a quem eles querem servir, então pedem isso, pedem aquilo, pedem a Lua, pedem tudo. E geralmente, pedem aquilo que não precisam pedir, que não podem pedir porque não é legal. Aquilo que é legal, as pessoas reivindicam, não há necessidade de pedir.

Mansur - *E o ministro foi obrigado a atender ao pedido do deputado?*

Drummond - Bom, o deputado chegou furioso, achando que o ministro tinha sido incorreto com ele, tinha faltado com a palavra, aproximou-se e eu o introduzi no gabinete. O ministro olhou para aquilo, viu a qualidade da assinatura e disse: “Isso deve ser coisa do Drummond.” Mas, realmente, ele não atendeu ao deputado. Não podia, havia essas coisas: quando a lei diz taxativamente que isso não é pra ser, acabou. Não há força de ministro, isto é, pelo menos não havia naquele tempo. Havia uma Constituição, a de 34, votada por uma Constituinte, e obedecida pelos órgãos do governo.

Mansur - *E com a Constituição de 37?*

Drummond - Mesmo com a Constituição de 37, que foi uma Constituição outorgada pelo governo, que era uma Constituição fascista, as normas regulamentares do funcionalismo público prevaleciam. Até com mais rigor: foi nesse período que o governo deu ao Dasp (Departamento Administrativo dos Serviços Públicos)



uma autoridade enorme para regular todas as relações oficiais. Então, aquilo que era controlado pelo governo politicamente, era controlado administrativamente pelo Dasp. E nós não podíamos fugir daquele esquema. Agora, o que eu quero dizer é isso: eu não tinha nenhuma participação política nem técnica no ministério.

Mansur - *Mas, politicamente, como é que você se definiria naquele tempo?*

Drummond - Politicamente, eu me considerava um homem simpatizante da esquerda, porque minhas idéias evoluíram para isso. Quando criança, sem ter nenhuma informação correta sobre as coisas, eu simpatizava muito com o Anarquismo.

Achava a anarquia um sistema ideal porque prescindia de autoridade, prescindia de comando, havia um entendimento geral, mas ou menos como a utopia comunista de extinção das classes. É uma utopia, porque nós vemos até hoje que as classes não se extinguíram. Na União Soviética, existe até uma nova classe que não existia an-

tes. Mas eu vivia aqueles tempos de namoro geral da *intelligentzia* brasileira com a esquerda

Mansur - *E o que era exatamente para vocês, a esquerda?*

Drummond - Nós não tínhamos informações muito seguras do que se passava na União Soviética. Tínhamos a imagem do capitão Luís Carlos Prestes, realizando prodígios de técnica militar, de bravura pessoal, atravessando os sertões do Brasil, combatendo uma força militar muito maior, muito mais bem equipada que a dele. O Cavaleiro da Esperança era uma figura mítica que exercia sobre nós uma grande fascinação. Até hoje, considero Luís Carlos Prestes o grande mito brasileiro: dedicou sua vida toda a uma coisa que nós chamamos de ideal e que ele não chama, porque ele não é idealista, no sentido filosófico da palavra. Mas não há nada mais ideal que uma pessoa passar sua vida assim, renunciar a promoção no Exército, deixar de ser um marechal reformado para ser um homem persegui-

*“Nunca fiz parte
do Partido, mas fui um
namorado muito próximo...”*

do, combatido, torturado como ele foi.

Mansur - *E o que, na sua opinião, faltou a Prestes?*

Drummond - O que faltou ao nosso capitão Prestes foi realmente o engenho político: ele não teve a malícia e a segurança profunda que o pudesse orientar e ao Partido Comunista — que sempre foi um partido muito fraco — no sentido, não digo de alcançar o poder, o que eu acho realmente muito difícil, mas no sentido de ser uma força mais preponderante no equilíbrio de forças do país.

Mansur - *E a participação pessoal do poeta Drummond nisso tudo?*

Drummond - Nessa qualidade, eu fazia meus versos de esquerda, porque havia também, delineando-se a partir de 39, essa situação terrível da Segunda Guerra Mundial em que as forças nazistas e fascistas ameaçavam tomar o mundo. Então, naturalmente, nós estávamos contra o Eixo. Era mais um elemento que nos aproximava dos russos: foi uma coisa natural, a

própria Inglaterra, país extremamente conservador, se aliou aos russos. Então, eu fiz poemas, por exemplo, sobre a resistência de Stalingrado, que não podiam circular legalmente, não podiam ser publicados em nenhum jornal do País devido à censura, mas que circulavam em cópias de mimeógrafo em vários Estados. Eu era, então, um elemento nitidamente de esquerda.

Mansur - *Mas chegou a fazer parte do Partido Comunista?*

Drummond - Nunca fiz parte do Partido Comunista, mas fui um namorado muito próximo dele. Eu cumpri tarefas que os comunistas cumprem. Apenas não me engajei porque, conhecendo o meu individualismo, talvez um pouco exacerbado, achei melhor dar a minha adesão aos ideais comunistas na prática, sem me comprometer entrando para os quadros partidários. Eu fui muito solicitado e, na mesma ocasião, também foram solicitados o Oscar Niemeyer e o Portinari. Lembro-me de uma reunião na casa do Portinari, em que esta-



va o Pablo Neruda, e em que se falou muito nisso. Oscar estava indeciso, ele não sabia se tomava essa atitude; mas tomou e, galhardamente, até hoje, ele mantém as suas convicções. Portinari também, que era muito esperto, muito vivo, ele tinha aquele senso do caipira, que vê as coisas com malícia, coisas que, às vezes, a gente não enxerga. Ele, então, relutou também, mas acabaram entrando os dois; eu não entrei.

Mansur - *Havia algum medo secreto, algum receio, alguma desconfiança mineira com relação ao Partido?*

Drummond - Uma das coisas de que eu tinha medo, me enfiando no Partido Comunista, era uma coisa até ingênua, boba, mas eu confesso que influenciou: era o medo de sair de madrugada, pela rua, pregando cartaz. Eu não me achava habilitado a isso. Não é o problema material, de cola e papel. É que, para mim, pessoa tímida, retraída, com certa dificuldade de comunicação verbal, não era uma coisa boa, não é? Já não havia o receio de

ser preso, como um amigo meu foi na ocasião: era o fato de aquilo não se ajustar à idéia que eu fazia de mim mesmo. Então, eu tive o bom senso de não entrar para o Partido, mas manifestei o maior fervor pela situação dele e fui convidado para ser um dos diretores do jornal. Eu fui, durante três meses, em 1945, diretor desse jornal, a *Imprensa Popular*.

Mansur - *Qual seria, na sua opinião, um bom partido para o Brasil de hoje?*

Drummond - Um partido socialista, eu acho que é uma pedida não só para o Brasil, mas para o mundo todo. Não há outra solução. As contradições do capitalismo são de tal natureza que, creia, cada vez mais se acentua isto: um grupo muito pequeno de privilegiados e uma massa enorme de desgraçados e abandonados que não têm condições de viver. Então, a tecnologia não serviu ao País, ou não serviu ao mundo, para melhorar a sorte do homem. Pelo contrário, a tecnologia separou mais, porque há as pessoas que dispõem de recursos

*“Um escritor não é
um homem que tenha segurança
consigo mesmo”*

para gozar de todos os benefícios da tecnologia e há aquelas que estão cada vez mais desamparadas. Quando se fala que há no Brasil uma coisa chamada salário mínimo, que não dá para nada e ainda se sabe que grande parte dos trabalhadores brasileiros não tem nem salário mínimo, a gente fica desolado, não é?

Mansur - Você gostaria de falar de algumas outras coisas que o deixam desolado e, por outro lado, de coisas que, eventualmente, o deixam animado?

Drummond - Nesse momento, eu não teria condições. A vida é tão complexa, é tanta coisa, como é que eu podia imaginar que um amigo com quem eu estive no sábado, anteontem, numa roda de amigos, e que perguntou quando iria ao ar minha entrevista na televisão que ele queria ver, ia desaparecer, de repente, dessa maneira?

Mansur - Como é que você vê a posição de um escritor, um intelectual que determina sua própria morte?

Drummond - Acho que o escritor é um homem como outro qualquer, que sofre das mesmas depressões, tem as mesmas angústias, os mesmos problemas dos outros. Talvez a atividade intelectual o torne ainda mais vulnerável, mais sujeito a depressões, porque um escritor não é um homem que tenha segurança consigo mesmo, um homem que saiba que é um bom escritor. E, se ele tem consciência de que acertou como escritor e de que fez obras boas, porque foram consagradas pela opinião pública, pela crítica, ele não sabe até que ponto poderá continuar a fazê-las. Ele pode sentir a decadência, ele pode sentir que já não é mais aquele homem. Então, é uma situação conflitiva e dramática, que faz com que ele possa admitir a hipótese de autodestruição. Mas eu acho que qualquer pessoa no mundo está sujeita a esse impulso.

Mansur - E você vê alguma forma de conter esse impulso?

Drummond - Me parece que, no caso, a salvação é estar ao lado dele, naquele momento,

um amigo que o desvie daquele impulso. Raramente o suicídio é preparado, alimentado. O suicídio é uma atitude de desespero que a pessoa toma, ou então uma decisão fria, que a pessoa toma quando acha que não vale a pena viver, por um motivo qualquer. Por uma doença, por exemplo.

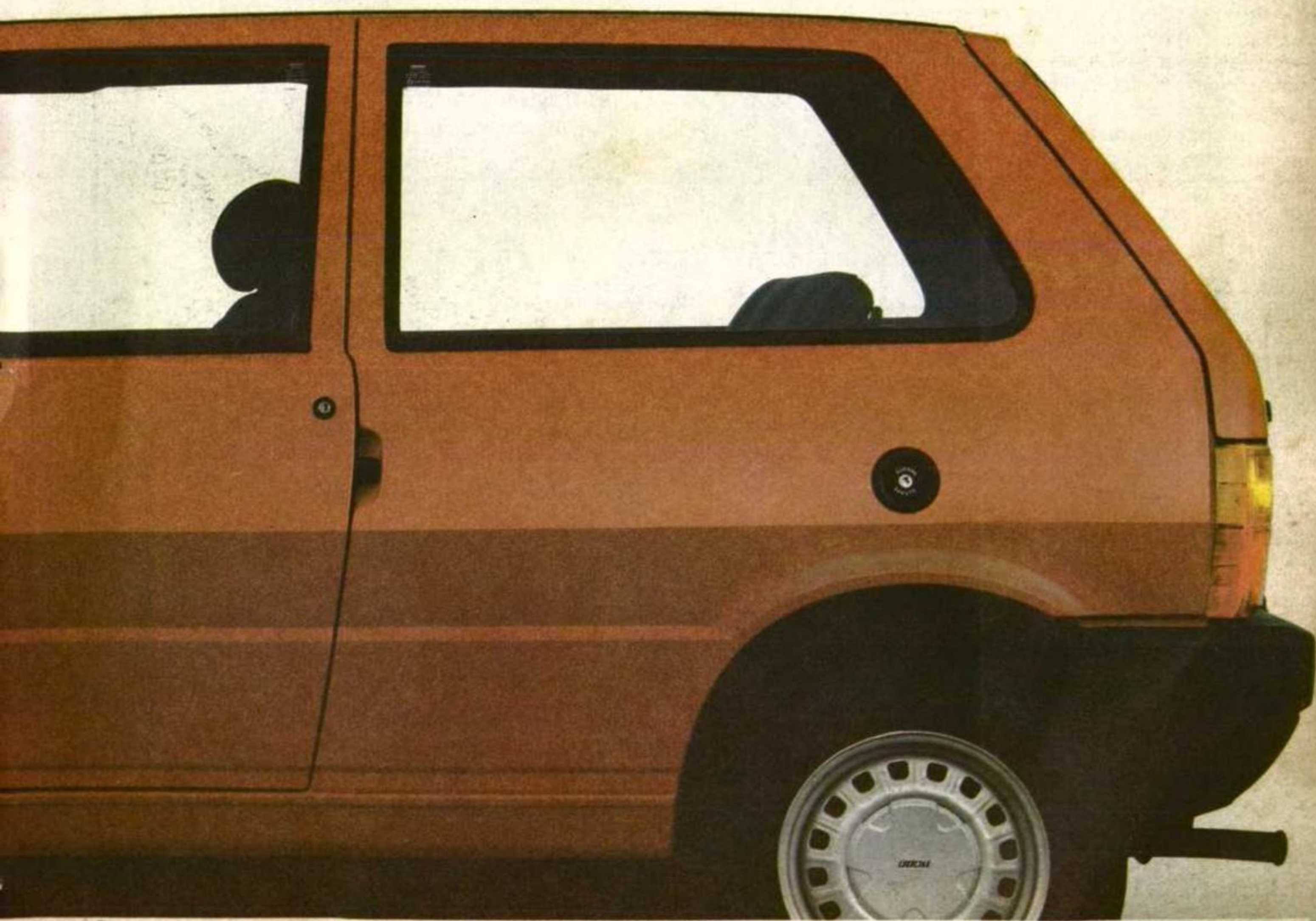
Mansur - *E como é que você encara a morte?*

Drummond - Encaro com relativa placidez, porque não posso ter ilusões: acho que eu estou preparado para morrer na medida em que uma pessoa pode estar. Eu não tenho nenhum espírito religioso, de modo que não pretendo me socorrer da religião para me amparar quando eu sentir que estou morrendo. Não tenho nenhuma ilusão: na idade que eu tenho hoje, oitenta e um anos e meio, a qualquer momento, eu posso morrer. Não creio que morrerei de maneira violenta, a não ser atropelado ou coisa assim qualquer. Não. Não pretendo eliminar minha vida.

Mas, não tenho medo não. Tanto quanto eu posso me enxergar, me entender, não tenho medo. Acho que eu vivi bastante, tanto mais quando eu tenho em mente a vida média das pessoas da minha família. Meu pai morreu com 70 anos, minha mãe morreu com 79, quer dizer, nenhum atingiu minha idade. Meus irmãos todos morreram entre 50, 60, 70 e poucos anos. Nós éramos uma infinidade de irmãos: a maioria morreu muito cedo, com dias, semanas, meses, no máximo cinco anos, porque a nossa cidade era uma cidade pobre de recursos, não havia medicamentos, como aliás não havia no Brasil inteiro os medicamentos de hoje, não havia a penicilina, não havia o antibiótico, não havia a sulfa etc, não havia esses recursos cirúrgicos. Então, eles morriam normalmente. Porque a sorte das crianças ali era morrer. Sobreviveram seis, e, desses, todos morreram, eu sou o último. Então, essa circunstância me dá muita serenidade para encarar o fenômeno da morte.

CREDICARD

Presente nos grandes momentos
da cultura brasileira.



projetado para a próxima década. E vai descobrir também que, como toda tecnologia revolucionária, ela não foi desenvolvida para você pagar mais. Não espere mais: entre já na próxima década.

FIAT
SIGA ESTA MARCA.

e revistas a seguir quase empatados: 14 e 13%, respectivamente.

Mas a distribuição desses números gerais por classes sociais identifica alguns fenômenos importantes (ver quadro três). A tevê é a campeã da defesa de interesses, dentro das classes A e B. O jornal, nas classes C e D. A classe A considera as revistas como veículos mais voltados para a informação. Na D/E, é a televisão. E a classe média - B e C - fica com o rádio.

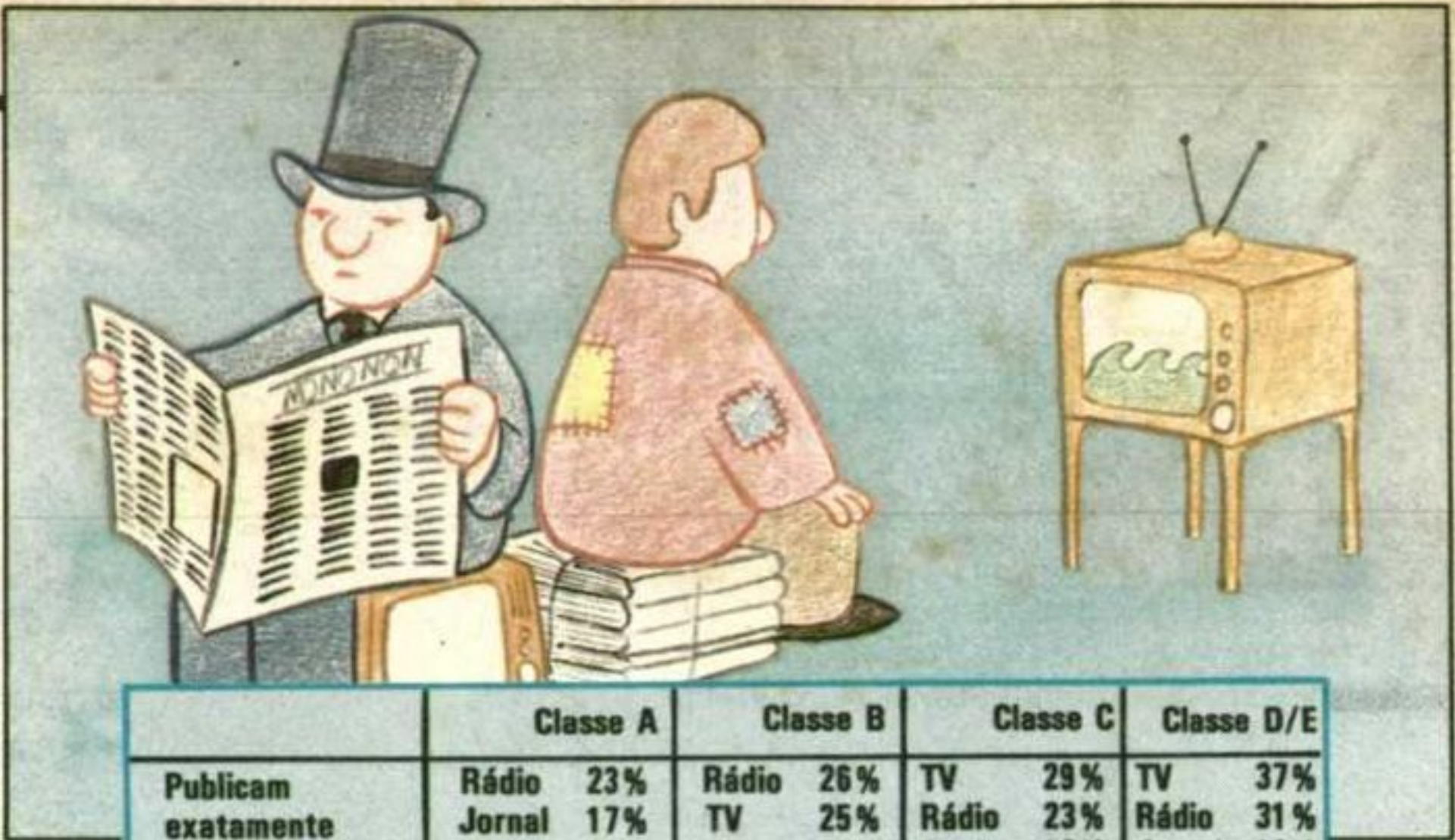
Em termos de exatidão, o rádio está na frente para as classes A e B. E a tevê fatura nas outras. Celso Kinjô, da Globo, classifica como preconceituosa a postura da classe A contra a televisão.

“Ela tem vergonha de dizer que vê tevê. As classes baixas não têm dinheiro para se divertir, nem para se informar. Ligam a televisão e acreditam no que está sendo dito.”

Augusto Nunes contra-ataca:

“O que eu acho mais deplorável é o fato de a pesquisa indicar que a televisão é mais crível do que os jornais. É dose: basta confrontar as notícias do Jornal Nacional de hoje com a primeira página dos jornais de amanhã. Um desavisado, por certo, irá pensar que são veículos de países diferentes.”

BETH CSURAJI



	Classe A	Classe B	Classe C	Classe D/E
Publicam exatamente	Rádio 23% Jornal 17% Revista 15% TV 13%	Rádio 26% TV 25% Jornal 22% Revista 18%	TV 29% Rádio 23% Revista 13% Jornal 10%	TV 37% Rádio 31% Jornal 12% Revista 10%
As vezes alteram/distorcem	Jornal 64% Revista 62% TV 55% Rádio 53%	Jornal 56% TV 54% Rádio 49% Revista 45%	Jornal e Rádio 53% Revista 48% TV 47%	Jornal 48% Rádio 44% TV 41% Revista 39%
Sempre alteram/distorcem	TV 28% Jornal 17% Revista 15% Rádio 7%	Jornal / TV / Revista 21% Rádio 13%	Jornal 33% TV 21% Revista 18% Rádio 13%	Jornal 35% Revista 22% TV 16% Rádio 14%

O rádio contra a tevê:
ambos tentam se salvar
na pergunta um.

A IMPRENSA EM SUA CASA



Você pode receber a primeira revista brasileira de jornalismo e comunicação em sua casa, todo mês, por apenas 500 cruzados. Basta preencher o cupom abaixo e remetê-lo para Feelling Promoção e Comunicação Ltda, rua Padre Chico, 85, conjunto 61, Perdizes - São Paulo - SP, CEP 05008. A despesa de Correio é nossa e você terá doze edições de IMPRENSA para ler e guardar.

**SIM! DESEJO RECEBER A REVISTA
EM MEU ENDEREÇO,
NO PERÍODO DE UM ANO,
POR CZ\$ 500,00**

NOME
END. COM. ☐ RES. ☐
BAIRRO CEP TEL
CIDADE ESTADO
PROFISSÃO CARGO
CHEQUE Nº BANCO



NOSSA CAIXA. 70 ANOS DE CONFIANÇA DEPOSITADA EM SÃO PAULO.

Os fatos fazem a história. E os setenta anos da Caixa estão presentes na história de São Paulo. De geração em geração, a Caixa vem participando da vida de milhares de pessoas, através de seus serviços e da relevância de seu papel social, que se reflete nos mais diversos setores. Nossa Caixa. É assim que se faz tradição.



O NOSSO BANCO

O CASTELLO DA COLUNA

*Escrevia como quem faz bilhetes
para a lavadeira - e se tornou o maior
repórter político do Brasil*

Por Paulo Markun

O melhor lugar para encontrar o colunista político mais importante do Brasil é o salão verde da Câmara dos Deputados, certo? Errado. Carlos Castello Branco, o Castelinho do **Jornal do Brasil**, 67 anos, sem dúvida o comentarista político mais influente do país, não vai à Câmara ou ao Senado desde 1970, quando, ainda assim, freqüentava apenas alguns gabinetes ilustres, passando ao largo do, na época, discreto corpo-a-corpo pela notícia.

Se caísse hoje no meio do batalhão de repórteres que circula pelo salão verde, seria provavelmente engolfado pela tropa de choque do novo jornalismo e seus gravadores. Com seu metro e cinquenta de altura, seu nariz encurvado, sua aparência típica de cabeça chata, Carlos Castello Branco não passaria da terceira fila, aquela que estica os calcanhares e mal escuta o que o candidato a manchete diz, no meio do burburinho. Poderia até mesmo ser confundido com um velho repórter, em fim de carreira, não fosse o seu rosto, registrado diariamente a bico de pena no cabeçalho da **Coluna do Castello**, 75 linhas de 72 toques, estampadas diariamente na página dois do **JB** e de mais 30 jornais.

Dessa batalha campal, muitas vezes ditada pela própria **Coluna do Castello**, ele quer distância. Mas Castelinho respira notícia pelo menos 18 horas por dia. Acorda às seis da manhã e fica até às sete e meia na cama, lendo. Não passa um dia sem reler algumas páginas de Machado de Assis, um exercício para quem cultiva a elegância do estilo. Às oito e meia, está no segundo andar do edifício Denasa, no setor comercial Sul de Brasília, onde funciona a sucursal do **JB**, que ele dirigiu durante dez anos. Ali tem uma pequena sala ao lado da direção, com uma Olivetti, alguns livros, todos os jornais, um poster que mostra os candangos olhando sua obra, o palácio do Planalto e dois telefones vermelhos. Que tocam muitas vezes por dia.



São políticos, ministros, governadores e, pelo menos três vezes por semana, o presidente da República, procurando pelo jornalista.

As informações chegam a Castelinho, esteja ele onde estiver. De manhã, na sucursal. Na hora do almoço, num dos bons restaurantes de Brasília - o Florentino, de preferência -, onde beberica Black Label muito aguado, num copo alto. Os grandes porres ficaram para trás, enterrados nas sessões de radioterapia, a que se submeteu para colocar sob controle um câncer na boca.

Um cochicho na mesa do restaurante pode garantir um trecho da próxima coluna. Para produzir suas 75 linhas diárias, Castelinho telefona pouco. Só liga para conferir as informações que recebeu ao longo do dia. Jamais entrega a fonte, mas termina sabendo se o cochicho do restaurante ou a notícia vazada pelo telefone tem ou não fundamento.

Ele previu a crise de 62, o AI-5 e o destino trágico de Tancredo Neves

Quem sabe das coisas, percebe que há muita garimpagem naquelas linhas, escritas em meia hora. Quem não sabe, acaba constatando, alguns dias depois, que a coluna havia antecipado uma tendência ou uma decisão do governo. Foi assim em 68, pouco antes do AI-5, foi assim em 1961, antes do parlamentarismo, quando já previa o desastre de 64. E foi assim no dia 15 de janeiro de 1985, quando praticamente anteviu que Tancredo Neves não completaria seu mandato.

Castelinho ouve muito e fala pouco. Até porque sua dicção, normalmente confusa, piorou ainda mais com a doença. Sua memória seletiva, na definição do grande amigo Thales Ramalho, ou punitiva, de acordo com outro amigo íntimo, o governador de Brasília, José Aparecido, está por trás de centenas de episódios em que políticos e autoridades acabaram sendo surpreendidos pela boa cabeça desse piauiense.

Uma dessas historinhas: em 1981, num jantar na casa de Luiz Orlando Carneiro, chefe da sucursal do JB em Brasília, Tancredo Neves e Thales Ramalho discutem a incorporação do PP ao PMDB. Thales bebendo vinho, Tancredo discretamente no uísque e Castelinho atacando de frente o scotch. Às três da manhã, todos vão embora. Castelinho tão bêbado que saiu com o freio de mão do carro puxado, provocando uma nuvem de fumaça.

No dia seguinte, às oito da manhã, ele liga para Luiz Orlando Carneiro. Não se lembrava como havia chegado em casa, espantou-se ao saber que tinha dirigido o carro e, mais ainda, com a história do freio de mão. No fim da manhã, como faz diariamente, Luiz Orlando recebeu a **Coluna do Castello** para dar uma olhada. Lá estava o sumo da conversa de Thales Ramalho e Tancredo Neves, sem tirar nem por.



Com a mulher, Elvia, no dia da posse na Academia: saudação do amigo Sarney.

É por essas e outras que o governador José Aparecido fala em memória punitiva. Foi Aparecido quem levou Castelinho para Brasília, em 1961, como secretário de imprensa do recém-eleito presidente Jânio Quadros.

Castelinho trabalhava no **Diário Carioca** e na revista **O Cruzeiro** e, segundo José Aparecido, ajudou na campanha de Jânio, que conhecera em 1954, numa entrevista na prefeitura de São Paulo. O repórter estranhou o modo de falar do novo prefeito. Castelinho ficou incomodado com o estilo arrevezado de Jânio e desapareceu:

- O senhor tem alguma mensagem a transmitir ao eleitorado?

A resposta não foi menos fulminante:

- Perguntas se faço proselitismo?

Não, não faço. Me proponho a administrar São Paulo!

Com ou sem proselitismo, o prefeito virou governador e depois presidente. E o repórter não só acabou se habituando ao estilo singular do político, como foi Carlos Castello Branco quem deu todas as entrevistas

- por escrito - para a imprensa estrangeira, durante o curto governo Jânio Quadros.

Ao desembarcar, com malas e bagagens, o novo secretário de imprensa da presidência disse uma frase que o secretário particular do presidente jamais esqueceria:

- Este governo está marcado pelo signo da tragédia.

A história completa da tragédia, pelo observador mais privilegiado de todos, está escrita e trancada a sete chaves num cofre. Trata-se de um livro feito por Castelinho alguns anos depois da renúncia de Jânio e que pouquíssima gente leu. O senador Afonso Arinos de Mello Franco foi um desses contemplados. Dona Cantídia Soares, secretária de Aparecido e amiga do jornalista, também leu. Leu e datilografou os originais até a metade, quando ligou para o atual governador de Brasília, indignada:

- Dr. Aparecido, o senhor não pode deixar que o Castello escreva essas coisas sobre o senhor!

Duas notícias que Castelinho não ficou sabendo antes

José Aparecido tranquilizou a secretária, mas não adiantou: ela devolveu os originais ao autor dizendo que não datilografaria mais o livro. Aparecido não quis ler o texto, apesar da oferta do amigo. Só garantiu que responderia ponto por ponto, depois da publicação. Mas não vai poder fazer isso: a história só virá à tona depois que seus protagonistas estiverem mortos.

No dia 18 de agosto de 1961, Castelinho chegou um pouco mais tarde ao palácio e encontrou vários recados de Jânio. Quando ligou para o presidente, era tarde demais:

- Agora não precisa mais. Era para distribuir uma notícia.

A notícia, Castelinho foi apanhar no comitê de imprensa: o governo decidira condecorar com a Ordem do Cruzeiro do Sul o ministro da Economia de Cuba, Ernesto Che Guevara, que chegaria a Brasília no dia seguinte.

A outra grande notícia do governo Jânio também pegou Castelinho de surpresa. No dia 24 de agosto, à noite, ele conversou com o presidente, que parecia tranquilo. Jânio ainda perguntou:

- E a mulherzinha, já chegou?

Elvia, que era juíza do Trabalho no Rio, tinha sido nomeada pelo presi-

dente procuradora-geral do Tribunal de Contas do Distrito Federal, cargo que só abandonou no dia 10 deste mês, para assumir uma vaga no Supremo Tribunal Federal, nomeada por José Sarney, velho amigo de Castelinho, que coloca, pela primeira vez na história do país, uma mulher no mais alto posto da magistratura.

A indicação de Elvia para o Tribunal de Contas tinha sido a fórmula encontrada pelo presidente para manter no cargo seu secretário de imprensa, que chegou a pedir demissão para viver novamente com a família no Rio. Mas um dia depois da conversa entre os dois, o secretário de imprensa estava desempregado, pela renúncia do presidente. Distribuiu a nota oficial aos jornalistas às três da tarde e às quatro embarcou para a base aérea de Cumbica, em São Paulo, para onde fora Jânio, cercado de boatos de mobilização popular. Ali, ouviu do ex-presidente uma previsão: voltariam ao poder em três meses.

Castelinho realmente voltou a Brasília poucos meses depois, mas como colunista político da revista O Cruzeiro.

De sua passagem pelo governo, tirou uma lição:

- A experiência valeu para continuar a ser repórter político. Todo mundo que trabalha no palácio se acha importante, mas, na verdade, importante mesmo são uma ou duas pessoas, não mais. Hoje, são o Jorge Murad e o Saulo Ramos.

Sarney ficou três meses sem falar com o amigo Castello

No atual governo, Castelinho é amigo de quem manda. Saulo Ramos foi seu companheiro de viagem no governo Jânio: o presidente transformou aquele comentarista de café do jornal **Tribuna de Santos** em oficial de gabinete e assessor econômico para assuntos de café. Os generais Leônidas Pires Gonçalves e Rubem Bayma Denis eram da Casa Militar de Jânio e José Sarney é um amigo desde os tempos da Câmara dos Deputados no Rio, quando comandava a Bossa Nova da UDN.

Foi Sarney quem articulou a eleição de Castelinho para a Academia Brasileira de Letras, em 1983, a pedido de Manoel Francisco Nascimento Brito, o dono do **Jornal do Brasil**.

A eleição foi uma das mais rápidas da história da Academia: durou menos de 20 minutos. Carlos Castello Branco conquistou a cadeira 34, derrotando o poeta Mário Quintana, por 21 a 17. A posse foi uma noite de gala - estavam lá três governadores, quatro ex, dois ministros, cinco ex, deze-

nas de políticos e vários embaixadores.

No discurso, Castelinho surpreendeu os seus novos colegas, propondo a transferência da Academia para Brasília. Ele foi saudado por José Sarney, que lembrou a defesa do Congresso, feita pela **Coluna do Castello**, durante os tempos da fechadura:

- O Poder Legislativo tem para com esse jornalista, ainda não resgatada, uma grande dívida. Ele foi o Congresso quando o Congresso não era.

Sarney e Castello Branco continuam sendo amigos. Mas este ano o



IMPRESSÕES DO BRASIL/DIVULGAÇÃO

Um homem que fala pouco, ouve muito e jamais esquece informação

presidente ficou três meses sem falar com o jornalista, por causa de uma coluna publicada em dezembro passado, em que, com fina ironia, Castelinho propunha que Sarney marcasse eleições diretas, encurtasse seu mandato e passasse para a história.

- O presidente fez que não ouviu - explica Castelinho. - O recado era incômodo.

A irritação de Sarney passou sozinha (é o presidente quem liga para o colunista, jamais o contrário). Ao amigo comum José Aparecido, Sarney estranhou algumas vezes a linguagem da coluna. E em pelo menos uma ocasião, desabafou:

- Por que ele não falou isso comigo?

Castelinho define Sarney como um político que não é ingênuo, nem maquiavélico. E explica a permanente crise política de seu governo pelo fato de ter vindo de um estado pobre e de não ter um grande partido, já que o PMDB não assimilou Sarney.

- Só as Forças Armadas podem apoiá-lo - raciocina Castelinho. - Elas

vão garantir que Sarney execute o projeto de distensão combinado em 1984, com Ulysses e Tancredo. A esquerda aventureira achou que podia apressar a transição, mas Sarney está na contingência de fazer outra política. Não é por ambição que ele quer ficar cinco anos. Os militares é que devem ter dito isso a ele.

Castelinho não arrisca um palpite sobre qual será o destino do governo Sarney. Mas o dia que fizer isso, é bom registrar. Afinas antes mesmo da primeira **Coluna do Castello**, publicada no dia primeiro de janeiro de 1962, na **Tribuna da Imprensa**, ele já sinalizava, de sua coluna n' **O Cruzeiro**, uma preocupação quanto ao destino do país, convulsionado pela crise do parlamentarismo.

Mas Castelinho não estava à vontade na revista que tinha cedido seu passe a Jânio com muita facilidade.

Por isso, aceitou o convite de Hermano Alves e transferiu-se para a **Tribuna da Imprensa**, que Carlos Lacerda vendera a Nascimento Brito. O jornal não ficou seis meses com Brito, que vendeu o título, mas manteve o colunista, transferindo-o para o **Jornal do Brasil** e nomeando-o diretor da sucursal de Brasília. Cargo que só deixou depois de um infarto, em 1972.

Castelinho não tem mais a primeira **Coluna do Castello**. E perdeu, também, o primeiro jornal que fez, no Piauí, quando estudante, com Neiva Moreira. Lembra-se apenas do nome - **Mocidade**.

Apurou o estilo na ronda das delegacias e recebendo telegramas

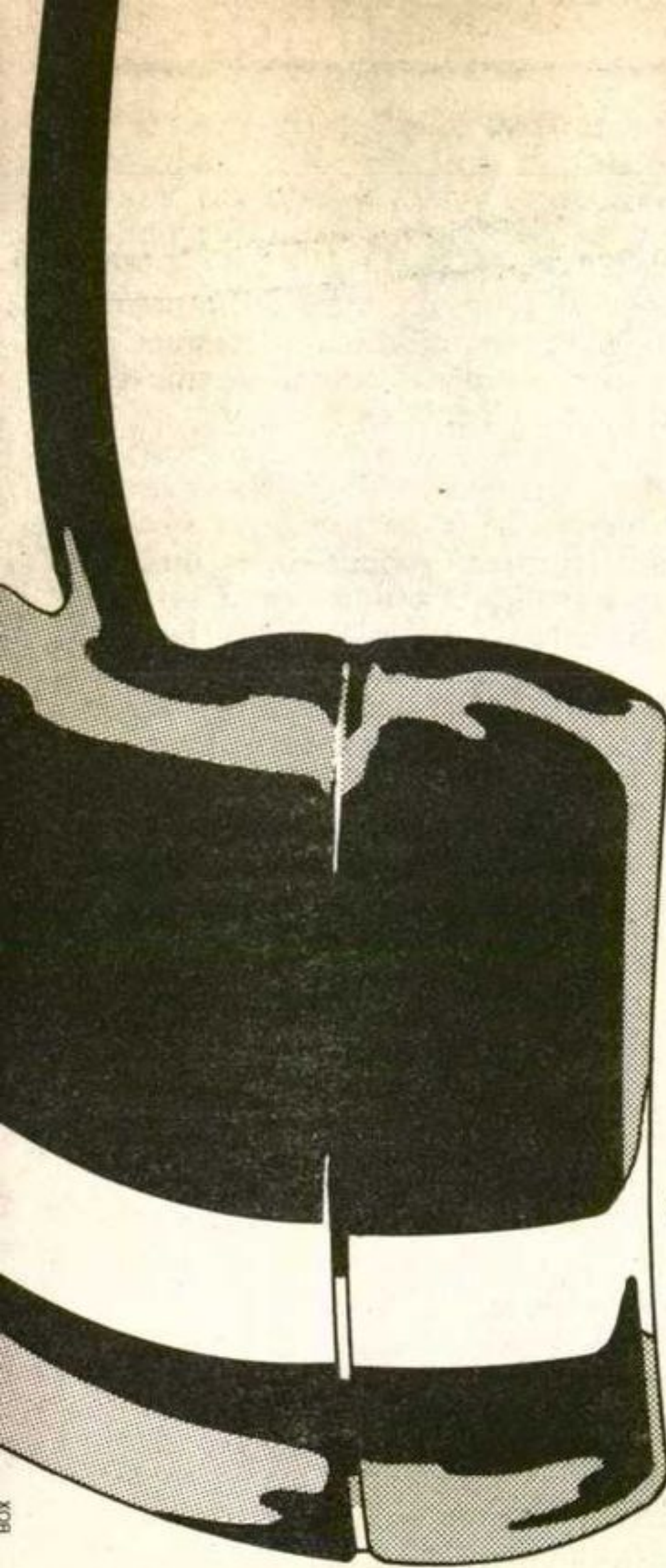
Aos 18 anos, morando em Belo Horizonte, quando já era estudante de Direito, resolveu abrir mão da mesada paterna. Conseguiu um estágio de 20 dias, em que deveria disputar a única vaga existente com outro novato. No final, um dos editores perguntou ao chefe de redação:

- Ficamos com qual dos dois?

E o chefe, curto e grosso:

- Com o que escreve como se fizesse um bilhete pra lavadeira.

Castelinho apurou o estilo a 150 mil réis por mês, como repórter policial. Percorria os oito distritos e os pronto-socorros de Belo Horizonte atrás de notícia. Um ano depois, passou para a Internacional, a seção mais importante do jornal naqueles tempos de guerra. Mas sua missão era apenas batucar quatro horas por dia na máquina de escrever, com fones de ouvido, recebendo telegramas por telefone. O horário - dez da noite às duas da manhã -, aproximou o estudante de Direito dos macetes da profissão.

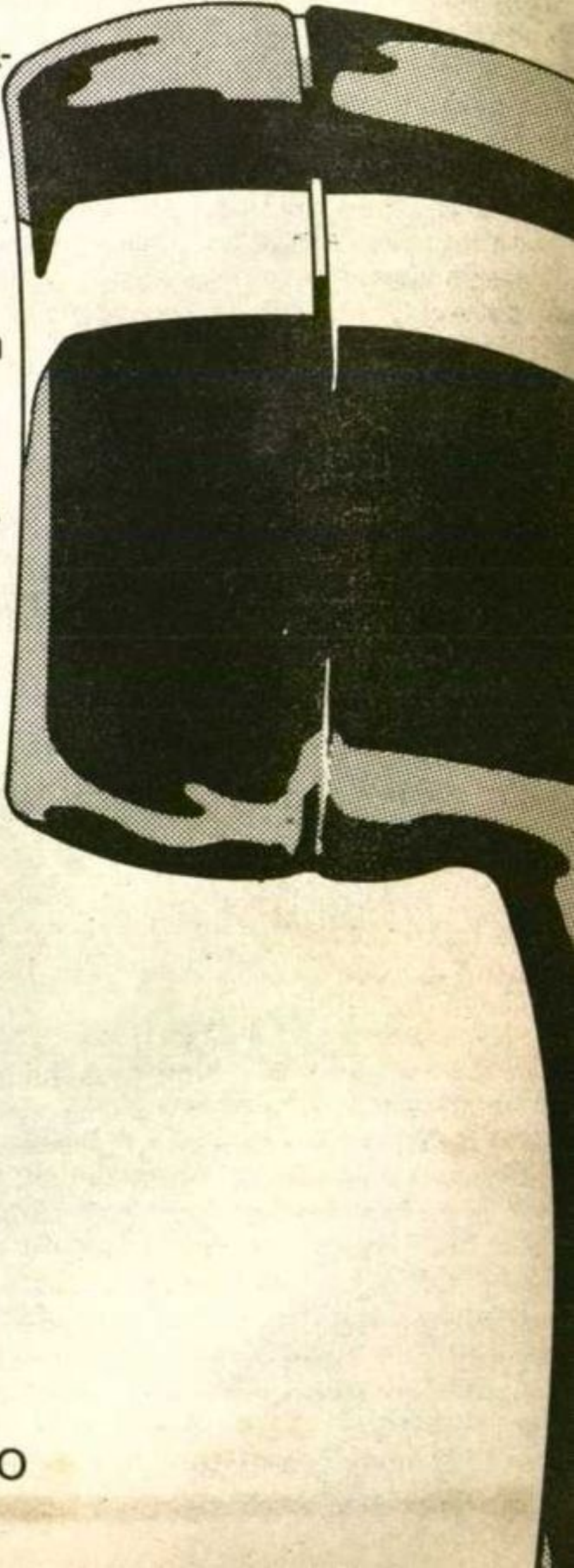


Tem informação quente na linha.

É um serviço que o Sindicel coloca à sua disposição. Uma linha aberta para você obter informações sobre um dos mais importantes setores industriais, que fabricam produtos utilizando cobre, alumínio, zinco, chumbo, estanho e níquel como matéria-prima. Produtos como condutores elétricos de cobre, condutores elétricos de alumínio, laminados, extrudados, prensados e trefilados de metais não ferrosos e suas ligas (latão, bronze, alpaca entre outros). Atende a todos os segmentos industriais que produzem de zíperes até automóveis.

Parece muito, e é. Por isso, o Sindicel centralizou tudo para você não perder tempo. Um desk-research completo das indústrias ao alcance de um número.

**Hot-line:
883-2622**



SINDICATO DA INDÚSTRIA DE CONDUTORES ELÉTRICOS, TREFILAÇÃO E LAMINAÇÃO DE METAIS NÃO FERROSOS DO ESTADO DE SÃO PAULO

Rua Mariana Correa, 52 Cep: 01444
Telex (011) 21055 STMF (011) 25485 ABCO

Quando se formou, em 1943, já redigia o noticiário internacional e ganhava mais do que qualquer advogado principiante. Tanto que chegou a abrir um escritório com Oscar Dias Carneiro, mas nunca o ocupou. O jornalismo estava em seu sangue.

A mudança para o Rio aconteceu a partir de uma proposta de emprego feita por Carlos Lacerda, que assumiu o **Diário Carioca** em agosto de 1945. Castelinho aceitou o desafio e, dez dias depois do convite, chegava ao Rio para descobrir que Lacerda não estava mais no jornal e ele estava desempregado.

Não ficou nem duas horas nessa condição. Encontrou o velho amigo Neiva Moreira, que o contratou para subsecretário de redação de **O Jornal**, onde passou cinco anos fazendo tudo - lia os jornais, fazia a pauta, distribuía as matérias e ainda diagramava as páginas mais importantes. Saía da redação às três da manhã, para a boêmia, já com o jornal debaixo do braço.

Foi no restaurante Colombo que recebeu a sua terceira proposta de emprego: ir para o **Diário Carioca**, com Pompeu de Souza, num projeto de modernização do jornal. Castelinho, nessa época - 1950 -, já era repórter político na Câmara e suas matérias assinadas tinham o jeitão que Pompeu imaginava implantar no **Diário Carioca**.

Proeza maior: falar de política quando não havia política no país

Castello ficou onze anos, só saindo para trabalhar com Jânio Quadros. Como o jornal foi um sucesso de crítica e fracasso de público, arranhou empregos paralelos: correspondente da **Folha de S. Paulo** no Rio, editorialista de **O Mundo**, um jornal marrom, e até ghost writer do senador Epitácio Pessoa Cavalcanti de Albuquerque, para quem escreveu, durante dois anos, um artigo por dia. Foi nessa época que ele, através de concurso, conquistou o posto de procurador do Departamento Nacional de Estradas de Rodagem, que mantém até hoje.

Em 25 anos, só a doença e a prisão impediram que a **Coluna do Castello** chegasse a seus milhares de leitores em todo país. Um desses períodos ocorreu entre 14 e 31 de dezembro de 1968. Motivo: o autor estava preso, depois da edição do AI 5, e a censura proibiu que a coluna saísse.

No dia primeiro de janeiro de 1969, a coluna voltou, permanecendo nas páginas do **JB** durante os mais negros tempos da ditadura, em virtude da habilidade de Castelinho e também



AG. O GLOBO/JORGE PETER

A notícia que abalou o país Castelinho soube junto com os outros jornalistas

das contradições do regime: dentro do próprio governo grupos liberais sempre trabalharam para que a **Coluna do Castello** não sucumbisse à censura.

Carlos Lemos, hoje diretor da sucursal de **O Globo** em Brasília, era chefe de redação do **JB** na época e define:

- Ele conseguiu a proeza de escrever - e bem - sobre política durante um período em que não havia política. Sabia o limite exato e passava o recado nas entrelinhas e nas entrevírgulas. Quando não dava, eu ligava à hora que fosse e ele escrevia outra coluna.

O liberal convicto foi eleito pela esquerda para dirigir o Sindicato

Liberal convicto, com trânsito entre políticos de todos os partidos, Castelinho era um dos raros jornalistas que o regime militar não rotulava como esquerdista. Por isso, em 1977, os jornalistas de Brasília o transformaram em presidente do Sindicato, embora ele tenha deixado claro desde o início:

- Aceito pra tirar esses pelêgos de lá, mas não vou fazer nada.

Acabou fazendo. Foi o fiel da balança numa chapa de composição de vários grupos de esquerda, como admite um dos diretores da época, o jornalista Carlos Marchi.

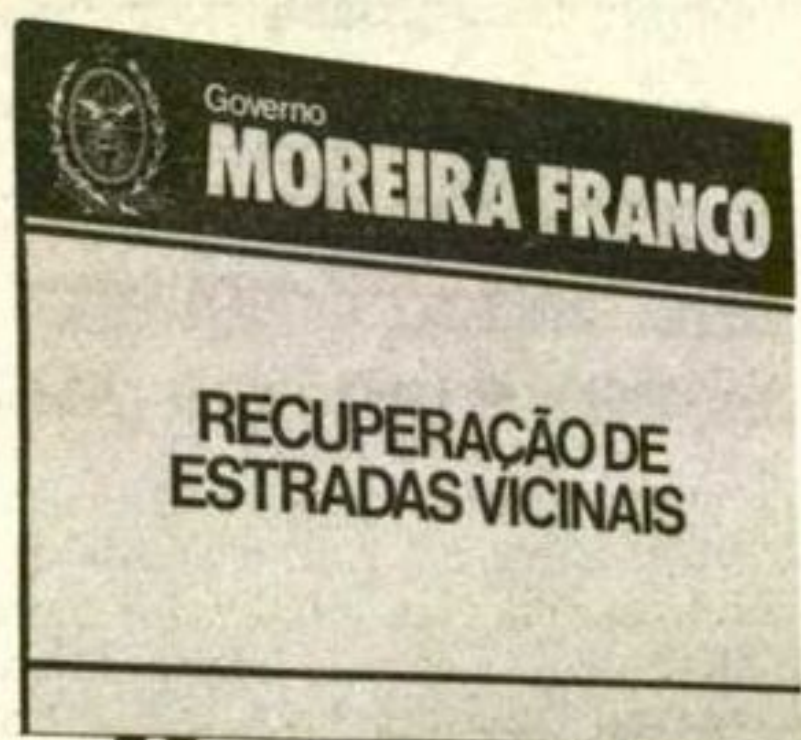
Trabalhando há tanto tempo com uma matéria-prima explosiva - a política e as vaidades que ela alimenta

- Castelinho diz que não tem inimigos. Ou melhor, tem apenas um, Élio Gaspari, diretor-adjunto de redação da **Revista Veja**. Nenhum dos dois revela a razão da inimizade e Gaspari nem fala sobre o assunto. Um amigo comum, que tentou a reaproximação, diz que Gaspari compara Castelinho a uma jamanta que atravessou na sua frente.

Depois de 48 anos na imprensa, Carlos Castello Branco não quer parar. Nem mesmo para escrever seus romances, embora admita que era esse seu sonho. Tem um livro de contos - **Continhos Brasileiros** - e um romance - **Arco de Triunfo** - publicados e festejados pela crítica. Mas acha impossível ser escritor e pai de família. Nenhum de seus três filhos seguiu sua carreira. O mais velho, Rodrigo, morreu num acidente de automóvel aos 25 anos. Era administrador de empresas. Luciana, 35 anos, trabalha na Fundação Pró-Memória. Pedro, 34 anos, é funcionário público.

Castelinho é um orgulhoso "avô solteiro" de quatro netos (nenhum dos filhos casou regularmente) e, como bom avô, arrisca um conselho para os coleguinhas que ainda enfrentam o corpo-a-corpo com a notícia e passam horas ao telefone, geralmente sucumbindo diante da secretária do ministro:

- Um conselho? Não ter pressa, não se afobar. Apressado come cru, como se diz. As coisas acontecem naturalmente. Não se deve forçar a porta, nem querer ser o melhor muito cedo. x



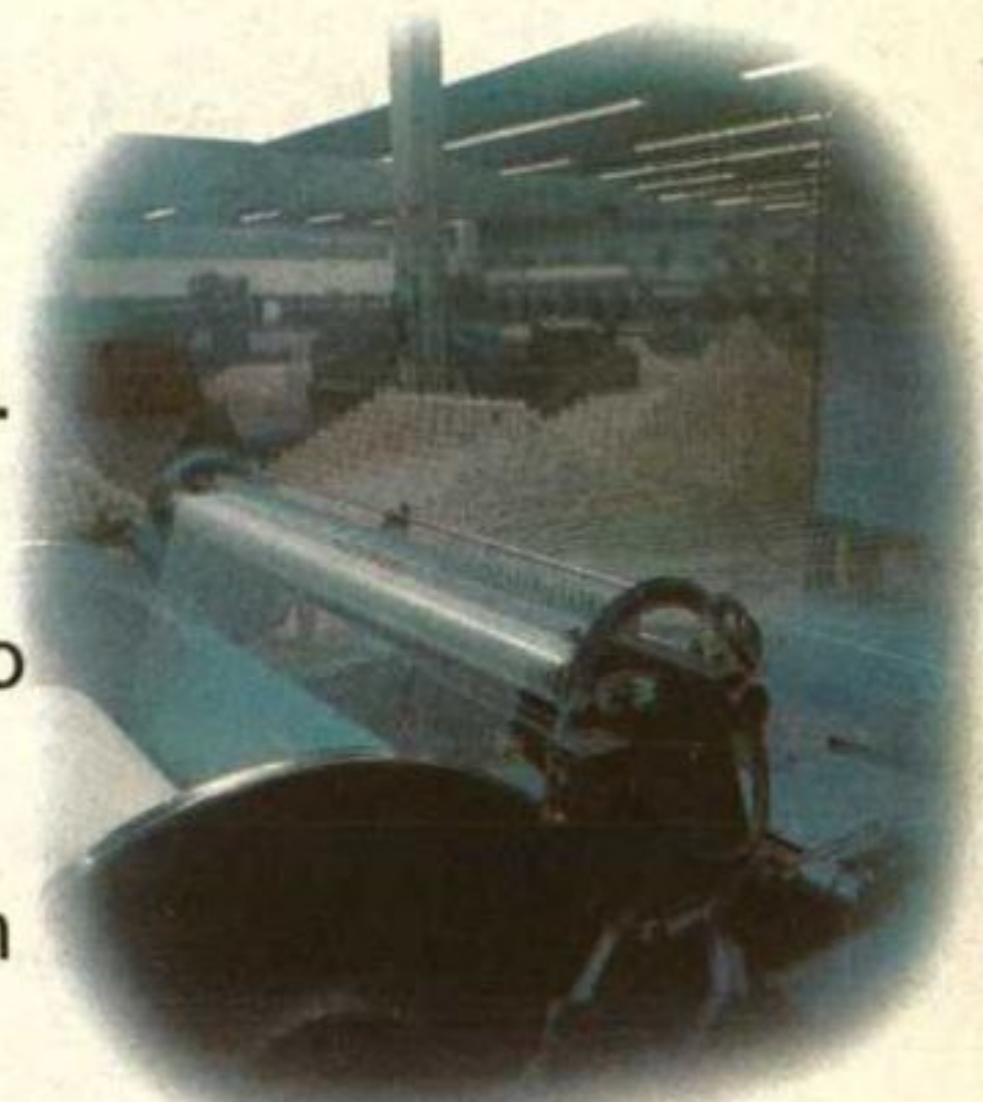
 **GOVERNO
MOREIRA FRANCO**

UM GOVERNO DE TRABALHO

UM BANCO FORTE POR



O Banespa é o banco forte do Estado de São Paulo. Há mais de 60 anos, participa dos momentos decisivos da economia. Financiando a agricultura, dando apoio ao homem do campo, levando o progresso a todas as regiões do Estado. E estimulando o desenvolvimento industrial, desde o início.



A história do crescimento do Estado de São Paulo confunde-se com a própria história do banco.

Hoje o Banespa é um dos maiores conglomerados financeiros da América Latina. É o segundo banco brasileiro em volume de aplicações e um dos primeiros



DENTRO E POR FORA.

em número de clientes e volume de depósitos. Mas o Banespa também é forte lá fora. O comércio exterior brasileiro conta com o efetivo apoio de 23 dependências Banespa nas principais cidades do mundo.

Agora, você sabe onde o Banespa se orgulha de ser o primeiro, o mais

forte? Em sua estrutura interna, mesmo nas menores cidades.



Nós, do Banespa, estamos sempre aqui. Ajudando o banco a fazer a história, crescendo com ele. Garantindo a você um atendimento realmente pessoal. É bom saber que o Banespa é forte. Mas é melhor ainda ter você como cliente.



banespa

***Este Banco faz a história.
Este Banco faz o futuro.***

Coleguinhas

O vôo de Falcão

Por dez anos, o jornalista e produtor musical Aluizio Falcão foi chefe do departamento de programação e coordenador do estúdio da Rádio Eldorado, em São Paulo. Em julho, decidiu partir para as delícias - e os riscos - da livre iniciativa.

"O resultado me surpreendeu", confessa Falcão. "Em dois meses, fecham os dois contratos e há outros em negociação."

Falcão e seu sócio, o publicitário João Guerra, entraram firme num solo virgem: o da produção de discos para grandes empresas, cansadas dos rotineiros livros de arte como brindes de fim de ano.

O cacife de Falcão é alto: 120 discos produzidos, entre eles um clássico, o primeiro de Cartola.

No "prelo", ele tem um especial de Paulo Vanzolini para a Comgás - a companhia de gás de São Paulo - e outro com músicas de Villa Lobos, interpretadas por Teca Calazans, que lhe garantirão mais de um ano de tranquilidade, em pouquíssimo tempo.



Aluizio: livre para voar



Com esta tela ela já se acostumou

Olhar de Joyce na TV

Joyce Pascowitch, 33 anos, é o oposto do padrão colunista social: não usa pintura, adora jeans e seu ritmo de trabalho fez com que ela riscasse da agenda a maioria dos compromissos sociais.

Apesar disso, a colunista da *Folha de S. Paulo* acaba de arranjar mais trabalho. Um acordo com a produtora independente Olhar Eletrônico vai resultar num programa semanal de variedades, chamado Merlin. Joyce, que

também dirige a revista mensal A-Z, leitura obrigatória de ricos e famosos, diz que o programa, ainda sem emissora, vai partir da fórmula da revista, mas deve ir além.

Ela mesma, no entanto, vai ter uma participação modesta no programa, dirigido por Tonico Mello e Marcelo Machado:

- Não tenho tempo nem para me coçar. Só vou entrar com o corpo... e a cabeça.

Locutor ao mar

O bem-sucedido locutor-cafona Djalma Jorge saiu misteriosamente do ar, deixando apenas reprises de seus melhores momentos. Junto com ele, está de férias, por 40 dias, o Tutinha, 27 anos, que dá a voz ao personagem. Antonio Augusto Amaral de Carvalho Filho, o Tutinha, é o herdeiro e o executivo da Jovem Pan II, a líder das FMs em São Paulo. No momento, ele comanda seu veleiro Rajada, de 42 pés, numa regata entre o Recife e Fernando de Noronha. O Rajada tem rádio a bordo, mas a Jovem Pan não chega até lá.



A centenas de milhas daqui...

O viajado Laurentino

Quando foi contratado por *Veja*, em 1984, o jornalista Laurentino Gomes, 31 anos e 10 de profissão, não podia imaginar as reviravoltas que sua vida iria sofrer. Em poucos meses como repórter em Curitiba, Laurentino destacou-se tanto que a revista catapultou-o à chefia da sucursal de Belém, no Pará. Um ano e meio depois, teve que fazer as malas novamente, para assumir a sucursal de *Veja* no Recife - mas nem chegou a "esquentar a cadeira". Em agosto passado, um ano após chegar ao Recife, foi promovido mais uma vez, indo ocupar o estratégico posto de chefe de *Veja* em Brasília. Apesar de tantas mudanças, Laurentino não se lamenta. "Tudo isso representa uma experiência profissional muito grande para mim", diz. "O meu problema é que não há muito tempo para fazer amigos e cultivar fontes."



BEATRIZ ALBUQUERQUE/PRISMA

Os dois Miltons

Milton da Rocha Filho, 41 anos, o Miltinho de O Globo, entrou há 15 dias pela quinta vez no requintadíssimo prédio da Dacon, em plenos Jardins, em São Paulo. E desta vez, para ficar. Milton e outros 25 jornalistas da sucursal paulista do jornal trocaram a sede apertada no centro, onde os repórteres faziam filas diante das máquinas, por um cenário silencioso e futurista, dominado pelos terminais de computadores.

Miltinho ainda não se acostumou com tanto luxo: "Outro dia, o ar condicionado quebrou e isso aqui parecia o Saara."

Milton Coelho da Graça, 46 anos, o outro Milton do Globo, também vai mudar de ares. Deixou o cargo de editor chefe, cansado das madrugadas, e vai ser correspondente em Londres: "Vou ser o Paulo Francis de lá", brinca Miltão, que já passou dois anos em Nova Iorque, pela Gazeta Mercantil.



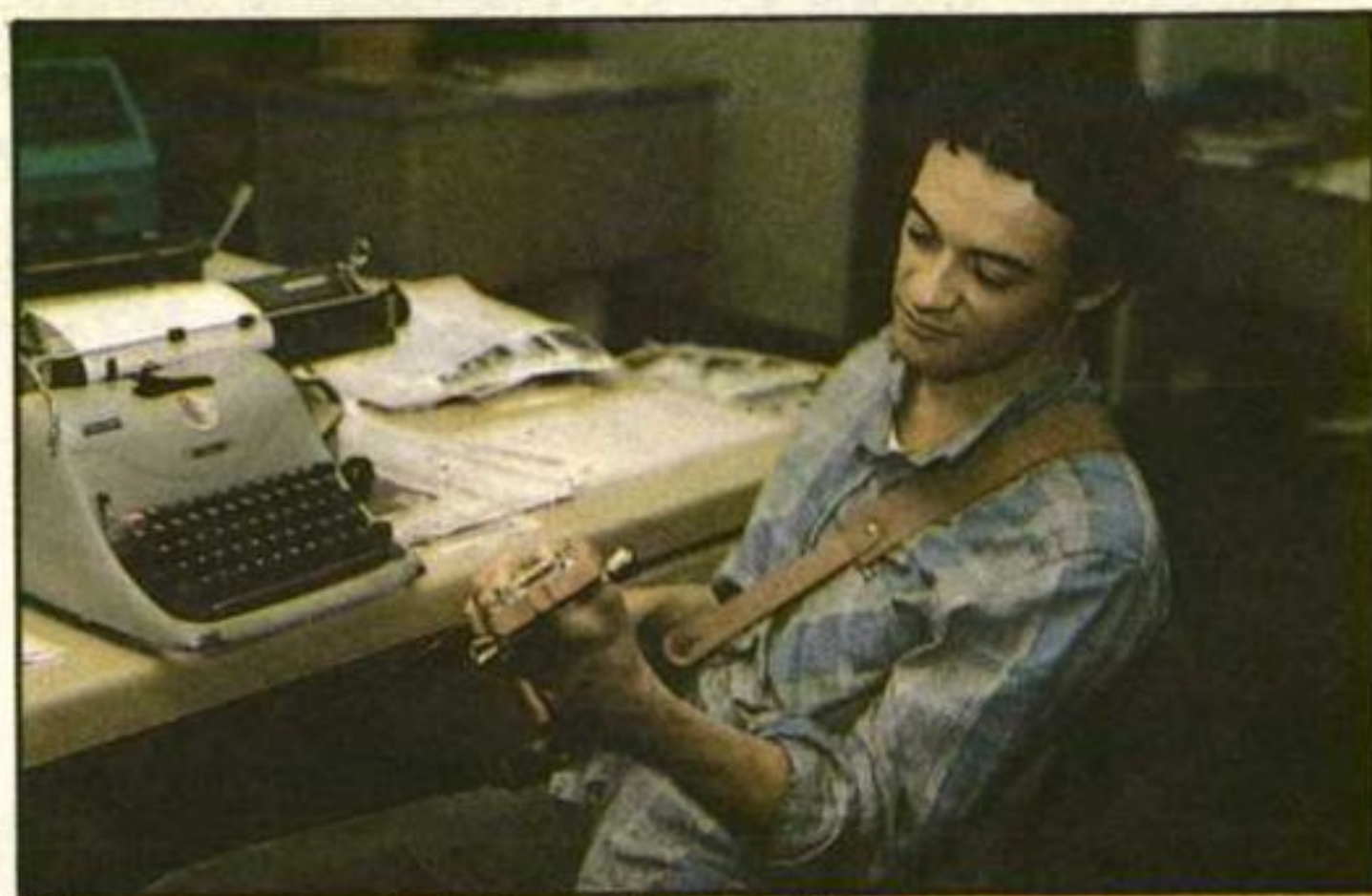
Dina em sua banca: saudade e dinheiro

Jornaleira ilustrada

Às vezes, a "jornaleira" Dina Mara Seraphim, 36 anos, apanha um jornal em sua bem fornida banca, no Centro Empresarial de São Paulo, e sente saudades. Ela foi repórter de jornais e revistas paulistas, antes de montar a Flashes & News, que tem hoje quatro funcionários,

cinco boys e um bom estoque de publicações importadas.

Dina Mara deixou o jornalismo por um motivo altamente compreensível - a sobrevivência: "Ganhava muito mal." Dina Mara ainda tem um sonho jornalístico: ser apresentadora de tevê.



Chagas, um verdadeiro misto quente

O três em um

Luiz Chagas, 33 anos, sabe todas as fofocas do mundo dos artistas. Afinal, é subeditor da revista Contigo. Poucos fofoqueiros da imprensa, no entanto, sabem que ele é guitarrista - foi visto em agosto no templo da vanguarda sonora paulista chamado Espaço Off. Chagas também é um premiado autor de trilhas so-

noras para o cinema. E tradutor - ele assina a transcrição de Misto Quente, de Charles Bukowski, para o português. No momento, trabalha nas memórias de Timothy Leary, aquele do LSD. Mas não se ilude: "Música e tradução não dão dinheiro. Eu vivo é de jornalismo."

Violência em pauta

Os ladrões aproximaram ainda mais a colunista Márcia Denser, 37 anos, e Wladir Dupont, anos, vizinhos de redação na Folha da Tarde paulista. Há um mês, Wladir foi assaltado por dois rapazes que levaram até suas anotações de repórter. Indignado, escreveu um irado artigo pedindo ação das autoridades. Recebeu dezenas de telefonemas e cartas de apoio. "Foi uma mistura de desespero, impotência e indignação", diz Wladir, que rejeita a idéia de liderar uma cruzada contra o crime, como alguns leitores sugeriram. Márcia, que se prepara para assinar a coluna Veneno da Gente e já foi chamada numa reportagem de "a Henry Miller de saias", por alguns trechos eróticos de seus quatro livros, apóia a revolta do amigo, pois viveu experiência semelhante há alguns anos: teve um carro roubado. "O protesto precisa ser feito", diz, lamentando a violência urbana, tema de alguns de seus contos.



BEATRIZ ALBUQUERQUE/PRISMA

Márcia: solidariedade

FALTA LIBERDADE

*A concorrência de mercado
é o caminho para
uma Imprensa democrática*

Por Delfim Netto

Em 17 anos no governo, nunca tive um problema com a Imprensa. Primeiro porque aprendi a conviver com a crítica. Segundo, porque nunca fui à Imprensa para reclamar dessa crítica - e os meios de comunicação não aceitam com muita serenidade esse tipo de reclamação.

Quando a crítica é muito burra, a saída é se divertir. E a Imprensa é necessariamente crítica, ela vive do ataque, da denúncia. Por isso, não adianta reclamar. É inútil culpar a Imprensa pelo que acontece. Ela não passa de um reflexo da coletividade. Quando não reflete a sociedade, acaba morrendo. Um jornal, uma revista, podem impor seu pensamento durante pouco tempo. Depois, os leitores se encarregam de mudar o rumo.

O nível médio da Imprensa brasileira é igual ao da Imprensa de todo mundo. Na área econômica, particularmente, que é onde tenho experiência real, eu diria que os tops da profissão podem ser comparados perfeitamente com os melhores do mundo. O problema é a confusão que os jornalistas brasileiros estabelecem entre informação e opinião.

O Wall Street Journal e o Financial Times, por exemplo, podem ter diferenças de estilo, mas coincidem em um aspecto: dão a informação precisa. A notícia absolutamente correta e separada da opinião. O leitor fica sabendo o que o governo faz e, ao lado, está a interpretação do jornalista. Concorde ou discorde dela, goste ou não goste da opinião, o fato está ali.

No Brasil, sacrifica-se um pouco a notícia em favor do comentário. E muitas vezes, passa-se adiante a informação sem realmente verificar sua veracidade. Há ainda uma grande assimetria. A notícia é dada com grande estardalhaço e embaralhada na opinião. A correção da notícia, frequentemente, nem sequer acontece. Quando acontece, é escondida, envergo-



ABRIL IMAGENS/ANTONIO MILENA

*“Quando a crítica é burra,
a saída é se divertir. O
humor é essencial, sem
ele não há vida.”*

nhada, porque se imagina que isso diminui o status do jornalista ou do veículo, o que é um erro.

No campo econômico, a imprensa escrita é absolutamente insuperável. A notícia, na tevê, tem de ser absolutamente condensada. É uma pílula, um aperitivo, que pode estimular o telespectador a enfrentar a refeição completa no jornal e na revista. Mas pode também deixar a nação inteira mal-informada, por uma frase bem-feita e mal-empregada.

No Brasil, a tevê deu um passo à frente. Ela descobriu o mecanismo de se antecipar ao fato. As grandes redes estão organizadas de tal maneira que se antecipam sempre à imprensa escrita, o que, num primeiro momento, diminui sua importância. Mas não é possível imaginar a informação econômica sem a possibilidade de reflexão que o texto assegura.

O poder da Imprensa cresce na medida em que ela é competitiva,

com múltiplas visões do mundo. Nessa condição, ela é o instrumento mais eficaz que a sociedade democrática inventou para se auto-controlar - um instrumento fundamental no controle do governo e a ferramenta número um para o exercício da democracia. Desde que não haja monopólio da informação e que se permitam essas múltiplas visões do mundo, a censura não é necessária. Por isso ainda, eu não creio que a Constituinte deva reduzir o controle dos meios de comunicação.

Fala-se muito em reduzir os prazos de concessão dos canais de tevê. Penso justamente o contrário. As concessões deveriam ser de caráter definitivo, porque isso daria independência ao concessionário. Seu compromisso não seria com o governo, mas com a sociedade, através da audiência. Essa é a tendência moderna na França.

Aliás, na França mesmo, eu vi um episódio exemplar. Ele mostra o que acontece onde a tevê é do Estado. Havia lá um comentarista extraordinário. Um homem com uma visão crítica do mundo, do governo e de si mesmo. Alguém com a exata noção do que é ser funcionário público. Ele defendia o governo. Mas lá, isso é feito pelos jornalistas de tevê de maneira discreta. No primeiro dia depois da vitória do socialista François Mitterrand, ele pegou o paletó e vestiu ao contrário. E assim fez seu comentário. Foi a postura crítica mais inteligente que eu já vi. Ele sinalizou, com a sutileza indispensável, que continuava a ser o mesmo homem, com as mesmas idéias, mas servindo a um novo senhor. Só tinha virado a casa.

Eu acho que o humor é essencial. Sem ele, não há vida. A ironia é um instrumento de quem não pode. Quem não tem o poder da informação completa, tem que reduzi-la a um pequeno sorriso.



ASSOBRAV

SE- 0382/5515

São Paulo, 15 de Setembro de 1987.

Prezados Dante e Markun

Esta é uma mensagem de cumprimentos e de incentivo pela iniciativa de Vocês. Os profissionais de comunicação há muito mereciam uma revista como "Imprensa". Estou seguro de que a revista superará a tentação do corporativismo, ampliando o debate em torno de um tema tão presente na vida nacional.

Por isso, nós, da Assobrav, fizemos questão de participar deste início de caminhada, conscientes da importância do papel de orientar e motivar inerente aos homens de comunicação social, em especial os profissionais de imprensa.

Peço que transmitam aos demais integrantes de "Imprensa" a minha palavra de estímulo, e que aceitem o abraço do

AMAURY AMORIM

Presidente

Nessa
onda
o seu
produto
pega



O Post é o Post

O dia em que Maksoud venceu Somoza

por Antônio Alberto Prado

Os grandes jornais norte-americanos estavam muito envolvidos na cobertura da guerra civil na Nicarágua, principalmente no fim, quando Anastácio Somoza estava acuado em seu bunker. Nessa época, **The Washington Post** e **The New York Times** traziam o assunto diariamente na primeira página.

Era 1979 e eu trabalhava como correspondente da revista **Visão** e de outras publicações brasileiras nos Estados Unidos. Assinava os principais jornais. Uma de minhas leituras habituais era a coluna do Jack Anderson, no **Washington Post**. Sempre muito bem informado, acesso direto às fontes, amigo de presidentes, publicado em jornais do mundo todo.

Numa dessas manhãs, o tema de sua coluna era a influência de Somoza na Imprensa. Ele dizia que o ditador era dono de uma rede de jornais e revistas, dentre as quais a **Vision International**, com sede em Nova Iorque. Na lista, incluía a brasileira **Visão**.

A informação era incorreta, no que se referia ao Brasil. No passado, a **Visão** realmente pertencera ao grupo norte-americano **Vision Inc.**, mas seu título foi comprado por Said Farhat que, depois, vendeu-o a Henry Maksoud.

Na parte que me interessava diretamente, a informação era um desastre. Eu era presidente do Comitê de Correspondentes Estrangeiros do National Press Club de Washington. Não queria que pensassem que eu era empregado de Somoza.

Parti para o escritório do Jack Anderson. Pensei, ele vai entender tudo.

Apresentei-me à secretária. Disse a ela que eu queria falar sobre um erro na coluna. Sem parar de datilografar, respondeu que o homem não estava. Falei que era questão de honra, que estava disposto a esperar o tempo que fosse necessário.

Ela parou de bater e olhou para mim. Eu usava um capotão preto e tinha na mão uma maleta 007. Creio que ela se assustou. Insisti: esperaria o quanto fosse. Ficaria sentado no portão daquele casarão, dias até. A mocinha arregalou os olhos. Levantou-se, sumiu atrás de uma porta. Voltou minutos depois, dizendo que o braço direito do Jack Anderson iria me receber.

Era um sujeito falante, vestido num terno verde claro. Conteí minha história. Disse que entendia meu constrangimento e que tudo seria corrigido. Pediu que eu escrevesse uma "clarification". Beleza! Nada como a imprensa do primeiro mundo! Que respeito! Ali mesmo, escrevi a retificação.

"Está bom o inglês?" "Perfeito" disse o braço direito de Anderson. "Amanhã, então?", perguntei feliz. "Ok! Amanhã estará publicado", garantiu. Corri para meu escritório no National Press Building. Telefonei para o Brasil. Conteí o caso. Disse que estava tudo resolvido.

Fiquei esperando o menino jogar o **Post** na porta de casa. Abri rapidamente para ler a coluna. Nada. Folheei outra vez. O homem de terno verde tinha mentido.

Voltei ao casarão. A secretária, quando me viu, levou um susto. Nem cheguei a sentar. Ela mandou logo que eu entrasse. "O que é que há,

Mister Prado? Alguma coisa errada com a nota?", perguntou ele. Que nota? Não tinha saído porra nenhuma!

Ele mostrou surpresa. "Como, não?" E logo mostrou-me um **clipping** com a "clarification" publicada. (Será que eu não tinha visto?) Passado o assombro, pude observar que era, realmente, a minha nota... mas publicada num jornal do interior de Oklahoma! Disse a ele que assim eu não aceitava. Havia lido a história de Somoza no **Washington Post** e queria o desmentido no **Washington Post**. "Ah! Vai ser difícil". Explicou que o **Post** era programado com meses de antecedência. E, depois, o **Washington Post** não iria aceitar desmentidos de uma revista brasileira...

De colega para colega, com ar de intimidade com a matéria, ele me propôs: "Manda essa mesmo para o Brasil. Seu patrão nunca vai saber que é de Oklahoma".

Não, não. Teimei que queria no **Post**. Ele perdeu a paciência, virou **businessman**, disse que dava o caso por encerrado. Assumi o ar latino, reforcei o sotaque e disse que iria dedicar todo o meu tempo, dali para a frente, para conseguir a publicação.

Tomei um táxi e fui para a sede do **Post**, no centro. Sentimentos de impotência de subdesenvolvimento me dominavam. Nunca vão me dar bola... O que é que eu vou dizer no Brasil?... Desta vez, não fiz cena na portaria. Disse, sem muita convicção, que queria falar com o Ben Bradlee, o redator-chefe. Figurão da imprensa, celebridade de Watergate, tinha saído até no cinema. Mandaram que eu subisse para a redação. A secretária me perguntou o assunto. Mandou esperar. "Outro secretário de terno verde", pensei.

Entrei numa sala. E o próprio Ben Bradlee que me recebe. Reconheci da televisão. Ouviu minha história. Não fez perguntas. Passei-lhe minha "clarification", com vacilação. "Sai amanhã", diz. "Mentiroso", penso.

No dia seguinte, não levantei imediatamente quando ouvi o barulho do jornal batendo na minha porta. Estava pensando mesmo era como contar pro Brasil que não tinha saído nada.

Abro na coluna do Jack Anderson. Corro os olhos e, no pé, reconheço a minha nota. Vi na minha frente, com respeito, a figura tranqüila de Ben Bradlee.



Raphael

Nem todos são corruptos

(ou: o exemplo da indignação moral)

O ministro Raphael de Almeida Magalhães, da Previdência Social, está engajado numa cruzada que contraria toda a tradição administrativa brasileira. Acusado de ter praticado atos nocivos à economia e patrimônio do ministério que comanda, Raphael resolveu demonstrar, à sociedade, que as acusações não procedem. Em casos semelhantes, o máximo que se consegue, dos acusados, é a publicação de uma nota oficial em dois ou três jornais, com "esclarecimentos" que são dados como "definitivos".

Tão acostumado a conviver com a corrupção crônica da administração brasileira, o povo prefere ficar com a versão dos acusadores que os fatos,

cedo ou tarde, acabam por confirmar. Só que desta vez escolheram a pessoa errada. Raphael simplesmente não admite que as acusações que lhe foram feitas caiam no esquecimento. De tanto procurar auditórios (Câmara, Senado, programas de televisão, redações de jornais etc), Raphael de Almeida Magalhães passou a ser evitado pelos jornalistas, tão "cacete" tornou-se a sua idéia fixa de esclarecer tudo.

A atitude do ministro, contudo, baseia-se em dois pressupostos importantíssimos para a vida pública brasileira. Em primeiro lugar, ele quer provar que nem todo político é corrupto e isto só pode ser feito mediante cabal e insofismável pres-

tação de contas de seus atos. Em segundo lugar, trata-se de espremer contra a parede o vício nacional da acusação sem provas, apenas para efeitos políticos imediatos. Em outras palavras: quem acusa tem que provar e, se não provar, tem que ser apontado à opinião pública como leviano e irresponsável.

A contrapartida dessa posição tem que ser a disposição do acusado em exhibir, até o cansaço, as provas da lisura de seu comportamento. É esta a lição que o ministro da Previdência Social está passando aos políticos e à sociedade brasileira. Se for aprendida, baixará muito a taxa de leviandade política e, também, o índice de corrupção go-

vernamental. "O País está precisando de indignação moral, como essa de Raphael", disse o governador de Brasília, José Aparecido.

Sabe-se, agora, que alguns ministros e parlamentares do PFL tiveram participação direta na montagem das acusações de imoralidade nas compras de um prédio no Rio de Janeiro, de 300 apartamentos em Brasília e de cerca de 500 ambulâncias pelo Ministério da Previdência. O objetivo, sabe-se também, era tornar desconfortável a situação do PMDB junto ao Presidente da República e, para isso, nada melhor do que procurar atingir um amigo íntimo do presidente do partido, como Raphael é de Ulisses Guimarães.

O CASO DO PRÉDIO

O primeiro escândalo decorreu de notícia publicada na primeira página do jornal "O Globo", de que o ministro da Previdência havia pago pelo prédio onde se instalava a Dataprev a importância de 235 milhões de cruzados, quando o mesmo fora avaliado pelos próprios donos, pouco antes, em 36 milhões de cruzados. "A notícia era realmente de estarrecer", confessa o próprio Raphael. De estarrecer, inclusive, pela flagrante inverossimilhança da "coisa".

Como, então, um prédio de 13 andares, em local valorizado de Botafogo poderia custar apenas 36 milhões de cruzados — preço de um apartamento não dos mais luxuosos no Rio de Janeiro? O valor citado pelo jornal carioca referia-se a seu preço histórico, pelo qual os antigos donos o haviam incorporado ao patrimônio de uma de suas empresas. O valor pago pela Previdência, depois de pareceres de órgãos especializados, era de 20 por cento inferior aos preços de mercado.

No dia seguinte, com igual destaque, "O Globo" desmentiu a matéria implicitamente admitindo a barriga que cometera na véspera. O jornal abandonava o assunto que, no entanto, era logo retomado no Congresso por parlamentares do PFL e reintroduzido, desse modo, no circuito dos jornais diários.

A compra desse prédio era urgente, inadiável mesmo, como demonstrou Raphael. O grande inimigo do sistema previ-

denciário é a fraude, uma hidra de mil cabeças, que toma seu alento da precária fiscalização sobre a entrada e a saída de recursos do sistema. Num universo de 28 milhões de contribuintes, de mais de 460 milhões de atendimentos ambulatoriais, de 11 milhões de internações e assim por diante, era natural que se instalasse o que Raphael chama de "regime da fraude despudorada". Sem a informatização completa dos dados sobre o funcionamento da Previdência é simplesmente impossível acompanhar, sequer de longe, a malandragem do sistema. E a Dataprev simplesmente não tinha condições físicas de operar. Daí a compra do prédio, precedida de todas as cautelas legais.

Examinando-se bem o conteúdo desse escândalo e indagando, como nos romances policiais clássicos, sobre quem lucraria com a inadimplência da Dataprev, chega-se à conclusão de que os grandes fraudadores da Previdência é que estavam por trás da matéria. Mas a verdade é que eram os fraudadores políticos que agiam.

APARTAMENTOS DE BRASÍLIA

A cúpula da Previdência Social, todo mundo sabe, continua no Rio de Janeiro. De Brasília, o ministro opera mais pelo telefone e por aviões de carreira do que por procedimentos burocráticos normais. Com a criação do "Sistema Unificado e Descentralizado de Saúde nos Estados", que conjuga os serviços da Previdência com os de Saúde, tornou-se imperiosa a reestruturação do Inamps e a

transferência, para Brasília, de todas as direções gerais das autarquias integrantes do sistema da Previdência. Sem falar que, com essa transferência, reduz-se drasticamente o quadro de pessoal ancorado no Rio de Janeiro.

Como demonstrou cabalmente Raphael, a compra dos apartamentos em Brasília foi precedida de todas as precauções legais e existem documentos provando que a compra era financeiramente lucrativa para o ministério, de vez que o mercado imobiliário da capital defronta-se com grave crise de demanda. Imóveis situados nos mesmos prédios em que a Previdência comprou os apartamentos para abrigar todo o comando de suas autarquias tinham sido vendidos, meses antes, a preços até 25 por cento mais caros.

Existe ainda um detalhe de proporções desconhecidas: a Previdência dispõe de imóveis, que não lhe rendem nada ou quase, avaliados em mais de 70 bilhões de cruzados. O ministério está procedendo à desativação desse acervo de imóveis, de modo que os recursos com que comprou os apartamentos de Brasília não chegam a 2 por cento da renda que o Ministério obterá com a venda, em licitação pública, de seus imóveis ociosos.

O CASO DAS AMBULÂNCIAS

Vale a pena observar que as três acusações de improbidade administrativa chegaram aos veículos de comunicação ao

mesmo tempo. Tratava-se de criar uma espécie de "temporada de horror". A terceira acusação chega a ser ridícula, pois o ministério foi acusado de ter comprado cerca de 500 ambulâncias de uma única empresa automobilística. Essas ambulâncias, ainda em número insuficiente para atendimento dos segurados (quem vive no interior é que sabe melhor), são do mesmo tipo que a Previdência vem usando há anos e às quais já estão adaptados todos os acessórios de atendimento médico de emergência. Sem falar na vantagem de padronização de assistência técnica dos veículos.

Convenhamos: a insistência de Raphael explicar-se tornou-se chata, sem nenhum interesse jornalístico, mas alguém, nesse país, precisava erguer a bandeira de que nem todos os políticos são corruptos.

Nas últimas semanas, o ministro Raphael de Almeida Magalhães, da Previdência Social, visitou Câmara, Senado e todos os auditórios possíveis para provar que não é corrupto, que a compra de um prédio no Rio para a Dataprev, de apartamentos em Brasília para funcionários transferidos do Rio, e de algumas ambulâncias para o Inamps, não foram lesivas ao patrimônio público. Sua insistência já se tornou chata, mas essa indignação moral estava fazendo falta à política brasileira, que já está, depois de anos e anos de leviandade e impunidades, anestesiada, aceitando passivamente essa doença crônica chamada corrupção.



Bancários: oito assessores de imprensa produzindo 20 publicações

Jornalismo alternativo

*O mercado se sofisticava,
atrai profissionais
respeitados e não pára de crescer*

Conquistar o diploma e transformar-se em repórter famoso, viajar pelo mundo em busca das grandes notícias, desvendar o que há por trás dos acontecimentos importantes através de uma coluna respeitada e temida. Pode parecer clichê, mas essas imagens estão na cabeça de boa parte dos estudantes de jornalismo do país. A realidade profissional, porém, em pouco tempo encarrega-se de liquidar tais sonhos.

A rotina diária para os recém-formados, com raras exceções, constitui-se de monótonas coberturas, muitas horas de espera, madrugadas em claro, salários minguados.

- Quem quiser realizar o sonho do sucesso precisa lembrar que o mercado profissional não se restringe às redações. O atalho mais curto para isso podem ser as assessorias de imprensa, que quase nunca são lembradas pelos estudantes - ensina o jornalista Enio Campói, presidente da novíssima Associação Nacional das Empresas de Assessoria de Imprensa e Comunicação Social - Aneci, criada há um ano, em São Paulo. Campói sabe do que

está falando: a empresa de assessoria que ele criou, a Mecânica de Comunicação, paga hoje aos seus jornalistas 30 mil cruzados mensais por cinco horas de trabalho - quase o triplo do estabelecido pelo piso salarial dos jornalistas.

A Mecânica de Comunicação não é um exemplo isolado. Segundo o presidente da Aneci, a assessoria de imprensa é o segmento que mais cresce atualmente no setor da Comunicação Social. Em todo o país, existem hoje cerca de 800 empresas de assessoria de comunicação - 600 só em São Paulo - que oferecem trabalho para pelo menos mil jornalistas, acenando com bons salários e horários civilizados.

Tais atrativos têm trazido para as assessorias alguns dos mais experimentados profissionais do país. É o caso de Miguel Jorge, que depois de fazer carreira em o Estado de São Paulo e ter sido seu editor-chefe por 10 anos, trocou o posto pelo cargo de Diretor de Comunicação Social da Autolatina, empresa resultante da fusão da Volkswagen e Ford. Outro que trocou a redação pela assessoria foi

João Yuasa, que passou 20 anos como repórter da Folha de S.Paulo e outros jornais.

"Os fechamentos estavam acabando com a minha saúde", lembra. "Hoje, além de não enfrentar mais esse tipo de sacrifício, tenho um nível salarial compatível ao dos grandes nomes da imprensa".

Nascidas nos Estados Unidos, no início do século, quando o magnata e industrial Henry Ford convocou o jornalista Ivy Lee para trabalhar na melhoria da sua imagem pessoal, as assessorias de imprensa chegaram ao Brasil junto com as grandes corporações multinacionais - para as quais uma eficiente e profissionalizada divisão de Comunicação Social é tão importante quanto um bom planejamento ou o aprimoramento de produtos. Durante o período do "milagre econômico", as assessorias brasileiras experimentaram um crescimento vertiginoso, com a multiplicação de pequenas empresas formadas por um único jornalista - conhecidos no meio como os "franco-atiradores". Um desses solitários profissionais é Cláudio Monteiro, integrante da Comissão Permanente e Aberta dos Jornalistas de Assessorias de Imprensa do Sindicato de São Paulo. "Resolvi ser patrão de mim mesmo", diz. Cláudio atende somente a três clientes - e não pensa em outros: "Não dá para fazer assessoria com quem fabrica pastel", compara.

Apesar dos inúmeros exemplos bem sucedidos, a assessoria de imprensa ainda é encarada com muito preconceito, sobretudo pelos jornalistas mais jovens. Essa mentalidade parece ter origem já nas próprias faculdades. "Ainda há professores que acham que a assessoria não é trabalho de jornalistas", revela José Coelho Sobrinho, professor do curso de Jornalismo da Universidade de São Paulo há 16 anos. "Tive muitos alunos que eram totalmente contrários à idéia e hoje são excelentes assessores", conta. Parte desse preconceito está associada a um velho rótulo, segundo o qual o assessor de imprensa é aquele jornalista que não deu certo e, para sobreviver, vive pendurado ao telefone, tentando plantar notas sobre seus clientes nas colunas mais importantes.

Esse tipo, é verdade, ainda existe - mas nada mais equivocado do que imaginar que ele constitui maioria entre os assessores de imprensa. "Hoje,



Campói: atalho para o sucesso

FOTO BEATRIZ ALBUQUERQUE/PRISMA



Chaparro: uma tese sobre o tema

FOTO BEATRIZ ALBUQUERQUE/PRISMA

60% das pautas da grande imprensa são feitas a partir de informações saídas das assessorias", garante Eduardo Ribeiro, assessor de imprensa do Sindicato Nacional da Indústria de Componentes de Veículos Automóveis (Sindipeças), em São Paulo.

Quem ganha com isso são os pauteiros. Nair Keiko Suzuki, 38 anos, 18 de profissão, responsável pela pauta de economia do Estadão, concorda. "Se considerarmos os releases e os telefonemas, acredito que a ajuda das assessorias chegue mesmo a 60% das pautas", diz.

O trabalho de uma empresa de comunicação ou assessoria de imprensa, contudo, não se resume a abastecer os meios de comunicação com informações. O tradicional e inevitável "press-release" ainda é uma ferramenta básica das assessorias, mas não a única.

A Mecânica de Comunicação, de Enio Campói, por exemplo, desenvolve um trabalho de treinamento de executivos para contatos com a imprensa. Nessa tarefa, chega até a rea-

lizar entrevistas simuladas para a tevê, que depois são analisadas pelos próprios clientes. Com esse treinamento, todos saem ganhando: o executivo, ao aprender a passar corretamente a informação que lhe interessa; e o repórter, que não perde tempo colhendo informações desnecessárias ou pouco precisas para sua matéria. A Contexto, de Wilson Bueno, também de São Paulo, prepara mensalmente um relatório de 60 páginas com uma análise detalhada de 50 periódicos para alguns de seus clientes. Essa análise vai desde os editoriais até o tipo de publicidade veiculada pelas publicações. Há trabalhos ainda mais sofisticados que objetivam facilitar e tornar mais eficiente o diálogo entre empresas e jornalistas, como o desenvolvido há dois anos pela Gerência de Comunicação Social da Rhodia (veja quadro nesta página).

O mercado de trabalho das assessorias de imprensa e empresas de comunicação vai além das grandes empresas e órgãos de governo. Uma das assessorias mais dinâmicas de São

Paulo, com uma redação formada por oito jornalistas, que produzem 20 publicações diferentes e até um boletim diário, é a do Sindicato dos Bancários de São Paulo. Comandada pelo jornalista José Luiz Frare, a assessoria do Sindicato edita desde panfletos de convocação de greves até a **Folha Bancária**, de circulação diária, com um mínimo de 80 mil exemplares - tiragem que, em períodos de mobilização da categoria, chega a ultrapassar os 100 mil exemplares. A Assessoria de Comunicação do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo, no ABC paulista, edita um noticiário de vídeo para seus associados.

O complexo universo das assessorias de imprensa e empresas de comunicação assumiu tanta importância que vai até virar tese de mestrado. Seu autor é o jornalista e professor Manuel Chaparro, da Escola de Comunicação e Artes da USP - ele próprio um "franco-atirador" nas horas vagas. "O setor cresceu tanto e tão rapidamente que despertou o meu interesse", explica Chaparro.

O mapa da mina

Em 1985, a Gerência de Comunicação Social da Rhodia do Brasil, comandada por Walter Nori, elaborou um livrinho de 54 páginas que mudou a cabeça da empresa e acabou se transformando numa espécie de best-seller: os raros exemplares que circulam fora da Rhodia são disputadíssimos.

O livreto não tem encadernação luxuosa, fotos multicoloridas, nem um título atraente. Chama-se, apropriadamente, **Plano de Comunicação Social** e contém um minucioso esquema que permite ao grande público conhecer

toda a Rhodia, cuja imagem era até então associada ao velho lança-pfume, mais do que qualquer outra coisa.

O Plano reconhece as transformações políticas, sociais e econômicas do país, identifica os públicos-alvos para a mensagem da companhia, define uma postura geral para a Rhodia e explica claramente o papel da comunicação, com suas limitações e possibilidades.

Sem usar a linguagem complicada dos especialistas, o Plano dá o mapa da mina. Abaixo, algumas boas dicas:

- Receba amistosamente a imprensa, mesmo que as perguntas não sejam agradáveis.
- Não há perguntas indiscretas, só respostas.

- Tenha a certeza de haver entendido perfeitamente a pergunta, antes de respondê-la.

- Sempre dê respostas objetivas.

- Sempre que possível, conceda a entrevista em ambiente confortável, onde o repórter possa, sentado, fazer anotações calmamente.

- Ofereça água ou café durante a entrevista pois, nesse momento, o papo se torna mais descontraído.

- Caso a entrevista não possa ser concedida, receba o repórter e, em off, explique por que não pode dar as informações oficialmente.

- Meça o interesse do que está dizendo pelo volume de anotações que o repórter faz. Caso nada seja anotado, é sinal de que as informações estão sendo desinteressantes.



FOTO BEATRIZ ALBUQUERQUE/PRISMA ARQUIVO LUCIANO DO VALLE

Luciano, hoje, e em 63, ainda "repórter-volante": paixão pelo esporte

Luciano do Valle na prorrogação

Seis anos após virar seu próprio patrão, o criador do show do esporte vai pendurar o microfone

Todo jornalista já pensou, ao menos uma vez, em ser patrão de si mesmo. Alguns arriscaram-se à empreitada, raros fincaram pé no projeto - e poucos tiveram êxito. Luciano do Valle, um campineiro de 40 anos de idade e 20 de profissão, dono de uma voz conhecida em todo Brasil, joga nesse último time.

Há cinco anos, mal desarrumara as malas de volta da Espanha, de onde transmitira a Copa do Mundo, decidiu trocar o posto de locutor titular de esportes da maior emissora de televisão do país e quarta do planeta, a TV Globo, pelo risco de empreendimento próprio.

O empresário prosperou tanto, de lá para cá, que o locutor Luciano do Valle prepara-se para pendurar as chuteiras, quer dizer, o microfone, já no ano que vem. Quer ficar a partir de então à frente só de sua empresa, a Luqui Propaganda, Promoções e Produções.

Assim que terminarem os Jogos Olímpicos de Seul, na Coréia do Sul, em agosto de 1988, ele vai encerrar sua carreira de narrador esportivo - mas garante que o homem de negócios não nocauteou o profissional de televisão.

-Venceu o jornalista, que teve a capacidade de perceber a hora de parar. E também ganhou a pessoa. Quero ter mais tempo para mim, estar mais com minha mulher, Silvia, e minhas três filhas - Alexandra, Patrícia e Fernanda -, jogar tênis regularmente e preparar camarão no catupiry para os meus amigos.

Atualmente, Luciano divide seu tempo entre os estúdios da TV Bandeirantes em São Paulo, onde é responsável pela programação esportiva, e o seu movimentado escritório, além de se desincumbir de uma agenda carregada. Viaja tanto aos Estados Unidos que é obrigado a manter um apartamento alugado em Miami. So-

bra pouco tempo para os prazeres da vida.

- Nos últimos 31 anos, desde que meu pai perdeu a loja dele, em Campinas, só tive responsabilidades - diz Luciano. Agora, quero colher um pouco do que plantei.

Ele vai se afastar das câmeras e microfones, mas continuará dirigindo uma equipe de 200 profissionais, responsável por 60 horas mensais de programas esportivos na Bandeirantes - *Show do Esporte* aos domingos e *ESporte Total* nos dias de semana - e continuará organizando e promovendo eventos como a Copa Pelé, que realizou em janeiro deste ano.

Luciano está animado com a renovação do contrato de sua empresa com a Bandeirantes, com duração de quatro anos. Segundo o acordo, as partes formam um consórcio, no qual a Luqui (sócia minoritária) fica encarregada de organizar a programação e a Bandeirantes entra com o equipamento. A participação financeira de cada parte, contudo, é um segredo muito bem guardado. O mesmo que envolve o faturamento e os lucros da sociedade.

-Não temos prejuízo - desconversa Luciano - mas também não estamos botando dinheiro pelo ladrão.

De duas casas no Aeroporto a uma mansão no Morumbi

Tal discrição é prejudicada por alguns sinais externos de prosperidade. Há pouco mais de um mês, a Luqui trocou as duas casas que ocupava perto do aeroporto, por uma espaçosa mansão de quase mil metros quadrados de área no valorizado bairro do Morumbi, o mesmo dos estúdios da Bandeirantes.

A mansão do Morumbi é o QG de uma série de operações, que se ainda não conseguiram produzir milionários, são de grande vulto. Apesar de as cifras serem trancadas a sete chaves, é possível avaliar o movimento financeiro com base nos custos operacionais da Luqui. O orçamento mensal da empresa não é inferior a 600 mil dólares - o equivalente a 36 milhões de cruzados. Apenas a cobertura da Fórmula Indy, um dos pratos fortes da maratona televisiva dos domingos, *O Show do Esporte*, com nove horas de duração, custou dois milhões de dólares. E mesmo pratos extras eventuais, como a luta entre Mike Tyson e Tyrrel Biggs, no próximo dia 16 de outubro, em Las Vegas, são dispendiosos: os direitos de transmis-

são da luta consumirão 30 mil dólares - em torno de 1,8 milhão de cruzados.

O sócio de Luciano é Francisco Coelho Leal, filho de Blota Júnior e Sonia Ribeiro. Amigo de Luciano há 17 anos, abandonou há cinco o seguro cargo de diretor de marketing da Caloi para, junto com o narrador, iniciar uma aventura no mundo dos negócios esportivos, chamada Promoção.

O capital da dupla se resumia à experiência, uma boa dose de coragem e uma certa intuição. Luciano, como bom repórter, já havia percebido o desencanto dos brasileiros em relação ao futebol e o crescente interesse por outros esportes. Nessa época, a Seleção Brasileira de Vôlei masculina, numa sucessão de grandes vitórias internacionais, já tinha algum Ibope. A Promoção teve, então, a idéia de organizar os mundiais de vôlei feminino e masculino. Sucesso total. Durante nove meses, a TV Record representou a mídia exata para o projeto que, a essa altura, já atraía os primeiros patrocinadores.

Show do Esporte levou a Globo a relançar o Esporte Espetacular

Da paulista Record, onde tinha duas horas de duração, o Show do Esporte mudou-se para a Bandeirantes, uma rede nacional com o fôlego para sustentar nove horas de espetáculos aos domingos. A partir daí, modalidades esportivas que nunca tinham sido vistas na tevê começaram a aparecer, como o superkart, hóquei



BEATRIZ ALBUQUERQUE/PRISMA

Francisco Leal, o Quico: único sócio.

sobre patins, futebol de salão e até mesmo a sinuca, tirada dos escuros salões para brilhar sob a luz dos refletores da Bandeirantes. Sem falar no fenômeno de audiência representado pelo peso pesado Adilson "Mauuila" Rodrigues, hoje conhecido nacionalmente graças ao Show do Esporte.

A TV Glóbo demorou para descobrir esse filão até que, este ano, resolveu seguir o exemplo e relançou, nas noites de domingo, o "Esporte Espetacular", um resumo de tudo o que acontece no mundo esportivo. Foi uma espécie de vitória moral de Luciano: enquanto trabalhou na Globo, várias vezes propôs a criação de um programa para todos os esportes. Seus chefes achavam que não daria ibope.

Luciano está convencido de que só

recentemente os jornalistas esportivos descobriram outros esportes além do futebol. E não disfarça o orgulho por ter contribuído decisivamente para essa mudança. Não se trata apenas de cega paixão pelo esporte, mas sim uma racional descoberta de que o esporte, a exemplo do que ocorre em quase todos os outros países, representa um potencial muito grande também como empreendimento comercial (veja Box nesta página).

Por enquanto o Brasil ainda não dispõe de dados que quantifiquem esse potencial. Nos Estados Unidos, no entanto, as estatísticas registraram uma participação cada vez maior das empresas privadas nos eventos esportivos.

Por exemplo: 3.400 empresas estão patrocinando atualmente eventos esportivos de toda ordem, investindo nisso a quantia de 1,35 bilhão de dólares. Somando-se este investimento aos gastos de propaganda direta no esporte, a cifra chega a 3,5 bilhões de dólares. Os anúncios nos horários esportivos das três redes nacionais de tevê americana somam 1,4 bilhão de dólares por ano.

Embora significativos, esses números não abalam o Bolacha, apelido dado a Luciano do Valle pelo comentarista Mário de Moraes, em fins da década de 60, devido ao formato redondo de seu rosto.

Luciano promete que dentro de um ano vai encerrar definitivamente sua carreira de narrador esportivo, iniciada em 1963, na Rádio Brasil, de Campinas, como repórter volante. x

Os segredos de uma grande jogada

A mansão no Morumbi onde instala-se a Luqui Promoções guarda dois segredos: os números relativos à contabilidade dos negócios, e a estrutura que viabiliza os projetos, desde o momento em que eles são planejados até às fases de produção e comercialização.

Quanto aos números, não se consegue descobrir ao certo a porcentagem que a empresa recebe no contrato que tem com a TV Bandeirantes -

mas sabe-se que está entre 30 e 35% do faturamento líquido, ficando o restante com a emissora. O faturamento bruto, hoje, gira em torno de 50 milhões de cruzados por mês - quase o mesmo valor que fatura toda a TV Bandeirantes em São Paulo.

Contra este faturamento há um custo fixo mensal em torno de 36 milhões de cruzados, sendo 10 milhões para a folha de pagamento dos 200 funcionários (da Luqui e da Bandeirantes) envolvidos no esquema.

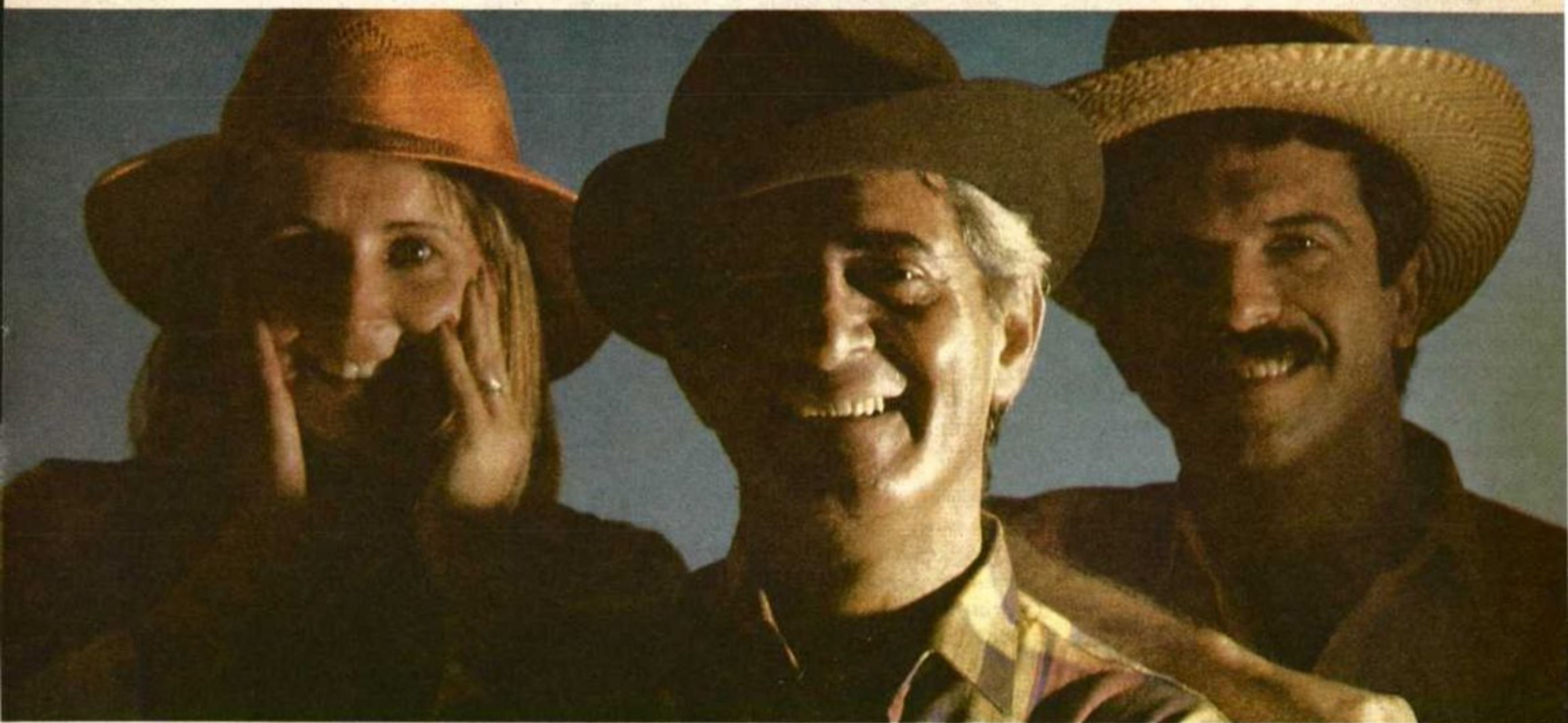
O faturamento, no entanto, está diretamente condicionado ao calendário de eventos. Ele pode descer ou subir, repentinamente. Foi o que aconteceu no início de agosto, quando a luta de Adilson "Maguila" Rodrigues contra o norte-americano James "Quebra-Ossos" Smith rendeu,

sozinha, perto de 60 milhões de cruzados.

Quanto à estrutura a Luqui assemelha-se a um ringue, onde Luciano fica de um lado e seu sócio Quico do outro, encontrando-se pacificamente nas reuniões semanais, quando analisam e programam o trabalho. Luciano cuida de toda a parte artística, tendo como braço direito seu Diretor Executivo, Paulo Mattiussi. Quico fica com o resto, auxiliado por três diretores: Comercial, Planejamento e Financeiro.

Hoje, o grande desafio de todos é convencer a TV Bandeirantes de que a porcentagem que cabe à Luqui no negócio é injusta. O objetivo é renegociar, fifty-fifty; como quando tudo começou. Só há um problema: Johnny Saad é um adversário muito mais duro que o "Quebra-Ossos".

AGORA O VALOR BÁSICO DE CUSTEIO E O PREÇO MÍNIMO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS SÃO CORRIGIDOS POR OTN.



64 milhões de toneladas de grãos é uma boa safra em qualquer país. O agricultor plantou. O Brasil chegou lá. Agora o Governo Federal adotou uma nova política agrícola, que, se por um lado acabou com o subsídio rural, por outro amplia e melhora as ofertas de crédito para o homem do campo plantar mais e modernizar sua lavoura.

Ela está destinando 385 bilhões de cruzados para a agricultura, com prazos mais longos e juros mais baixos.

Agora todos tem até 12 anos para pagar financiamentos para equipar e modernizar suas lavouras. Até 6 anos para os financiamentos de máquinas, veículos e implementos.

O prazo de financiamento de calcário melhorou. Agora são 4 anos e mais 1 de carência. A taxa de juros de custeio de plantio baixou: 7% para os mini e pequenos produtores e 9% para os médios e grandes produtores.

O VBC – Valor Básico de Custeio – agora é baseado na OTN. Isto passa a garantir ao produtor orçamentos reais até a liberação da última parcela. Os preços mínimos de produtos agrícolas também passam a acompanhar mensalmente a OTN.

A valorização do que o agricultor planta está assegurada. Plantar é a palavra de ordem. Podemos chegar a 70 milhões de toneladas de grãos. Podemos deixar a mesa do brasileiro cada vez mais farta e sadia.

VAMOS PLANTAR UMA GRANDE SAFRA. VAMOS BATER UM NOVO RECORDE.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA

Ministro Íris Rezende Machado

GOVERNO JOSÉ SARNEY

TUDO PELO SOCIAL.

Pan: uma vitória da independência

Como um grupo de produtores independentes driblou as grandes redes e trouxe o Pan para o Brasil

Dois experientes homens de televisão em Indianápolis e 60 profissionais no Brasil. Com este pequeno exército, infimo em termos de televisão, um grupo de produtores independentes trouxe para o Brasil o que ninguém imaginava: as imagens dos Jogos Pan-americanos. Uma rede de oito emissoras independentes e 18 tevês educativas colocou no ar, durante 15 dias, 104 horas de programação, um record brasileiro em transmissões internacionais ao vivo de esportes amadores.

A brecha para a entrada das emissoras independentes surgiu quando a OTI (Organização de Televisão Ibero-Americana), que representa as grandes redes brasileiras, não chegou a um acordo com o Comitê Organizador para a compra dos direitos e resolveu que seus associados não deveriam transmitir os Jogos. E para que isso não fosse desobedecido, quem se arriscasse a fazer a cobertura perderia o direito de comercializar e transmitir as Olimpíadas de Seul, no próximo ano, e a Copa do Mundo da Itália, eventos já acertados pela OTI.

A criatividade brasileira surgiu aí. Jorge Ramos, um experiente homem de marketing, ex-executivo da Globo e apaixonado pelo esporte amador,

bateu às portas do governo federal e pediu ajuda. Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal se comprometeram com o patrocínio de duas cotas, no valor total de dois milhões de dólares, para pagar o custo operacional da transmissão. Em troca, a rede de 18 emissoras educativas recebeu os direitos de transmissão.

O problema, daí em diante, foi encontrar uma emissora comercial para ser a cabeça da rede. De preferência em São Paulo, onde estão 50% do mercado publicitário brasileiro. A emissora não poderia ser filiada à OTI, o que eliminou a Globo, Bandeirantes, Manchete, SBT e Record. Restou apenas a TV Gazeta, da Fundação Cásper Líbero.

As primeiras conversações aconteceram sob sigilo, fundamental para o êxito da operação. Acertado o negócio com a Gazeta, Jorge Ramos partiu para a viabilização comercial da transmissão - e procurou a Koch Tavares, empresa com larga experiência na organização e venda de eventos esportivos. Enquanto os primeiros contatos comerciais eram iniciados, Rui Vioti, 58 anos, 43 de rádio e TV, diretor de televisão da Koch Tavares, assumia o "front" operacional.

Doze dias antes da festa de abertu-

ra, Rui desembarcou em Indianápolis para uma missão que parecia impossível: armar o esquema que mandaria para o Brasil as imagens dos atletas brasileiros.

— "Quando cheguei lá não tinha nada preparado" —, conta Rui.

Decidiu organizar uma programação que privilegiava os esportes coletivos, a maior força do Brasil no Pan. Assim, todas as partidas das equipes de vôlei e basquete masculino e feminino, como as seleção de futebol, chegariam ao vivo. Para completar, os brasileiros veriam ainda, ao vivo, três sessões de atletismo e as cerimônias de abertura e encerramento da festa.

Faltava traçar o difícil caminho da imagem de Indianápolis até o Brasil. Um canal do satélite norte-americano Westar foi alugado. Sua tarefa: levar o sinal de Indianápolis às estações terrenas de Andover, no Estado de Nova Iorque, e Eton, na Virgínia. Dali, a imagem seria jogada no Intelsat. No Brasil, a comercialização do Pan corria contra o relógio e enfrentava sérios obstáculos. Nenhum patrocinador acreditava que uma rede independente pudesse furar o monopólio das associadas da OTI.

As primeiras imagens quebraram o encanto. E os patrocinadores começaram a aparecer. No interior, alguns prefeitos simplesmente trocavam, nas repetidoras de suas cidades, o sinal de uma das grandes redes pelas imagens do Pan.

Em muitas praças, as pequenas emissoras passaram à frente da Globo, campeã absoluta de audiência. Em São Paulo, durante a transmissão da final de futebol entre Brasil e Chile, o Ibope da Gazeta alcançou 13 pontos, enquanto o da TV Cultura bateu nos 16.

Modesto, o engenheiro Victor Paranhos, 39 anos, dez de televisão, solitário companheiro de Rui Vioti na operação em Indianápolis, não viu nenhuma façanha no fato de os dois, sozinhos mandarem mais de 100 horas de programação ao vivo para o Brasil.

— "O que precisa é profissionalismo. Por mais modernas que as máquinas fiquem, sempre haverá necessidade do homem por trás delas. Tem muita gente aí complicando para manter o emprego."

Criatividade igual a dos brasileiros, só a dos cubanos. Eles recebiam o sinal por satélite em Miami. De lá, apoiados apenas por um limitado microondas, mandavam as imagens diretamente para Cuba, a 145 quilômetros de distância. Sem satélite internacional, transmitiram 120 horas de programação. ✕

A dupla dinâmica em ação



ABRIL IMAGENS/ SOMMER ANDREY



ABRIL IMAGENS/SERGIO BEREZOVSKY

*Rui Vioti (à esq.) e Victor Paranhos:
104 horas de transmissão
ao vivo, recorde para a TV brasileira*

**A Eletropaulo
saúda
a IMPRENSA
com muita
ENERGIA!**

GOVERNO QUÉRCIA



Eletropaulo
**ELETRICIDADE DE
SÃO PAULO S.A.**

**SECRETARIA
DE OBRAS**



O verdadeiro trem da alegria

Expresso Brasil: uma viagem milionária do Grupo Vicunha pela tela da Globo.

Por Caio Camargo

O Grupo Vicunha saiu do anonimato para as telas de televisão no ano passado. O Brasil vivia a euforia do Plano Cruzado. Uma denúncia dos “fiscais do Sarney” jogou o nome Vicunha nos telejornais como praticante do ágio.

— “Nada ficou provado. Mas a partir deste comercial desfavorável surgiu a idéia de divulgar o Grupo” relembra Benjamin Steinbruch, 34 anos, diretor-superintendente da Vicunha.

A necessidade de marcar a imagem do Grupo, com 15 empresas, 37 fábricas e 22 mil funcionários espalhados pelo País e uma previsão de faturamento de 700 milhões de dólares, em 1987, levou Steinbruch a Eduardo Fischer, 30 anos, 12 de publicidade, vice-presidente de criação da agência Fischer, Justus, Young & Rubican.

— “Vamos esquecer a crise. Quero uma campanha marcante, que transmita sobretudo bom humor e motivação para o trabalho” —, disse Benja-

min. O Grupo Vicunha precisa ficar conhecido no Brasil inteiro como uma empresa 100% nacional.

Fischer resolveu jogar pesado. Afinal, a partir de sua equipe de criação tinham saído algumas das mais revolucionárias campanhas da publicidade brasileira, como as da Calvin Klein, Pierre Cardin e Britania.

— “O processo de criação deve ter durado uns 60 dias. Queríamos algo ligado às raízes brasileiras. E por que não as novelas? Depois de dezenas de reuniões, optamos por personagens conhecidos, numa mininovela.”

Três meses depois do primeiro pedido de Steinbruch, em abril, nascia o Expresso Brasil - mininovela de quarenta capítulos, cada um com 1 minuto e meio, levada ao ar pela Rede Globo, que coloca numa mesma história dezenas de personagens de suas novelas mais marcantes, desde Odorico Paraguaçu, de O Bem amado, até a viúva Porcina, de Roque Santeiro. Custo total: 3 milhões de dólares, cer-

ca de 140 milhões de cruzados pela cotação da época.

Aprovada a idéia, restava viabilizá-la. Nelson Gomes, diretor da Globotec, a maior produtora de vídeo do país, entusiasmou-se: “Logo percebi que estava diante de uma campanha revolucionária. Mas não pude dar uma resposta imediata.”

Gomes consultou inicialmente a Apoio, outra empresa da Globo, responsável por todo o merchandising da emissora. Recebeu sinal verde.

Restava o veredito de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, vice-presidente de operações da Rede Globo. Boni autorizou tudo em poucos minutos. Afinal, na própria Globo já surgira a idéia de reunir personagens marcantes de novelas numa única produção.

Ficou acertado que não haveria excesso de merchandising. O Grupo Vicunha seria vendido institucionalmente. Boni quis apenas os personagens mais fortes, que haviam marcado os telespectadores. Os episódios encadeados foram descartados, pois o tempo era pequeno demais. A fórmula não funcionaria. Optou-se, então, por “sketches” diários.

O novelista Dias Gomes foi escolhido para fazer o texto. Mais atraente do que a idéia era o cachê, em torno de três milhões de cruzados. Nenhum artista que estivesse no ar em programas da Rede Globo entraria no Expresso Brasil. Para dirigir a série foi convidado o ator e diretor Paulo José.

Surpresa na Globo: antes do “boa noite”, Cid Moreira chama um comercial

Restava montar o elenco. Paulo Gracindo, Regina Duarte, Luis Gustavo e Lima Duarte embolsaram cerca de um milhão de cruzados cada.

No dia 17 de julho, o subúrbio carioca de Miguel Pereira recebia um batalhão de 120 pessoas e a parafernália eletrônica da Globotec. Três equipes completas de filmagens trabalharam duro durante um mês, um recorde para os padrões publicitários. A produção operava milagres, acertando horários. Alguns atores, junto com as gravações, participavam de peças de teatro e filmagens para o cinema. Quase 600 horas de gravação depois, a produção estava pronta.



FOTO BEATRIZ ALBUQUERQUE/PRISMA

Os condutores desse Expresso

A equipe de Eduardo Fischer (acima) partiu para uma fórmula diferente: fazer uma mininovela. A idéia entusiasmou Nelson Gomes (à esquerda) que concretizou o sonho de Benjamin Steinbruch, diretor-superintendente do Grupo Vicunha (abaixo): tirar do anonimato 15 empresas e 37 fábricas que só tinham sido notícia - negativa - no auge do Plano Cruzado.



FOTO BEATRIZ ALBUQUERQUE/PRISMA

O trabalho de edição foi rápido. Em dez dias, tudo estava reduzido a 30 minutos, tempo total da série. E, pela primeira vez, um comercial pintava na tela da Globo com chamada no Jornal Nacional. No dia 17 de agosto, antes de encerrar o telejornal, o locutor Cid Moreira anunciava: "Assista agora ao Expresso Brasil".

Tão logo os créditos do JN subiram, o Expresso Brasil começava a correr pelas telas brasileiras, mostrando Saramandaia, com paradas estratégicas em Asa Branca e Sucupira. Diálogos bem-humorados envolviam Zeca Diabo, Victor Valentim, as Irmãs Cajazeiras. Nos primeiros dias de exibição da série, a Fischer saiu às ruas para detectar a reação do público. O resultado foi assombroso: 77% das 113 pessoas entrevistadas, numa pesquisa feita por amostragem na faixa de 15 e 60 anos, já tinham ouvido falar em Expresso Brasil. A pesquisa mostrou também que 78% tinham ouvido falar do Grupo Vicunha. Pouco menos da metade, 47%, haviam assistido pelo menos um entre três capítulos que já tinham sido veiculados.

Problema: colocar em marcha um novo trem na mesma linha

— "Eu sempre achei que não adianta o comercial ser criativo se a mídia não for criativa. E o Expresso Brasil é uma produção criativa" —, diz Boni. Nelson Gomes, da Globotec, vai além. Ele classifica o Expresso Brasil como comunicação de vanguarda:

— "A campanha não entrou somente para a história da publicidade. Conseguiu um destaque na história da TV. Vai ser difícil superá-la."

Procurando refrescar o entusiasmo, Eduardo Fischer reluta em admitir que tenha revolucionado o mercado.

— "Descobri um filão que nunca fora explorado. Mas não posso dizer que a campanha seja um divisor de águas. A primeira está sendo um sucesso. Mas como bolar uma segunda no mesmo estilo?"

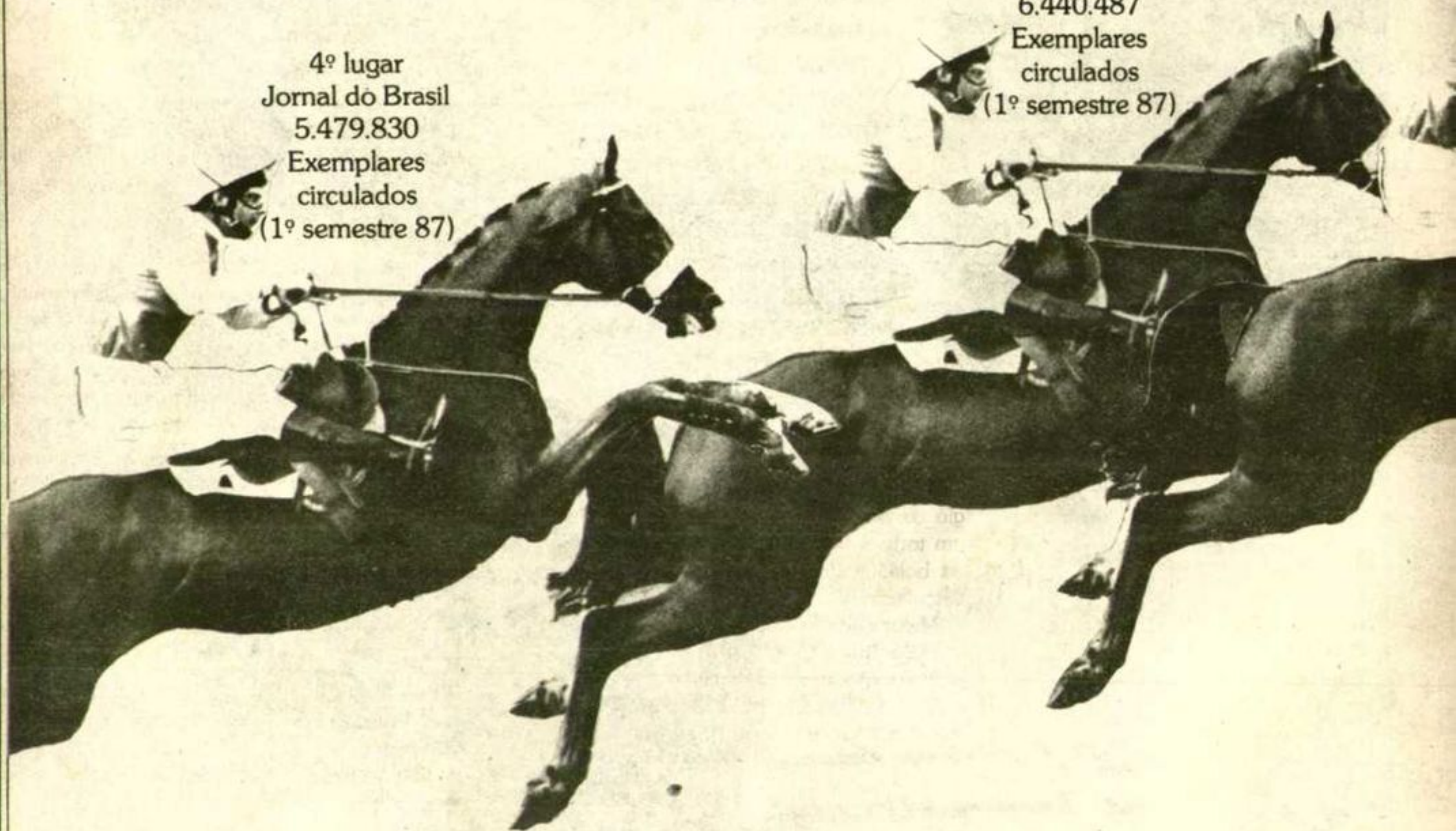
Benjamin Steinbruch, do Grupo Vicunha, promete novas revoluções. Ele assegura que o Grupo Vicunha não vai voltar ao anonimato.

— "A imagem institucional da empresa está marcada de forma brilhante. Mas não pode parar aí. Já estamos pensando numa nova campanha, que terá que ser ainda mais criativa e revolucionária."

Folha.Os DeUmC

4º lugar
Jornal do Brasil
5.479.830
Exemplares
circulados
(1º semestre 87)

3º lugar
O Estado
6.440.487
Exemplares
circulados
(1º semestre 87)



Números Campeão

Jarbas

2º lugar
O Globo
8.748.579
Exemplares
circulados
(1º semestre 87)

1º lugar
Folha
9.277.012
Exemplares
circulados
(1º semestre 87)



A Folha está correndo na frente em todo o Brasil.

Durante o 1º semestre de 87, os leitores da Folha continuaram com o privilégio de ler o jornal de maior circulação em todo o território nacional, conforme os boletins do Instituto Verificador de Circulação IVC.

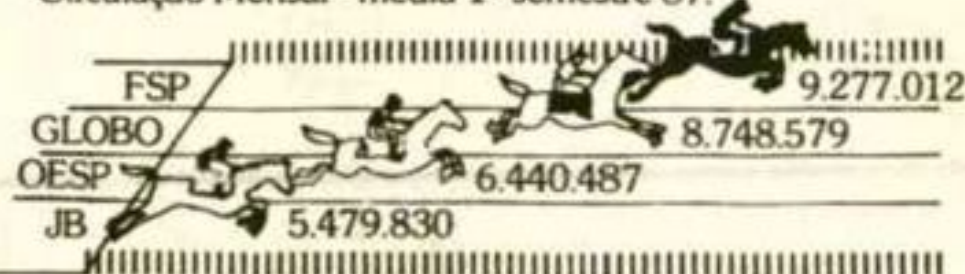
Maior que o Globo.

Maior que o Estado de S. Paulo.

Maior que o Jornal do Brasil.

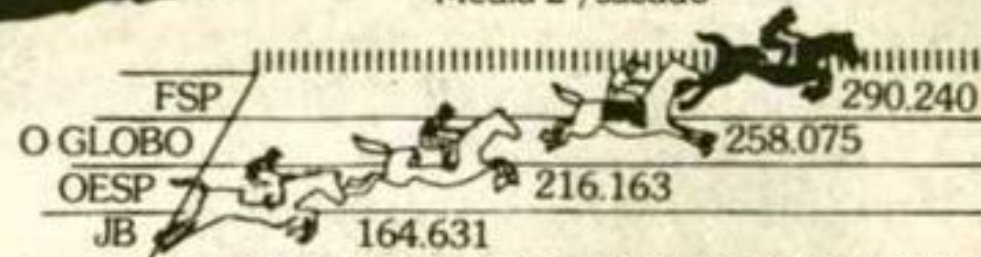
E a Folha não está disparada na frente apenas na circulação mensal:

Circulação Mensal - média 1º semestre 87.



Ela também vence todos os grandes jornais todos os dias úteis da semana de segunda-feira a sábado:

Média 2º/sábado



E no domingo, mantivemos com muito orgulho o segundo lugar no Brasil e deixamos nosso principal concorrente, o Estado de S. Paulo, na terceira colocação.



A Folha apresenta os números de um campeão.

Um campeão escolhido por você e por milhares de outros leitores que ajudaram a construir o maior jornal deste país.

Folha de S. Paulo:

A raça de um campeão.

FOLHA DE S. PAULO

Um bom jornal todos os dias

Dois jornais à procura do eleitor

Última Hora muda de horário e O Dia de editores. Afinal, as eleições vêm aí.

O empresário Ary de Carvalho está com problemas nos seus dois jornais, **O Dia** e a **Última Hora**, ambos do Rio. O primeiro está bem de vendas, mas como o proprietário reconhece, vai mal de credibilidade. A **Última Hora** ia mal nas bancas e desde 10 de agosto está saindo às 4 da tarde, tentando ocupar uma terra de ninguém e sair do buraco.

A **Última Hora** nunca mais foi a mesma desde que Samuel Wainer deixou de editá-la. O jornal nasceu em 1.º de junho de 1951, financiado pelo Governo Getúlio Vargas, como tentativa de enfrentar os Diários Associados de Assis Chateaubriand e outros jornais de oposição ao Presidente. Inovou o jornalismo, cresceu (chegou a vender 150 mil exemplares no Rio e 250 mil em São Paulo), passou a ter cinco edições regionais e só definiu a partir de 1964, quando Wainer, cassado na primeira lista dos inimigos do regime militar, foi obrigado a ir vendendo os títulos regionais, um a um. O do Rio terminou nas mãos de Ary de Carvalho, que dirigia a **Última Hora** de Porto Alegre.

Ary de Carvalho fez um apelo dramático à redação, na hora de comunicar que o jornal voltaria a ser vespertino. "Se em três meses as vendas não aumentarem, não sei o que farei."

A decisão de transformar a UH em vespertino não foi bem recebida na redação. A equipe aumentou - 32 novos jornalistas foram contratados - mas o jornal passou a funcionar 24 horas por dia, com três grupos completos, da chefia da reportagem aos setoristas. O editor-chefe, Miranda Jordão, 65 anos, 35 de profissão, passou por momentos difíceis até convencer seus comandados da necessidade e novas regas.

— Não estamos rodando depois, mas sim antes dos outros jornais, com notícias que eles só darão no dia seguinte. Proibimos o uso das palavras ontem, hoje e amanhã, porque o

jornal sai com a data do dia seguinte para aproveitar a venda na parte da manhã. Essas palavras tirariam completamente a lógica da notícia. A solução foi falar somente em dias da semana: chegou nesta segunda, por exemplo.

Outra questão complicada foi acertar os horários da equipe. Os principais redatores teriam que trabalhar no fechamento, pela manhã:

— Mas tudo acabou bem. O pessoal passou até a render melhor nesse horário. Jornalista ganha mal e, em geral, é obrigado a ter dois empregos. Com o novo horário eles passaram a chegar cansados no outro emprego.

A experiência é muito recente para uma avaliação dos resultados. O departamento de marketing, no entanto, informa que a tiragem subiu de 30 mil exemplares para 50 mil: parte da venda é feita por 93 jornaleiros ambulantes, contratados por Carvalho, nas ruas centrais do Rio. Copia, assim, o método que emprega em **O Dia**. De madrugada, dezenas de jornaleiros circulam nos bares e boates cariocas com os primeiros exemplares do mais popular jornal do país. Para

reforçar a equipe de **O Dia** - média de 250 mil exemplares diários de venda avulsa -, Carvalho foi contratar profissionais no **Jornal do Brasil** e na **Folha de S. Paulo**. Por enquanto, a manchete continuará a ser polícia. Mas isso deve mudar:

— Queremos deixar o leitor mais satisfeito, gostando mais do produto - diz Carvalho - **O Dia** é um pouco aéreo com o leitor. É por isso que temos de melhorar, oferecendo a mesma informação, só que de forma mais honesta, sem necessidade de deturpá-la. Uma pesquisa do Ibope, realizada de fevereiro a abril deste ano, revelou que o jornal vem conseguindo boa aceitação nas classes A e B. E nós queremos esse público -, garante Ary de Carvalho.

Ele reconhece que a reforma poderá trazer ao jornal a força política que hoje não tem:

— **O Dia** é um catalisador de votos, tanto que, em época de eleição, os políticos querem a todo custo nosso apoio. O que temos é força eleitoral, ao contrário de outros jornais...

A receita para o jornal ganhar força política, segundo Carvalho, é muito simples:

— Ele tem que se transformar no defensor dos interesses dessa massa trabalhadora que constitui o seu público, criticando administradores, levantando problemas, exigindo que o governo atenda às suas reivindicações.

Apesar dessa profissão de fé, que lembra os bons tempos da **Última Hora**, Ary de Carvalho por pouco não vendeu o jornal para o ex-governador Leonel Brizola, em 1986. O negócio só não saiu porque a notícia vazou. No **Jornal do Brasil**. ✚

A primeira e a última Hora



A Última Hora de Wainer e a Última Hora de Ary: filosofias diferentes.

UM DOCUMENTO PARA LER E GUARDAR



O Diário de Minas
vai publicar, diariamente, uma série
de reportagens que mostram o valor de
nossos minérios, sua importância hoje e amanhã e
quem é quem na exploração mineral do Estado.
Durante mais de dois meses uma equipe de jornalistas
percorreu toda Minas. O resultado é este trabalho que o Diário de Minas começa a
publicar a partir do dia 20 de setembro.
Um trabalho como nunca foi feito em toda Minas Gerais.
Um documento para ler e guardar.
E que abre a série DM DOCUMENTO que o seu Diário de Minas vai publicar todo mês.

A PARTIR DE 20 DE SETEMBRO
NO DIÁRIO DE MINAS

VEMAÍ O DM DOCUMENTO
COM A SÉRIE DE REPORTAGENS
VIAGEM AOS MINÉRIOS DAS GERAIS

Diário de Minas
ISTO SIM É UM JORNAL



AGÊNCIA KEYSTONE

Auto-retrato de Eisenstein

Serguei Eisenstein sabia que suas memórias não seriam publicadas em vida. As aventuras do maior cineasta soviético eram irreverentes demais para os áureos tempos do stalinismo.

As anotações do cineasta acaba-

ram sendo publicadas por Herbert Marchell, aluno de Eisenstein, com fotos originais e manuscritos do autor. Há um pouco de tudo no livro: relatos sobre os filmes, reminiscências, a visão de Eisenstein sobre os grandes nomes de Hollywood.

Lançar o livro no Brasil era um sonho de Luis Swarcz, dono da Companhia das Letras, que desde sua criação, tem frequentado as listas de mais vendidos todas as semanas.

A edição sai em outubro, com tradução de Carlos Eugênio Marcondes de Moura, capa de Guto Lacaz e uma biografia completa do cineasta que nasceu na Letônia, em 1898, e morreu de enfarte, em 1948, depois de ter produzido clássicos como **Encouraçado Potemkin** e **Alexandre Nevski**. A biografia é de Arlindo Machado.

Título do livro: **Memórias imorais**.

Preto no branco para jovens

Um convite aos jornalistas brasileiros: escrever para a nova série **Preto no Branco**, da Brasiliense, que pretende alcançar o público adolescente, com uma proposta que os organizadores definem como paradidática. Os livros devem versar sobre assuntos

reais, com um tratamento ficcional. Têm 32 páginas, 20 mil exemplares de tiragem e 29 cruzados de preço de capa.

Dos primeiros, que estarão nas livrarias em outubro, dois foram feitos por jornalistas: **Deixa comigo**, de Ricardo Kotscho, ambientado em Serra Pelada, e **O Último Tiro**, de Dagomir Marquenzi, sobre a caça à baleia.



Um balanço do rádio em todo o país

Um em cada dois brasileiros é dono de um aparelho de rádio. São 60 milhões de ouvintes que podem sintonizar quase 2.000 emissoras em funcionamento no Brasil - sem contar que, em média, um retransmissor serve, a três pessoas. Tamanho fenômeno, no entanto, ainda não motivou estudos sérios e proporcionais à importância assumida pelo veículo num país de cultura marcadamente oral.

O livro **Radiojornalismo no Brasil: dez estudos regionais** procura corri-

gir, em parte, essa deficiência. E com algumas virtudes: o livro inegavelmente presta um bom serviço para quem se interessa pelo radiojornalismo. Professores universitários e profissionais da área apresentam monografias sobre experiências em diversas regiões do país. Alguns trabalhos pecam por uma linearidade às vezes irritante, enquanto outros são simplesmente saborosos, como é o caso de **Jornalismo na Rádio Jornal do Brasil AM**, da competente Sônia Virgínia Moreira.

Sem a pretensão de ser algo definitivo sobre o tema, o livro cumpre o papel de contribuir para o debate em torno de um veículo tão influente quanto marginalizado. Propõe, por exemplo, a discussão sobre o efeito do controle da concessão de canais pelo Estado. Constata que 60% das estações estão em mãos de políticos e 10% pertencem às mais diferentes organizações religiosas.

Radiojornalismo no Brasil: dez estudos regionais, organizado por Gisela Swetlana Ortriwano, tem 136 páginas e é editado pela Editora Com Arte.

Como você virou jornalista?



ARQUIVO GLOBO

Um estágio de 903 cruzeiros por mês

Lilian Witte Fibe, 33 anos, 14 de jornalismo, apresentadora e editora do **Globo Economia**: "Eu fazia o 2.º ano de jornalismo na USP, quando soube que a Folha de S. Paulo estava oferecendo uma "bolsinha", um estágio de três meses para estudantes. Fui na cara dura e fiquei. Ganhava 903 cruzeiros novos por mês. Menos do que o mínimo profissional. Rui Lopes, que era o editor-chefe, perguntou em que editoria eu queria trabalhar. Escolhi educação. Fiquei dois anos."



AG. - JB/ JOSÉ VARELA

Redator da Cooperativa dos Usineiros

Zózimo Barroso do Amaral, 46 anos, 23 de jornalismo, colunista do **Jornal do Brasil**: "Eu era um redator da Cooperativa dos Usineiros de Pernambuco, aqui no Rio. Escrevia as matérias pagas que eles publicavam nos jornais. Um amigo do Roberto Marinho me levou para O Globo. Fiquei um ano como repórter da geral. Aí assumi a coluna Carlos Swann. Saí de lá para o JB. Estou aqui há 18 anos".



6A

911033+

8922.2205

9110330ESP BR
11328716NGC BR

PARA: OS JORNALISTAS

DE: REVISTA ISTOEH

**ESTE EH O LOGOTIPO DA MAIS NOVA SECAO DE ISTOEH - MAS NAO SAI
NA REVISTA E NEM EH DIRIGIDA AO LEITOR. SEMINARIOS ISTOEH DE
JORNALISMO, A SECAO QUE ACABA DE NASCER, SE DEDICA
EXCLUSIVAMENTE AOS JORNALISTAS.**

ESTA EH A NOTICIA.

ISTOEH

O COMPROMISSO COM A VERDADE

+++++

9110330ESP BR
11328716NGC BR

SEM LIBERDADE ECONÔMICA, A LIBERDADE HUMANA NÃO SE MANTÉM DE PÉ.

“Onde o mercado é mais livre, a liberdade humana é maior.

Se o trabalho é controlado, não há nem mercado livre nem liberdade.

Se o capital é controlado, não pode se produzir sem permissão. Portanto, não há liberdade.

A economia de livre mercado e a liberdade humana são mutuamente dependentes. Destruída uma, a outra desmorona.

Ai das pessoas que não podem limitar a esfera de ação do Estado.

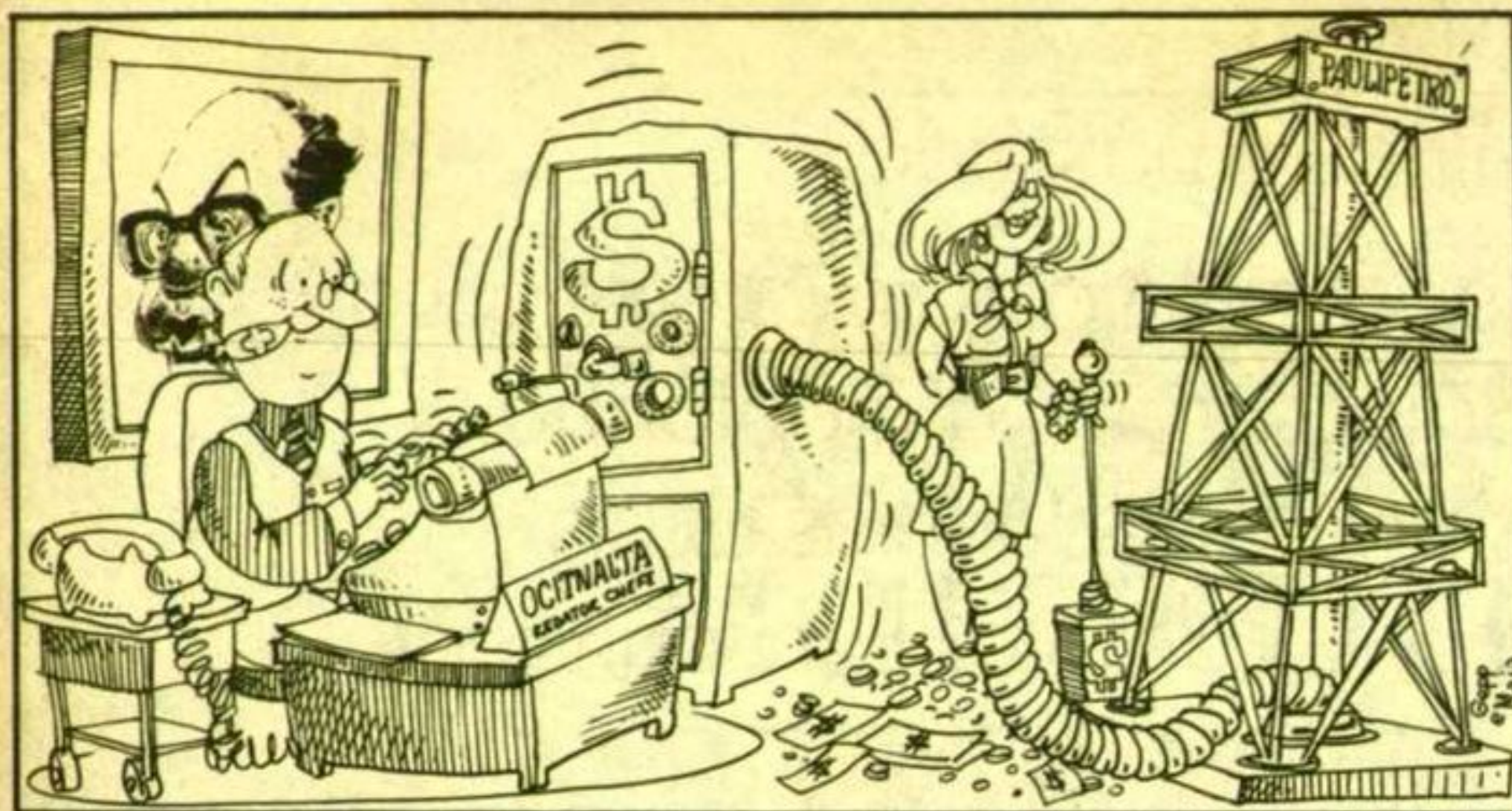
A liberdade, a empresa privada, a prosperidade, felicidade, independência, dignidade humana, tudo isso morre...”

Frederic Bastiat
1801 - 1850

Pensamentos provados pela História para reflexão dos Constituintes.

MOVIMENTO NACIONAL PELA LIVRE INICIATIVA.

Coordenação do Conselho Nacional de Propaganda e participação deste veículo de comunicação.



Parem as Rotativas!

(Desventuras de um coleguinha)

Por Luiz Henrique Romagnoli

De cara, um problema: este espaço estava reservado para uma crônica do Veríssimo. Porém, sabe como é, um homem tem que dormir, mesmo que seja uma noite por semana. Mas, e se ele tivesse topado? Por onde sairia nosso gênio gaúcho? Quem sabe com...

"Bond... Bond Lide. O apelido eu mesmo dei. Mas não pegou na redação. Nem mesmo nesta redação... A Gazeta de Iguabaçu, bimestral. Quer dizer, sai nos bimestres pares. Não é o Washington Post, mas às vezes um homem tem que parar com tudo, passar um tempo no interior, se repensando. Não tenho feito outra coisa nos últimos 12 anos.

Se eu considerar o começo da carreira, subi bastante. Veja a plaqueta: "Ocitnalta Manhães/ Editor-chefe". Ah, sim. Ocitnalta sou eu. Não precisa fazer esta cara, é "Atlântico" ao contrário, mesmo. Coisas do velho. Eu me chateei muito com isso, até que meu irmãozinho nasceu e ajudei meu pai a batizá-lo. Ocificap não nos perdoa até hoje.

Mas, enfim, editor-chefe é bem melhor do que ser setorista, como quando eu cobria a Contabilidade para o Nós do JB. O Dines vivia elogiando. Iguabaçu é uma cidade pequena, tanto que a zona e a igreja dividem a mesma casa. Mas não é isso que me incomoda. É a falta das grandes matérias. O jornal não é muito grande, tablôide, três pági-

nas. A quarta é permuta. O japonês me paga em peixe para eu não imprimir nada. E nem sabe o que é "marketing". Que saudade dos tempos do petróleo. Não sabe como foi? Eu conto.

Eu estava aqui mesmo, em frente a minha intemorata máquina de escrever, procurando uma letra que substituisse o "a", que havia sumido, quando ela entrou. Não era uma mulher, era um suplemento dominical com capa a cores e impressão em relevo. Eu não me contive:

- Parem as rotativas, onde quer que elas estejam! - Foi com piadinhas assim que o Mino me transferiu para a revisão das palavras cruzadas. E parece que ela também gostou. Abriu um sorriso de oito colunas e com um cartãozinho na mão, tentou:

- Você é o editor-chefe?

- Sim, e o restante da folha de pagamento também.

- Eu sou a engenheira Silvana, da Paulipetro. E achei que talvez você se interessasse por este relatório. Ele mostra que a região é o centro de uma imensa bacia de petróleo.

No momento, eu estava mais interessado na imensa bacia da engenheira Silvana, na qual eu poderia passar anos fazendo prospecção.

Pode ser uma notícia importante. A cidade vai se desenvolver. Mais atividade comercial. Mais lojas...

- Céus! Talvez uma nova peixa-

ria... A possibilidade de permutar uma segunda página em branco me alvoroçou. A engenheira me mostrou o relatório, que eu não entendi muito bem, mas, por precaução, ela já trazia um release completo, com várias fotos do governador Maluf e imensas sondas.

A primeira edição extra foi um recorde de vendagem e eu tive que imprimir outros cem exemplares para atender à fila de gente. Em pouco tempo, a Gazeta passava por sua fase áurea, mudando para quinzenal (todas as quinzenas). Seria um trabalho insano se não fosse o ombro amigo (e macio) de Silvana.

Pouco antes das eleições, o próprio Maluf esteve em Iguabaçu. Me cumprimentou pelo nome, perguntou pelo Ocificap (que memória tem o turco!). Fez questão de conhecer a Gazeta e posar ao meu lado para uma foto histórica de primeira página. No final, me puxou para um canto e segredou:

- Continue assim que depois das eleições vou fazer de você meu assessor de imprensa.

Eu sempre tive meus princípios. O Julinho Mesquita me demitiu por causa das minhas idéias de esquerda, mas o turco era fogo, acabou me convencendo. Nas eleições, Maluf fez todos os prefeitos da região, com a discreta força da Gazeta, agora semanal, mediante uns anunciozinhos da Paulipetro, o que não era nada mais que o justo. Mas logo desembarcaram aqueles chatos de São Paulo para escarafunchar a vida de Iguabaçu. Publicaram matérias mentirosas dizendo que os poços não existiam e que eu havia sido subornado. Tendenciosos! Imprensa marrom! Mas, talvez ressentida, Silvana foi-se embora com toda a equipe. As vendas da Gazeta despencaaram. A dona da zona chegou a cortar meu crédito e o padre passou a me desacatar na sua coluna no meu próprio jornal. Arrasado, liguei para o Paulo ver aquele emprego. Ele foi muito cortês, mas argumentou, com toda a razão, que meu nome era muito comprido para quem exerce função pública.

A Gazeta voltou à sua periodicidade normal e eu a ter só um par de sapatos. Considerei bastante a sugestão do Armando Nogueira de fazer um tratamento de acne e encarar a TV, mas desisti. De vez em quando Ocificap me liga a cobrar e a gente fala sobre papai. Atupadohlifohlev."

Minas é passado.

A porteira bate. O galo canta. O sino toca.

A maria-fumaça corta a montanha.

Casarões brancos. Janelas azuis.

Minas é mistério. É barroca. É inconfidente.

Minas é presente.

A agricultura avança. O turismo se diversifica.

A sirene da fábrica apita. A indústria cresce.

A moda desfila pelo País.

Minas é heterogênea. É dinâmica. É progresso.

Minas é futuro.

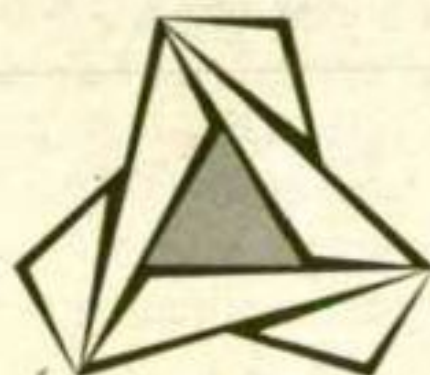
Um horizonte, muito próximo, brilha.

A fé e o trabalho de um povo, prometem.

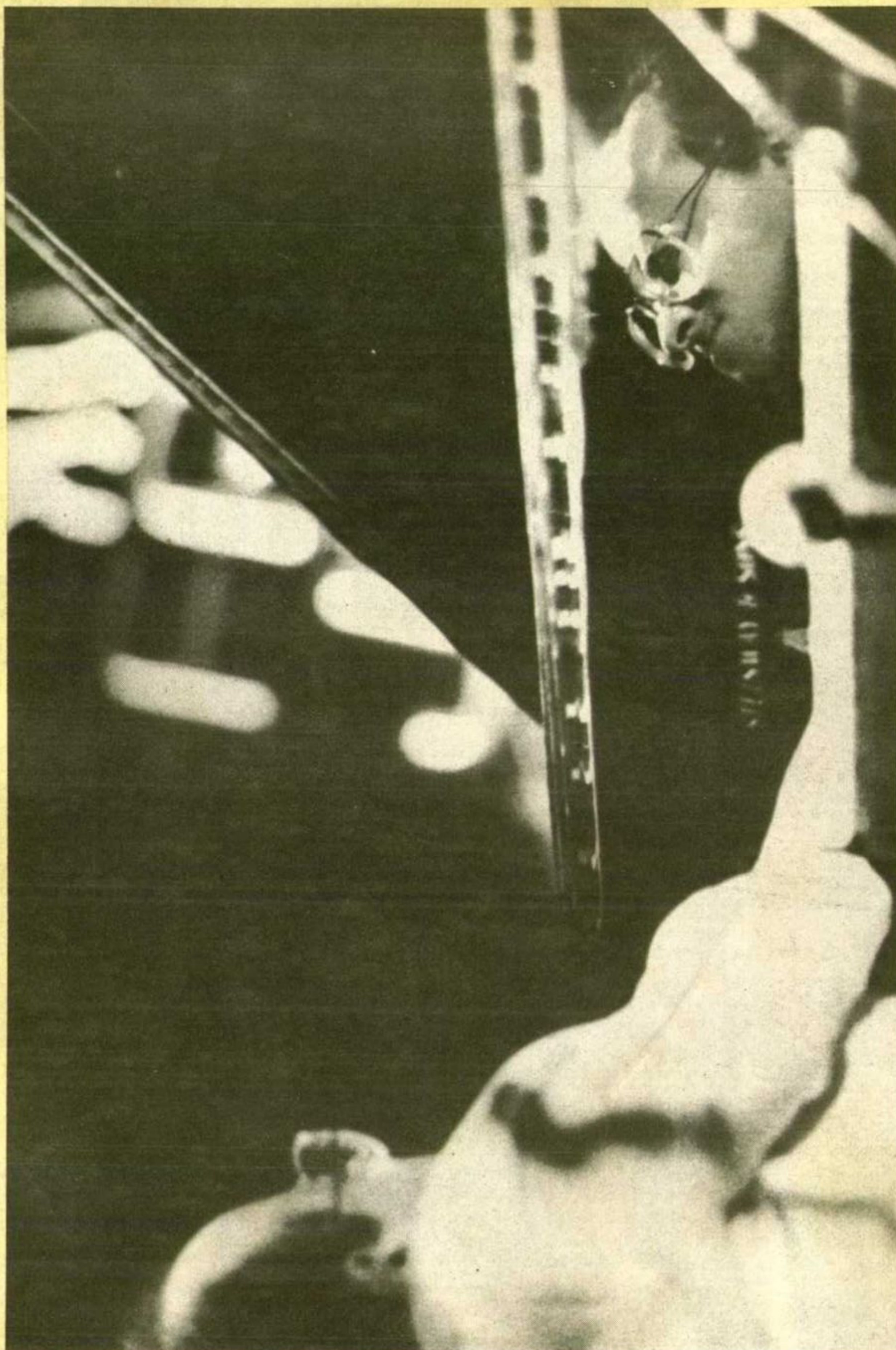
O crescimento é real. A sua constante renovação

faz com que o futuro chegue antes.

Minas é sensível. É consciente. Pensa longe.



NEWTON CARDOSO
GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS



“Cara de Piano” - Autor: Olívio Lamas, 38 anos, Repórter - Fotográfico há 19 (apresentação de Michel Petruccianni, Free Jazz Festival, SP/1987).

A VASP SÓ EMPREGA MENORES DE IDADE EM SEUS VÔOS.



A idade de nossa frota é de apenas 10 anos. É a mais jovem frota do Brasil. A Vasp sabe que você prefere viajar em aviões novos e modernos. Na sua próxima viagem, escolha a companhia aérea que soma a juventude das aeronaves com a experiência da tripulação. Você vai ver que, na média, quem sai ganhando é você.



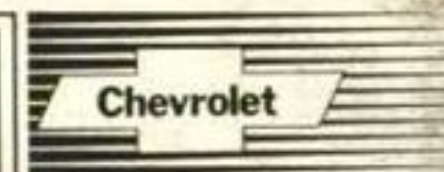
VASP

VIAJE BEM, VIAJE VASP.



2 fábricas. 22.000 funcionários. 9 restaurantes: 400.000 refeições por mês. 5 ambulatorios, 2 enfermarias: 14 médicos, 25 enfermeiros e auxiliares de enfermagem. 2 linhas de ônibus circulares. 26 "carteiros": 400 quilos de correspondência por dia. 2 gráficas. 1 revista mensal: 25.000 exemplares. 1 "corpo de bombeiros": 54 bombeiros, 458 auxiliares. 2 padarias: 20 mil pãezinhos por dia. Essa verdadeira cidade, que recolhe mais impostos que a maioria dos municípios brasileiros, chama-se General Motors do Brasil. A capital do automóvel.

GENERAL MOTORS, BRASIL. UMA CIDADE COM MAIS HABITANTES QUE GENERAL CÂMARA (RS), MAIS MÉDICOS QUE GENERAL CARNEIRO (PR), MAIS BOMBEIROS QUE GENERAL MAYNARD (SE), MAIS RESTAURANTES QUE GENERAL SALGADO (SP), E MAIS FÁBRICAS QUE GENERAL SAMPAIO (CE).



TECNOLOGIA A SERVIÇO DO HOMEM

