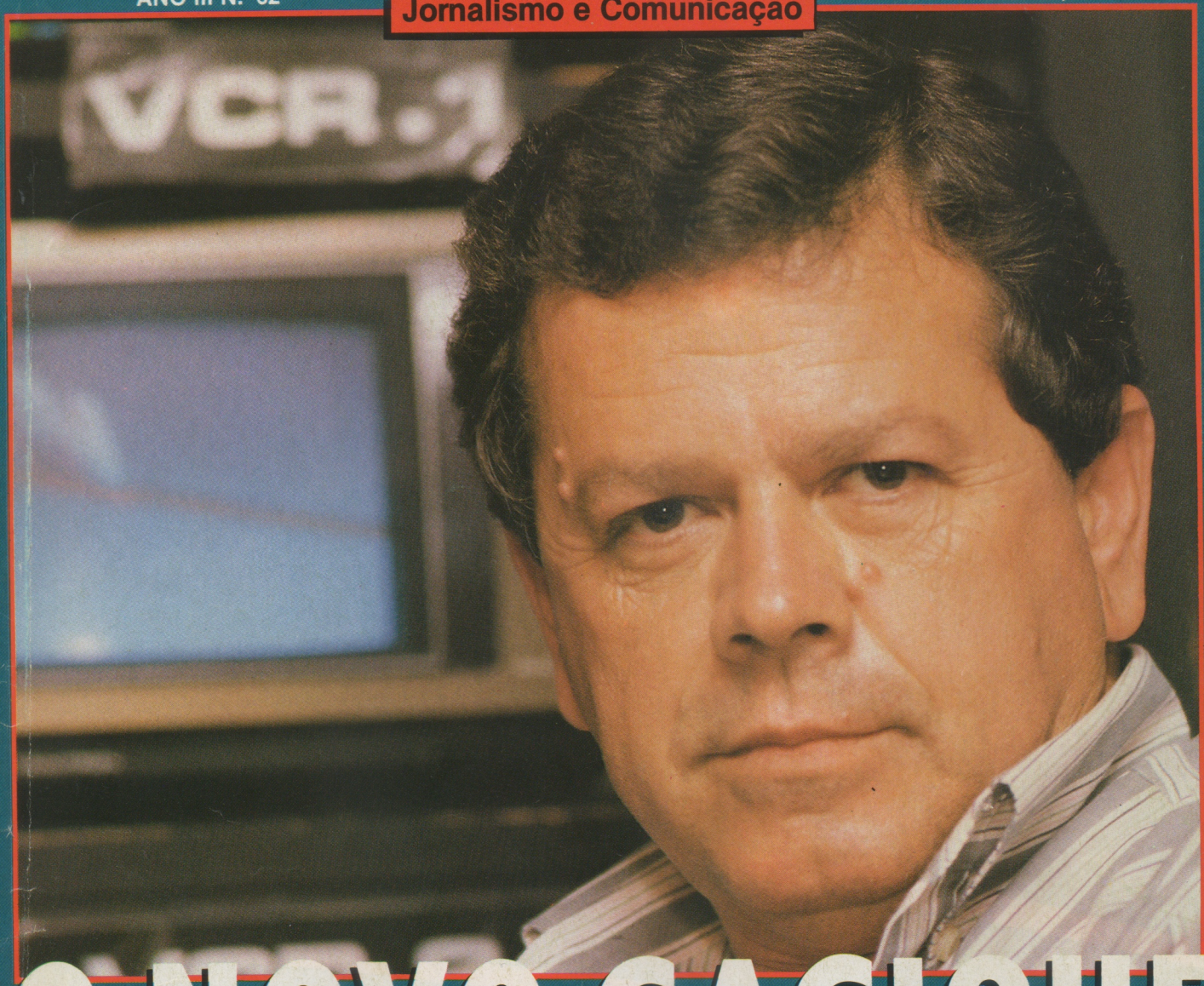
EDITORIAL LTDA.

IMPRENSA

ANO III Nº 32

Jornalismo e Comunicação

Cr$ 150,00



O NOVO CACIQUE DA GLOBO

Alberico de Souza Cruz, o sucessor de Armando Nogueira na Central Globo de Jornalismo

EDITORA ABRIL, 40 ANOS DE BRASIL

SEGUIMOS A LATITUDE DO SEU UNIVERSO

Seja qual for o seu universo de interesses, a Credicard S.A.
tem as coordenadas para você chegar lá, com os melhores
serviços e a mais avançada tecnologia.
A Credicard S.A. caminha sempre lado a lado com você.
Na latitude do seu universo.

CREDICARD SA

Num país como o Brasil, onde a tiragem total dos veículos impressos é ridícula se comparada à população, o jornalismo produzido pela mídia eletrônica assume uma importância crucial. E quando a informação é da responsabilidade de uma emissora como a *Globo*, que através de 68 afiliadas atinge exatos 99,93% do território nacional, a questão reveste-se de conteúdos estratégicos típicos de uma ação de estado-maior. É por tudo isso que a troca de comando ocorrida na *Central Globo de Jornalismo*, com o afastamento de Armando Nogueira e a ascensão de Alberico de Souza Cruz, extrapola os limites de um simples remanejamento interno decidido pelo todo-poderoso dr. Roberto Marinho para transformar-se em notícia quente, de evidente interesse público. As modificações havidas no coração do jornalismo global fazem o eixo da matéria de capa desta edição de IMPRENSA, que traz, ainda, detalhes inéditos do episódio e uma entrevista exclusiva com Alberico de Souza Cruz, o novo comandante-em-chefe da *Central Globo de Jornalismo*.

Se as nuvens andaram carregadas nos domínios eletrônicos da família Marinho, o mesmo não se pode dizer do clima reinante no clã dos Civita, que comemora 40 anos de atividade no Brasil. A audácia e o espírito empreendedor de Victor Civita fizeram dele um empresário de sucesso – e de seu negócio, o *Grupo Abril*, a maior indústria editorial ao sul do Equador. A saga dos Civita está contada nesta edição, onde são revelados ainda os planos de uma empresa que não pára de investir e não se incomoda em correr riscos, apesar da perplexidade causada em todo o país pela edição do pacote econômico do governo Collor.

O pacotaço collorido surpreendeu a todos, inclusive àqueles que, em tese, deveriam ter a notícia em primeira mão. Tanto quanto seus leitores, os jornalistas econômicos foram atropelados pelas decisões governamentais de 16 de março – o que pode ser constatado na matéria especial desta edição de IMPRENSA, que reúne depoimentos de alguns dos melhores profissionais da área. É por conta do pacote, aliás, que IMPRENSA chega a seus leitores com número de páginas reduzido e com pouco material a cores. Mas isto é apenas uma espécie de uniforme de campanha em tempos de economia de guerra. No fim, vamos vencer essa batalha.

OS EDITORES

P A U T A


Internacional

Paris

Profissão perigo

Destaque

Uma associação francesa defende os jornalistas que correm perigo no mundo

Página 46

SUÍTE 6
LÍNGUA 8
ECONOMÊS 10
PORTFÓLIO 12
BRASIL 14
ESPECIAL 28
ENTREVISTA 36
INTERNACIONAL 46
TELEVISÃO 48
CADERNO DE MÍDIA 51
CESTA SEÇÃO 59
COLEGUINHAS 62
PERDÃO, LEITORES 64
PONTO DE VISTA 66

Editor e Diretor: Dante Mattiussi e Sinval de Itacarambi Leão
Diretor Superintendente: Hélcio Henrique Vieira
Conselho Editorial: Luiz Fernando Mercadante (presidente), Antônio Telles, Carlos Alberto Sardenberg, Carlos Leonam, Celso Japiassu, José Marques de Melo, Luis Edgar de Andrade, Luis Fernando Verissimo, Luigi Mamprin, Marina Colasanti, Nelson Sirotsky, Otto Lara Resende, Pedro Rogério, Roberto Drummond, Roberto Dualibi, Walter Nori

IMPRENSA

Diretor de redação: Gabriel Priolli
Editor Executivo: Luiz Egypto
Repórteres: Gerson Sintoni (São Paulo), Conceição Freitas (Brasília), Marco Otávio Teodoro (Belo Horizonte), Plural Comunicações (Porto Alegre) **Fotografia**: Francisco Estrela (editor), Júlio Dzioba (laboratorista), Juan Carlos Gomes(Brasília), Ag. Polaron (Porto Alegre) **Sucursal Rio de Janeiro**: Beatriz Horta (chefe) **Colaboraram nesta edição:** Josué Machado, Lina Murano, Luiz Henrique Romagnoli, Maria José Saenz Surita, Moacir Japiassu, Otto Sarkis, Paulo Henrique Amorim, Renata Soares Netto, Ricardo Hantzschel, Spacca, Tania Celidônio, Tatiana Constant. **Correspondentes**: Ana Maria Bahiana (Los Angeles), José Meirelles Passos (Washington), Lucia Guimarães (Nova York), Marielza Augeli (Roma), Milton Blay (Paris), Mônica Yanaklew (Buenos Aires), Neide Martins (Madri), Oscar Pilagallo Filho (Londres). **Diretor de Arte:** Pedro Luiz Durigam. **Capa** Elifas Andreato. **Chefe de Arte**: Claudio Silva. **Ilustração:** Conceição Cahu, Lorival Viegas **Revisão e Preparação de Texto:** Regina Prado e Claudia Santalucia **Pesquisa de Mídia:** Valéria Ordonhez **Produtora de Projetos Especiais**: Janine Saponara **Secretárias**: Rosa Vicari e Ruth Soares **Publicidade**: **Diretor Comercial**:Hélcio Henrique Vieira **Gerente Comercial da Revista Imprensa**: Rozana C. Rocque **Gerente Comercial de Imprensa na TV**: Marcelo Garcia Capassi **Produtora de Imprensa na TV**: Bel Malta **Operações Comerciais São Paulo**: Adriana Baptistini e Gisele R. G. Silva **Rio de Janeiro**: Ênio Santiago, avenida Nilo Peçanha, 50/406 tel.: (021) 533-2780 **Belo Horizonte**: Mídia Impressa Ltda., Márcio Neves e José Maria Neves (diretores), rua do Ouro, 104 s/902, CEP 30210 tel.: (031) 227-6829 **Departamento de Operações**: Francisco Cardello Filho **Relações Públicas**: Lisandra Gomes da Silva **Gerente de Circulação**: Osvaldo L. Moreira Jr. **Distribuição exclusiva para todo o Brasil**: DINAP - Distribuidora Nacional de Publicações **Números Atrasados**: ao mesmo preço do exemplar em banca, por carta à Feeling Editorial **Diretor Responsável**: Dante Mattiussi (MTb 11.760) **IMPRENSA** é uma publicação mensal da Feeling Editorial Ltda. CGC 58.352.097/0001-81 **Redação, administração e assinaturas**: rua Dr. Alberto Torres, 21, Perdizes, CEP 05006, São Paulo, SP, Tel.: (011) 825-9244 Telex: 11-24948 Telefax: 66-8132 Publicidade: (011) 66-4939 **Composição**: Traço (011) 93-4151 **Fotolitos:** Linoart **Impressão e acabamento** Editora Abril S.A. **Serviços de Informática e Processamento de Dados**: Hill Tecnologia em Projetos S.C. rua Capote Valente, 167, Jardim América, São Paulo, SP, Tel.: (011) 853-7434. Registrada nos termos dos artigos 8º e 9º da Lei Federal nº 5.250/87, combinados com os artigos 122 e 126 da Lei Federal nº 6.015/73, sob o nº 8.010 do Livro A, do 5º Cartório de Registros de Títulos e Documentos de São Paulo

IMPRENSA não se responsabiliza por conceitos emitidos nos artigos assinados. Nem publica matérias redacionais pagas. **IMPRENSA** utiliza o banco de dados LEXIS/NEXIS da MEAD DATA CENTRAL INC®

FOTO DE CAPA TATIANA CONSTANT

BOTA FE



Chegou a Loteria Paulista Instan

A Loteria Paulista Instantânea é um sistema inédito de premiação que a Nossa Caixa-Nosso Banco está lançando. E já vem com uma experiência de sucesso no mundo inteiro.

Ela vai gerar recursos que serão destinados à construção de milhares de casas populares, anualmente, em todo Estado de São Paulo. Loteria com premiação instantânea é rápida e fácil de ganhar. Vai ser impossível resistir à tentação e emoção de apostar



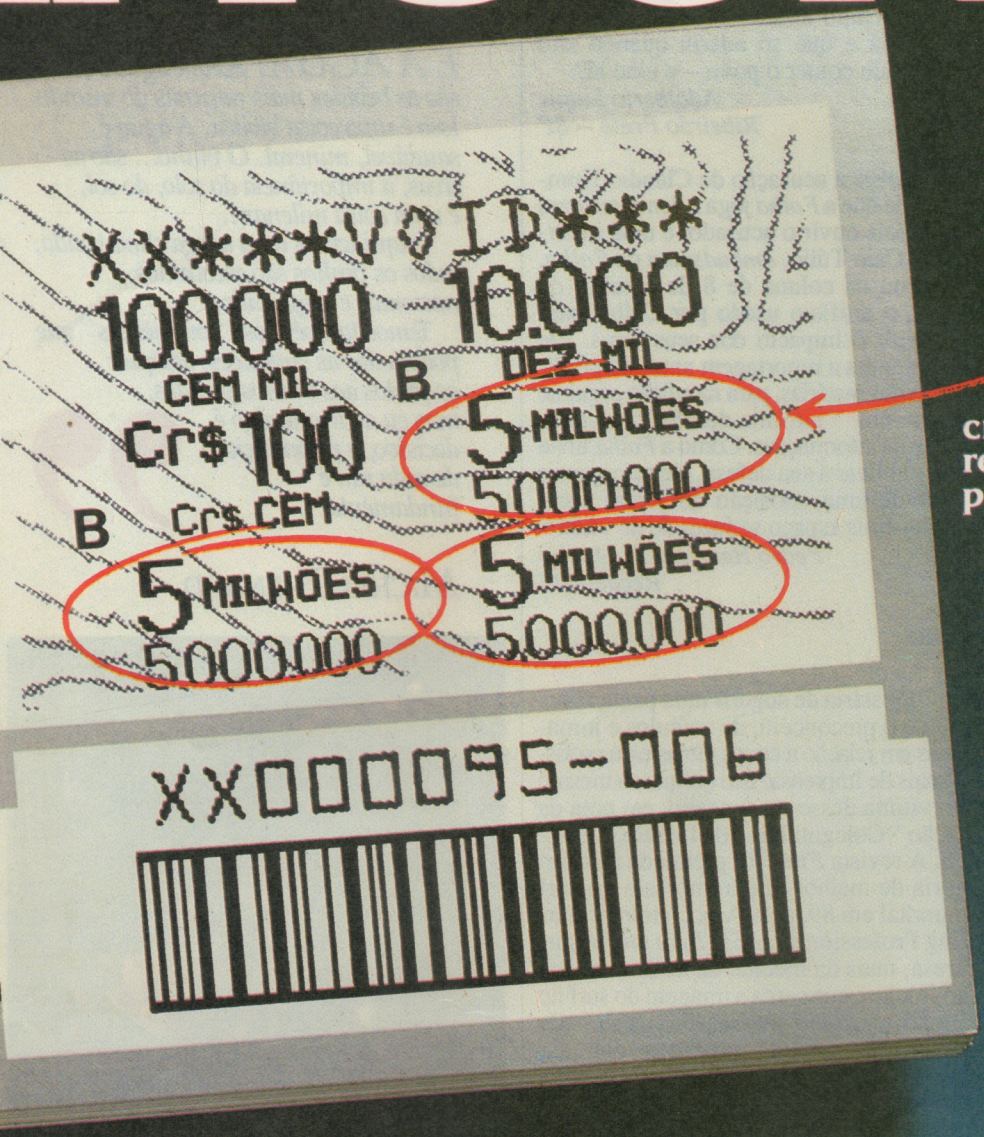
e saber o resultado no mesmo instan

Com o bilhete na mão é só raspa achar e ganhar. Quem aposta em Sã Paulo, leva o prêmio na hora.

Um sistema com segurança total

Os bilhetes da Loteria Paulista In tantânea são impressos por um siste único e inviolável. Os valores dos prêmios são cobertos por uma tinta especial que lacra o resultado. A combinação numérica que indica

IA SORTE.



É SÓ RASPAR AQUI.
São 6 valores em cruzeiros. O valor que se repetir 3 vezes, em qualquer posição, é o seu prêmio.

nea. A maior premiação do Brasil.

resultado é impressa, automaticamente, por sistema de computação. Sem qualquer interferência humana. Entra o papel de um lado da máquina, e sai do outro o bilhete impresso e lacrado.

Em cada 5 bilhetes, 1 é premiado. São mais de 15 milhões de bilhetes premiados, 14 grandes prêmios de 5 milhões.

As chances de você ganhar são maiores do que em qualquer outro tipo de jogo. A cada segundo, 3 bilhetes são premiados. A Loteria Paulista Instantânea é, seguramente, a maior premiação do Brasil. São exatamente 15.053.654 prêmios. Tem prêmios de 50, 100, 150, 500, 10.000 e de 5 milhões de cruzeiros.

O total de prêmios soma a espetacular quantia de Cr$ 1.387.750.000,00! As probabilidades de se acertar em qualquer um dos prêmios é de 1 em cada 5 bilhetes. É a maior distribuição de prêmios do Brasil.

E então, o que é que você está esperando para começar a dar as suas raspadinhas?
Bota fé na Loteria Paulista Instantânea.
Raspou, Achou, Ganhou!

nossa caixa NOSSO BANCO

Suíte



Rabos de Aluguel

Em matéria de capa da IMPRENSA de fevereiro (''Rabos de Aluguel''), uma frase a mim atribuída não corresponde ao que eu disse, misturando assuntos – a alternância entre Luis Fernando Verissimo e Moacir Scliar, em *Zero Hora*, decorrente de uma decisão de Verissimo de diminuir seu trabalho, com o caso de uma crônica sua que deixou de sair num dia, mas foi publicada em outro. Aliás, com referência a essa parte da matéria, assinale-se que o Luis Fernando, durante toda a campanha eleitoral, como de resto nos muitos anos em que está em *ZH*, escreveu o que quis, apoiando em várias crônicas a candidatura Roberto Freire (no primeiro turno) e de Lula (no segundo), inclusive na edição do dia da eleição.

Este dado importante, a meu juízo, não foi registrado na matéria. Que também na parte que se refere a *Zero Hora* tem outras imprecisões: identifica um dos quatro editores da Secretaria de Redação como secretário de redação, função que é exercida pelo subeditor-chefe do jornal; e atribuiu àquele uma declaração sobre um manifesto de crítica à orientação do jornal, do qual jamais se ouviu falar na redação de *ZH*.

Lauro Schirmer
Diretor-editor – ZH
Porto Alegre – RS

Porta-voz

Na entrevista com o novo porta-voz da Presidência Cláudio Humberto, entre muitas bobagens, absurdos e confissões de mediocridade, uma frase se destaca: ''Se o apoio da *Globo* fizesse a cabeça política do país, nós teríamos tido eleição direta em 84''. Ora, quem estava neste planeta em 1984 sabe muito bem que a *Globo* só foi noticiar a existência do movimento pró-diretas quando a derrota da emenda Dante de Oliveira no Congresso já estava assegurada.

Giba Assis Brasil
Porto Alegre – RS

Com referência à matéria ''O fiel escudeiro'', publicada na edição nº 30, o ''ilustre'' porta-voz demonstra, numa matéria onde o entrevistador ''jogou flores'' ao entrevistado, ser um tanto medíocre. Sem maiores detalhes, gostaria de lembrar ao ''jornalista'' collorido que, com relação à *Globo*, sua afirmação: ''Se o apoio da *Globo* fizesse a cabeça política do país, nós teríamos tido eleição direta em 84'' foi, no mínimo, irresponsável. Sr. Porta-voz, será que não lembras que a *Globo* tentou abafar o movimento das diretas-já e que só aderiu quando não conseguiu conter o povo – e olhe lá?

Adalberto Luque
Ribeirão Preto – SP

Sobre a acusação de Cláudio Humberto de que a *Folha* joga a denúncia para só depois ouvir o acusado, é uma inverdade. Caio Túlio, *ombudsman* da *Folha*, mostrou na coluna de 8 de outubro de 1989, o artifício usado por Collor para diminuir o impacto dos seus erros. Ele não atendia a reportagem antes da publicação das matérias, para na edição seguinte pagar um ''informe-desafio'', contestando as informações. Como a *Folha* tinha que publicar a sua defesa, ele reforçava a idéia de uma oposição do jornal e ganhava mais espaço se fazendo de vítima.

Pedro Henrique F. Marins
Recife – PE

Surf

Gostaria de sugerir uma pauta abordando o preconceito de veículos e jornalistas em relação a certos temas e/ou profissionais de Imprensa. Isto porque eu mesmo fui vítima desse preconceito, em nota da seção ''Coleguinhas'' da IMPRENSA nº 30. A revista *Fluir* foi premiada na categoria de melhor mídia impressa do surf mundial em 89, pela Association of Surfing Professionals, ASP. Para minha surpresa, mais da metade da nota se referia ao folclore que cerca a imagem do surf no Brasil, enquanto que os dados técnicos da premiação foram triturados em um parágrafo. A conclusão é que o que para nós é de extrema importância, para outros setores da Imprensa não passa de uma brincadeira.

Alexandre Andreatta
Diretor do Grupo Fluir
São Paulo – SP

IMPRENSA *propôs ao diretor de* Fluir *apenas uma nota na coluna ''Coleguinhas'' e não uma reportagem completa sobre o jornalismo de surf no Brasil. Por essa razão, não se deteve nos ''dados técnicos da premiação''. No mais, já demonstramos suficientemente a nossos leitores que não temos preconceito com nenhum dos segmentos da indústria da comunicação, tratados com seriedade por esta revista há 32 meses.* ✗

As cartas para a redação devem ser enviadas para: Revista IMPRENSA- Rua Dr. Alberto Torres, 21 - Perdizes - CEP 05006 - São Paulo - SP. Por questão de espaço, as cartas poderão ser resumidas pela redação.

A ÚNICA BEBIDA QUE PODE SUBSTITUIR O VINHO PARA ACOMPANHAR UMA REFEIÇÃO É A ÁGUA. *Porque água e vinho são as bebidas mais naturais do mundo. Isso é uma coisa bíblica. A água é saudável, mineral. O vinho... são as uvas, a importância do solo, do sol, é uma coisa milenar...*

Aqui temos uma adega climatizada, todos os vinhos são escolhidos, nacionais e importados.

Temos também os ''sommeliers'' que podem dar as sugestões, adequar os pratos aos vinhos pedidos, mas eu acho que algo é decisivo, a preferência de cada um é fundamental .

MICHEL THENARD



O detalhe que distingue você.

Le Bistingo
Al. Franca, 580
Jardins
Fone: 289.3010

Mixórdias imexíveis

Quando as legendas tentam valer por mil imagens



por Josué Machado

A *Folha de S. Paulo* tem uns articulistas brilhantes que sabem muitas coisas. Um deles, um dia destes, escreveu ser provável que, se Walter Benjamin vivesse mais, talvez "se desse conta de que a História é mesmo como as pessoas a viveram..." etc. Enfim, qualquer coisa dessas definitivas que eles dizem. Não tem importância o quê, porque o articulista sábio sabe algo que o Benjamin, que se matou faz tempo, não sabia. Nada de estranho nisso. Importa aqui é o "se desse conta". Nossa língua, pobrezinha, é como aquelas damas que aceitam tudo; chegou, entrou e tudo bem. O espanholismo *dar-se conta* é um desses cavalheiros que foi chegando e ficando. O pior é que ele entrou sorrateiro pela porta de trás, vindo dos pampas, e se instalou por aí. De forma que até pessoas providas da fraqueza da dúvida o utilizam sem nenhuma dúvida como alternativa supostamente elegante de *perceber, notar, concluir*. Jamais saberemos por quê. Se fosse forma variante mais concisa, poética, saborosa, eufônica, sensual, seria até bom que enriquecesse a língua. Mas não é o caso. Por que *dar-se conta*? Não tem graça, está sobrando, pesa e enrosca como um desses pacotaços que pontilham nossas existências de elites com bens merecidamente confiscados e confiscáveis. É assim.

Em sua seção de livros, a revista *Veja* também registrou que "O próprio Da Vinci deve ter se dado conta disso...". Suponho que devem achar *dar-se conta* um recurso refinado de estilo.

Escafandros em couro – No mesmo comentário sobre a biografia do muito falecido Da Vinci, o redator diz que ele havia imaginado "escafandros, feito em couro impermeável". *Feito*, no singular aí é um acidente, claro, que se costuma atribuir à revisão, mas o *em couro*, não; é escolha. Expressões como essa – feito *em* couro, *em* madeira, *em* ferro, jóia *em* ouro, vestido *em* seda e outras semelhantes –, com o *em* em lugar do sadio *de*, são boas construções francesas, que podem ser traduzidas em português com o *de* no lugar do *em*. Por acaso falamos "corpo *em* carne e osso"? Em português por enquanto as mesas são feitas *de* madeira ou *de* qualquer outra coisa, as estátuas são *de* mármore, as jóias, *de* ouro, os copos, *de* vidro, *de* cristal ou seja lá *do* que for. O *em* em lugar do *de* nessas construções configura o que os especialistas chamam de galicismo dispensável e indesejável. Para não dizer coisa pior. Não torna a expressão mais elegante nem mais clara nem mais concisa nem mais nada. Só serve para apontar o autor como um pouco mais singelo. O que, pensando bem, não faz diferença nenhuma.

Nesses casos, a preposição *de* define a natureza da matéria de que as coisas são feitas. Mas não é por isso que *copo de água* significa copo feito de água, como alegam alguns que preferem que se escreva ou diga só *copo com água* para não haver confusão. Até porque seria difícil *fazer* um copo com a matéria água. É copo *de* água mesmo que se diz ou se escreve corretamente, referindo-se ao conteúdo. Se alguém se interessar, construções como essas são chamadas de metonímias. Na metonímia considera-se o continente (copo) pelo conteúdo (água). Há até especialistas que defendem a seguinte diferença em relação ao momentoso assunto: copo *de* água significa que ele está cheio e copo *com* água, que não está necessariamente cheio. Sutilezas que não interessam muito a nós, que vivemos desembrulhando pacotes.

Subindo abaixo – A propósito de pacotes, a *Folha* publicou em 22 de março esplêndida manchete em quatro colunas: "Salário sobe abaixo de 10%; Zélia descarta estabilidade". *Salário sobe abaixo* é bom. Há algumas pessoas nesse simpático matutino que brincam muito bem com as palavras. Mas não é por títulos supimpas como esse, em que as palavras têm o peso certo e se aninham no melhor lugar, que a valorosa *Folha* é mais comentada entre os coleguinhas. Não estamos falando do valor intrínseco do jornal, é claro. Mas entre suas virtudes despontam as legendárias legendas. Outro dia ela publicou, indiscreta, sob a foto do Caetano Veloso, sentado numa cadeira de balanço na sala de estar de sua casa: "O cantor e compositor Caetano Veloso sentado numa cadeira de balanço ontem na sala de estar de sua casa". E sob a foto do jogador Mirandinha, que fazia embaixadas, anunciou reveladora: "O centroavante palmeirense Mirandinha controla a bola ontem com o pé direito pouco antes do treino". São legendas *imexíveis*, como diria Rogério Magri, o ministro. Pena que não sejam escritas em braile para deleitar também os cegos. Na verdade, considerando a natureza da maioria de suas legendas, em que, além da precisão, mistura tão bem os verbos no presente com os advérbios no passado, a *Folha* poderia inovar mais um pouco, dispensando as fotos. Para que fotos com legendas tão sublimes? ✗

A Paraíba dá

Há pouco, a Paraíba restituiu ao seu povo e aos visitantes de todo o mundo o acesso a um dos mais belos exemplares da arte barroca brasileira, o Convento de Santo Antônio e a Igreja de São Francisco – conjunto barroco que o Governador Tarcísio Burity, com apoio do Pró-Memória, começou a



Igreja de São Francisco

restaurar no seu primeiro mandato e que foi preciso voltar ao Governo para concluí-lo.

É uma iniciativa que se soma à reativação do Espaço Cultural – o maior centro de eventos artísticos e culturais do Nordeste – e ao Projeto de Revitalização do Centro Histórico de João Pessoa, de forma a resgatar o prestígio histórico e monumental da Paraíba.

Mas não é só de História e Arte que vivem os paraibanos. Na hora mais real, em meio às



Creche

vicissitudes comuns à gente nordestina, as crianças mais pobres encontram na creche o sustento e o carinho que os pais não podem oferecer. São dezenas de creches espalhadas pela Capital e pelo Interior.

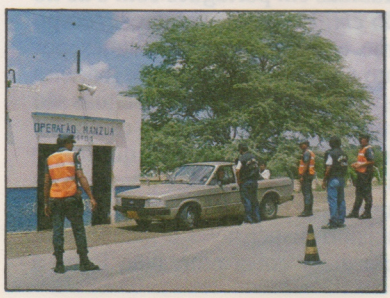
No campo, onde chega a irrigação, milhares de pessoas estão se beneficiando de terras, crédito e assistência técnica, para transformar o semi-árido em terras permanentemente



Beleza tropical na área da Costa do Sol

produtivas. O açude, que é a fonte de todas essas mudanças, é igualmente a grande provisão de proteína das populações sertanejas, fornecendo o peixe que uma estação piloto de piscicultura ajuda a fomentar e multiplicar.

Na Paraíba não há o pânico de outras cidades brasileiras, sujeitas ao roubo organizado. A "Operação Manzuá", plantada nas principais saídas rodoviárias



Operação Manzuá



Transporte mais barato e até gratuito

gosto de ver



rrigação incentiva a produção de alimentos



do Estado, reduziu a zero o furto de automóveis e os grandes assaltos a bancos e casas comerciais.

O homem do povo, que não podia acompanhar os preços inflacionários dos alimentos básicos e dos transportes coletivos, ganhou o "Balcão da Economia", que vende mais barato, e uma frota de ônibus da "Setusa", com tarifa mais baixa e gratuita para o estudante, os idosos, os portadores de deficiência, os ex-combatentes e os policiais.

O saneamento básico, que ao longo do tempo tem sido privilégio das grandes cidades, na Paraíba chega ao Estado inteiro – o esforço destes 3 anos (58 novos abastecimentos e 65 ampliações) completando o trabalho de todos os governos anteriores reunidos. Enquanto outras Capitais do Nordeste enfrentam o racionamento d'água, João Pessoa, com pouco mais de 400 mil habitantes, implanta um sistema com capacidade para atender a mais de 1 milhão de pessoas, assegurando um horizonte de mais 15 anos.



Água para 15 anos

Onde falta a água superficial, carência extrema para a sobrevivência, chegam às populações da seca águas subterrâneas liberadas ao consumo através de milhares de cisternas.



Sertão abastecido

Mas o que dá na vista não é só o canteiro de obras. É também a exuberância da paisagem, o Cabo Branco chamando a atenção do Continente, o verde fazendo de João Pessoa uma copa única.

Na Costa do Sol, o novo adro do melhor mar nordestino, abrem-se acesso e espaço para novos equipamentos turísticos. A natureza, contudo, é o grande espetáculo. Uma festa diária de praias, de sol e de cores, compondo o cenário de uma terra que dá gosto de ver.

GOVERNO DO ESTADO
Reconstruindo a Paraíba

"Eu me senti pouco à vontade naquele papel de substituir o governo. Não era isso que eu queria ser quando crescesse"



Notícia confiscada

Má comunicação quase compromete o Plano Collor

por Paulo Henrique Amorim

O primeiro problema do Plano Brasil Novo não foi a falta de liquidez, mas a falta de diálogo: o plano não consegue se explicar. Na sexta-feira, dia 16 de março, depois de um dia inteiro de tentativas – a primeira da manhã com o discurso do presidente Collor diante do ministério, até a meia-noite, quando três ministros saíram de uma entrevista em *pool*, na televisão – o presidente chegou a temer que o plano fosse por água abaixo, porque o governo não estava conseguindo se comunicar. Foi esse diagnóstico que originou, como se sabe, a entrevista que ele deu à *Rede Globo*, ao vivo, logo após o *Fantástico*, no domingo seguinte.

Até aí, nada de novo: não foi esse o primeiro governo que não soube explicar planos econômicos. O governo Sarney, por exemplo, sempre explicou mal – e tarde, estourando todos os *deadlines*. Com uma notável exceção, o Plano Cruzado, que revelou o melhor comunicador que já passou pelo ministério da Fazenda: Dilson Funaro. O carisma de Funaro na televisão chegou a confundi-lo. À certa altura, ele passou a supervalorizar sua capacidade de controlar acontecimentos, recorrendo à televisão. Também ele cedeu aos encantos traiçoeiros da televisão. Lembro dele chegando ao estúdio, sempre atrasado e sempre simpático, arrumando às pressas a gravata Hermès, pronto para dar mais uma entrevista: "Vamos lá, Paulo Henrique, vamos fazer um rolo aí". Aquela aparente simplicidade ocultava auto-suficiência. Uma coisa é certa porém: o sucesso inicial e fulminante do Cruzado deve muito à figura respeitável de Funaro, na telinha.

Fiscais do plano – A novidade, agora, é que, mais do que nunca, quem explicou o plano foi a televisão. Quer dizer, a *Rede Globo*. As circunstâncias fizeram com que em boa parte dos primeiros tempos do plano, o Joelmir, a Lilian e eu – até porque somos profissionais disso – explicássemos melhor o que estava acontecendo com o bolso dos cidadãos do que os próprios responsáveis pelo plano. *Melhor*, porque, como os autores do plano, também dissemos algumas tolices, uma vez que era impossível, para nós e para eles, captar todas as nuances de um programa tão complexo.

Eu me senti pouco à vontade naquele papel de substituir o governo. Papel involuntário, é verdade, mas de qualquer forma, não era isso o que eu queria ser quando crescesse. Até que tive um consolo.

O Centro de Atendimento ao Telespectador (CAT) da *Rede Globo*, por exemplo, jamais recebeu tantos telefonemas quanto no lançamento do Plano Brasil Novo. Nem no Plano Cruzado foi assim. No dia 16, sexta-feira, as quatro funcionárias do CAT no Rio e as três de São Paulo receberam, entre sete da manhã e sete da noite, 4.490 telefonemas; no sábado, 3.750. No domingo, só o Rio trabalhou, e recebeu 2.900 telefonemas. E na segunda-feira, quando os bancos abriram, 2.248 telefonemas. Daí para a frente, a média variou entre mil e 1.500 por dia, o que ainda é maior do que em tempos ditos normais, quando CAT recebe umas 800 ligações. Os motivos dos telefonemas eram, pela ordem: reclamações contra a dificuldade de sacar da poupança e do *over*, principalmente de desempregados e aposentados; proprietários de imóveis querendo saber como pagar a casa; e pessoas querendo saber como preencher cheques. Uma diferença fundamental em relação ao Cruzado: agora, o vilão eram os bancos; no Cruzado, os supermercados. Outra diferença: no Cruzado, as pessoas telefonavam para desempenhar o papel de fiscais do plano. Agora, o tom era de perplexidade, primeiro; depois de reivindicação.

Má qualidade – Por que disse que extraí do CAT um consolo? Porque me dei conta de que a principal tarefa do jornalismo de televisão é desempenhar o papel de um serviço público. Nesse episódio, a responsabilidade se exacerbou por conta das trapalhadas do governo. E, então, para o telespectador, eu, o Joelmir e a Lilian passamos a ter o mesmo valor das anônimas funcionárias do CAT. Nós éramos o CAT que ia ao ar. E aí, isso é muito ou pouco para profissionais que se tem em tão alta conta? Não importa. Era o que o espectador queria: serviço. Se o serviço que os autores do plano estavam entregando não era de boa qualidade, a obrigação dos jornalistas era atender ao telefone e, humildemente, tentar ser tão eficiente quanto as moças do CAT. ✗

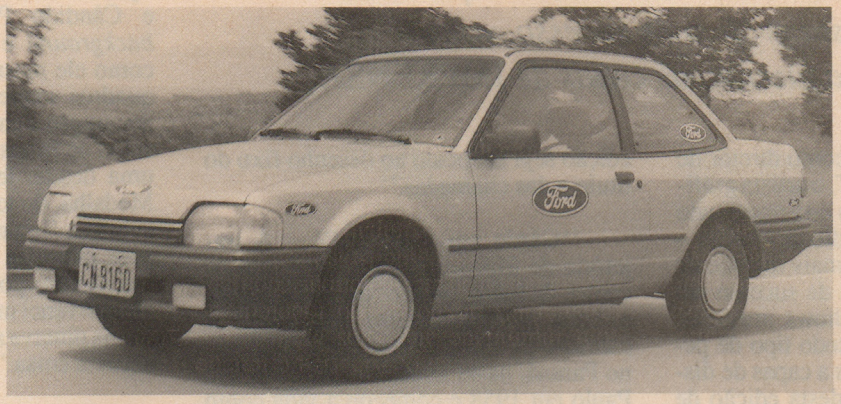
Paulo Henrique Amorim, 45 anos e 26 de profissão, é editor de Economia da *TV Globo*.


Johnnie Walker

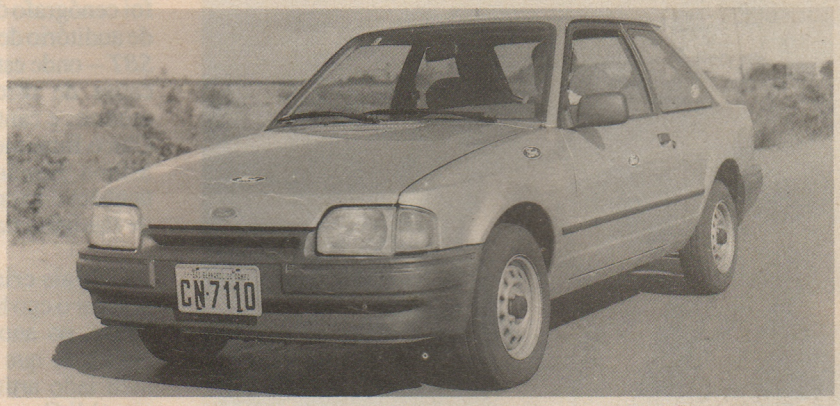

Johnnie Walker


Johnnie Walker

Ford Verona à gasolina: 23,12km/litro.



Ford Escort a álcool: 16,52km/litro.



Os novos recordes da economia.

Os motoristas embarcaram num Ford Verona LX à gasolina e num Ford Escort L a álcool, os dois com motor AE-1600, escolhidos ao acaso na fábrica, sem nenhum preparo especial. Os tanques foram lacrados pela Confederação Brasileira de Automobilismo, e os dois partiram para uma viagem de 1.026 quilômetros, de São Paulo direto a Brasília, sem parar para reabastecer. O Ford Verona fez a viagem consumindo 44,4 litros, numa média de 23,12km/litro. O Ford Escort consumiu 62 litros, numa média de 16,52km/litro. Essa foi a primeira vez, na história da indústria automobilística brasileira, que dois carros de linha fazem uma viagem dessa com apenas um tanque. Mas um fato como esse não é impossível de ser realizado por você: basta manter o seu Ford bem regulado, dirigir com cuidado, segurança e calma, evitando acelerações e freadas desnecessárias.

Ford

Você sente a qualidade.

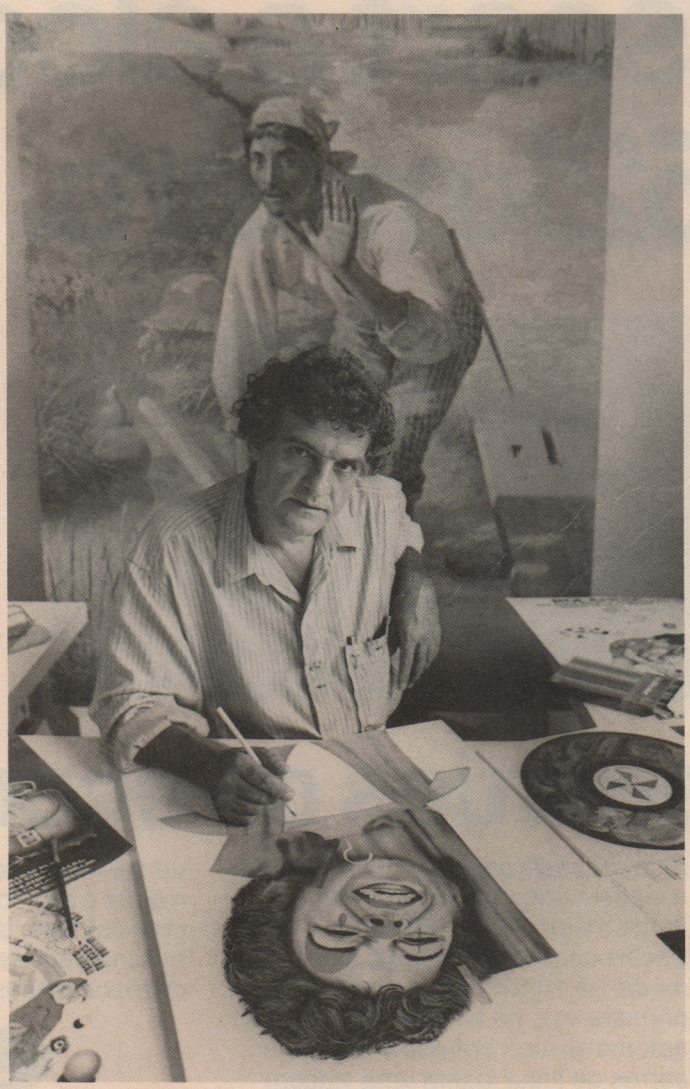
Use o cinto de segurança. Ele pode salvar sua vida. Este veículo está em conformidade com o PROCONVE.

Operário da arte

Elifas Andreato, o ex-mecânico que virou artista gráfico de sucesso, volta à prancheta fazendo as capas de IMPRENSA

Depois de um ano como diretor de programas no *SBT*, o artista gráfico Elifas Andreato está retomando as atividades de seu estúdio de criação – o Arteofício. É o passo mais recente de uma carreira de 20 anos de sucesso em editoração, direção de shows musicais, cenografia e criação de todo tipo de peças gráficas – de *lay-outs* a capas de discos e revistas. A partir desta edição de IMPRENSA, ele será também o responsável pelas capas da revista, um novo desafio profissional para o qual já tem idéias bem definidas. "O leitor tem que bater o olho na revista e já saber qual é o assunto", diz o artista. "Farei as capas na linha de *posters*; com uma linguagem sintética e limpa."

A experiência de Andreato com capas de revistas começou em 1968, quando foi trabalhar como capista na *Veja*, onde ficou até o ano seguinte. Além disso, há sete anos, Andreato faz as capas da revista japonesa *Latina* – de música latino-americana. "Acho importante que ao se pensar uma capa não se deixe o *lay-out* em segundo plano", diz, "mas que o desenho do tema principal da edição seja adaptado ao desenho fixo do título e das chamadas."



FRANCISCO ESTRELA

Elifas: "Na maturidade, as idéias ficam mais consistentes"

"Gênio em potencial" – A trajetória de Elifas tem algo a ver com os contos de fadas, onde os meninos pobres e bons invariavelmente encontram o caminho da fortuna. Nascido em Rolandi, no Paraná, há 41 anos, ele veio para São Paulo em 1958 e começou a vida como operário da Fiat Lux. Suas primeiras criações artísticas foram feitas aos 14 anos, quando ainda era mecânico da fábrica de fósforos. Lá, fazia ilustrações para o jornal interno e decorava o salão de festas da empresa. "Gostava muito de ler e já conhecia o trabalho de Di Cavalcanti e Cândido Portinari", lembra. Esse *background* e a "infância sofrida" – como ele mesmo diz – deram origem a quadros expressionistas e a estilos de decoração com temas incomuns para o salão de festas de uma indústria. Foi em uma dessas festas que a crítica Marly Medalha, do jornal *Diário da Noite*, descobriu o "menino prodígio" e divulgou pela primeira vez Andreato como um "gênio em potencial". "Na época não me convenci muito", confessa Andreato, "pois pintava apenas para me realizar em alguma coisa."

Capas de discos – Foi na *Editora Abril*, porém, que Andreato desenvolveu seu potencial, sua técnica, e aprendeu todos os recursos do *off-set*. "Lá, tracei uma carreira fulminante", conta. "Fiz projetos gráficos como o dos fascículos *Bom Apetite* e da revista *Placar*." Com a técnica adquirida, Andreato passou por diversos lugares fazendo trabalhos gráficos – entre eles, a *Editora Ática*, o jornal *Opinião*, a revista *Argumento*, e ainda criou cerca de 150 *posters* para peças de teatro.

Além de artista gráfico, Andreato foi cenógrafo da *TV Record*, no programa de auditório de Luís Vieira, da *Globo* e do *SBT* – onde esteve até o ano passado. Fez capas de discos para quase todos os músicos e cantores da MPB – entre eles, Chico Buarque de Holanda, Elis Regina, Milton Nascimento e João Bosco. Foi também diretor de shows, como *Zumbido*, de Paulinho da Viola.

Mais criativo – "Foi muito difícil segurar o ego heróico", brinca Andreato, "mas, no ano passado, cheguei à conclusão de que estava na hora de separar meu lado artístico do meu lado profissional." Com a Arteofício, Andreato quer prestar serviços calçado em seus conhecimentos técnicos, além de realizar projetos culturais, empresariais e vinhetas para a televisão. Ao mesmo tempo, pretende dar andamento a idéias antigas – como a de realizar exposições anuais de seus quadros, escrever um livro infantil e outro sobre seus 20 anos de produções artísticas. "Acho que a vida me preparou bem para ser ainda mais criativo", diz, animado com sua fase atual. "Na maturidade, as idéias ficam mais consistentes." ✗

DESTAQUE DE MÍDIA, MÍDIA DE DESTAQUE





strada Sábado, 31 de março de 1990 FOLHA DE S. PAULO

RÁDIO

lobo AM contrata Eli Correia e quer liderança

O programa de estréia foi dos mais concorridos. Em meio a tantos cumprimentos, Eli Correia ai[illegible] prestigiou outros radialistas d[illegible] missora, a quem ent[illegible] das três h[illegible]

Veja São Paulo

O ESTADO DE S. PAULO

[illegible] missora

Eli Correa troca de casa mas não de estilo

[illegible] anteriormen[illegible] xplicável, mas o[illegible]

A estréia do homem sorri- ções.
so ontem na sua nova casa, E como o locutor é queri-
a Rádio Globo AM, até que do... ao vivo ou em [illegible]
foi tranquila. Eli Correa ções cheg[illegible]
mudou de estúdio mas não casa Paulinho Boa Pess
u seu estilo Direto de Las Vegas, o adm
está gan[illegible] Julio Iglesias. "É u
reci[illegible] io apaixonado, es
ênci[illegible] migo Julio", agradec
e [illegible] nado. Como um
qu[illegible] Rosana também de
m[illegible] recado em off. Af
o[illegible] é uma das [illegible]

CADERNO 2

O locutor de maior sucesso de São Paulo, Eli Correa (no truco de Rochu), trocará na segunda-feira a Rádio Record pela Globo. As [illegible] do não [illegible] mas devem [illegible] orrea [illegible] 00 mil [illegible] . Seu [illegible] il [illegible] e recebe [illegible] ana.



Simplicidade é o segredo do sucesso

Dono de um estilo tipicamente radiofônico, Eli Correia consegue estabelecer com o público uma relação de proximidade amistosa, entremeando a fala com seu riso simpáti-
[illegible] vezes por programa

CADERNO 2

ANO IV NÚMERO 1.234 □ SÁBADO 31 DE MARÇO DE 1990

As rainhas do rádio agora são homen

microfone faz dele um campe- [illegible] na Rádio
ão de audiência. iser continuar
O "Programa Eli Correia" do mais famo-
ue com uma fórmula sim- geeennnte!".
[illegible] implicidade reside o público já
[illegible] cesso. O co-

convidados presen- [illegible] seu irmão brasileiro.
tes, Amado Batista, Tinoco, "Seria uma honra ouvir vos-
sem o Tonico, e o colega da sa excelentíssima", afirmava
AMs. modesto o preferido das

Até Julio Iglesias cumprimentou

"Meu amigo Eli, como é bom [illegible]

SÃO PAULO, TERÇA-FEIRA, 3-4-1990 — SHOW — PÁG. 19

Eli Correia estréia na Rádio Globo

música [illegible]
passa é a de amiz[illegible]
de companhia para quem [illegible]
no trabalho ou no lar. (J.H.C.)

[illegible] atrapa-
fãs [illegible]

Globo em busca da audiência com Eli Corrêa



[illegible] rua das Palmeiras, no bairro de
nta Cecília, estará recebendo
sta segunda-feira em São Paulo,
nata dos artistas e de muitas
utras personalidades que vão ho-
enagear o comunicador Eli Cor-
êa.

Acontece que Mário Luiz, o já
egendário Diretor de Programação
do Sistema Globo de Rádio, conse-
gue agora realiz[illegible]

Globo tá com tudo armado

[illegible] se verá
segunda, a partir das 12
[illegible] Palmeiras quando

A carreira de Eli "minha vida daria um livro" Correa

Capa Vejinha São Paulo...
Chamada 1ª página
Estado de São Paulo,
e 1ª página Caderno 2... Destaque Folha de São Paulo
Chamada 1ª página Folha da Tarde, e destaque na Folh
Ilustrada... Tem mais: Diário Popular, Caderno de
Propaganda e Marketing...

Algumas provas
do impacto de uma Rádio
que sabe ser Popular,
sem ser "popularesca".

FOLHA DA T

RÁDIO GLOBO AM 1100



DIVULGAÇÃO/TV GLOBO

A foto de propaganda agora precisa de um retoque

Não tem pra ninguém

Com uma manobra radical, Roberto Marinho troca a cúpula do jornalismo da Globo *e mostra mais uma vez quem manda na emissora*

por Gabriel Priolli*

Carlos Nascimento – Quando você vai se aposentar?

Armando Nogueira – Tenho a impressão de que, se o empresário e jornalista Roberto Marinho parasse para pensar, ele me aposentaria de uma hora para outra. Porque já faz muito tempo que eu estou mexendo com esse negócio de telejornalismo lá na Globo. Se eu pudesse ficar em casa mexendo nos meus textinhos de futebol, que é a minha grande paixão, eu tenho a impressão de que já teria me recolhido.

Carlos Nascimento – Quem fica no seu lugar?

Armando Nogueira – Como eu não sou machista e sou o primeiro diretor de televisão que convidou uma moça para ser diretora executiva da Central Globo de Jornalismo, eu já lancei a candidatura de Alice-Maria. Gostaria muito que Roberto Marinho cuidasse dessa sucessão e fizesse a homenagem a esta grande profissional.

O diálogo ao lado foi travado na noite de 10 de setembro de 1989, em São Paulo, na gravação do programa *Imprensa na TV*. Pouco mais de sete meses depois, o empresário e jornalista Roberto Marinho parou, enfim, para pensar. Com um seco memorando dirigido a Armando Nogueira em 27 de março, ele comunicou sua decisão de transferir o comando de todos os telejornais da *Rede Globo* para o jornalista Alberico de Souza Cruz, o terceiro na hierarquia do jornalismo global. Assim, além de apressar a aposentadoria de Nogueira, Marinho também evitou homenagear sua escolhida Alice-Maria Raininger, abrindo um processo de reestruturação de todo o jornalismo da *Globo* e reafirmando – mais uma vez – para os desavisados, que é ele quem manda mesmo em sua empresa.



"Ad-longe" – O coração, ao que tudo indica, não pesou na decisão. Alice-Maria foi demitida sem maiores explicações, depois de 24 anos de dedicação absoluta à empresa onde entrou como estagiária e que foi o seu único emprego em jornalismo. Armando Nogueira foi convidado a assumir uma diretoria-adjunta à presidência, de funções obviamente decorativas. Por isso mesmo, firmou a suspeita de que a "promoção" teria mais o sentido de protelar o acerto de sua indenização, que atingiria algo em torno de dois milhões de dólares. E assim, preferiu ficar "ad-longe" de Roberto

Marinho, por quem se considera traído e humilhado.

Se foi abrupta e até brutal, a queda de Armando Nogueira não foi, certamente, surpresa para ninguém. "Há um ano e meio o Armando vinha pedindo para se aposentar", diz o vice-presidente da *Globo*, Roberto Irineu Marinho, 43 anos. "Desde então, estávamos procurando uma possibilidade de substituição que desse à Central de Jornalismo condições de continuar a melhorar." Mas o problema tem antecedentes ainda mais remotos. Há alguns anos, Armando Nogueira vinha acumulando atritos com a alta cúpula da *Globo*, particularmente com Roberto Marinho, com quem enfrentava desgastantes discussões sobre a linha editorial da emissora.

Espaço vago – Já no final de 1985, Nogueira decidiu reduzir seus contatos com a presidência e atribuiu a Alice-Maria e ao então diretor de telejornais de rede, Woile Guimarães, a penosa tarefa de discutir a "linha justa" das matérias mais delicadas. Logo depois, Woile transferiu-se para São Paulo, para assumir a direção de telejornais comunitários e foi substituído por Alberico – um homem de temperamento muito diferente do seu, hábil politicamente e bastante insinuante. Não foi difícil para Alberico, portanto, conquistar a confiança e a amizade dos Marinho. Com isso, o também festejado cronista esportivo Armando Nogueira não percebeu que, como no futebol, o espaço vago que deixou às suas costas estava sendo habilmente ocupado.

Mas os atritos de Nogueira não terminaram. No início do ano passado, ele discordou da decisão do vice-presidente de operações, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, que determinou uma considerável redução dos espaços jornalísticos da rede, com o fim do *Globo Economia*, a redução do *Globo Esporte* e a extinção das edições vespertinas e do final da noite dos telejornais locais. Foi mais uma de suas frequentes "trombadas" com Boni. Mais tarde, no final de agosto, Armando passou pelo vexame de ser desmentido em público por Roberto Marinho, ao anunciar, durante a série de programas *Palanque Eletrônico*, que a *Globo* realizaria debates presidenciais no segundo turno. "Eu não decidi nada e quem manda na emissora sou eu", já alertava Marinho na época.

Recuo tático – No dia 15 de dezembro, Armando Nogueira levou um golpe mais forte, um verdadeiro *knockdown*. Depois de determinar como deveria ser feita no *Jornal Nacional* a síntese do debate entre Lula e Collor, travado na noite anterior, teve o dissabor de assistir a uma reportagem completamente diferente, comandada por Alberico de Souza Cruz, à sua revelia (veja a versão de Alberico na entrevista à página 20). Não adiantou de nada reclamar a Roberto Marinho: o patrão adorou a edição de Alberico. Restou a Armando fazer um novo recuo tático, mas já com a nítida percepção de que a ponte de seu subordinado com seus chefes era mais sólida que a sua.

Em janeiro, finalmente, Armando Nogueira decidiu recuperar o terreno perdido. Determinou a Alice-Maria que voltasse a supervisionar pessoalmente o fechamento do *Jornal Nacional* e mandou que lhe enviassem os *scripts* para aprovação. Alberico protestou que suas funções estavam sendo atropeladas e Armando recuou, mais uma vez. Para complicar, em 23 de janeiro, Armando decidiu reduzir o texto de uma resposta de Roberto Marinho a um telegrama enviado pela Associação dos Correspondentes Estrangeiros, que ele determinara que fosse editado na íntegra no *Jornal Nacional*. Consta que Marinho teria ficado furioso com a condensação do texto e reclamado asperamente com Armando.

Mas o diretor da *Central Globo de Jornalismo* ainda manobrava para recuperar o poder que lhe fugia das mãos. Em fevereiro, decidiu retirar de Alberico o cargo de diretor de telejornais comunitários, que ele acumulava desde a saída de Woile Guimarães da *Globo*, no ano passado. Armando nomeou o editor regional de Brasília, Gilney Rampazzo, sob protestos de Alberico, mas desta vez manteve a decisão. A essa altura, a dualidade de poder na emissora já era notória – embora ainda não pública. Alberico de Souza Cruz foi convocado por Boni para comandar a transmissão da cerimônia de posse do presidente Fernando Collor, em 15 de março, contra a vontade de Armando. E quem esteve nos bastidores da emissora em Brasília ou no Rio de Janeiro testemunhou uma dura discussão entre Alice-Maria e assessores de Alberico, pelo telefone, sobre o que deveria ser mostrado nas imagens da *Globo*. Alberico simplesmente ignorou as determinações de sua suposta chefe imediata.

Batata quente – Logo após, em 22 de março, Armando Nogueira tentou a cartada decisiva para conter a escalada de Alberico. Baixou um memorando determinando que as reuniões de pauta do *Jornal Nacional* passariam a ser feitas na sala de Alice-Maria, sob sua supervisão direta, e que a diretora executiva seria a responsável pelo fechamento do jornal. Foi o canto do cisne de seu poder. Como era previsível, Alberico recusou a determinação e, alegando uma quebra na relação de confiança que esperava de sua chefia, pediu para ser demitido, afastou-se da *Globo* por alguns dias e deixou Armando com a batata quente de degolar um diretor cada vez mais prestigiado pelos patrões. Antes que pudesse negociar a demissão, foi atropelado pelo memorando de Roberto Marinho.



FRANCISCO ESTRELA

Alberico, o novo homem-forte: confiança dos patrões

→

Nas lacônicas declarações que deu aos jornais para explicar a troca de comando em seu jornalismo, Marinho alegou apenas "razões internas", que julgou "úteis à rede". Armando Nogueira e Alice-Maria, fechados num obstinado silêncio, que IMPRENSA tentou insistentemente vencer, também não esclareceram o que ouviram de seus chefes. Mas como a reformulação da *Central Globo de Jornalismo* foi detonada menos de 48 horas depois de um encontro de Roberto Marinho com Fernando Collor de Mello, no Autódromo de Interlagos, em São Paulo, não faltou quem somasse um mais um e visse no resultado o dedo do presidente. Segundo essa linha de interpretação, Collor teria pedido a Marinho a troca de Armando Nogueira por Alberico de Souza Cruz, com quem tem um relacionamento direto.

Água na boca – "É um absurdo imaginar que o presidente tenha tido qualquer influência nas alterações em nosso departamento de jornalismo", reagiu prontamente Marinho. "Quem dirige a *Globo* sou eu", reafirmou, mais uma vez. Mas se é de fato pouco provável que



AGÊNCIA GLOBO

"Marinho: Ele queria sair"

Collor tenha tentado alterar um esquema de jornalismo que jamais o prejudicou, também é fato que sua relação com Alberico é muito próxima – mais até do que dos Marinho. Pela primeira vez na história dos pacotes econômicos, por exemplo, Roberto Marinho não foi informado com antecedência do que ia acontecer no Plano Collor. Já Alberico recebeu um telefonema do presidente, com a notícia de que acabava de escolher Zélia Cardoso de Mello para a pasta da Economia. Collor ainda ofereceu a Alberico os furos da indicação de Francisco Rezek para as Relações Exteriores e de Antonio Cabrera Filho para a Agricultura – sem contar as entrevistas exclusivas que concedeu à *Globo*, a pedido de Alberico, logo depois do pacote, e que deixaram as demais emissoras apenas com água na boca.

"A cirurgia que o dr. Roberto Marinho aplicou no jornalismo da *Globo* significa a sua entrega a um homem da estrita confiança do governo Collor", denunciou o editor regional da *Globo* em São Paulo, Wianey Pinheiro, 40 anos e 24 de profissão, demitido em seguida por justa causa. "É um desserviço à televisão, que se atrela a um jornalismo chapa branca", fulmina Pinheiro. Mesmo descontando uma antiga rivalidade sua com Alberico, que extinguiu no passado seu cargo de chefe de redação nacional da *Globo* e que alterou a versão que ele havia preparado para a síntese do debate Lula-Collor, em dezembro, deve-se considerar que a posição de Pinheiro está longe de ser isolada. O suposto atrelamento da *Globo* a Collor é o que mais se ouve nas redações da emissora em todo o país.

Evidentemente, o Palácio do Pla-

25 anos de polêmica

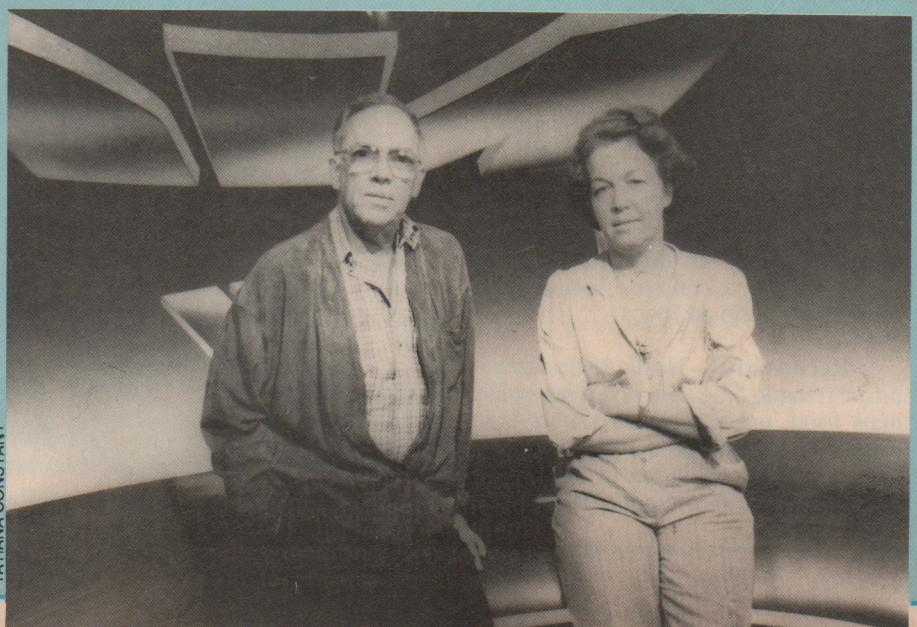
Prós e contras de Armando Nogueira e Alice-Maria na Globo

O reinado de quase 25 anos de Armando Nogueira no jornalismo global, com a fiel e dedicada ajuda de Alice-Maria, é um tema tão polêmico quanto as relações da *Globo* com o poder. Se há quase unanimidade para ressaltar a importância dos dois no desenvolvimento do jornalismo de televisão do Brasil, a coisa fica bem mais complicada quando o assunto é o seu comportamento ético e político à frente de uma máquina de notícias que tem uma notável capacidade de fazer inimigos.

Para muita gente, Armando e Alice são nada menos que os pais do telejornalismo brasileiro moderno. "Eles criaram a forma, o padrão e quase tudo o que se faz no setor é chupado da *Globo*", diz, por exemplo, o diretor-responsável de jornalismo da *Rede Manchete*, Zevi Ghivelder, 55 anos, 31 de profissão – fazendo exceção, entre os imitadores, apenas para a sua emissora. "Sem Armando e Alice, o telejornalismo da *Globo* não teria o padrão que tem", ecoa Luiz Fernando Mercadante, que aprendeu na escola global e tornou-se nome importante na TV. Ele ressalta que, quando Armando Nogueira entrou na emissora, o departamento de jornalismo tinha apenas 11 pessoas e hoje, tem mais de 900.

Há que se contabilizar, também, que Armando enviou os primeiros correspondentes internacionais regulares da TV, atraiu para o vídeo nomes importantes da mídia impressa e incutiu nos telejornalistas a noção de que a imagem é tão importante quanto o texto. Mas, para algumas pessoas, isso não foi suficiente. Gontijo Teodoro, um pioneiro do jornalismo de TV, que editou e apresentou o *Repórter Esso* na *TV Tupi* do Rio de Janeiro entre 1952 e 1970, esperava mais. "Eles fizeram um jornalismo apenas razoável, porque os recursos da *Globo* são tão grandes que ele poderia ser mais dinâmico. É preciso ler jornal e ouvir rádio para entender o que acontece, não basta ver a *Globo*", diz ele.

Seja como for, não é nos aspectos



TATIANA CONSTANT

A dupla dinâmica agora se desfaz



HOMERO SERGIO/AGÊNCIA FOLHAS

Em julho de 1988, o time ainda jogava unido

nalto refuta com veemência as insinuações de que seria o pauteiro da mudança na *Globo*. ''O presidente fala com o Alberico da mesma forma que fala com o Luís Claudio Cunha, o Augusto Nunes, o Etevaldo Dias, o Alexandre Garcia ou o Marcos Sá Correa'', diz o porta-voz Cláudio Humberto Rosa e Silva, 35 anos, 17 de profissão. E sobre os furos de Alberico, ele também não vê qualquer privilégio. ''Talento não se resume na reportagem atraente e competente; é também a capacidade do jornalista de conquistar e manter as fontes.''

Quanto a isso, não há sombra de dúvida de que Alberico de Souza Cruz é um dos jornalistas brasileiros mais talentosos. E agora que pilota o mais poderoso veículo de comunicação do país, prestigiado pelos dois presidentes – o da *Globo* e o do Brasil –, seu poder só tende a crescer. No dia 9 de abril, quando Alberico entrou no plenário do Congresso Nacional pela primeira vez depois de sagrado como o novo cacique global, formou-se uma fila de mais de 30 parlamentares para lhe dar o cumprimentos. ''De repente, a questão interna da *Globo* tomou a dimensão de uma troca de ministros'', observou o deputado – e amigo de Alberico – Miro Teixeira. ''Aliás, de ministro poderoso, importante.'' →

* Colaboraram: Renata Soares Netto (São Paulo), Beatriz Horta (Rio) e Otto Sarkis (Brasília)

técnicos que a controvérsia sobre o papel de Armando e Alice fica mais acirrada. As opiniões se dividem quando se avalia o comportamento dos dois na trajetória da *Globo*, pontilhada de episódios polêmicos, onde a isenção, a objetividade e a ética foram seriamente questionadas. Eles resistiram às distorções? Foram coniventes? Os colaboradores mais próximos, em sua maioria, votam pela absolvição. ''O Armando é um cara ético por excelência, sempre nos defendeu quando a credibilidade da *Globo* estava em risco'', assegura o ex-diretor de telejornais comunitários, Woile Guimarães, 52 anos, 32 de profissão. ''Sou testemunha de momentos em que Armando gritou com Roberto Marinho ao telefone para garantir a integridade de matérias'', confirma Luís Carlos Cabral, ex-editor regional da *Globo* no Rio. ''Ele pode ter sido o canal, o transmissor de muitos atos de censura interna, mas nunca foi o responsável por eles.''

Também o ex-editor regional de Brasília Gilney Rampazzo, que se demitiu da emissora após a queda de Armando, sai em defesa do chefe. ''Ele resistiu ao arbítrio, embora essa resistência, para quem via de fora, parecesse não existir. Se ele não estivesse lá, a situação seria bem pior. Aliás, ele se desgastou com Roberto Marinho exatamente porque resistia às orientações que recebia'', garante Rampazzo, 41 anos, 23 de profissão.

Mas outros colaboradores de Armando Nogueira e Alice-Maria têm uma opinião completamente diferente. Eurico Andrade, por exemplo, que chefiou o Centro de Produção de Notícias até 1982, pinta o retrato de Armando como um homem alheio aos problemas dos subordinados, desinteressado da política, subserviente a Roberto Marinho e voltado apenas para seus próprios interesses – particularmente o esporte. Para Alice-Maria, ele não reserva nada melhor. ''Ela tem uma visão meio ingênua, meio burocrática do jornalismo. O negócio dela é o enquadramento, o corte da 'sonora', as questões técnicas. Se não gosta do penteado da repórter, não escuta o conteúdo da matéria, não cobra qualidade da informação.''



FRANCISCO ESTRELA

Woile: ''Armando é um cara ético''

Se, de fato, o jornalismo da Globo descambou frequentemente para um formalismo discutível, a questão é saber se foram Armando e Alice os responsáveis pela falta de substância do noticiário. Para alguns críticos, o buraco está mais em cima. O jornalista Perseu Abramo, por exemplo, que trabalhou na emissora e é hoje membro da executiva nacional do PT – velho adversário da *Globo* – acha ''despolitizante'' procurar culpa ou heroísmo nos ex-comandantes globais. Para ele, o problema é mais amplo. ''O jornalismo da *Globo*, menos pelas coisas que diz e mais pelas que deixa de dizer, pelo que não mostra ou escamoteia, pelo tratamento manipulatório que confere a noticiários e comentários, acabou se transformando num dos mais eficazes instrumentos de opressão ideológica conservadora'', diz.

O deputado federal e ex-presidente do Sindicato dos Jornalistas do Rio de Janeiro, Carlos Alberto Caó, 48 anos, 28 de profissão, elogia Armando Nogueira e também critica a *Globo*. ''Armando contribuiu para elevar o nível do jornalismo televisivo, embora sempre marcado pelos rígidos limites impostos pela empresa. Isso fazia com que em determinadas circunstâncias – como no episódio da Proconsult, na eleição de 1982 – os interesses políticos da empresa prevalecessem sobre o exercício da liberdade de Imprensa.''

Mas agora, com a ascensão de Alberico de Souza Cruz, a expectativa dos críticos é de que a *Globo* cumpra fielmente aquilo que está escrito em seu próprio manual de redação. Lá se lê: ''Nosso telejornalismo não deve ter amigos para ajudar, nem inimigos para prejudicar. Deve ter, isso sim, a missão de colocar no ar informações corretas, de interesse público e úteis à comunidade''. Se é assim, que assim seja.



FRANCISCO ESTRELA

Alberico aos 50 anos: o vôo mais alto na profissão

Mineirinho come-quieto

Com discrição e cuidando de ocupar muito bem os seus espaços, Alberico fez carreira e chegou ao topo do jornalismo global

Quando o sr. Sebastião Fiscal, vizinho da família Souza Cruz em Abaeté, Minas Gerais, via o menino Alberico lendo a revista *O Cruzeiro* – o máximo em jornalismo naquele início da década de 50 – costumava lhe prever um futuro importante. "Você ainda vai ser um David Nasser", torcia o velho Sebastião. Quarenta anos depois, com Alberico iniciando a sua própria década dos 50 e completando 30 anos de profissão, a profecia se confirma. Só que, perto do poder que Alberico alcançou ao chegar ao topo da *Central Globo de Jornalismo*, o do famoso repórter político de *O Cruzeiro* é quase o de um foca.

O denominador comum entre Alberico e David Nasser é a paixão pela política. Seu caderninho de telefones contém os números de todas as cabeças coroadas da República, sejam eles parlamentares, ministros, governadores, presidentes ou candidatos a qualquer cargo. Com o atual presidente, ele tem linha direta, assim como tinha com José Sarney e provavelmente teria com Lula, se fosse ele o eleito. Alberico é tratado com intimidade até pelos *maîtres* dos restaurantes do poder, do Piantella ao Florentino, ou ao recém-entronizado Baby Lake's Beef, todos de Brasília. Bom de conversa, sempre simpático e bem-humorado, repórter inquieto e muito vivo, não é exatamente difícil para ele garimpar notícias. Muitas vezes, elas batem à sua porta.

Amor e Bunda – Essa paixão pela política começou na União Colegial de Minas Gerais, entidade estudantil que presidiu dos 17 aos 20 anos, sob a égide do Partido Comunista, tendo como tesoureiro um certo Newton Cardoso, que garantia que seria governador de Minas – para gargalhada geral. Mais tarde, no Rio de Janeiro, Alberico dirigiu a União Brasileira dos Estudantes Secundaristas, mas voltou a Belo Horizonte para cursar direito na Universidade Federal de Minas Gerais. Ali, foi colega de turma de uma fonte de hoje: o ministro Francisco Rezek. Na mesma época, conviveu com Fernando Gabeira na esculhambada República Estudantil Amor e Bunda, no bairro de Santa Ifigênia.

Companheiro na política, o jornalista Roberto Drummond arrumou-lhe o primeiro emprego na Imprensa, no *Jornal da Cidade*. Sua estréia foi uma entrevista com um técnico de futebol que metia medo em muito jornalista tarimbado: o grandalhão e violento Yustrich. Mas o sucesso lhe sorriu pela primeira vez na *Última Hora* mineira, para onde foi levado por Celso Japiassu. Havia caído uma ponte importante sobre o rio da Prata, em João Pinheiro, interrompendo o tráfego com o sul do país. Alberico alugou um avião e, debaixo de um temporal aterrorizante, conseguiu chegar ao local e fotografar o acidente, que deu primeira página na *UH* do Rio. Como prêmio, ganhou dois salários extras de Samuel Wainer, "para você fazer uma farra".

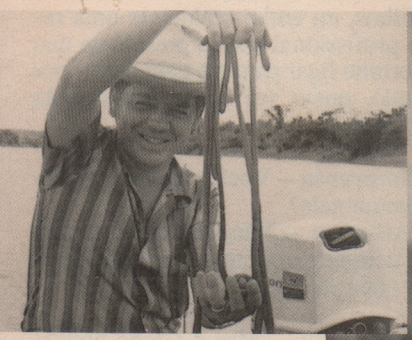
Quando veio o golpe militar de 1964,

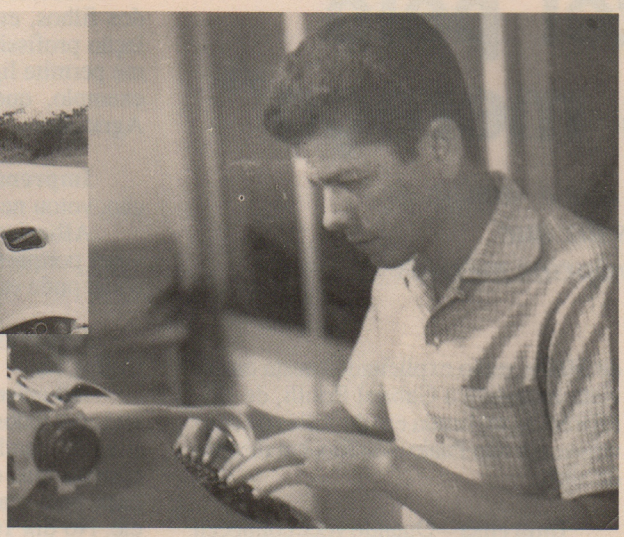
Alberico foi colhido por um Inquérito Policial Militar que apurava a subversão na Imprensa e nos meios estudantis. Livrou-se com o depoimento do diretor da faculdade. ''Como pode ser subversivo numa escola um aluno que nunca aparece lá?'', argumentou o mestre, com lógica cartesiana. Nesse mesmo ano de 64, Alberico conquistou seu primeiro cargo de chefia, na sucursal do *Jornal do Brasil* em Belo Horizonte.

Ritmo alucinado – Seus contemporâneos de Minas contestam a versão dos adversários, de que Alberico só é bom na política – não no jornalismo. ''Ele é um brilhantíssimo repórter, quem duvida disso está completamente enganado'', diz, por exemplo, o diretor de jornalismo da *Rede Bandeirantes*, Fernando Mitre, 47 anos, 27 de profissão. Cobrindo com ele um congresso pela Reforma Agrária, em Viçosa, Minas, Mitre viu Alberico conseguir uma cópia do projeto do Estatuto da Terra com um político baiano, que resultou num grande furo. ''Alberico é um repórter talentoso e audacioso'', confirma Celso Japiassu, hoje presidente da Denison Propaganda, no Rio. E mesmo Fernando Gabeira, que não perdoa Alberico por ter chamado o seu PV de ''Partido dos Veados'', concede que ele é um jornalista ''competente''.

O ritmo acelerado é outra característica de Alberico. Eurico Andrade, que o antecedeu na *Rede Globo* como chefe do Centro de Produção de Notícias (CPN), no Rio, lembra que no tempo em que Alberico era assessor do presidente da Companhia Vale do Rio Doce, em meados da década de 70, ele chegou a sequestrar um táxi para não chegar atrasado a uma reunião na sede de uma fazenda da empresa, no Espírito Santo. O avião já tinha atrasado e o táxi que Alberico alugara se arrastava na estrada, conduzido por um velhinho sem nenhuma pressa. Quando o motorista resolveu parar num posto de gasolina para ir ao banheiro, Alberico pegou o Aero-Willys e disparou para a reunião, voando. Depois devolveu o carro, com uma gorjeta ao velhinho. ''Um cara que tem uma pressa assim até que esperou muito para chegar ao topo da *Globo*'', brinca Eurico, 49 anos e 32 de profissão.

A trajetória de Alberico registra passagens pelas sucursais de *Manchete* e *Veja* em Belo Horizonte, e pela *Última Hora* de Brasília e do Rio. Em terra carioca, ele ajudou depois a implantar o projeto do efêmero *O Jornal*, dos *Diários Associados*, e trabalhou ainda como editor de notícias do *Jornal do Brasil*, de onde saiu homenageado com um jantar de 200 pessoas na Churrascaria Carreta, em Ipanema, para chegar à *Globo*, em 1981. Na emissora do dr. Roberto, foi diretor regional em Belo Horizonte, dirigiu o Centro de Produção de Notícias, passou a Diretor de Telejornais Comunitários em 1983 e, em 1986, tornou-se Diretor de Telejornais da Rede. Daí para frente, é o que se conhece: um entrosamento cada vez maior com a família Marinho (especialmente com Roberto Irineu Marinho) e a ocupação progressiva do papel de interlocutor da *Globo* com o mundo político.





Cenas de Alberico: pescaria em Abaeté (acima), foca na *Última Hora* - MG (ao lado) e na despedida do *JB*



ARQUIVO PESSOAL

''Coisas subterrâneas'' – Há muita controvérsia sobre esse aspecto da atuação de Alberico. Alguns dizem que ele fala com os políticos para produzir informações para a *Globo*, e não para o público. O repórter Ricardo Kotscho, 42 anos e 25 de profissão, do *Jornal do Brasil*, e ex-assessor de imprensa da campanha presidencial do PT, diz, por exemplo, que ''Armando Nogueira servia claramente a Roberto Marinho, enquanto Alberico fez coisas que o dono nem pediu, como aquela edição do debate. Alberico é mais realista que o rei''. De outro lado, uma testemunha bem situada garante que depois que ele assumiu a Direção de Telejornalismo da Rede, as ordens do Roberto Marinho deixaram de ser discutidas pelas chefias. ''As coisas ficaram subterrâneas. Não se sabe hoje em dia se as decisões são do Alberico ou da direção'', diz ela.

O retrato de um carreirista? Luiz Fernando Mercadante, 54 anos e 34 de profissão, que já esteve na cúpula do jornalismo da *Globo*, lembra que quando Alberico entrou na emissora, um diretor da casa comentou: ''quando o Armando perceber, o Alberico estará sentado no colo do dr. Roberto''. Mercadante retrucou: ''Engano seu. O dr. Roberto é que vai sentar no colo do Alberico''.

De certa forma, os dois estão agora aninhados no colo um do outro.

→



FOTOS: FRANCISCO ESTRELA

Alberico: botoneira é diferente de betoneira

"Não lutei pelo lugar, mas mereço"

Alberico não nega que é amigo de Collor, mas diz que chegou lá pelos próprios méritos

A mudança de guarda na *Central Globo de Jornalismo* coincidiu com o terremoto desencadeado no país pelo Plano Collor. Os remanejamentos já esperados nas chefias regionais da rede – agora ocupadas por profissionais da estrita confiança de Alberico de Souza Cruz – vieram acoplados a profundas cirurgias no sistema de operações da Globo, especialmente na área internacional.

Sob a alegação de contenção de despesas, foi drasticamente reduzida a equipe que cobrirá a Copa do Mundo, em junho, na Itália; o escritório da *Globo* em Washington foi desmobilizado; e houve demissões em Nova York, com a saída de Lucas Mendes, o diretor do escritório, e da editora Lúcia Guimarães.

Mas, apesar do aperto, Alberico desengavetou planos de expansão de alguns setores do jornalismo. É dada como certa, por exemplo, a criação, em breve, da *Central Globo de Esportes*. "Isto ainda depende da decisão final do Boni e dos Marinho", diz Alberico, que não esconde sua simpatia pela idéia.

Os projetos de Alberico de Souza Cruz, além de sua relação bastante próxima ao presidente Fernando Collor de Mello, estão explicitados nesta entrevista exclusiva a Gabriel Priolli, de IMPRENSA, realizada em dois dias de conversas, em São Paulo e no Rio, em meados de abril.

Imprensa – Quando você conheceu o presidente Collor?

Alberico – Eu o conheci quando ele era prefeito de Maceió, na casa do ex-ministro José Aparecido de Oliveira. Eu trabalhava no *Jornal do Brasil*, na época. Voltei a vê-lo em Brasília, durante a campanha do dr. Tancredo; depois, quando ele se elegeu governador e anunciou uma série de medidas contra os marajás, eu liguei para ele e pedi mais informações. Ele foi muito atencioso e pediu que eu mandasse um repórter para conversar. Mandamos o Francisco José, que fez uma série de matérias para o *Jornal Nacional* e depois sugeriu um *Globo Repórter* sobre os marajás. Daí para a frente, sempre que Collor vinha ao Rio ele conversava comigo e com o dr. Roberto Marinho. Sempre tivemos uma boa relação.

Imprensa – Como são os seus contatos com ele?

Alberico – Ele sempre conversa comigo diretamente, ou pessoalmente ou por telefone. Ele não tem intermediários. Mas é sempre uma relação profissional. Ele sabe que trabalho com uma matéria-prima que é a notícia, portanto ele não mistura as coisas. Se ele quer um contato com a empresa, procura o dr. Roberto.

Imprensa – Você definiria essa relação como de amizade?

Alberico – Nós somos amigos, mas não íntimos. Em toda a minha vida, almocei com ele quatro vezes. Nunca frequentei a sua casa, nem participei de festas. A nossa amizade não prejudica a nossa relação profissional. Nas quatro vezes em que almoçamos, consegui pelo menos cinco informações exclusivas.

Imprensa – Você diria que, de todos os jornalistas da *Globo*, você é aquele que tem acesso mais fácil ao presidente? Que tem uma relação privilegiada com ele?

Alberico – Além do dr. Roberto e dos filhos, eu tenho realmente uma relação profissional com o presidente que me permite ligar para ele para saber, por exemplo, quem vai ser o ministro da Agricultura.

Imprensa – Você o apoiou na eleição, votou nele?

Alberico – Não. Inclusive eu não votei porque sou eleitor em Abaeté (MG) e não pude estar lá.

Imprensa – Mas a *Globo* apoiou Collor, não?

Alberico – A *Globo* foi muito correta com todos os candidatos. Várias vezes o então candidato Fernando Collor reclamou que estávamos dando mais espaço para o adversário dele do que para ele. No dia 16 de dezembro, véspera do segundo turno, nós fizemos um jornal que foi considerado lulista, mas no dia anterior ele foi considerado muito Collor. Não prejudicamos o Lula. Quando tivemos a informação de que os sequestradores do Abílio Diniz estavam com camisetas do PT e eram possivelmente ligados ao partido, recebemos alguns pedidos para dar a notícia e outros para não dar. Eu me convenci de que não deveria dar depois de um telefonema do Frei Betto, que esclareceu um a um os rumores a respeito do PT. Outras emissoras de TV deram a notícia e, como a *Globo* não deu, isso foi considerado como uma ajuda ao candidato do PT.

Imprensa – Vamos voltar ao *Jornal Nacional* de 15 de dezembro. O Armando Nogueira tinha determinado naquele dia que a matéria sobre o debate entre Lula e Collor do *Jornal Hoje* fosse repetida no

Alberico foi colhido por um Inquérito Policial Militar que apurava a subversão na Imprensa e nos meios estudantis. Livrou-se com o depoimento do diretor da faculdade. "Como pode ser subversivo numa escola um aluno que nunca aparece lá?", argumentou o mestre, com lógica cartesiana. Nesse mesmo ano de 64, Alberico conquistou seu primeiro cargo de chefia, na sucursal do *Jornal do Brasil* em Belo Horizonte.

Ritmo alucinado – Seus contemporâneos de Minas contestam a versão dos adversários, de que Alberico só é bom na política – não no jornalismo. "Ele é um brilhantíssimo repórter, quem duvida disso está completamente enganado", diz, por exemplo, o diretor de jornalismo da *Rede Bandeirantes*, Fernando Mitre, 47 anos, 27 de profissão. Cobrindo com ele um congresso pela Reforma Agrária, em Viçosa, Minas, Mitre viu Alberico conseguir uma cópia do projeto do Estatuto da Terra com um político baiano, que resultou num grande furo. "Alberico é um repórter talentoso e audacioso", confirma Celso Japiassu, hoje presidente da Denison Propaganda, no Rio. E mesmo Fernando Gabeira, que não perdoa Alberico por ter chamado o seu PV de "Partido dos Veados", concede que ele é um jornalista "competente".

O ritmo acelerado é outra característica de Alberico. Eurico Andrade, que o antecedeu na *Rede Globo* como chefe do Centro de Produção de Notícias (CPN), no Rio, lembra que no tempo em que Alberico era assessor do presidente da Companhia Vale do Rio Doce, em meados da década de 70, ele chegou a sequestrar um táxi para não chegar atrasado a uma reunião na sede de uma fazenda da empresa, no Espírito Santo. O avião já tinha atrasado e o táxi que Alberico alugara se arrastava na estrada, conduzido por um velhinho sem nenhuma pressa. Quando o motorista resolveu parar num posto de gasolina para ir ao banheiro, Alberico pegou o Aero-Willys e disparou para a reunião, voando. Depois devolveu o carro, com uma gorjeta ao velhinho. "Um cara que tem uma pressa assim até que esperou muito para chegar ao topo da *Globo*", brinca Eurico, 49 anos e 32 de profissão.

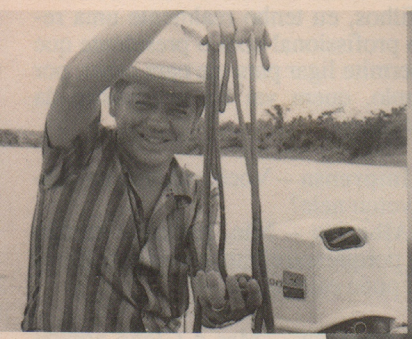
A trajetória de Alberico registra passagens pelas sucursais de *Manchete* e *Veja* em Belo Horizonte, e pela *Última Hora* de Brasília e do Rio. Em terra carioca, ele ajudou depois a implantar o projeto do efêmero *O Jornal*, dos *Diários Associados*, e trabalhou ainda como editor de notícias do *Jornal do Brasil*, de onde saiu homenageado com um jantar de 200 pessoas na Churrascaria Carreta, em Ipanema, para chegar à *Globo*, em 1981. Na emissora do dr. Roberto, foi diretor regional em Belo Horizonte, dirigiu o Centro de Produção de Notícias, passou a Diretor de Telejornais Comunitários em 1983 e, em 1986, tornou-se Diretor de Telejornais da Rede. Daí para frente, é o que se conhece: um entrosamento cada vez maior com a família Marinho (especialmente com Roberto Irineu Marinho) e a ocupação progressiva do papel de interlocutor da *Globo* com o mundo político.

"Coisas subterrâneas" – Há muita controvérsia sobre esse aspecto da atuação de Alberico. Alguns dizem que ele fala com os políticos para produzir informações para a *Globo*, e não para o público. O repórter Ricardo Kotscho, 42 anos e 25 de profissão, do *Jornal do Brasil*, e ex-assessor de imprensa da campanha presidencial do PT, diz, por exemplo, que "Armando Nogueira servia claramente a Roberto Marinho, enquanto Alberico fez coisas que o dono nem pediu, como aquela edição do debate. Alberico é mais realista que o rei". De outro lado, uma testemunha bem situada garante que depois que ele assumiu a Direção de Telejornalismo da Rede, as ordens do Roberto Marinho deixaram de ser discutidas pelas chefias. "As coisas ficaram subterrâneas. Não se sabe hoje em dia se as decisões são do Alberico ou da direção", diz ela.

O retrato de um carreirista? Luiz Fernando Mercadante, 54 anos e 34 de profissão, que já esteve na cúpula do jornalismo da *Globo*, lembra que quando Alberico entrou na emissora, um diretor da casa comentou: "quando o Armando perceber, o Alberico estará sentado no colo do dr. Roberto". Mercadante retrucou: "Engano seu. O dr. Roberto é que vai sentar no colo do Alberico".

De certa forma, os dois estão agora aninhados no colo um do outro.

→





Cenas de Alberico: pescaria em Abaeté (acima), foca na *Última Hora* - MG (ao lado) e na despedida do *JB*



ARQUIVO PESSOAL

JN. Por que você mudou? Houve uma orientação do dr. Roberto nesse sentido?

Alberico – A determinação do Armando não era de repetir, mas sim de fazer uma matéria jornalística. Depois, não fui eu que editei. Eu fui o responsável pela escolha dos temas. Quem passou a orientação jornalística foi a Alice-Maria para o Ronald de Carvalho, editor de política. Eu estava em São Paulo, cheguei à tarde e já havia um processo andando. De qualquer forma, eu considero errada a edição do *Hoje*, que não reproduziu o que tinha havido no debate. Esse episódio provocou muita discussão, mas o que houve ali foi a vitória de um candidato sobre o outro. Qualquer jornalista faria uma edição igual à que nós demos. Em momento algum escolhemos os piores trechos do Lula. O que se fez, jornalisticamente, foi acentuar o momento em que o candidato Collor foi melhor do que o outro, porque, para a opinião pública, ele tinha vencido o debate. Nós demos uma edição irretocável.

Imprensa – Mas se era irretocável, por que você tem sido tão criticado de lá para cá?

Alberico – A eleição foi muito dividida e os setores ligados à candidatura Lula procuram até hoje algumas explicações para a derrota. Assim, pelo que representa em termos de público, a *Globo* foi acusada. Mas é óbvio que houve um vitorioso naquele debate e que ele foi o candidato Fernando Collor.

Imprensa – Como você vê a acusação de que, ao assumir a *Central Globo de Jornalismo*, você representaria na *Globo* os interesses do presidente Collor?

Alberico – Isso é uma injustiça com um profissional que tem quase trinta anos de trabalho, que passou por vários veículos da Imprensa, que tem um bom conceito junto a todos eles e junto aos colegas. É uma agressão que não mereço. Eu represento os interesses do dr. Roberto, eu trabalho com ele. Se tenho o dever da lealdade, é com ele, que inclusive paga o meu salário. É inacreditável que se diga uma coisa dessas. É não conhecer o dr. Roberto, para achar que ele se deixaria levar por uma indicação ou coisa assim.

Imprensa – Como deve ser a relação do jornalismo – particularmente o da TV – com o poder? O telejornalismo normalmente é de situação, não há telejornalismo de oposição. Você acha que isso deve ser assim, ou deve mudar?

Alberico – É notório no mundo inteiro que o governo é fonte de informação. Então, deixar de cobrir o governo é um erro jornalístico. A relação existente é de cobrir os atos do governo, não de endeusar presidentes.

Imprensa – Mas essa cobertura deve ser neutra ou deve manifestar uma posição?

Alberico – A função da televisão é informar. Não deve ter opinião. Deve comentar, mas não opinar.

Imprensa – Como você responde às acusações de que a *Globo* tem apoiado excessivamente o Plano Collor e tem sido pouco crítica na cobertura dele?



"Collor venceu o debate. Qualquer jornalista faria a edição que fizemos"

Alberico – Eu tenho recebido queixas justamente ao contrário, de que nós fomos muito críticos, que os comentaristas da *Globo* exageraram nas críticas desde o primeiro momento. Não vejo onde pecamos por excesso. Nós estamos dando as críticas da oposição, não só da oposição mais radical, mas daquela que está batalhando contra o Plano no Congresso. O que eu vejo é que alguns partidos ou setores querem utilizar a televisão como instrumento, e isso é inadmissível.

Imprensa – O Lula está tendo um espaço no *Jornal Nacional* compatível com os 31 milhões de votos que ele teve?

Alberico – Acho que não, mas isso não sei se é culpa nossa ou dele.

Imprensa – Todos que o conhecem salientam o seu interesse pela política, o seu conhecimento dos políticos, o seu talento para o assunto. Você considera essa característica indispensável para a pilotagem de um grande esquema jornalístico?

Alberico – Não tenho interesse só pela política, mas também por economia, polícia ou assuntos internacionais. Eu tenho mais relações na área política, sem dúvida, mas me encanto com qualquer notícia.

Imprensa – Quais são os principais problemas do jornalismo da *Globo*? E qual a principal orientação que você quer imprimir agora, no comando da operação?

Alberico – Ainda não tenho um projeto acabado, mas já estou certo de algumas coisas. A *Central Globo de Jornalismo* precisa de uma injeção de ânimo, precisa brigar mais pela notícia. Precisamos deixar um pouco a acomodação que a liderança absoluta traz e dar o grande salto agora, enquanto estamos lá em cima. Vamos dar maior assistência às praças, reforçar as editorias regionais com repórteres do primeiro time. É o que estamos fazendo em São Paulo. Carlos Nascimento poderia ser um grande nome do telejornalismo nacional, mas optamos por deixá-lo em São Paulo. Acho também que a área de esportes deve ser autônoma. Além de informação, o esporte tem também uma parte que chamaríamos de eventos, de festa, de lazer, então deve ter um caminho separado do jornalismo.

Imprensa – E os seus conhecimentos de televisão? Tem gente dizendo que você não distingue botoneira de betoneira...

Alberico *(rindo)* – Isso é uma maldade. Evidente que eu estou muito mais ligado à área do conteúdo do que à da forma, mas já passei por todos os estágios da televisão, então já aprendi essa diferença. Acho que a minha deficiência técnica pode ser superada por uma boa equipe e pela ajuda de uma pessoa como o Boni, que é o meu chefe imediato e a pessoa que vai me cobrar.

Imprensa – Pessoalmente, qual é a sensação de estar sentado na cabine de comando do veículo de comunicação mais importante do Brasil?

Alberico – Eu sou uma pessoa humilde, sei que isso é temporário, que amanhã ou depois eu vou ser substituído. É evidente que fico muito feliz de chegar onde estou, mas com os pés no chão. Não lutei por esse lugar, mas tenho a sensação de que fiz por merecê-lo. ✗



Durante todos esses anos muita gente não entendia porque a Nossa Caixa não era um banco e atendia muito pouco o setor empresarial.

Nossas atividades eram dirigidas mais ao financiamento da construção civil, onde contribuimos para milhares de famílias adquirirem sua casa própria. Fomentamos a poupança e aos poucos fomos ampliando os nossos serviços e oferecendo novos produtos.

Hoje somos uma das maiores instituições financeiras do país. Atuando apenas no Estado de São Paulo, contamos com mais de 5 milhões de clientes, 553 agências, 15.000 funcionários e uma experiência adquirida em 72 anos de bons serviços, abrindo novos horizontes para a população de São Paulo.

Temos a força. Por isso estamos nos consolidando num Banco Múltiplo. Para fazermos mais pelos nossos atuais clientes e para os que virão. Novos serviços. Novos produtos. Sem limitações. Estendendo nossas atividades para o mundo dos negócios. Dando todo apoio ao comércio e indústria, criando condições de desenvolvimento, abrindo novas frentes de trabalho. Uma nova estrutura para sermos mais ágeis, práticos e dinâmicos. Um modelo de banco. O NOSSO BANCO, com o compromisso de oferecer as condições, os serviços e os produtos que você sempre esperou de um grande banco. Faça os seus planos e enfrente o futuro com ousadia. Nós queremos ser o seu banco para grandes caminhadas.

nossa caixa NOSSO BANCO

UM BANCO PRA VALER



FRANCISCO ESTRELA

Leão, entre o novo e o velho *NP*: por mais credibilidade

Sangue novo na imprensa popular

Com a receita bombástica de sempre, mas agora em nova embalagem, o jornalismo popular se moderniza para conquistar mais público

A melhor notícia produzida pelo mercado editorial neste começo de ano é a agitação que tomou conta de um segmento da mídia até então considerado do segundo time: a Imprensa popular. Em São Paulo, depois de quase três décadas sem grandes modificações, o jornal *Notícias Populares* está nas bancas de cara nova. No Rio, o bicheiro Raul Capitão se transformou no mais novo empresário de comunicação da cidade ao bancar a volta do jornal *O Povo na Rua*. E até a *Rede Globo* fez malabarismos com o seu famoso padrão de qualidade para abrigar, todas as quintas-feiras, às 22h30, o programa *Linha Direta*, apresentado por Hélio Costa e dedicado à reconstituição de casos policiais sem solução.

A Imprensa popular está mesmo mudando. O estilo amadorístico, o pouco apego aos fatos e as doses maciças de sensacionalismo estão dando lugar a projetos bem estruturados e investimentos em equipamentos e profissionais. Tudo em nome de produtos melhor acabados, sem, no entanto, abrir mão do que faz a delícia de seus leitores/telespectadores: emoções fortes. A razão para isso é simples: o filão da Imprensa popular sempre foi um bom negócio para as empresas jornalísticas – e elas apostam que podem explorá-lo mais e melhor.

Grande sensação – O exemplo emblemático dessa estratégia é o jornal *Notícias Populares*. Fundado em 1963, o *NP*, como é mais conhecido, sempre pescou em águas marrons. O jornal até hoje não tem concorrentes no mercado paulista e contabiliza a maior venda avulsa (em banca) do estado, estabilizada em 80 mil exemplares, em média, de terça a sábado; 95 mil às segundas-feiras; e 70 mil aos domingos. Apesar dos bons números, todos os seus recordes de venda

estão associados a publicação de reportagens fictícias como a do "Bebê Diabo" e a do "Monstro da represa Billings", que nunca existiram a não ser na cabeça delirante de alguns dos seus redatores.

Com o objetivo de banir monstrengos semelhantes e resgatar a credibilidade do jornal, Otávio Frias Filho, diretor editorial da *Empresa Folha da Manhã S.A.* – que além do *NP*, edita a *Folha de S. Paulo* e a *Folha da Tarde* –, convocou Leão Serva, que aceitou trocar o posto de secretário de redação da *Folha* pelo de editor-chefe do *NP*. "O desafio de fazer o *NP* é o máximo. Acho que o jornalismo popular será a grande sensação da década. A minha missão aqui é implantar um projeto editorial pautado pelos ditames da boa Imprensa", assegura Serva, 30 anos e 12 de profissão.

Espaço reduzido – No dia 19 de março, o jornal chegou às bancas totalmente reformulado. E o que mais chama a atenção é o visual, que lembra os modernos jornais populares europeus, como o alemão *Bild* e o inglês *The Sun*.

"O objetivo básico foi tornar o jornal mais organizado internamente: ele ficou mais claro, com uma linguagem visual mais rápida; um jornal, enfim, mais impactante", diz Eliane Stephan, 36 anos e 16 de profissão, autora do projeto gráfico. Foi mesmo uma cirurgia radical. O *NP* adotou duas novas famílias de tipo – Futura e Stymie – para textos e títulos. As páginas internas ganharam duas cores básicas: o azul, sua cor original, que foi ligeiramente escurecida; e o vermelho. As quatro capas do *NP* têm agora três cores, e a primeira capa traz fotos maiores e coloridas. O logotipo do jornal ficou todo em azul e o tradicional mapa do Brasil, que o acompanha, foi reestilizado.

A parte editorial também foi – e





FLORIANO VIEIRA/O POVO NA RUA

Capitão (de branco) e Ribeiro: "*O Povo* não enfeita o pavão"

muito – mexida. Das 39 colunas semanais assinadas sobraram somente 20 – mesmo assim com espaço reduzido. Mas os cortes não pararam por aí: qualquer matéria do jornal, hoje, não pode ser maior que 20 linhas de 70 toques. Uma matéria especial, por exemplo, tem uma retranca de 20 linhas e, no máximo, duas sub-retrancas de 15 linhas. "Todo o tempo de leitura do nosso público é pautado pelo seu tempo de trabalho. Isso aqui não é só deleite para ele", justifica Serva.

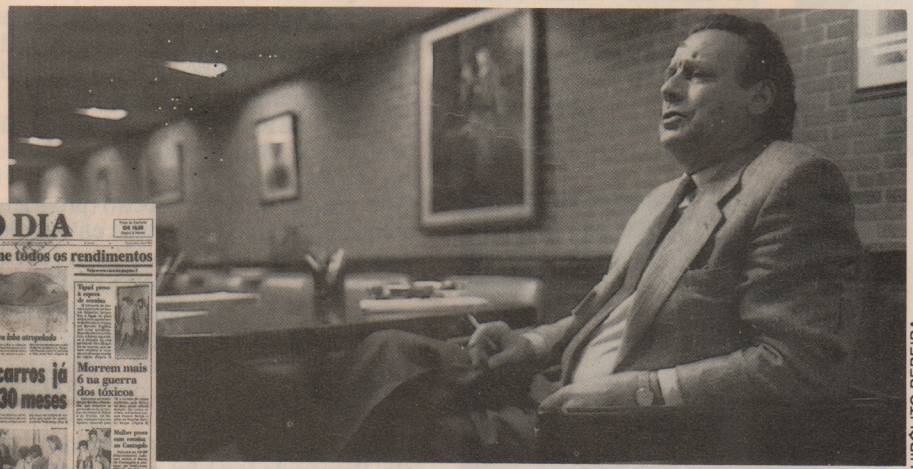
Banho de sangue – Dois outros assuntos que vêm ganhando destaque no jornal, além dos tradicionais crimes e mulheres nuas na capa, são os assuntos ligados à economia popular e às fofocas dos bastidores da televisão.

No primeiro caso, Serva espera que o jornal exercite sua intenção de prestar mais serviços ao leitor, "pois ele merece, por exemplo, saber onde o novo plano econômico o afeta". No caso da televisão, uma das novas contratações do jornal foi o autor de novelas globais Aguinaldo Silva, que tem uma coluna diária de mexericos televisivos.

O que não mudou mesmo foi a forma bombástica de o jornal tratar as notícias que publica. O reitor da Universidade de São Paulo (USP), por exemplo, ficou indignado quando o jornal estampou em letras garrafais *USP vira zona* – uma matéria mostrando que travestis e prostitutas utilizam a universidade mais importante da cidade, à noite, com fins nada acadêmicos. Outra matéria, que falava do *trottoir* nas escadarias da catedral da Sé, foi batizada com o título *Pecado mortal*. Apesar da roupagem moderna, o mecanismo de unir contrastes – prostituição com universidade ou com igreja – continua sendo a chama que move as boas manchetes do *NP*. "Os contrastes são a grande matéria-prima de qualquer jornal, aqui ou na *Folha*", justifica-se Serva. "A diferença é que o *NP* joga o contraste como ele é; aqui, as coisas são explícitas."

O *NP*, no entanto, parece um jornal de escoteiros se comparado ao carioca *O Povo na Rua*, relançado em fevereiro. Em sua edição de 16 de março, por exemplo, o jornal noticiava nada menos que 16 assassinatos. Um dos mortos, o marginal Marquinhos Jacaré, foi também degolado e teve a foto de sua cabeça publicada em meia página. Abaixo dela, o jornal mostrou o corpo decapitado ao lado de quatro outros cadáveres da mesma chacina. Pode não ser muito agradável aos olhos sensíveis, mas o banho de sangue explícito vem dando resultado. Com circulação de segunda a sábado, o jornal conseguiu saltar da tiragem inicial de 50 mil exemplares, em fevereiro, para 80 mil em março. E o plano é alcançar os 100 mil até o final deste ano.

"Enfeitar o pavão" – *O Povo na Rua* foi lançado em 1984 e fechou oito meses depois, não por falta de público,



HIPÓLITO PEREIRA


O DIA
ça define todos os rendimentos
Morrem mais 6 na guerra dos tóxicos
PM apreende até granada na favela
lo Rio não reduz mensalidade

Carvalho, o dono de *O Dia*: novos equipamentos para impressão a cores no estilo do *USA Today*

→

mas de estrutura industrial. Em fevereiro deste ano voltou com a mesma linha editorial – polícia, esporte, comunidade e movimento sindical, por ordem de importância – em dois cadernos de oito páginas. A única mudança foi de endereço: da praça Mauá para a Lapa, numa casa de três andares comprada por Raul Corrêa de Mello, o poderoso Raul Capitão, que, além do jornal, controla também todos os pontos do bicho do centro do Rio, Ilha do Governador, Petrópolis e Búzios.

O maior investimento de Raul Capitão foi no equipamento gráfico, comprado na Alemanha por 10 milhões de dólares: fotocompositora a laser, guilhotina eletrônica para papel e fotolito por computador – máquinas que ele gosta de exibir às visitas. Além de financiar o jornal, Capitão sugeriu duas idéias: a publicação, na página dois, da coluna *Deu no poste*, com o resultado das três extrações do bicho; e um calhau, que pode sair até na primeira página, com uma frase dos Salmos de Davi: "Se Deus é por nós, quem será contra nós?".

De resto, Raul Capitão não interfere na redação dirigida pelo veterano jornalista policial Amado Ribeiro, 57 anos e 40 de profissão. Do seu "aquário" – ao lado do de Sueli Corrêa de Mello, filha de Capitão e vice-presidente de *O Povo* – Ribeiro observa os 30 repórteres e 14 fotógrafos da redação. Ele acredita que a situação econômica e o tráfico de drogas tornaram o Rio mais violento, "mas as qualidades do repórter de polícia continuam as mesmas: é preciso investigar e passar à frente da polícia, não basta pegar os dados que ela tem". Amado deixa a sutileza de lado ao revelar a estratégia do seu jornal. "Para ocupar o espaço que *O Dia* deixou", diz ele, "não é preciso enfeitar o pavão, basta fotografar e contar a história."

Por etapas – De certa forma, Orivaldo Perin, 41 anos e 22 de profissão, chefe de reportagem de *O Dia*, também do Rio, concorda com seu colega de *O Povo* ao afirmar que "*O Dia* é popular porque vende 240 mil exemplares diários, e porque fazemos um jornal sério, bem escrito e diagramado". *O Dia* é o exemplo mais bem-sucedido de uma virada editorial na linha do jornalismo popular. Criado em 1951, por Antônio de Chagas Freitas, que foi governador do estado do Rio na década de 70, o jornal criou fama por suas manchetes sensacionalistas – como *Multidão alegre chutava o cadáver* – e também pelos bandidos que inventava, autores de crimes sempre "hediondos".

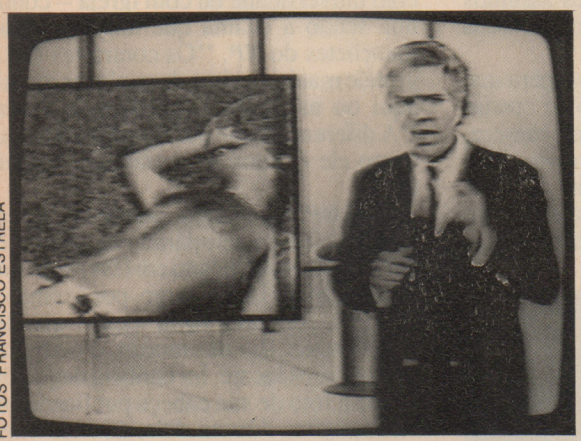
Essa história começou a mudar a partir de 1987, quando o jornal sofreu uma reforma drástica sob o comando do próprio Perin e de Dácio Malta – que assumiu sua edição trazendo no currículo a vitoriosa criação do *Caderno Cidades*, do *Jornal do Brasil*. Nessa época, *O Dia* já era administrado por Ary Carvalho, que o comprou em 1983.

Todo enfoque do jornal foi reorientado. Lugares-comuns do jornalismo policial – como "réu indigitado", por exemplo – foram abolidos. Foi criado o *Caderno D*, com seis páginas de cultura e lazer, onde colaboram cronistas como Rubem Braga, Fernando Gabeira, entre outros. O sucesso dessa reestruturação pode ser contado em números. Aos domingos, o jornal tem uma circulação de 360 mil exemplares. Hoje, *O Dia* é o segundo jornal em vendas no Rio de Janeiro, depois de *O Globo*, e o terceiro do país, depois da *Folha*. "E como toda reforma, a nossa está sendo feita por etapas", diz Ary Carvalho, 56 anos e 35 de profissão.

Linha aberta – Isso quer dizer que a próxima mudança se dará apenas em 1991. Até lá, a *Editora O Dia* terá terminado a construção de seu parque industrial de 400 mil metros quadrados, no subúrbio de Benfica, onde receberá as quatro rotativas Goss e os quatro *decks* para impressão a cores recém-adquiridos, num investimento que consumiu 18 milhões de dólares. Assim, Ary Carvalho pode concretizar seu sonho de ver *O Dia* impresso em *off-set* e a cores, "com uma paginação mais aberta e um texto mais direto, como o do *USA Today*", promete.

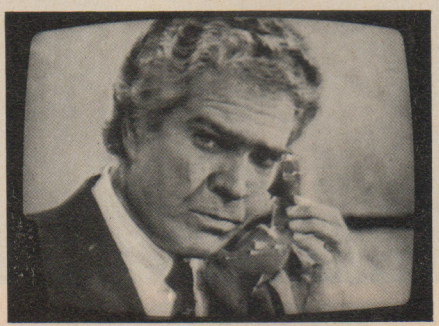
De sua parte, e fiel ao bordão "nada se cria, tudo se transforma", o deputado federal do PRN e jornalista Hélio Costa também foi buscar inspiração num sucesso americano – o programa *Insolved Misteries* da rede de televisão *NBC* – para fazer o *Linha Direta*, que marca sua volta à tela da *Globo*. Como o programa americano, *Linha Direta* mistura jornalismo, reconstituição de casos policiais e investigação. A diferença fica por conta dos casos apresentados por Hélio Costa – assassinatos e pessoas desaparecidas misteriosamente –, que são mais polêmicos que os do programa americano. E também por uma linha telefônica aberta ao telespectador, "que pode ajudar a desvendar os casos que apresentamos", diz Costa, 50 anos e 34 de jornalismo.

Queima de arquivo – O primeiro programa, que tratou da morte de dois rapazes mineiros, encontrados ao lado de máscaras de chumbo, rendeu cerca de dois mil telefonemas, segundo Costa, e 44 pontos de audiência. O jornalista não parece estar preocupado em se transformar numa espécie de justiceiro do vídeo, apesar de seu terceiro programa praticamente deixar claro os envolvidos numa "queima de arquivo", em Juiz de Fora (MG). "Eu acho que é a polícia que vai ter de agir", despista. Mas Hélio Costa, que já anda armado e protegido por seguranças, com medo das violências da política de Minas Gerais, onde se elegeu, sabe que está se expondo. "Agora, mais do que nunca, vou estar prevenido", diz ele. Prevenido também estará o público, agora não correndo tanto risco de se respingar com sangue na banca da esquina. ✗



FOTOS FRANCISCO ESTRELA





Costa no *Linha Direta*: reconstituição de casos sem solução



As mudanças do Imprensa na TV estão na cara.

Tá na cara que o Imprensa na TV conquistou cabeças pensantes em todo o estado de São Paulo porque não é apenas um programa de TV com rostinho bonito. Tem conteúdo, e muito conteúdo. Mas sempre é bom cuidar da aparência. Por isso, o Imprensa na TV agora está de cara nova. Além de novo anchorman, o Marco Antônio Rocha com seu talento indiscutível, o Imprensa na TV também tem novo diretor de cena: o José Amâncio, que você não está vendo neste anúncio. O seu programa predileto dos domingos à noite continua revelando os bastidores da imprensa com a mesma seriedade e qualidade. Tá na cara.

Imprensa na TV. Todo domingo, a partir das 23h, na TV Record de São Paulo e na TV Capital de Brasília. Direção: Dante Mattiussi.

IMPRENSA NA TV



FRANCISCO ESTRELA

Richetti (esq.), Marta e Cavicchini: ''sabotadores''

Balança chumbada

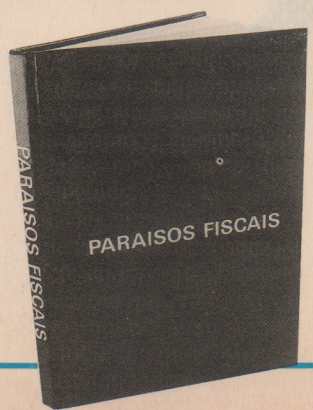
A Imprensa não dá o devido destaque a ações policiais que comprometem a liberdade de expressão e ferem a Constituição

A balança da Imprensa brasileira dá cada vez mais a impressão de que trabalha com dois pesos e duas medidas. Quando se trata de analisar um assunto que lhe pisa diretamente nos calos, sua reação invariável é o estardalhaço e a santa indignação. Mas quando o problema atinge algum calo próximo – mesmo quando se trata de uma empresa do mesmo ramo de negócios – a reação aproxima-se da apatia. Ou, na melhor das hipóteses, de um protesto discreto.

A constatação vem a propósito da cobertura dedicada pelos veículos de informação a dois episódios nos quais o espectro da censura e dos atentados à liberdade de expressão foram tristemente revividos: a truculenta invasão, no Rio e em São Paulo, dos escritórios da *Editora Tama* e a *blitz* fiscal desencadeada contra a *Folha de S. Paulo* – ambas as ações protagonizadas por agentes da Polícia Federal, amparados em duas medidas provisórias enviadas pelo governo à apreciação do Congresso Nacional, como parte do pacote econômico editado logo após a posse do presidente Fernando Collor.

No caso da *Editora Tama*, o pretexto da investida policial foi a publicação do livro *Paraísos Fiscais*, editado no início do ano e considerado ''uma apologia ao crime'', frente às determinações do plano econômico. ''O paraíso fiscal não tem nada a ver com lavagem de dinheiro'', explica Alexis Cavicchini, 38 anos, diretor-presidente da *Tama*. ''Eles são utilizados pelas empresas exportadoras para melhorar seu planejamento tributário.''

Primeira página – Mesmo assim, na manhã do dia 19 de março, os escritórios da editora em São Paulo foram invadidos com violência desmedida e, ali, dada voz de prisão aos gerentes Valter Richetti, 53 anos, e Marta Agudo, 29 anos. Os dois passaram três dias numa cela da Polícia Federal em companhia de criminosos comuns. No Rio, Cavicchini foi detido por quatro horas por ''desacato à autoridade'' e suspeita de contrabando de uma máquina de fax.



O livro, publicado antes do pacote: o pivô da invasão

Afora um comentário do jornalista Janio de Freitas, em sua coluna de 21 de março na *Folha de S. Paulo*, e do editorial ''Escalada de intimidações'', publicado no dia seguinte pelo mesmo jornal, o espaço dado à cobertura do caso pelos grandes veículos de informação foi de uma timidez inaudita.

Por outro lado, quando a mesma *Folha de S. Paulo* experimentou, em 26 de março, a pecha de sabotadora do plano econômico, por conta da denúncia de um cliente que teve suas faturas em cruzados novos convertidas para cruzeiros, as reações da Imprensa foram muito mais barulhentas. A começar pela própria *Folha*, que abriu seguidas manchetes de primeira página ao fato. E aproveitou-se muito bem dele – como, aliás, sempre faz quando o jornal se transforma em sua própria notícia. Chegou, inclusive, a comparar o presidente da República a um novo Mussolini gerado nos trópicos.

Questão vital – Enquanto isso, a gravidade do *affair Tama* caiu em completo esquecimento, esmagado pela enxurrada de matérias sobre a invasão do matutino paulista, e apesar de todos os constrangimentos sofridos pelos gerentes da editora fluminense. ''No dia seguinte à invasão da editora, a *Folha* deu pouco destaque ao fato'', admite Artur Ribeiro Neto, 30 anos e cinco de profissão, editor de Opinião do jornal. ''Mas, em seguida, o erro foi corrigido'', ressalva. ''O caso *Tama* foi claramente um atentado à liberdade de expressão'', diz Robson Moreira, 36 anos e 16 de profissão, presidente do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo. Já o diretor de redação de *O Globo*, Evandro Carlos de Andrade, 58 anos e 36 de profissão, tem posição diversa: ''Não se está discutindo se isto é ou não um atentado à liberdade de imprensa'', diz ele. ''O que houve na *Tama* foi, sim, uma violação à Constituição.''

De qualquer modo, os episódios *Tama* e *Folha* obrigaram jornalistas e empresários de comunicação à descoberta de que a questão vital da liberdade às vezes se equilibra, como em outros tempos, sobre o fio de uma navalha. Por isso, as investidas da censura devem ser atacadas sempre. Mesmo quando a eventual vítima for uma empresa pequena. ✗

CONTA REALMASTER CONTA REALMASTER CONTA REALMASTER

COBRIMOS QUALQUER ORÇAMENTO

CONTA REALMASTER. REMUNERADA COM AS MELHORES TAXAS DO MERCADO. 7 DIAS SEM JUROS POR MÊS NOS SAQUES ACIMA DO SEU SALDO. EXCLUSIVIDADE DO BANCO REAL, COM OUTROS BENEFÍCIOS IGUALMENTE EFETIVOS. NINGUÉM OFERECE COBERTURA TÃO AMPLA AO SEU ORÇAMENTO.

BANCO REAL
BONS SERVIÇOS BONS NEGÓCIOS

CONTA REALMASTER CONTA REALMASTER CONTA REALMASTER

Com o mico na mão

Cruzados retidos e aperto de liquidez: jornalistas econômicos sofreram com seu público o mesmo impacto das medidas do Plano Brasil Novo

O pacote econômico baixado pelo presidente Fernando Collor, logo no dia seguinte à posse, provocou o efeito de uma bomba arrasa-quarteirão em todos que tinham suas reservas em contas correntes ou em aplicações no mercado financeiro. O brutal enxugamento de liquidez deixou a sociedade atônita, ainda que, segundo diversas pesquisas de opinião, confiante na eficácia do Plano Brasil Novo. Todos sabiam que era preciso fazer alguma coisa para conter a espiral inflacionária – e, mal ou bem, alguma coisa foi efetivamente feita.

Se a surpresa com a potência do choque foi sentida tanto entre os grandes aplicadores do *over* quanto entre os aposentados que guardavam seus caraminguás em cadernetas de poupança, também foi violenta entre aqueles que, teoricamente, teriam acesso a informações privilegiadas da área econômica: os jornalistas de economia. Estes profissionais, além de chamarem para si a função de explicadores do plano – já que a comunicação oficial mais confundiu que esclareceu –, sofreram na pele as mesmas sensações dos milhões de brasileiros e brasileiras que engrossaram as filas das agências bancárias em busca de notícias sobre o destino de seus cruzados novos e de informações sobre seus novos cruzeiros. IMPRENSA ouviu alguns dos melhores jornalistas econômicos do país a respeito da digestão que fizeram do pacotaço collorido. A seguir, seus depoimentos.

Joelmir Beting



BEATRIZ ALBUQUERQUE

"Se o dinheiro não voltar, é o banco quem vai ganhar"

Eu fui o único, entre os 145 milhões de brasileiros, que recebeu o pacote com a cara no ar. O Paulo Henrique Amorim chegara de Brasília com o pacote no colo, ainda mal explicado. E quem estava no ar, ancorando o noticiário era eu!

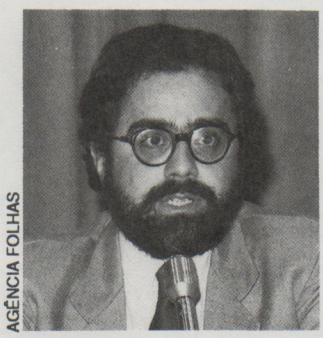
Por sorte, no dia 10 de março fiz uma operação imobiliária e entrei no choque como devedor líquido em cruzados. Saí ganhando e já negociei tudo com meu credor: ele deu prazo indeterminado para eu pagar minha dívida em cruzeiros.

Acho que o dinheiro bloqueado volta pelo valor real corrigido, e talvez antes mesmo dos 18 meses. Isso é um patrimônio inalienável. Se não voltar, é o banco quem ganha, e não o governo. Há empresas com milhões de dólares bloqueados, e isso não volta? Isto não aconteceu nem na Líbia, e eu acredito na democracia, no Congresso e no Judiciário.

Nós estamos em estado de choque, mas o ajuste já começou. O Plano Collor tem condições de funcionar, embora seja um desafio de administração. Se a equipe econômica do governo tem competência, é o que também veremos. Não é possível projetar resultados porque ainda estamos em choque, e também porque a cirurgia está apenas no início. Depois que ela terminar, aí sim saberemos se o tumor foi realmente extirpado.

Joelmir Beting, 53 anos e 32 de profissão, é comentarista da Rede Globo

Luís Nassif



AGÊNCIA FOLHAS

"Se não tomar cuidado, vem uma bruta recessão aí"

Quando veio o plano, achei que vinha um aperto violento de liquidez, mas não nessa extensão.

Minha *Agência Dinheiro Vivo* ficou com recursos bloqueados. Pessoalmente, desde dezembro de 1989 minha mulher estava reformando nosso apartamento e comprou um carro. Fiquei bravo com ela, na época. Mas depois do plano, quando ela foi me buscar de carro novo no aeroporto, na volta de Brasília, chegou toda vitoriosa, dizendo que os gastos excessivos tinham vindo a calhar. Tive de concordar.

Acho que o dinheiro bloqueado vai voltar: faz parte do jogo do pacote. Não porque o governo seja bonzinho, mas porque se não devolver haverá um descrédito geral. Por isso, o dinheiro deve voltar gradativamente, primeiro para quem quiser investir, depois em títulos de privatização, e, finalmente, para as pessoas físicas.

Penso que o Plano Collor pode dar certo e que seus efeitos sobre a economia serão muito maiores do que a equipe do governo tinha inicialmente previsto. Na parte operacional, as primeiras semanas foram desastrosas: a demora em relação às regras do câmbio e na ativação do sistema de compensação de títulos praticamente parou o sistema financeiro. E se a equipe econômica não tomar cuidado, vem uma bruta recessão por aí.

Luís Nassif, 40 anos e 19 de profissão, é diretor da Agência Dinheiro Vivo



Lillian Witte Fibe

DIVULGAÇÃO

"Eles não tinham o direito de tirar dinheiro da viúva"

Eu sabia que vinha um pacote muito mais violento que o Plano Cruzado, mas o bloqueio de contas e aplicações a gente não adivinhou e nem pressentiu. É que esse tipo de medida, se vaza, não pode nem ser implementada.

Quando vieram os detalhes, eu fiquei brava com a irresponsabilidade do governo, que não se preocupou com a divulgação do plano. Eles não tinham o direito de tirar o dinheiro da viúva e do aposentado e não prestar contas para a sociedade. E as pessoas, naquele 16 de março, dependiam da orientação da Imprensa.

Em 1987, eu e meu marido compramos um apartamento e ficamos duros: todo nosso salário era consumido ali. Desde então, quando percebi que o cruzado ia virar pó, eu fazia questão de gastar tudo o que recebia.

É cedo para saber se o plano vai dar certo. Vai depender de sua credibilidade e principalmente da sociedade. Se não se voltar a poupar, se todo o dinheiro recebido for gasto no consumo, então está aberta a possibilidade da volta da inflação.

Para o dinheiro bloqueado voltar, é preciso que o plano dê certo. Se não der, receberemos uma moeda que não valerá nada – um autêntico *mico*, imprestável. E ainda há o risco de o dinheiro vir em títulos do governo.

Lillian Witte Fibe, 36 anos e 17 de profissão, é comentarista econômica da Rede Globo

→

Celso Ming



BEATRIZ ALBUQUERQUE

"Minha mulher só tinha arroz, feijão e mandioca em casa"

No dia 16 de março eu estava em Brasília, numa reunião convocada pela equipe econômica para divulgação do pacote. Eu desconfiava, mas não sabia nada sobre seu conteúdo, não imaginava que fosse tão violento. O sequestro dos depósitos foi uma novidade, e quando decretaram o feriado bancário, eu percebi que vinha chumbo grosso.

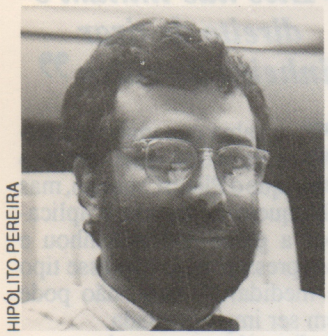
Deixei todo meu dinheiro no *over* e pensava em levá-lo para casa no dia 14. O feriado bancário estragou minha festa e, na minha família, o pessoal passou apertado. Eu estava em Brasília trabalhando e, em São Paulo, minha mulher só tinha arroz, feijão e mandioca para as refeições. Faltou dinheiro e meu pessoal foi obrigado a cair na real.

Para o Plano Collor dar certo é preciso haver a recuperação da credibilidade no sistema financeiro. Para que as pessoas voltem a poupar, o dinheiro bloqueado tem que voltar. E para o dinheiro voltar, o plano tem que dar certo. É um círculo vicioso meio complicado. Eu acredito que boa parte do dinheiro retido pode voltar – talvez haja uma inflaçãozinha que coma uma parte, mas volta.

Sou um otimista: este foi o plano econômico mais correto e consistente entre os tantos que tivemos. Vejo nele muita possibilidade de sucesso, mas é preciso uma pilotagem correta. Sei que, ao mesmo tempo, a recessão vem aí – e tem que vir. Ela vai sacudir a árvore e muita folha seca deve cair. As folhas que estiverem firmes na árvore vão sobreviver. As outras vão para o chão, vão virar adubo para outras árvores. É a lei da vida.

Celso Ming, 48 anos e 24 de profissão, é editor da seção Confira o seu dinheiro *do* Jornal da Tarde, *de São Paulo*

George Vidor



HIPÓLITO PEREIRA

"Eu não imaginava que o governo fosse tão audacioso"

No dia do pacote eu estava no Rio trabalhando e sabia que iam mexer no déficit público e na moeda. Era preciso um corte drástico de despesas, um maior equilíbrio nas finanças públicas e um programa de austeridade monetária. Mas eu não podia imaginar que o governo fosse tão audacioso.

Eu, particularmente, não tinha muito dinheiro porque estava fazendo uma obra e já gastara quase todas as minhas reservas. Por isso, pouca coisa ficou bloqueada.

Não vejo razão para o dinheiro retido não voltar, até porque existem muitas formas de se reduzir esse estoque. De qualquer maneira, esse dinheiro sumiria em caso de hiperinflação, pois o governo quebraria e daria o calote em todo mundo. E os bancos também.

Neste momento ainda não dá para saber se o plano vai dar certo. Do ponto de vista econômico, o governo dividiu os problemas e atacou corretamente o déficit e a moeda. Mas existem outros fatores sociais e políticos que entram no caldeirão dos ingredientes psicossociais que influirão em todo o processo. Acho que antes de cem dias não dá para se fazer um diagnóstico seguro. Os bancos ainda estão lotados e a vida de qualquer cidadão comum virou uma tormenta, um desespero.

George Vidor, 37 anos e 20 de profissão, é colunista econômico de O Globo

Marco Antonio Rocha



CYNTHIA BRITO / F-4

"O dinheiro não voltaria nem se Collor fosse Jesus"

Fiquei surpreso com a fórmula que a equipe econômica encontrou para sequestrar os ativos financeiros. Nos meios empresariais, quando se falava nisso era sempre em tom de brincadeira. Achava-se que o sequestro seria uma medida despropositada que o governo poderia tomar, eventualmente, em caso de guerra e para vigorar por poucos dias. Ninguém imaginava que fosse por 18 meses.

Tive pouco dinheiro bloqueado porque acabara de comprar um carro com o que eu tinha empatado em fundo nominativo e no *over*. Já a minha empresa de consultoria ficou com mais de um milhão de cruzados novos em cheques retidos.

Para o dinheiro bloqueado voltar a seus donos seria preciso que tivéssemos um governo do tipo suíço, que funcionasse em sintonia fina, como diz o Collor. Só que o governo que ele comanda não sabe nem quanto tem no Tesouro, muito menos tem um plano de contas. Com um governo assim ninguém pode ter muita esperança – nem se o Collor fosse Jesus Cristo. Por outro lado, a burocracia brasileira está viciada depois de 25 anos de ditadura e apadrinhamentos. É uma burocracia incapaz. E não é por culpa de uma ou duas pessoas, nem do presidente: é a máquina que é assim mesmo.

Marco Antonio Rocha, 54 anos e 30 de profissão, é comentarista econômico da TV Record, *de São Paulo*

Pedro Cafardo



FRANCISCO ESTRELA

"O plano vai dar certo no que se refere à contenção da inflação, que será aniquilada"

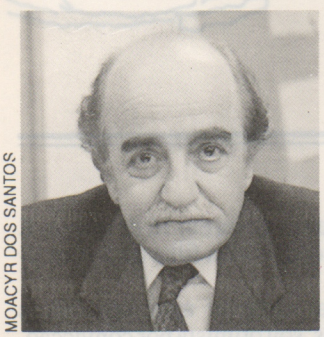
Alguns itens do pacote me pegaram de surpresa. No meu íntimo, porém, eu tinha certeza absoluta que vinha um calote; mas, como era então apenas especulação, não podia ficar escrevendo isso. Como já previa o calote, gastei todo o dinheiro que eu tinha. Construí uma quadra de tênis na minha chácara e empatei ali dez mil dólares. E mesmo assim me tomaram dinheiro. É que a ciranda financeira era tão grande que os recursos aplicados no *over* não acabavam nunca.

O dinheiro retido por 18 meses deve voltar muito reduzido. Em termos reais, se devolverem 20% é muito, isso porque a correção monetária será certamente inferior à inflação. O governo vai inventar algum mecanismo para não ter que devolver tudo, mesmo porque não há como devolver tudo.

Acho que o Plano Collor vai dar certo no que se refere à contenção da inflação, que será aniquilada. Aliás, já acabou. Ela pode voltar no futuro, mas para saber se o combate vai dar certo é preciso conhecer os reflexos que o plano terá na área social, em termos de greves e desemprego. E saber também até que ponto esses reflexos podem desestabilizar o governo.

Pedro Cafardo, 42 anos e 20 de profisssão, é editor de Economia de O Estado de S. Paulo

Alberto Tamer



MOACYR DOS SANTOS

"Os mais atingidos serão os que dependem só de salário. O rico continuará rico"

Eu tomei conhecimento do Plano Collor às 13 horas do dia 16 de março, em Brasília, quando a ministra Zélia convocou os editores de Economia antes da trágica coletiva à Imprensa, na qual eles explicaram muito mal o pacote. Até as 22 horas daquele mesmo dia, nós ainda não tínhamos a íntegra das medidas econômicas.

Não tive muito dinheiro retido porque tinha acabado de comprar um apartamento para minha filha. Sem poupança, o pouco que ficou retido eu o perdi na conta corrente.

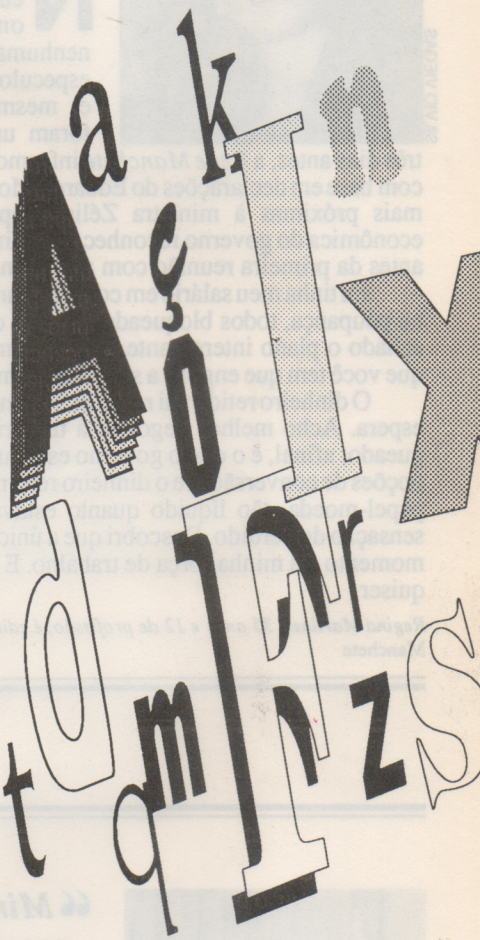
Acho difícil nosso dinheiro ser devolvido, já que o governo assumiu uma dívida interna maior que a externa, que é de 120 bilhões de dólares. No futuro, com a recessão, os mais atingidos serão os menos protegidos, isto é, os que dependem só de salário. O rico continuará rico.

O Plano Collor é uma idéia muito boa, mas que, infelizmente, talvez fique só na idéia. Ele é muito ousado, elaborado por gente despreparada para colocá-lo em prática e que não soube avaliar as reações da sociedade. O governo está emitindo dinheiro que nem maluco e a máquina burocrática está despreparada, porque não foi consultada sobre o pacote.

Alberto Tamer, 57 anos e 38 de profissão, é editor de Economia do SBT *e editorialista econômico de* O Estado de S. Paulo

→

Os meios justificam a mídia



Pensou em mídia impressa?
Faça como a revista Imprensa e mais centenas de publicações.
Procure a Traço.

TRAÇO

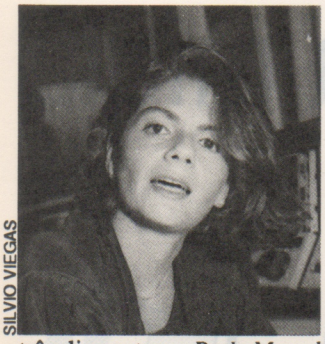
Assessoria de imprensa, projeto gráfico, composição e arte-final

Profissionalismo, prazo e qualidade

R. Toledo Barbosa, 541 - Belém - SP
Fone: (011) 93-4151 - Fax: 292-2082



Regina Martinez



SILVIO VIEGAS

"A única coisa que tenho agora é minha força de trabalho"

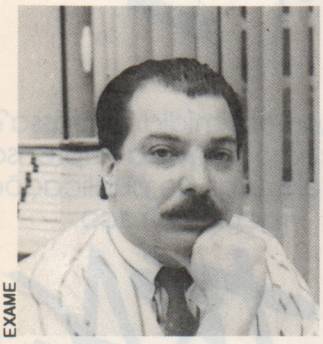
No dia do anúncio do pacote eu estava em Brasília, onde ninguém tinha nenhuma informação. Nunca se especulou tanto junto às fontes, e, mesmo assim, as medidas foram uma surpresa. Dois ou três dias antes, a *Rede Manchete* informou sobre o fim do BTNf com base em declarações do Eduardo Modiano, uma das pessoas mais próximas à ministra Zélia. Depois, a própria equipe econômica do governo reconheceu ter finalizado o pacote horas antes da primeira reunião com a Imprensa.

Eu tinha meu salário em conta remunerada e algum dinheiro na poupança, todos bloqueados. Fiquei com raiva porque tinha achado o plano interessante. Eu vivi um sentimento ambíguo, que você tem que engolir a seco, não demonstrar e levar adiante.

O dinheiro retido vai retornar, mas não da forma que a gente espera. Acho melhor negociar a titularidade do dinheiro bloqueado; afinal, é o que o governo está querendo ao dar algumas opções de conversão. Se o dinheiro retornar mesmo, não será em papel-moeda, tão líquido quanto estava. Tenho um pouco a sensação do perdido. Descobri que a única coisa que tenho neste momento é a minha força de trabalho. E agora, seja o que Deus quiser.

Regina Martinez, 35 anos e 12 de profissão, é editora de Economia da Rede Manchete

Antonio Machado de Barros



EXAME

"Minha primeira reação foi a de me sentir tungado"

No dia do pacote eu mandei instalar uma televisão em minha sala, na *Exame*. Eu e outros colegas ficamos assistindo e compartilhando, com o resto do Brasil, a perplexidade e a angústia que víamos no rosto do Paulo Henrique Amorim, da *Globo*, na hora de explicar à nação o que estava acontecendo. Minha primeira reação foi a de me sentir tungado. Depois, comecei a imaginar que o dinheiro bloqueado batera asas para não voltar nunca mais. Eu, por exemplo, tive dinheiro retido no fundo nominativo, basicamente todo o pecúlio que acumulei em 23 anos de profissão. Hoje, torço para conseguir retornar à mesma posição que eu tinha em 16 de março. E espero que isso não aconteça quando a minha filha de 5 anos tiver 17.

Meu lado irracional me leva a não ter mais esperanças quanto à volta do meu dinheiro; mas, sou otimista por convicção. Em 1964, minha mãe me levou a dar um anelzinho para a campanha "Dê ouro para o bem do Brasil". Naquela ocasião minha mãe estava bem intencionada, assim como eu, que em 1986, durante o Plano Cruzado, fiscalizei os preços. No Plano Bresser eu acreditei no sorriso do ministro, e, no Plano Verão, confiei piamente na idéia de que o inverno ia ser mais quente. O que me assusta é que estou sendo tungado desde pequeno.

Acredito que a economia pode voltar a funcionar sem entrar em depressão. O problema é que o governo Collor parece um exército de Brancaleone lutando contra forças terríveis que estavam na origem da inflação – a começar pelo tamanho do Estado, que até agora não foi diminuído.

Antonio Machado de Barros, 39 anos e 23 de profissão, é diretor do Grupo Exame

Carlos Alberto Sardenberg



RICARDO HANTZSCHEL

"O coração do plano estava no texto do Antônio Kandir"

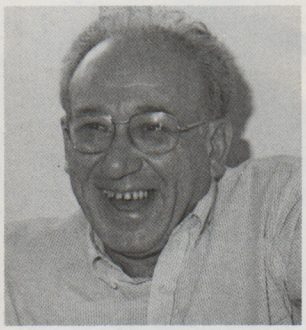
Eu estive em Brasília uma semana antes e uma depois da posse do Collor. Fiquei sabendo de algumas linhas gerais do plano, mas a essência das medidas ninguém sabia. Neste caso menos ainda, porque as medidas foram muito fortes, ninguém atinava o tamanho da coisa. Basta ler o noticiário dos dias anteriores ao plano para ver que ninguém sabia nada mesmo. Os comentários que fiz antes do pacote, e que se revelaram mais pertinentes, foram as matérias redigidas com base em palestras e textos dos autores do plano. Em janeiro, eu recebi um texto do Antônio Kandir, atual secretário de Política Econômica, sobre políticas de estabilização, e o coração do plano estava lá. Dei várias notas sobre isso.

O Ibrahim Eris, presidente do Banco Central, sempre foi muito conhecido entre os jornalistas econômicos. E ele sempre dizia que o grande problema da economia brasileira era o excesso de liquidez. Isso dá a direção da coisa. No caso do Kandir, o ajuste do setor público; no caso de Eris, a reforma monetária.

Eu tive algum dinheiro bloqueado em aplicações no *over*, fundo nominativo e poupança. Se a inflação acabar, o dinheiro retido está salvo e volta numa boa, corrigido. Se o plano não funcionar, teremos inflação novamente, e aí o dinheiro não precisará ficar bloqueado, pois não valerá mais nada. Acontece que se o governo não tivesse tomado nenhuma atitude, deixando a ciranda financeira continuar como estava, todo esse dinheiro também não ia valer coisa alguma.

Carlos Alberto Sardenberg, 43 anos e 20 de profissão, é editor do Informe Econômico *do* Jornal do Brasil

Aloysio Biondi



FRANCISCO ESTRELA

"A Imprensa não checou os números sobre desemprego"

Todo mundo sabia que ia haver um pacote econômico, mas não sabíamos que ia ser do jeito que foi. Os jornais que se diziam mais próximos ao governo anteciparam medidas que não se concretizaram – o *over* semanal, por exemplo. No fundo, o que se tinha eram apenas especulações sobre o plano. De minha parte, não fui atingido, já que estava fazendo uma reforma em casa e não tinha absolutamente nada no mercado financeiro.

O sucesso do Plano Collor depende da sociedade. Matematicamente, pelo enxugamento que foi feito, o plano tem que dar certo. Politicamente, tudo vai depender da reação de quem manipula a opinião pública. Já se fala em grande depressão, e não em recessão. Nós jornalistas somos taradinhos por desemprego e recessão, mas nunca checamos os números. A Imprensa divulgou os primeiros números sobre desemprego sem checar, sem perceber que podia ser uma jogada dos empresários para pressionar o governo. No segundo dia do pacote, a *Rede Globo* falava em cem mil desempregados e os jornais davam isso sem a mínima cautela. Eu acho que a gente tem que ser menos emocional e menos porta-voz do chutômetro de quem não está interessado no sucesso das medidas econômicas.

Aloysio Biondi, 53 anos e 34 de profissão, é editor-geral do grupo DCI

Regina Pitoscia



FRANCISCO ESTRELA

"Até setembro vou desovar os meus cruzados novos"

Na semana em que foram baixadas as medidas econômicas, nós fizemos uma reunião no jornal para levantar todas as hipóteses e possibilidades de um possível pacote. Quando o plano foi divulgado, a maioria de nossas hipóteses foi confirmada. A surpresa maior foi com a apreensão do dinheiro, porque com isso a gente não contava. Jamais imaginaríamos que as cadernetas de poupança entrariam nessa.

Tive dinheiro retido na poupança, mas até setembro vou conseguir desovar os meus cruzados novos. Foi até bom não ter dinheiro neste momento.

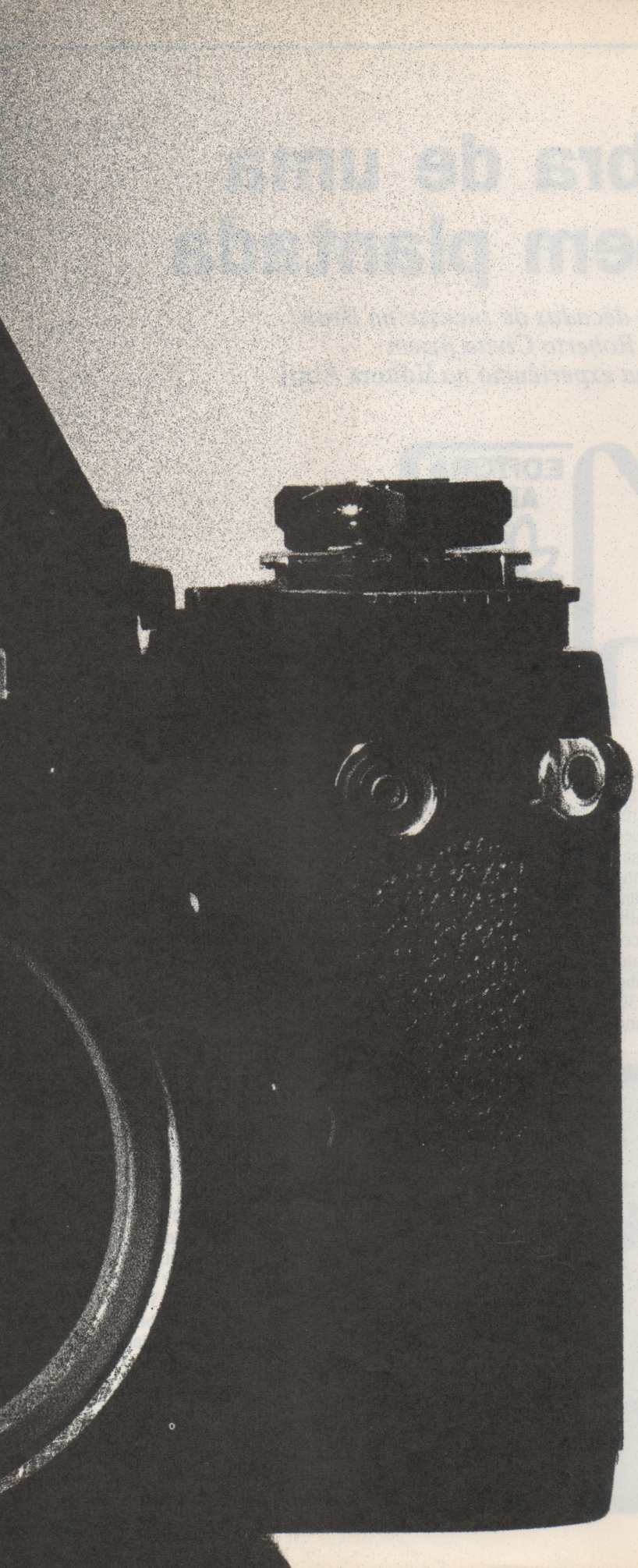
Acho que os economistas do governo não estão falando a mesma língua. O plano foi bem arquitetado, mas o pessoal que bolou as medidas ainda está meio perdido. Achei um desastre as emissoras de TV quererem se antecipar à equipe econômica, e, por isso, num primeiro momento o pacote foi muito mal vendido e mal explicado.

Há uma frase que ouvi de uma fonte do mercado financeiro e que vem muito bem a calhar nessas primeiras semanas de aplicação do plano: "O Plano Collor é que nem um filme com roteiro de Spielberg e direção do Primo Carbonari".

Nada contra o Primo Carbonari.

Regina Pitoscia, 31 anos e 10 de profissão, é subeditora da seção Confira o seu dinheiro, *do* Jornal da Tarde, *de São Paulo*

PAGA-SE BEM POR BOA INFORMAÇÃO.





Chegou a hora de você receber o que merece. Por isso, não pode ficar de fora do Prêmio Líbero Badaró, o maior prêmio de jornalismo brasileiro, que já está com as inscrições abertas. Todos os trabalhos deverão ser entregues na sede da Revista IMPRENSA, Rua Dr. Alberto Torres, 21 - Perdizes - São Paulo - Capital - Cep: 05006 ou na sede da Revista IMPRENSA no Rio de Janeiro, Av. Nilo Peçanha, Conj. 406, Centro, Cep: 20020 ou postados no correio até 13 de julho de 1990.

Poderão concorrer os trabalhos divulgados no período de 1º de junho de 1989 a 31 de maio de 1990, produzidos por profissionais brasileiros ou radicados no país e regularmente inscritos por seus autores ou empresas jornalísticas, até 13 de julho de 1990.

O julgamento será em agosto / 90. Entre os finalistas o júri selecionará o ganhador do grande Prêmio Líbero Badaró e mais cinco vencedores, um de cada categoria. Os prêmios são:

Grande Prêmio Líbero Badaró	- Troféu e 30.850 BTN
Imprensa Escrita	- Troféu e 6.170 BTN
Radiojornalismo	- Troféu e 6.170 BTN
Telejornalismo	- Troféu e 6.170 BTN
Fotojornalismo	- Troféu e 6.170 BTN
Destaque Individual	- Troféu e 6.170 BTN
Contribuição à Imprensa	- Troféu e diploma

Todos os finalistas receberão certificados de participação. A entrega dos Prêmios será em setembro. E se você ficar de fora, vai pagar caro e não vai receber nada.

prêmio
LÍBERO BADARÓ
de jornalismo

À sombra de uma árvore bem plantada

Depois de quatro décadas de sucesso no Brasil, Victor e Roberto Civita fazem um balanço de sua experiência na Editora Abril



Quando Victor Civita desembarcou no Brasil, em dezembro de 1949, já era um homem maduro. Tinha 42 anos, uma razoável experiência no setor gráfico e 500 mil dólares no bolso. O jovem empresário, nascido em Nova York, em 1907, e criado em Milão, aportou no Rio de Janeiro depois de uma estada em Buenos Aires, onde fora conhecer os negócios de seu irmão, Cesar Civita, que já tinha ali uma editora. Mas Victor não gostava de Juan Domingo Perón, o então governante argentino, e nem a polícia de Perón parecia gostar dele – tanto que foi virtualmente expulso da Argentina sob a alegação de não ter se apresentado às autoridades platinas nos 60 dias depois de sua chegada.

O constrangimento e a proximidade de um país enorme, onde tudo ainda estava por ser feito, trouxe Victor Civita ao Brasil. "Por que você não vai fazer um negócio semelhante ao meu no Brasil?", sugeriu-lhe Cesar. Victor aceitou a idéia e veio primeiro para o Rio, depois, São Paulo. O motivo da segunda opção foi simples, segundo Victor: "Onde está o dinheiro dos anunciantes ou dos empresários que chegarão a ser anunciantes, para sustentar a atividade empresarial? Estava em São Paulo, por isso vim para cá".

Alugou uma salinha na rua Líbero Badaró, comprou um telefone, contratou uma secretária e foi à luta. Estava resolvido a criar e implantar uma indústria editorial numa cidade onde havia – sim – dinheiro, mas que só contava com quatro revistas. Iniciou seus contatos já resolvido a ficar por aqui e, 30 dias depois, comprometera três vezes mais que os 500 mil dólares de seu capital inicial. Envolveu-se em transações financeiras com banqueiros, comprou uma velha fábrica no bairro de Santana para instalar uma gráfica, mergulhou nos trâmites para a obtenção de licenças de importação de equipamentos, até que, no dia 12 de julho de 1950, distribuiu às bancas a primeira tiragem (82.370 exemplares) de *O Pato Donald*, o universal personagem de Walt Disney, de quem Victor já detinha os direitos de reprodução no Brasil.



ABRIL IMAGENS

VC com sua moeda nº 1

O pato simpático deu início a uma epopéia que, 40 anos depois, transformaria a *Abril* no maior conglomerado editorial e gráfico do Hemisfério Sul, com 10.285 funcionários, faturamento de 450 milhões de dólares, 130 títulos periódicos e uma circulação global de cerca de 150 milhões de exemplares/ano. Seus negócios estendem-se ainda a Portugal, Espanha e a vários países da América Latina – nestes últimos explorando basicamente a linha Disney.

O império construído por VC – como é chamado pelos mais chegados – poderia ser maior ainda se, em 1982, não houvesse uma cisão na família: por conta de divergências insuperáveis entre seus filhos Roberto e Richard, Victor Civita dividiu seu negócio em dois grandes ramos: o *Grupo Abril*, comandado por Roberto Civita; e a *CLC – Comunicações, Lazer, Cultura*, dirigido por Richard Civita. Segundo o próprio VC, o jeito foi mesmo dividir as empresas. "Como eu só tenho dois filhos, ficou fácil. Se tivesse quatro ou cinco, seria impossível."

Na entrevista que se segue, conduzida por Dante Mattiussi e Gabriel Priolli, e coadjuvada por Guilherme Velloso, IMPRENSA reuniu Victor e Roberto Civita, 54 anos e 24 de profissão. Na sala do primeiro, no sexto andar da sede da *Editora Abril*, na Marginal do Tietê, em São Paulo, eles fazem um balanço dos 40 anos de *Abril*. Com opiniões divergentes, críticas afetuosas e algumas confissões, os Civita traçam o retrato de uma aventura de fé, coragem e confiança no Brasil.



JORGE BUTSUEM

Os Civita, pai e filho: revisteiros que deram certo

Imprensa – Com o poder conseguido através do sucesso de sua editora, o senhor teve oportunidades de atuar politicamente em relação ao Brasil, da mesma forma que o dr. Roberto Marinho e outros empresários do ramo. Mas o senhor sempre se absteve disso. Por quê? O senhor nunca teve ambições políticas?

Victor – Não. Quando cheguei, vi apenas que havia um mercado potencial e real para publicações de divertimento, pois as que existiam não eram bem-cuidadas e nem à altura do país. A impressão a cores, por exemplo, ainda não havia sido iniciada. O assunto político me foi indiferente. Eu não queria saber de nada, embora tivesse conhecido pessoas que poderiam me ajudar quanto à importação de máquinas e outros problemas.

Roberto – Mas a pergunta diz respeito a mais tarde. Por que você não se interessou pela política mais recente, nos últimos 20 anos?

Victor – Nós estávamos indo na direção da informação, da cultura e do divertimento. Eu não queria, de forma alguma, entrar no lado político, o que poderia levar meus possíveis inimigos a criticarem o fato de eu não ser brasileiro nato. Por isso, me concentrei no trabalho.

"Quando investimos em revistas, os outros nem pensavam que houvesse esse mercado"

Victor Civita

As publicações culturais da *Abril* foram desenvolvidas durante dezenas de anos, com êxito realmente espetacular, enquanto os outros nem sequer pensavam que houvesse um mercado nessa direção.

Roberto – A *Abril* fez um caminho de abertura de leque, passando de publicações infantis para femininas, de negócios, masculinas. Só no final entramos com uma revista semanal de informação. Há, portanto, um enorme leque de atividades (além das revistas, há os fascículos, os livros e enciclopédias) que não visaram, em nenhum momento, uma participação no processo político – apenas a *cobertura* dele. Ligada à informação, a *Abril* tem apenas a *Veja* e a *Exame*, esta mais ligada a economia e negócios. As demais publicações, embora tenham uma visão de mundo, não são essencialmente ligadas ao processo político.

Imprensa – Por que o senhor nunca se interessou em ter um jornal diário?

Victor – Porque não estava dentro da minha área. O que me interessava era uma revista de informação que não fosse ligada aos diários. Os jornais sempre brigaram muito entre si – Rio contra São Paulo, *Estado* versus *Folha* – e isso não me interessava.

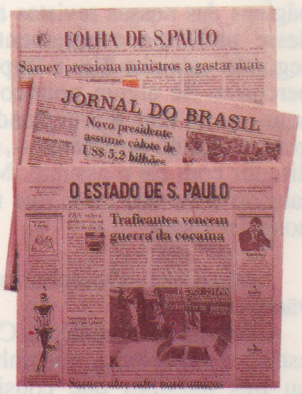
Imprensa – O senhor achava que havia muita concorrência?

Victor – Não, eu pensava em abrir um outro rumo para a Imprensa, porque a Imprensa semanal é completamente diferente da diária. Eu já tinha vivido nos Estados Unidos e conhecia as publicações semanais americanas, tinha um grande entusiasmo de entrar naquele setor. Disse a mim mesmo que um dia iria fazê-lo. E fiz.

Imprensa – Em 1985, o senhor disse que estava na metade do caminho que se propôs a percorrer, pois havia ainda muitas coisas a fazer. Hoje o senhor ainda acha que tem algo por fazer?

→

A maior seção de negócios e oportunidades da imprensa brasileira.



A cada 15 dias você encontra, nas páginas de Exame, um bom número dos empresários mais bem-sucedidos do país. Como os textos são claros, objetivos e interessantes, você fica sabendo tudo sobre as razões desse sucesso. Estas informações são de grande valor para quem vive no mundo dos negócios. Leia Exame, o melhor negócio que você pode fazer nos próximos 15 dias. Não perca esta oportunidade.



Hoje leitor de Exame.
Amanhã assunto de Exame.

W/Brasil

EDITORA ABRIL

Se você está procurando o lugar certo para fazer seus serviços de fotolito consulte o mapa abaixo.

PARALELO21®

O PONTO CERTO

Rua Oscar Freire 2214 • 282-74-87



ABRIL IMAGENS

Richard, Roberto e VC: depois da briga, reconciliação

"Se meus filhos não atrapalhassem, eu teria feito as coisas de uma outra forma"

Victor Civita

Victor – Eu teria, se não fossem os meus dois filhos...

Roberto – ... que atrapalham. (*risos*)

Victor – Que atrapalham – esta é a palavra certa. Eu assisti de perto ao desenvolvimento do país, o crescimento inacreditável de sua importância. Meu desejo sempre foi o de contribuir para fazer mais e melhor.

Roberto – O que você faria se os filhos não atrapalhassem?

Victor – Teria feito várias coisas diferentes das que fizemos nos últimos anos. No setor de Imprensa, eu teria sido mais combativo e desejoso de enfrentar aquela gente que me atrapalhava. Eu acumulei muitos inimigos nos governos dos últimos 20 anos e fui forçado a virar para o outro lado, porque os meus filhos tinham idéia diferente sobre como enfrentá-los.

Imprensa – O senhor teria sido menos diplomático? Teria encarado mais de frente os adversários?

Victor – Sim. Quando eu via o que estava acontecendo em nosso país, vislumbrava que aquele era o caminho errado. Da parte de nenhum dos homens que comandavam o país, não havia qualquer indicação de capacidade ou seriedade que pudesse me levar ao entusiasmo. Todas as pessoas inteligentes e responsáveis levaram um susto nas eleições presidenciais do ano passado, com a perspectiva da vitória da esquerda. Mas isso não foi nada além de uma consequência dos 20 anos passados.

Roberto – Eu gostaria de discordar, pois é mais fácil ver as coisas *depois* do que *durante*. Como dizem os chineses, é mais fácil ser profeta em relação ao passado do que ao futuro. *Veja*, que hoje está com 21 anos, talvez não tenha visto – como muita gente não viu – que o caminho estava errado. Mas quando a revista nasceu, em 1968, já havia coisas que estavam obviamente erradas e você verá que nós percorremos um caminho que faz sentido, quando se olha para trás. Desde o início estamos falando da explosão demográfica e da necessidade de fazer algo quanto a isto. Até agora, ninguém fez nada. Nós também nos batemos, dentro dos limites da censura, contra os excessos do arbítrio, como a tortura e todo o autoritarismo daquela época. Sofremos bastante por isso.

Victor – Eu me lembro que fui intimado a levar os artigos de *Veja* na casa do censor, pessoalmente.

Imprensa – Quem era o censor?

Roberto – Era um tal Bloch, por ironia da história. Mas a *Abril* vem se batendo há 30 ou 40 anos pelo caminho da economia de mercado, da abertura de fronteiras, da globalização da livre iniciativa.

Imprensa – Sim, mas o que seu pai disse foi outra coisa. Ele disse que teria sido mais impetuoso, mais contundente.

Roberto – Impetuoso, sem dúvida. Contundente, não sei. Mas a pergunta que interessa é: "De que forma esta empresa contribuiu, nos últimos 40 anos, para o desenvolvimento do país e da Imprensa brasileira?". Não vou dizer que certos critérios éticos do jornalismo tenham nascido na *Abril*, mas certamente encon-

→

Mino Carta assina embaixo.

Quanto mais famoso é um jornalista, mais ele deve estar ligado em tudo o que acontece pelo mundo afora. E, principalmente, dentro do mundo da comunicação. Por isso, Mino Carta assina a revista Imprensa e recebe em casa um exemplar a cada mês.

A revista Imprensa é o maior sucesso editorial dos últimos anos. Ela revela os bastidores da comunicação, colocando a qualidade acima de tudo. Tanto na abordagem das matérias quanto na impressão dos exemplares.

Afinal, para fazer parte da intimidade não só de jornalistas, mas também de publicitários e gente da comunicação do país inteiro, a revista Imprensa precisa estar sempre em dia com o seu sucesso.

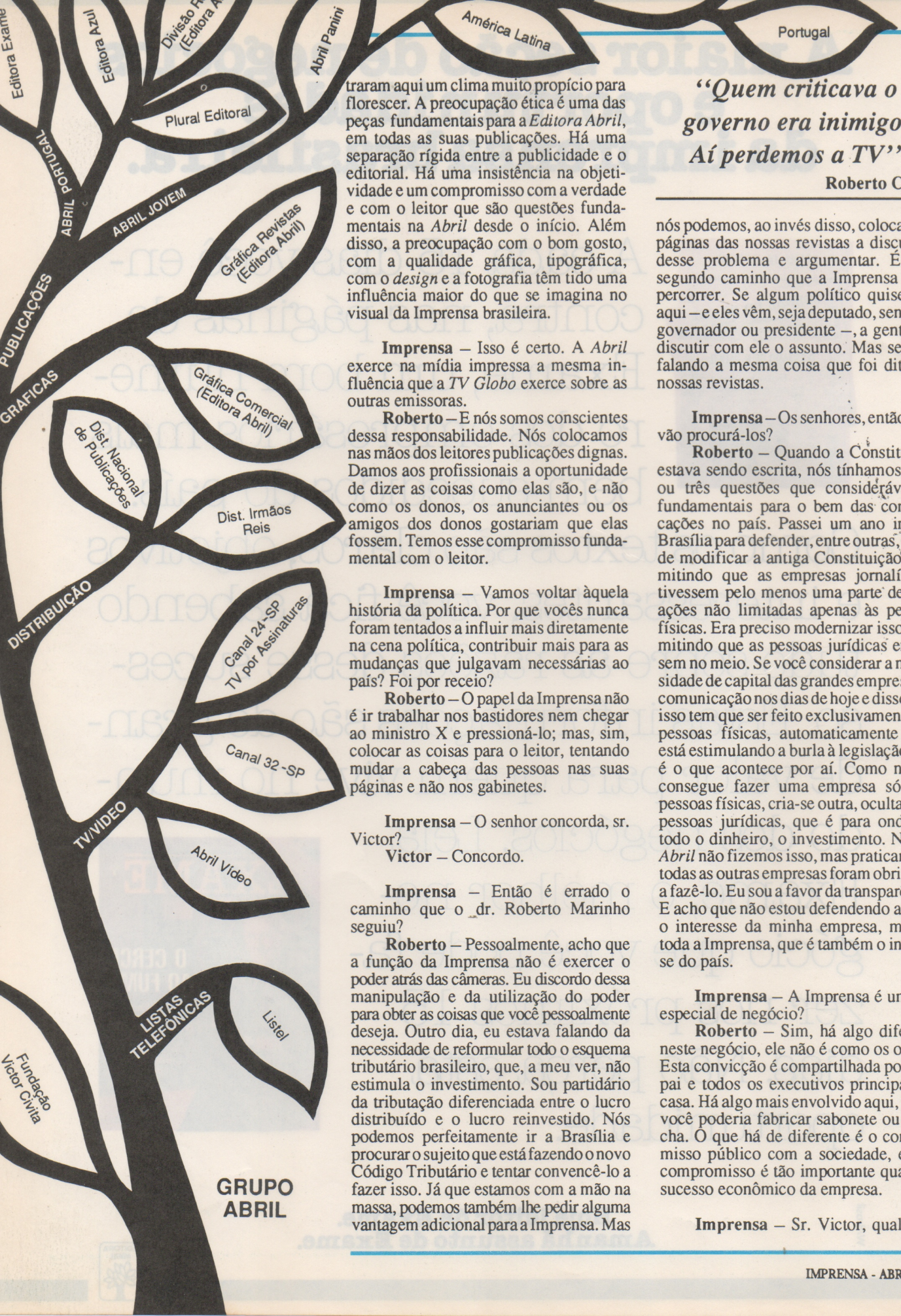
E por falar em sucesso, coloque seu nome junto ao de Mino Carta.

Assine a revista Imprensa.



A leitura oficial dos formadores de opinião.

Para assinar, ligue ou escreva para:
Feeling Editorial Ltda.
Rua Dr. Alberto Torres, 21
Perdizes - CEP 05006 - Tel.: 825-9244 - São Paulo, SP.



traram aqui um clima muito propício para florescer. A preocupação ética é uma das peças fundamentais para a *Editora Abril*, em todas as suas publicações. Há uma separação rígida entre a publicidade e o editorial. Há uma insistência na objetividade e um compromisso com a verdade e com o leitor que são questões fundamentais na *Abril* desde o início. Além disso, a preocupação com o bom gosto, com a qualidade gráfica, tipográfica, com o *design* e a fotografia têm tido uma influência maior do que se imagina no visual da Imprensa brasileira.

Imprensa – Isso é certo. A *Abril* exerce na mídia impressa a mesma influência que a *TV Globo* exerce sobre as outras emissoras.

Roberto – E nós somos conscientes dessa responsabilidade. Nós colocamos nas mãos dos leitores publicações dignas. Damos aos profissionais a oportunidade de dizer as coisas como elas são, e não como os donos, os anunciantes ou os amigos dos donos gostariam que elas fossem. Temos esse compromisso fundamental com o leitor.

Imprensa – Vamos voltar àquela história da política. Por que vocês nunca foram tentados a influir mais diretamente na cena política, contribuir mais para as mudanças que julgavam necessárias ao país? Foi por receio?

Roberto – O papel da Imprensa não é ir trabalhar nos bastidores nem chegar ao ministro X e pressioná-lo; mas, sim, colocar as coisas para o leitor, tentando mudar a cabeça das pessoas nas suas páginas e não nos gabinetes.

Imprensa – O senhor concorda, sr. Victor?

Victor – Concordo.

Imprensa – Então é errado o caminho que o dr. Roberto Marinho seguiu?

Roberto – Pessoalmente, acho que a função da Imprensa não é exercer o poder atrás das câmeras. Eu discordo dessa manipulação e da utilização do poder para obter as coisas que você pessoalmente deseja. Outro dia, eu estava falando da necessidade de reformular todo o esquema tributário brasileiro, que, a meu ver, não estimula o investimento. Sou partidário da tributação diferenciada entre o lucro distribuído e o lucro reinvestido. Nós podemos perfeitamente ir a Brasília e procurar o sujeito que está fazendo o novo Código Tributário e tentar convencê-lo a fazer isso. Já que estamos com a mão na massa, podemos também lhe pedir alguma vantagem adicional para a Imprensa. Mas

"Quem criticava o governo era inimigo. Aí perdemos a TV"

Roberto Civita

nós podemos, ao invés disso, colocar nas páginas das nossas revistas a discussão desse problema e argumentar. É este segundo caminho que a Imprensa deve percorrer. Se algum político quiser vir aqui – e eles vêm, seja deputado, senador, governador ou presidente –, a gente vai discutir com ele o assunto. Mas sempre falando a mesma coisa que foi dita em nossas revistas.

Imprensa – Os senhores, então, não vão procurá-los?

Roberto – Quando a Constituição estava sendo escrita, nós tínhamos duas ou três questões que considerávamos fundamentais para o bem das comunicações no país. Passei um ano indo a Brasília para defender, entre outras, a tese de modificar a antiga Constituição, permitindo que as empresas jornalísticas tivessem pelo menos uma parte de suas ações não limitadas apenas às pessoas físicas. Era preciso modernizar isso, permitindo que as pessoas jurídicas entrassem no meio. Se você considerar a necessidade de capital das grandes empresas de comunicação nos dias de hoje e disser que isso tem que ser feito exclusivamente por pessoas físicas, automaticamente você está estimulando a burla à legislação, que é o que acontece por aí. Como não se consegue fazer uma empresa só com pessoas físicas, cria-se outra, oculta, com pessoas jurídicas, que é para onde vai todo o dinheiro, o investimento. Nós da *Abril* não fizemos isso, mas praticamente todas as outras empresas foram obrigadas a fazê-lo. Eu sou a favor da transparência. E acho que não estou defendendo apenas o interesse da minha empresa, mas de toda a Imprensa, que é também o interesse do país.

Imprensa – A Imprensa é um tipo especial de negócio?

Roberto – Sim, há algo diferente neste negócio, ele não é como os outros. Esta convicção é compartilhada por meu pai e todos os executivos principais da casa. Há algo mais envolvido aqui, senão você poderia fabricar sabonete ou salsicha. O que há de diferente é o compromisso público com a sociedade, e esse compromisso é tão importante quanto o sucesso econômico da empresa.

Imprensa – Sr. Victor, qual a in-

fluência que os produtos editoriais da *Abril* tiveram sobre a sociedade brasileira?

Victor – Acho que eles deram uma contribuição importante a um país que estava marchando pelo caminho da ignorância e da falta de visão dos dirigentes. Sempre tive o desejo de fazer mais e mais nos setores de divertimento, informação e cultura. Isso me levou a fazer, há três anos, a Fundação Victor Civita, que edita publicações somente para os professores. Tudo isso sem apoio de nenhum ministro, governador ou presidente. Encontrei apenas uma pessoa que me disse: "Você tem razão, eu te ajudo". Chama-se senador Marco Maciel, e foi ele o único que me ajudou nesse projeto. Em qualquer ocasião, ele continua a enaltecer o nosso trabalho.

Imprensa – O senhor falou de quem o ajudou. E quais foram as pessoas que o atrapalharam e como o fizeram?

Victor – Simplesmente não fizeram nada.

Roberto – Houve um certo momento em que achamos que estávamos prontos para ingressar na televisão. Quando veio o desmoronamento da *Tupi*, nós nos candidatamos à concessão dos canais, a convite do então ministro das Comunicações, Haroldo de Matos, que disse: "Só vocês podem entrar nessa história e ajudar a resolvê-la". Mas no fim, por decisão do presidente João Figueiredo – e por causa de pressões de outros senhores, entre os quais o ministro Octávio Medeiros, do SNI – resolveu-se não dar a televisão para os "inimigos". Inimigo era quem criticava o governo. O critério era dar para os amigos, que eram os bajuladores. Este não é exatamente um bom critério para a alocação de redes de TV no país.



JUSSI LEHTO

VC com Figueiredo na *Abril*: relações apenas formais

Imprensa – Mas vocês não desistiram.

Roberto – Com o governo Sarney, embora os critérios não tivessem mudado muito, a postura foi outra. É preciso ser honesto e reconhecer que o presidente Sarney não usou o critério de que se alguém o critica, é seu inimigo. Nós criticamos Sarney mais do que a qualquer outro presidente, e, apesar disso, recebemos três concessões no governo dele. Talvez seja porque todos receberam e não havia como não dar algumas para nós. Afinal, foram milhares de concessões.

Imprensa – Com essas três emissoras iniciais, é objetivo da *Abril* formar uma grande rede?

Roberto – A intenção inicial é de ocupar nichos de mercado. Quando você fala em rede, fala em um grande espectro e nós certamente não partiremos nessa direção. Primeiro, temos que aprender o *métier*. No início, seremos mais especializados, e depois, veremos como será. Rede, sim; amplo espectro, não.

Imprensa – E vocês vão entrar com tudo nesse ramo?

Victor – Sempre devagar, assim como tudo o que fizemos nesses 40 anos.

Roberto – Devagar não! Este jogo é mais caro e mais rápido; não há como fazer televisão devagarinho. Você não entra com um pé de cada vez na água. Ou mergulha, ou não.

Imprensa – Mas a *Abril* está investindo também na internacionalização, entrando na Península Ibérica e na América Latina. Das duas linhas de desenvolvimento – mídia eletrônica e internacionalização do *Grupo* – qual é a prioritária?

→

O filho pródigo

Richard Civita saiu, venceu e voltou

"Não se tem um só caminho para Roma. Cada um forja o seu", diz Richard Civita, 51 anos, o filho mais novo de VC. Foi exatamente o que ele fez em 1982, quando, depois de uma briga com seu irmão Roberto pelo comando da *Abril*, a empresa foi dividida. Richard levou a *Dinap*, a *Abril Cultural* e mais 13 empresas dos mais diversos ramos – de hotéis a centrais frigorificadas – agrupadas na holding *CLC*.



RICARDO HANTZSCHEL

O começo foi difícil. "Todas as empresas paralelas às editoriais, na época, engatinhavam. E os grandes problemas de uma empresa são os seus primeiros anos", relembra Richard. Hoje, no entanto, ele não tem do que se queixar. A *CLC – Comunicações, Lazer e Cultura* emprega cinco mil pessoas, tem negócios em Portugal e escritórios em Nova York e Londres. Richard, agora como presidente do Conselho da *CLC*, cuida exclusivamente das grandes estratégias do negócio, deixando o dia-a-dia da empresa para René Santos – executivo que o acompanha desde a *Abril* – nomeado por ele diretor-executivo do *Grupo*.

O relacionamento com o pai e o irmão – crítico no passado – hoje é "cordial", segundo Richard. *Abril* e *CLC* são sócias na distribuidora *Dinap* e na *Abril Jovem*. Ele define VC como "o melhor vendedor que jamais conheceu" e o irmão como "um homem inteligente, corajoso e que trabalha forte". Para ele, a *Abril*, que ajudou a construir, "formou uma base ética e moral sadia para o exercício do jornalismo".

O mapa da mina

As idéias de VC sobre os negócios e a vida

Aqui, algumas idéias de Victor Civita reunidas pelo jornalista Luiz Fernando Mercadante e publicadas em livro comemorativo dos 80 anos do *capo* da *Abril*, editado em 1987 pela *Nova Cultural:*

Sobre ações rápidas – "No estágio de desenvolvimento em que vivemos, é indispensável a rapidez na tomada de decisões. Não é possível, hoje, adiá-las. É imprescindível agir. Foi o que fiz nestes 36 anos de vida no Brasil."

Sobre persistência – "No meu entender qualquer pessoa deve almejar ter garra, ou seja, interesse, persistência e fé, como também sonhos. Sem sonhos, nada se faz."

Sobre estrangeiros – "Não deveríamos discriminar os estrangeiros que desejam dar-nos contribuições, mas criar condições para que entrem, que vivam e que se fundam conosco, que façam o que fizeram os nossos antepassados, o que eu fiz."

Sobre o otimismo – "É indispensável ter uma certa admiração por aquela criatura que cada ser humano encontra ao mirar-se ao espelho a cada novo dia. Ter a suficiente auto-estima para, a cada despertar, indagar-se: 'O que é que eu posso fazer hoje?'."

Sobre *Veja* – "Hoje a revista *Veja* rende muito bem sobre os seis milhões e meio de dólares aplicados. Mas não foi fácil. É preciso preparo, coragem, determinação e desejo de trabalhar – de trabalhar duro."

Sobre visão empresarial – "Durante um jogo de golfe tomei a decisão de fazer a Cefri, um armazém frigorificado. É preciso muita coragem, muita visão. Posso dizer que hoje eu poderia tomar mais dez decisões como essa, para um montão de coisas que ainda podem e devem ser feitas no Brasil. Mas não posso fazer tudo."

Roberto – Caminhamos em paralelo com as duas. Para a expansão internacional, estamos nos limitando às publicações na área infanto-juvenil, porque é um setor mais maleável. É mais fácil para você sair da cultura de um mercado para a de outro. O resto é muito difícil. Então, estamos limitando nossa atuação internacional à *Abril Jovem*. Mas aqui no Brasil, o esforço desta década é o de sermos importantes também na área eletrônica. Por mais que gostemos de Gutenberg, desconfiamos que não dá para entrar no século XXI só com Gutenberg...

Imprensa – A *Abril* parece disposta a investir somente em comunicações. Por que ela não diversificou e abriu, por exemplo, uma financeira, que é um grande negócio para qualquer empresa?

Roberto – VC diversificou e se entusiasmou. Um dia, ele chamou a mim e ao Richard e disse: "Vocês sabem que não existe armazém frigorífico a 40 graus negativos neste país?". Ele disse, então, que nós iríamos fazê-lo. Ele disse também que não havia hotéis de boa qualidade ao longo das estradas e praias, e quando eu respondi que não entendíamos nada de hotéis, ele disse que fazíamos o →

Alargue sua mensagem.



Um anúncio na revista Imprensa tem sua mensagem ampliada. Isso porque ele fala diretamente ao público formador de opinião, que não só recebe a mensagem, como também discute e analisa seu conteúdo, alargando os seus limites. Dê uma esticadinha no seu anúncio, anunciando na revista Imprensa.
Ligue para o Departamento Comercial da revista Imprensa: (011) 66-4939 e 825-9244.

IMPRENSA
jornalismo e comunicação
Feeling Editorial Ltda.
Rua Dr. Alberto Torres, 21 - Perdizes - CEP 05006
São Paulo - Fax: (011) 66-8132 - Telex: (11) 24948

MediaCom

Programa personalizado de relações com a imprensa para executivos de alto nível.

MediaCom

Desenvolvido pela Hill and Knowlton, Inc., a maior empresa internacional de Relações Públicas, e adaptado para as condições brasileiras pela Globotec – detentora de moderna tecnologia em comunicação – em conjunto com a H&K/Brasil.

MediaCom

O mais avançado programa de treinamento em Comunicação para executivos, agora disponível no Brasil.



Hill and Knowlton

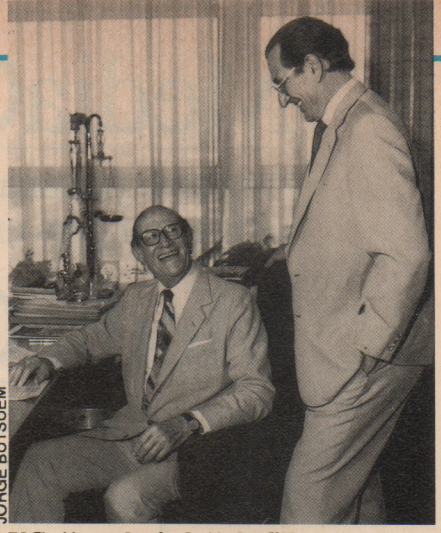
Alameda dos Nhambiquaras, 367
04090 - São Paulo, SP
Tel.: (011) 549-0811
Fax: (011) 570-2337

GLOBOTEC

Rua Dona Antonia de Queiroz, 520
01307 - São Paulo, SP
Tel.: (011) 255-0033
Fax: (011) 259-6775

"Nunca tive o desejo de especular, mas sim o de correr riscos"

Victor Civita



JORGE BUTSUEM

VC, "assalariado" do filho

Guia Quatro Rodas há muito tempo e, por isso, entendíamos de hotel. Eu fui contra, mas não adiantou. Uma das boas coisas da cisão da *Abril*, em 1982, é que ela ficou reduzida apenas ao setor de comunicações, como no começo. Os outros empreendimentos, na linha da diversificação, ficaram com o Richard, na *CLC*. Nos últimos anos, firmei a convicção de que a nossa vocação, deste lado do rio (**Nota da Redação** – *A* Editora Abril *fica às margens do rio Tietê, que separa a Zona Norte de São Paulo do restante da cidade*), é de ser uma empresa de comunicação – o que já é muita coisa, porque mesmo em revistas ainda há coisas que estamos aprendendo a fazer.

Imprensa – O setor financeiro nunca o atraiu, sr. Victor? Por quê?

Victor – Nunca tive o desejo de especular, mas sim o de correr o risco dos hotéis, dos armazéns frigorificados, da distribuidora de publicações.

Roberto – Em 1989, a maioria das empresas do nosso tamanho investiram pouco e estiveram no *open*. Nós ficamos fora do *open* e investimos na gráfica para ampliá-la, na compra de um prédio para a televisão e em seus equipamentos, na compra de uma fábrica para a *Abril Vídeo* em Manaus, na *Abril Jovem*, na entrada na Espanha e na América Latina. Compramos também 50% da *Listel*, uma empresa de listas telefônicas. Lançamos ainda novas revistas, sem colocar um tostão no mercado financeiro.

Imprensa – Qual é o total desses investimentos?

Roberto – O dobro do que ganhamos. No ano passsado, não chegamos a atingir os 50 milhões de dólares de lucro.

Imprensa – Qual a sua opinião sobre os banqueiros, sr. Victor?

Victor – São pessoas honradas. Mas banqueiros com muita visão financeira, conheci poucos na vida.

Imprensa – Qual o concorrente no ramo da comunicação – os Bloch, Roberto Marinho, os Mesquita, os Frias – que o senhor mais respeita e por quê?

Victor – Do ponto de vista dos resultados alcançados, Roberto Marinho e os outros merecem a minha consideração. Como homens de Imprensa, eu os considero apenas parcialmente. Mas nenhum deles me impressiona especialmente.

Roberto – Eu vou dar os nomes de pessoas que estão indo por um caminho que acho admirável. Os Sirotsky da *Rede Brasil Sul*, por exemplo. Eu gostaria de ver muito mais *RBS* espalhadas pelo país. A renovação da *Folha de S. Paulo* e de *O Estado de S. Paulo*, nos últimos anos, também tem sido extremamente positiva. As gerações novas que estão no comando de ambas as empresas estão fazendo um belíssimo trabalho. A nova geração dos Marinho é pouco discutida, pouco compreendida e muito mais importante e melhor do que se pensa. Não estou aqui defendendo os filhos dos fundadores, mas estou dizendo que há gente muito boa neste circuito agora.

Imprensa – Para finalizar, sr. Victor, e a propósito de filhos de fundadores: o que o senhor fez para que o Roberto e o Richard parassem de brigar?

Victor – Eu tomei a decisão mais séria da minha vida: peguei tudo o que tinha e dividi entre os dois. Fiquei pobre, mas meu dever está cumprido. Agora, eu vivo de ordenado. ✗

Receitas da mamma

Atrás de Victor Civita há uma mulher de fibra

Por trás do homem que construiu a *Editora Abril* sempre existiu uma italiana decidida, impulsiva, criativa e que detesta ser mandada por alguém. "Victor sempre me pediu todos os tipos de conselhos, menos os de matemática, onde sou péssima", diz Sylvana Civita, 70 anos, sentada em sua sala repleta de objetos e quadros com motivos típicos do Brasil, que ela qualifica como "divertidos".

Nos primeiros anos da *Abril*, nenhuma revista feminina escapava dos cuidados de dona Sylvana. Era ela quem decidia que fotonovelas entrariam em *Capricho*. Era ela quem produzia os desfiles de moda, iguais aos que frequentava na Europa e nos Estados Unidos. Deles, saíam os modelos de *Manequim*. Era ela, também, quem dava assessoria completa à *Cozinha Claudia* e ao *Bom Apetite*, fornecendo inclusive receitas próprias.

"Mas a vida mudou muito", comenta dona Sylvana. "Não há mais sentimentalismo; este é o país das bermudas, calças e saias curtíssimas; a mulher se masculinizou e o moço moderno sabe cozinhar muito bem." No começo dos anos 70, dona Sylvana sentiu que "era hora de sair da *Abril*". Mas afastou-se apenas fisicamente, pois sua influência está presente até hoje. Ela lê todas as revistas da editora e sempre opina sem rodeios.

"Meu sonho já está realizado: tenho dois filhos magníficos – briguentos por serem diferentes, mas magníficos –, um marido que nunca teve medo de nada e uma editora construída com inteligência, que ensinou este país a ler."

Mais viva do que nunca, dona Sylvana diz que sua principal característica é ser "violenta" e confessa o segredo da família: "Com amor se consegue tudo na vida".



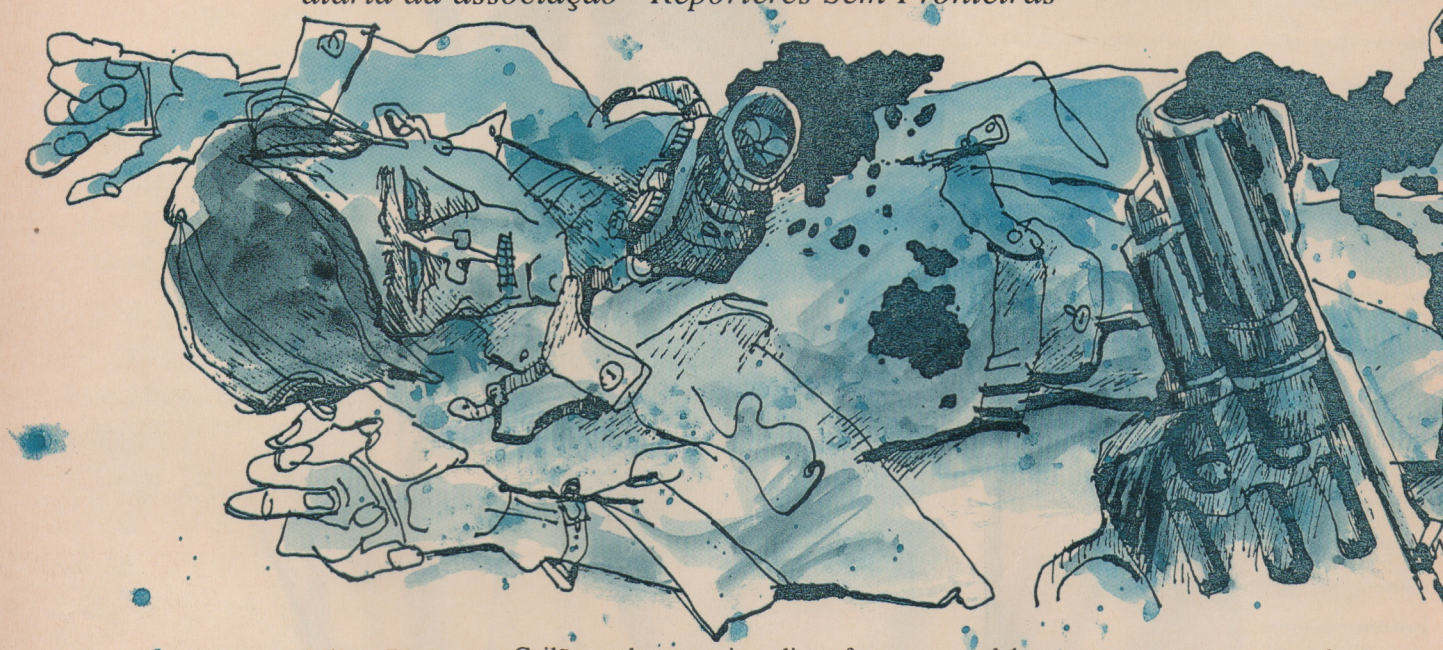
FRANCISCO ESTRELA

D. Sylvana: conselheira

Paris

Profissão perigo

Mortes, sequestros e ameaças contra jornalistas do mundo inteiro fazem parte da pauta diária da associação "Repórteres Sem Fronteiras"



por Milton Blay

Sessenta e cinco jornalistas morreram no exercício de sua função em 1989, contra 45 em 1988 e 32 em 1987. É o balanço publicado em seu relatório anual pela associação *Reporters Sans Frontières* – Repórteres Sem Fronteiras – organismo independente de defesa da profissão, baseado na cidade francesa de Montpellier. O balanço foi elaborado a partir dos dados levantados pela Anistia Internacional; pelo Comitê de Proteção dos Jornalistas, com sede em Nova York; *Article 19* e *Index on Censorship*, instalados em Londres; e a partir das intervenções das "antenas" da RSF no exterior.

Segundo o relatório, a América Latina é o continente mais perigoso para o exercício do jornalismo, com 43 vítimas no ano passado: 15 mortos na Colômbia, 11 em El Salvador, sete no Peru, quatro no Brasil, dois no México, dois no Equador, um na Guatemala e um no Panamá. Pela primeira vez, nenhum jornalista morreu no Chile e nem no Paraguai, países tidos até então como dos mais perigosos.

Na Ásia, a situação também é preocupante, particularmente no Sri Lanka, ex-Ceilão, onde quatro jornalistas foram assassinados. Um companheiro morreu em cada um desses países: Bangladesh, Birmânia, China, Coréia do Sul, Índia, Líbano, Filipinas, Taiwan. Na África, *Reporters Sans Frontières* contou uma vítima fatal na Etiópia, uma na Somália e outra em Zâmbia. Na Europa, enfim, um repórter morreu num atentado cometido na Bélgica, outros dois na União Soviética, um na Romênia e um na Turquia.

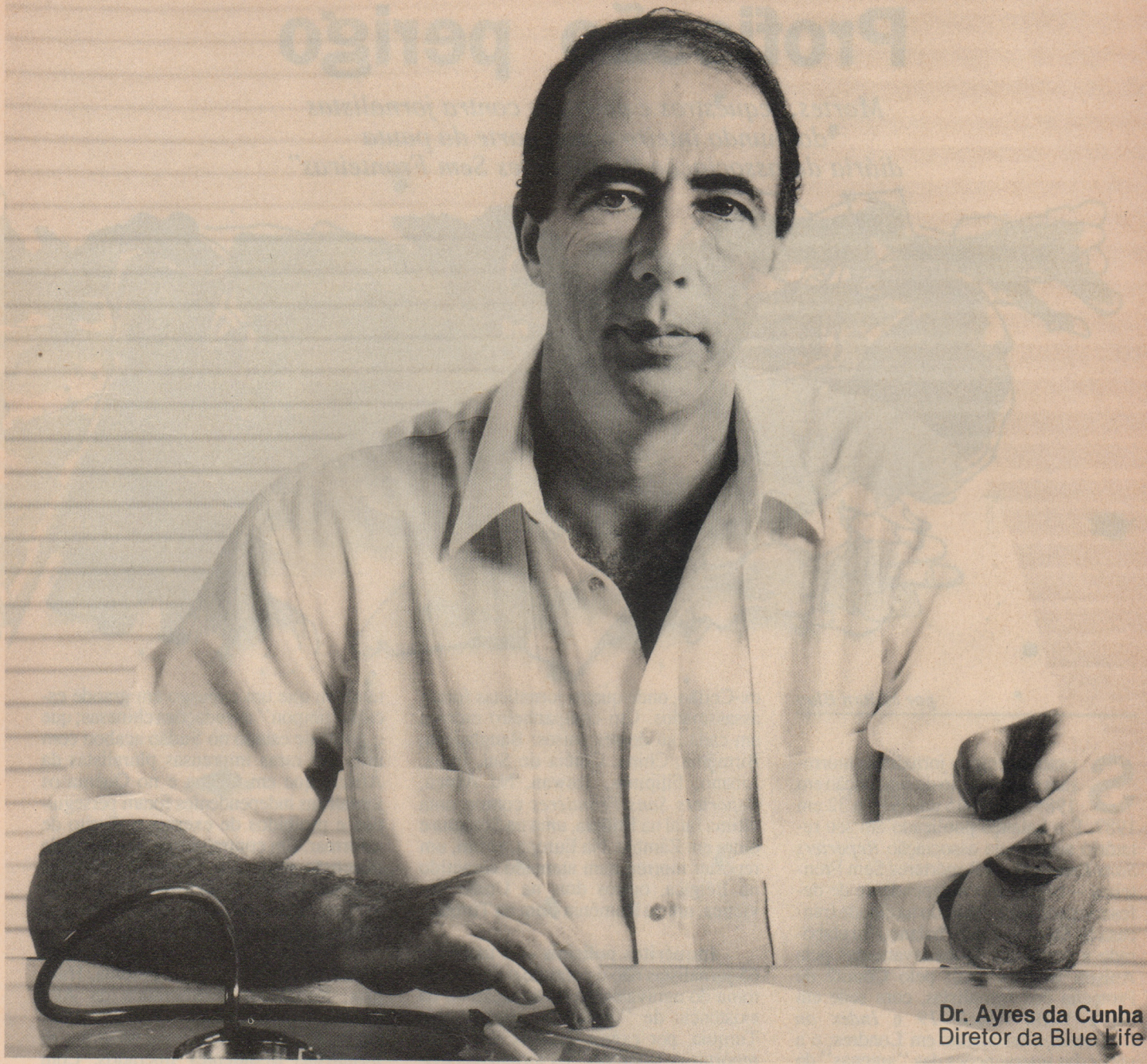
Inquéritos policiais – A morte de 65 jornalistas não é contudo o único sintoma do agravamento da situação ou da existência de "zonas de tensão". Na Turquia, por exemplo, onde um único repórter desapareceu, os jornalistas evitam a questão da minoria curda, sob pena de prisão. Vários jornalistas palestinos e israelenses foram detidos pelas autoridades administrativas de Jerusalém. O fim da censura na Argélia, anunciado pelo presidente Chadli Bendjedid, aguarda confirmação. Isto sem falar de um número considerável de jornais ocidentais recolhidos das bancas em países africanos e do Oriente Médio, no momento da polêmica sobre os "Versos Satânicos", de Salman Rushdie.

Reporters Sans Frontières lembra também que um expurgo em grande escala "limpou" as redações chinesas; que o golpe de estado no Sudão acabou com uma das raras imprensas pluralistas da África; que em Ghana e no Quênia os jornalistas independentes foram perseguidos e proibidos de exercer o direito de informar. Em contrapartida, um clima de distensão teria sido observado em Madagascar e na Costa do Marfim. Na África do Sul, apesar de uma certa abertura, a censura continua sendo a regra.

A nota otimista é a evolução nos países do Leste Europeu: Polônia, Hungria, República Democrática da Alemanha, Tchecoslováquia e Romênia, onde títulos independentes foram criados e os jornalistas dissidentes liberados. Com relação à União Soviética, no entanto, o relatório de *Reporters Sans Frontières* é reticente pois, ao mesmo tempo em que se nota uma certa evolução, a imprensa não pode ser considerada livre e frequentemente os jornalistas independentes do poder são alvo de inquéritos policiais.

"Em 57 países a totalidade dos jornais existentes está sob controle do governo ou de um partido. Além dos 65 companheiros mortos, quase 300 foram presos ou expulsos e 150 veículos foram censurados ou proibidos de circular",

RECOMENDAÇÕES DE QUEM ENTENDE DE SAÚDE.



Dr. Ayres da Cunha
Diretor da Blue Life

- Ao dirigir, use sempre cinto de segurança.
- Lembre-se que álcool e direção não combinam.
- O excesso de velocidade leva-nos a destinos imprevisíveis.

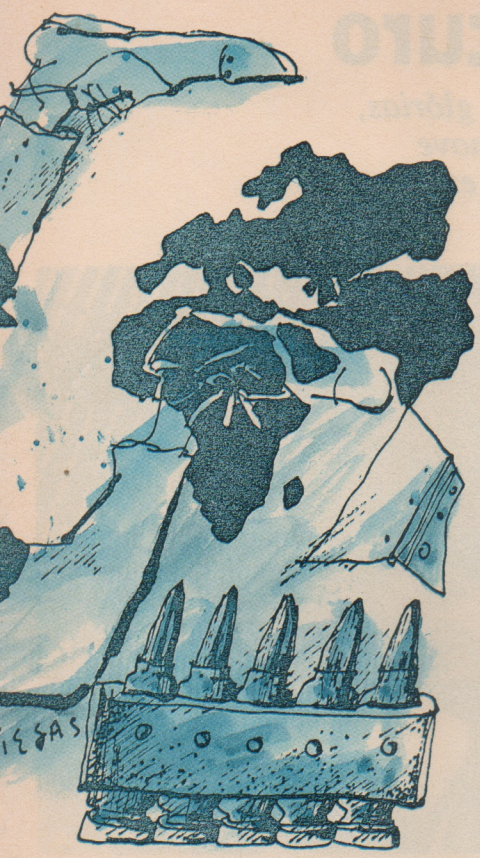
Esta é a minha receita para uma vida melhor.

Blue Life

ASSISTÊNCIA MÉDICA

TEL. (011) 255-5533

ABC: tel. (011) 412-6700 • Guarulhos tel. (011) 208-3747 • Mogi das Cruzes: tel.(011) 460-1532
Ribeirão Preto: tel. (016) 625-0394 • Brasília: tel. (061) 226-9450 • Rio de Janeiro: tel. (021) 262-6907



lembra Robert Menard, um dos fundadores de RSF em 1985. "Em contrapartida, assistimos ao nascimento de uma verdadeira Imprensa em certos países do Terceiro Mundo e no Leste Europeu."

Principal missão – Durante dois dias, uma centena de jornalistas do mundo inteiro esteve em Montpellier para trocar experiências e tentar traçar um balanço da situação da profissão no mundo, sobretudo no que diz respeito à liberdade de informar. Conclusão: "A liberdade ganha terreno", como disse François Mitterrand, presidente da França, em mensagem aos participantes do seminário.

Para Jean Claude Guillebaud, presidente de *Reporters Sans Frontières*, o mais importante foi constatar que a liberdade de informação é admitida hoje como uma dimensão fundamental da democracia, o que não era o caso há apenas dez anos. "Podemos, portanto, conceber a existência de uma solidariedade profissional em escala mundial."

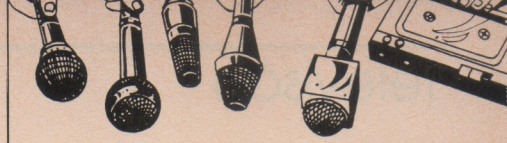
Mas como se bater pela liberdade, pelo direito de testemunhar e pela garantia de ser informado? Como fazer recuar a censura? Antes de mais nada, denunciando os casos de violação, sugere a associação *Reporters Sans Frontières*. Esta é sua principal missão. Dotada de um orçamento de 2,5 milhões de francos – cerca de 450 mil dólares – e instalada no número 17 da rua Abbé-de-l'Epée, na dinâmica cidade de Montpellier, a associação interveio diretamente em defesa de 60 jornalistas em dificuldade, no ano passado.

Costas chinesas – Para 1990, três grandes operações estavam previstas: a primeira, visando verificar a sinceridade das eleições na Nicarágua e denominada "Democracia garantida", foi um sucesso. Os jornalistas puderam trabalhar livremente. A segunda, "Parrainage 89", está em pleno andamento e visa a liberação de uma centena de jornalistas presos e sequestrados. Aqui, cada jornal francês, sob a égide de RSF, deverá apadrinhar um destes jornalistas e publicar o máximo de informações sobre a situação dos prisioneiros, pressionando as autoridades competentes e mobilizando seus leitores até obter a liberação. Vários jornais, rádios e televisões já aceitaram a missão, assumindo a defesa de um primeiro grupo de 40 jornalistas, dentre os quais se encontram o americano Terry Anderson e o inglês John McCarthy – sequestrados em 1985 e 1986, respectivamente, por integristas muçulmanos baseados no Líbano – apadrinhados por *Le Bien Public*, de Dijon, e *Le Courrier Picard*, editado em Amiens. A maioria dos profissionais deste primeiro grupo é de chineses, mas há também jornalistas de Taiwan, Cuba, Tchecoslováquia, Israel, Turquia, África do Sul, Etiópia, Mauritânia, Romênia e Síria. A associação recenseou uma centena de jornalistas suscetíveis de apadrinhamento, como o soviético Serguei Kouznetsov, o espanhol Juan Sanchez Garcia, preso no Afeganistão, e o israelense Abie Natha.

Enfim, a terceira grande operação. "Um bateau pour la Chine", lançada com diferentes publicações e a ajuda da associação *Medecins du Monde*, levará às costas chinesas um navio equipado de material radiofônico com o objetivo de "bombardear" as populações litorâneas de informações censuradas pelas autoridades de Pequim. O barco *Déesse de la démocratie* – nome da estátua levantada na praça Tian An Men por estudantes depois massacrados pelos tanques, em junho de 89 – partiu dia 17 de março do porto de La Rochelle (oeste da França) para ganhar as águas internacionais ao largo da China.

Associação independente, *Reporters Sans Frontières* reivindica uma posição ideologicamente neutra e apartidária. Defende o direito dos jornalistas de informar e do público de ser informado. Só.

✗



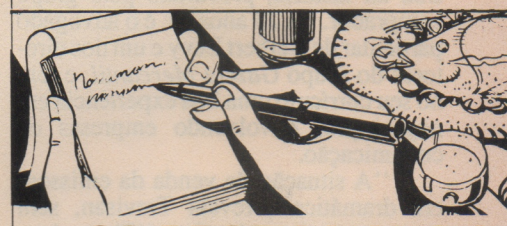
OS PROFISSIONAIS DE IMPRENSA ELEGERAM O FRANCÊS DO ANO.

SANTO COLOMBA
REQUINTE

O ponto de encontro que é notícia.

Venha ao Santo Colomba, identifique-se como profissional da área e você será homenageado com um coquetel imprensa preparado especialmente pelo barman.

Al. Lorena, 1165 - Tel.: 883-2692
Estacionamento exclusivo com manobrista.



OS PROFISSIONAIS DE IMPRENSA PREFEREM O MAR EM TERRA FIRME.

St. Peter's Pier
RESTAURANT

O melhor em peixes e frutos do mar.

Venha ao St. Peter's Pier, identifique-se como profissional da área e você será homenageado com um coquetel imprensa preparado especialmente pelo barman.

Al. Lorena, *1160 - Tel.: 881-2413*
Estacionamento exclusivo com manobrista.

De volta ao futuro

Buscando inspiração em seu passado de glórias, a nova direção da Rede Record *promove um festival de mudanças para levantar a empresa*

A *Rede Record* quer reencontrar o passado e ser o que já foi na década de 60: uma emissora de prestígio, pioneira, lançadora de programas que marcaram época na televisão brasileira e, sobretudo, uma empresa lucrativa. É essa a intenção do advogado Ailton Trevisan, 43 anos e 15 de profissão, desde março o novo diretor-superintendente da emissora. Trevisan foi o homem escolhido para comandar a transição da *Record*, das mãos de seus antigos donos – a família Machado de Carvalho e o grupo Silvio Santos – para o bispo da Igreja Universal do Reino de Deus, Edir Macedo Bezerra.

A venda da *Record* começou em novembro passado e arrastou-se até os primeiros meses deste ano, quando chegou ao impasse. Foi então que Trevisan entrou na história, procurado pelo grupo comprador. Há 23 anos ele é o advogado particular de Herbert Levy e um dos diretores do grupo *Gazeta Mercantil*, e tem no seu currículo uma boa experiência em negociações envolvendo empresas de comunicação.

"A situação da venda da emissora era dramática", revela Trevisan, sem entrar em maiores detalhes. "Ficou claro que era preciso um comando único na *Record* para que o negócio se concretizasse. E eu fui o escolhido num consenso entre compradores e vendedores." O certo é que o bispo Edir Macedo levou, por 45 milhões de dólares, as emissoras da *TV Record* de São Paulo, Franca e São José do Rio Preto, as duas últimas no interior paulista, mais a *Rádio Record AM*, além de assumir um passivo avaliado em 12 milhões de dólares. A primeira parcela da transação – 25 milhões de dólares – já foi paga e o restante deve ser saldado até janeiro de 1991.

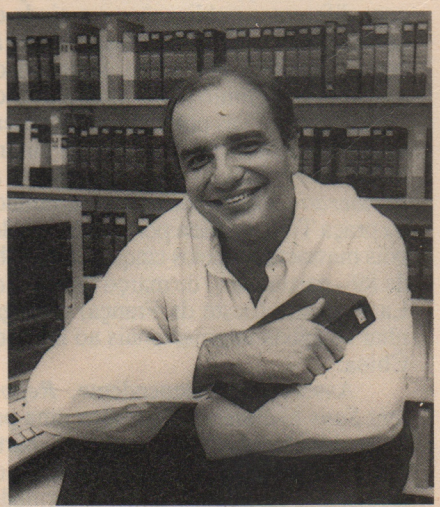
Falta de recursos – Com carta branca para comandar a virada da emissora, Trevisan quer desfazer todo o tipo de insinuações que pipocaram no mercado assim que a notícia da compra da *Record*, pelo bispo Edir, se espalhou. A emissora, segundo Trevisan, é apenas mais um dos inúmeros negócios do empresário Edir, que atua na área da construção civil, tem diversas fábricas, uma gráfica e 14 emissoras de rádio, todas localizadas em capitais e colocadas entre o primeiro e o quarto lugar de audiência. "A idéia de Edir é tornar esa empresa competitiva, moderna e comercial, desvinculada de qualquer ligação com religião ou igreja", assegura.



FOTOS FRANCISCO ESTRELA

Trevisan: uma TV profissional sem vínculos com religião

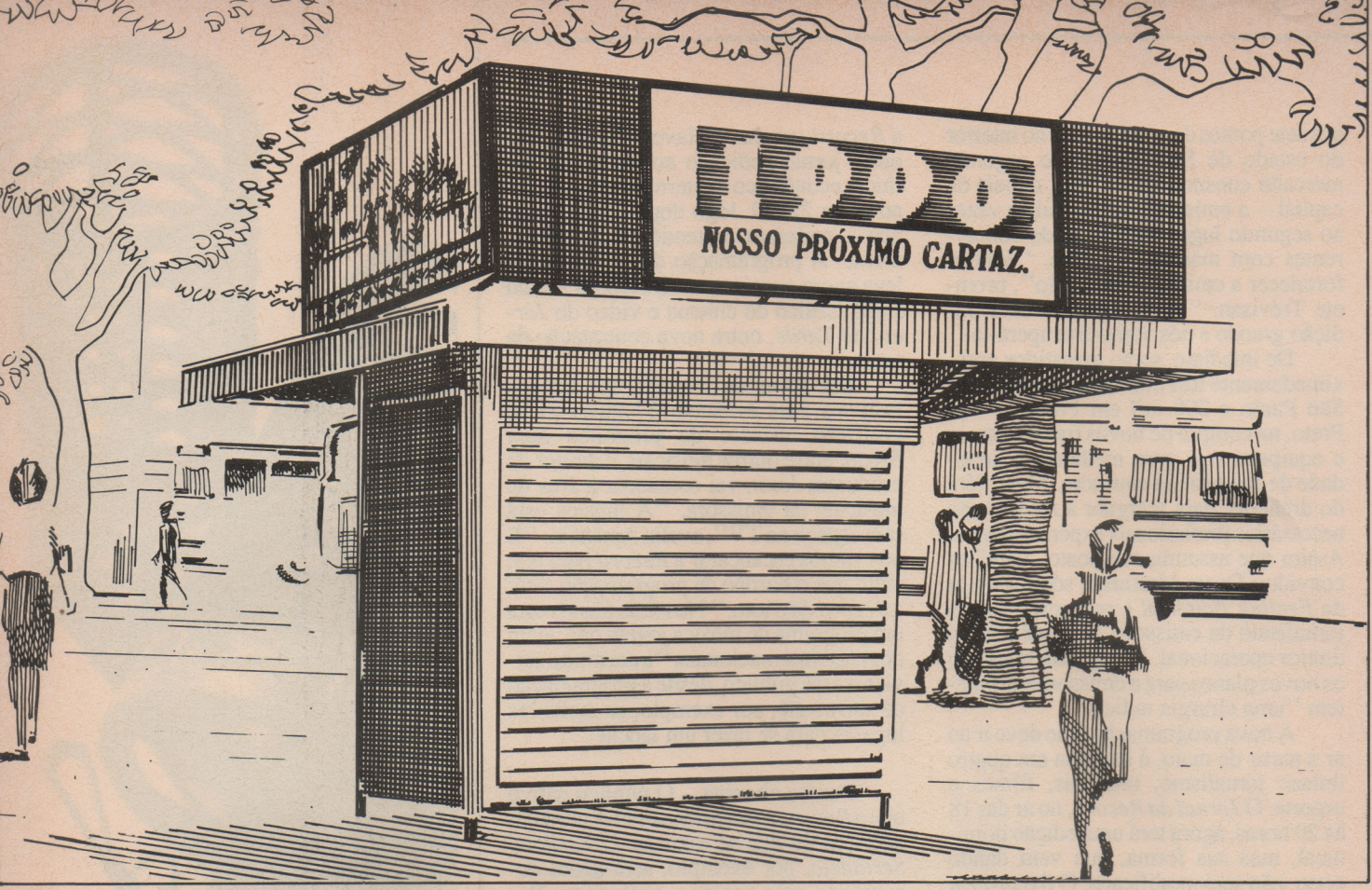
Desfeito esse nó, Trevisan sabe que a tarefa de reviver o passado glorioso da *Record* não vai ser fácil. O veículo mais estável do grupo, a *Rádio Record AM*, líder de audiência em São Paulo, acaba de perder uma de suas principais estrelas: o apresentador Eli Correa, que se transferiu para a *Rádio Globo*, segunda colocada no *ranking*. Trevisan lamenta não ter assumido a *Record* a tempo de evitar a saída de Correa. Mesmo concordando que a perda do animador provocou "um grande abalo", Trevisan não parece preocupado, pois seu investimento prioritário vai mesmo para a televisão.



Amâncio: "A *Record* dá o tom"

E há motivos para tanto. A situação financeira da TV não é exatamente risonha. Até a venda, seu custo mensal era de 1,3 milhão de dólares contra 800 mil de faturamento, o que resultava num déficit operacional mensal de 500 mil dólares. Como consequência, os equipamentos da TV estão sucateados e a falta de recursos se reflete numa programação pobre e ultrapassada.

Idade avançada – Mesmo assim, a *TV Record* ainda consegue mostrar resultados surpreendentes. Programas como os musicais *Especial Sertanejo, Nossa Gente; o Jornal da Record*; o manjadíssimo seriado *Columbo*; e a programação de filmes de *Top Movie* variam dos quatro



Em 1990, queremos ver o Brasil botar banca o ano inteiro.

Minioutdoor®

O espaço para mídia inteligente.

CONTATO PARA FRANQUIAS: (0132) 33.1456.

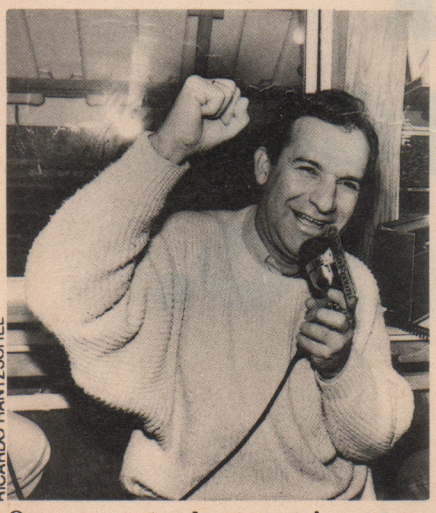
"MINIOUTDOOR" é de propriedade da Visual Publicidade e Propaganda S/C Ltda.

aos sete pontos de audiência. E no interior do estado de São Paulo – o segundo mercado consumidor do país, depois da capital – a emissora chega muitas vezes ao segundo lugar, desbancando concorrentes com maiores recursos. "Vamos fortalecer a emissora no estado", promete Trevisan. "A *Record* tem uma tradição grande e nós vamos recuperá-la."

De imediato, serão investidos aproximadamente três milhões de dólares em São Paulo e 200 mil em Franca e Rio Preto, na compra de novos transmissores e equipamentos para melhorar a qualidade de imagem da emissora. Mas, além do dinheiro, para reerguer a *Record* são necessários profissionais experimentados. Assim que assumiu seu posto, Trevisan convidou Dante Mattiussi, sócio-diretor da *Feeling Editorial* e responsável pelo jornalismo da emissora, para ser o novo diretor operacional. Juntos, eles traçaram os novos planos para a emissora e prometem "uma cirurgia radical".

A nova programação, que deve ir ao ar a partir de maio, é baseada em quatro linhas: jornalismo, musicais, filmes e esporte. O *Jornal da Record*, no ar das 18 às 20 horas, agora terá uma edição dominical, mas sua forma, que vem dando certo, não será modificada. O *Record em Notícias*, conhecido nos meios jornalísticos como o "Jornal da Tosse" – uma referência à idade avançada de seus apresentadores – será completamente modificado, mantendo, apenas, sua concepção original: vários jornalistas debatendo as notícias do dia.

"Muito serviço" – Fechando o pacote jornalístico, a emissora terá ainda o *Plantão Record*, "que entrará a qualquer momento na programação transmitindo as notícias que estão acontecendo", explica Mattiussi. "Aconteceu, a *Record* vai dar." Haverá também um outro jornal dedicado ao noticiário político, econômico e internacional, que irá ao ar às 22h30, logo depois dos filmes que a emissora pretende exibir diariamente. A programação de filmes, aliás, leva agora a assinatura de Rubens Ewald Filho, crítico de cinema e vídeo do *Jornal da Tarde*, outra nova contratação da casa.



RICARDO HANTZSCHEL

Osmar: acertando os ponteiros

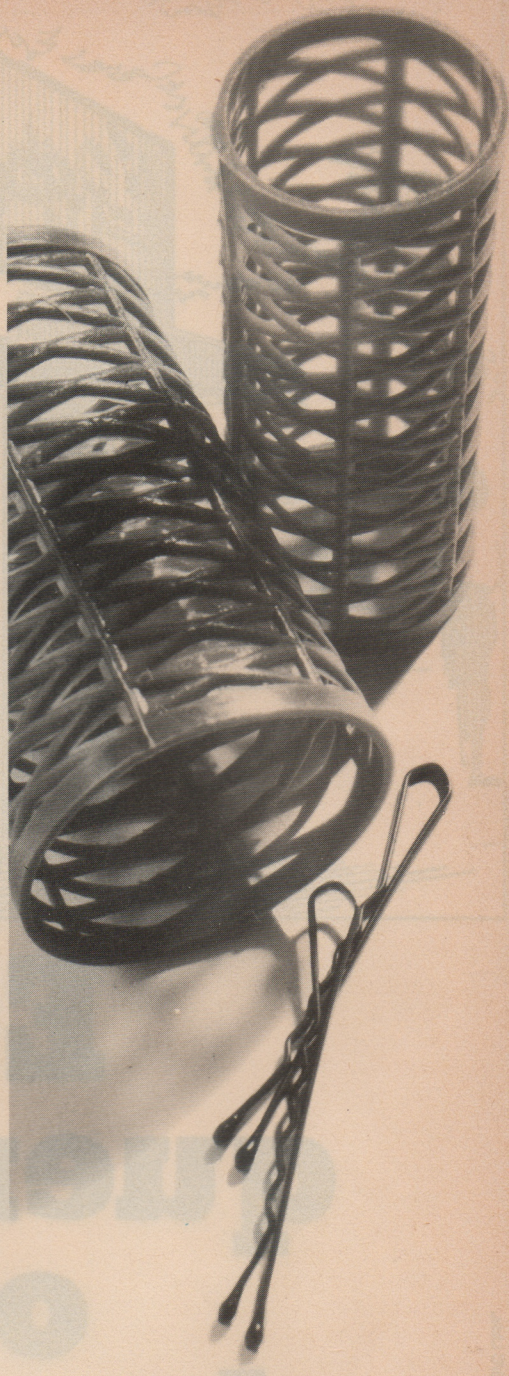
Em nome da tradição dos antigos festivais, José Amâncio, 37 anos e 21 de profissão, criador do programa *Som Brasil*, entre outros musicais, e diretor da produtora *Joint*, vai comandar a área de musicais da emissora. "A música está sem espaço na TV", avalia Amâncio. "E nós vamos escancarar a *Record* para ela; tanto que o bordão da programação será: a *Record* dá o tom." Nos seus planos está um programa de música jovem que, além dos *clips* internacionais, "trará muito serviço a esse público, desde a programação de shows até, por exemplo, os melhores lugares para se fazer um lanche".

Portas abertas – O público cativo que a *Record* mantém no interior também não terá do que se queixar. O *Especial Sertanejo*, por exemplo, será agora comandado pelo cantor e compositor Renato Teixeira, vai ganhar um novo visual e será exibido aos sábados, às 21h30. Também aos sábados entra o programa *Nashville*, com os maiores astros da música *country* americana. E no domingo, logo depois de *Imprensa na TV*, entra um show musical com grandes nomes, como Frank Sinatra, Cesar Camargo Mariano, entre outros, para dar ao telespectador um bom início de semana.

O jornalismo esportivo está sendo discutido com a produtora *Nada*, de Osmar Santos. "A proposta é para dois programas diários e um aos domingos", revela Osmar Santos, 40 anos e 25 de profissão. "Por enquanto estamos tratando dos detalhes operacionais." Tanto ele quanto Amâncio produzirão seus programas em parceria com a *Record*, num acordo semelhante ao que a *Luqui*, do empresário Luciano do Valle, mantém com a *TV Bandeirantes* – e que vem dando bom resultado.

A nova imagem da *Record* se completa com as chamadas e vinhetas que estão sendo produzidas na *Diana*, uma das seis maiores produtoras do Brasil. O ciclo de renovação da emissora, no entanto, não pára por aí. Trevisan garante que as portas estão abertas à criatividade. "Estou consciente do tamanho do nosso desafio", diz ele, "e com profissionais de talento nós vamos recuperar a *Record*."

✗



UM PROGRAMA ESTIMULANTE PARA QUEM ACHA QUE DOMINGO NÃO É SÓ DIA DE VISITAR A SOGRA.

Sério e inteligente,
Imprensa na TV é o programa
de domingo fantástico que não tem
nem gugu nem dadá.
Imprensa na TV. Todo domingo,
a partir das 23:00h, na TV Record.

IMPRENSA NA TV

CADERNO DE MÍDIA

As tabelas do Plano Collor

PLIM



CADERNO DE MÍDIA É QUE NEM O sbt QUEM PROCURA ACHA AQU

RÁDIO

AUDIÊNCIA

Cidade Sede		Emissoras	Aundiência média por minuto (%)	Média ouvintes por minuto	Custo 30" indeter-minado	Custo por mil
SÃO PAULO	AM	RECORD	1,08	151.300	10.360,00	68,47
		GLOBO	1,07	149.900	12.269,79	81,85
		CAPITAL	0,54	75.700	7.200,00	95,11
		BANDEIRANTES	0,32	44.800	5.100,00	113,83
	FM	CIDADE	1,55	217.200	5.600,00	25,78
		TRANSAMÉRICA	1,12	156.900	4.173,40	26,59
		JOVEN PAN II	0,90	126.100	3.450,00	27,35
		BANDEIRANTES	0,51	71.500	2.510,89	35,11
RIO DE JANEIRO	AM	GLOBO	1,69	138.300	7.178,24	51,90
		TUPI	1,35	110.500	4.650,00	42,08
		MUNDIAL	1,02	53.500	1.961,49	36,66
		COPACABANA	0,41	33.600	1.031,66	30,70
	FM	98	1,75	143.200	3.589,12	25,06
		105	1,37	112.100	2.850,00	25,42
		TROPICAL	1,35	110.500	1.505,00	13,61
		TRANSAMÉRICA	1,08	88.400	3.992,99	45,16
BELO HORIZONTE	AM	ATALAIA	1,87	52.700	1.170,00	22,20
		ITATIAIA	1,11	31.300	827,11	26,42
		CULTURA	0,92	25.900	620,33	23,95
		GLOBO	0,77	21.700	1.168,55	53,85
	FM	B.H.	2,24	63.200	2.253,63	35,65
		CIDADE	0,73	20.600	1.150,00	55,82
		TERRA	0,60	16.900	800,00	47,33
		EXTRA	0,51	14.400	708,95	49,23
DISTRITO FEDERAL	AM	GLOBO	1,11	18.900	626,01	33,12
		PLANALTO	1,09	18.600	444,00	23,87
		NACIONAL	0,47	8.000	240,00	30,00
		CAPITAL	0,11	1.900	1.435,64	755,60
	FM	ATIVIDADE	2,06	35.100	470,00	13,39
		TRANSAMÉRICA	2,04	34.800	1.335,48	38,37
		93	1,92	32.700	480,77	14,70
		105	1,29	22.000	444,00	20,18
PORTO ALEGRE	AM	FARROUPILHA	3,65	87.800	1.320,75	15,04
		CAIÇARA	1,61	38.700	751,21	19,41
		GAÚCHA	0,91	21.900	2.425,87	110,77
		1120	0,71	17.100	497,50	29,09
	FM	CIDADE	1,89	45.400	1.200,00	26,43
		ALEGRIA	1,14	27.400	500,99	18,28
		ATLANTIDA	1,05	25.200	958,00	38,01
		IPANEMA	0,64	15.400	384,01	24,93
RECIFE	AM	GLOBO	0,98	19.800	1.085,08	54,80
		JORNAL	0,73	14.700	906,87	61,69
		TAMANDARÉ	0,68	13.700	720,00	52,55
		OLINDA	0,54	10.900	886,19	81,30
	FM	RECIFE	2,60	52.400	968,86	18,48
		CAETÉS	1,12	22.600	500,00	22,12
		CIDADE	0,99	20.000	2.240,00	112,00
		TRANSAMÉRICA	0,72	14.500	2.253,63	155,42

FONTE: Tabela de Preços: Abril/90 IBOPE - Fevereiro/90 - Todos os dias do mês - faixa horário 05:00 às 24:00 h * Custo Ponderado

TELEVISÃO

AUDIÊNCIA

	Audiência Média Emissora (%)							Participação na Audiência (%)					
	HOR	GL	SBT	BAN	MAN	REC	OUTRAS	GL	SBT	BAN	MAN	REC	OUTRAS
São Paulo	8/12	13	6	2	2	1	-	55	25	8	8	4	-
	12/18	21	10	3	1	1	1	56	27	8	3	3	3
	18/20	44	11	3	2	3	3	67	18	4	3	4	4
	20/22	63	7	2	2	3	-	81	9	3	3	4	-
	22/24	33	14	3	3	3	1	58	25	5	5	5	2
Rio de Janeiro	8/12	13	2	1	4	1	-	62	9	5	19	5	-
	12/18	26	4	2	3	1	-	72	11	6	8	3	-
	18/20	49	3	1	6	1	1	80	4	2	10	2	2
	20/22	59	4	1	6	1	-	83	6	1	9	1	-
	22/24	29	7	1	10	1	1	59	14	2	21	2	2
Belo Horizonte	8/12	13	4	2	2	*	-	61	19	10	10	-	-
	12/18	15	4	1	2	*	1	65	18	4	9	-	4
	18/20	50	5	1	2	*	-	86	9	2	3	-	-
	20/22	58	6	1	3	*	-	85	9	2	4	-	-
	22/24	28	7	1	3	*	-	72	18	2	8	-	-
Porto Alegre	8/12	11	4	2	2	*	-	57	21	11	11	-	-
	12/18	14	5	1	1	*	2	61	22	4	4	-	9
	18/20	47	4	1	1	*	1	87	7	2	2	-	2
	20/22	56	5	1	1	*	-	88	8	2	2	-	-
	22/24	28	8	1	2	*	-	72	20	3	5	-	-
Distrito Federal	8/12	21	8	1	3	*	-	64	24	3	9	-	-
	12/18	20	7	1	3	*	-	64	23	3	10	-	-
	18/20	57	6	1	2	*	-	86	9	2	3	-	-
	20/22	64	6	1	3	*	-	87	8	1	4	-	-
	22/24	32	9	1	3	*	-	71	20	2	7	-	-
Recife	8/12	20	3	1	3	*	-	74	11	4	11	-	-
	12/18	22	5	1	3	*	1	69	16	3	9	-	3
	18/20	64	5	1	2	*	-	89	7	1	3	-	-
	20/22	64	6	1	3	*	-	87	8	1	4	-	-
	22/24	29	9	1	5	*	-	66	21	2	11	-	-

FONTE: IBOPE/Divisão Audi-mídia / APP - SP/RJ - 12.03.90 a 18.03.90 / AIP - Outros mercados - 01.01.90 a 28.01.90

** - Audiência inferior a 0.5% / * - TV Record não tem Programação Nacional

TELEVISÃO

PROGRAMAÇÃO (SÃO PAULO)

Gênero	Horário	Programa	Emissora	Exibição	Total Min. Semanal	Audiência (%)	Público	Custo 30"	Custo 1% GRP (NCz$)	Custo por mil
Noticiário	07:00/07:30	Bom Dia Brasil	Globo	2ª/6ªf	150	10	615.000	31.842,00	3.184,20	51,77
	07:15/07:30	Telejornal - manhã	TVS	3ª/Sáb	75	2	180.000	37.368,00	18.684,00	207,60
	07:30/08:00	Bom Dia S. Paulo	Globo	2ª/6ªf	150	8	182.000	31.842,00	3.980,25	174,95
	07:00/07:30	Praça - 07:00	Manchete	2ª/6ªf	150	**	*	2.704,00	-	-
	07:30/08:00	Brasília - 07:30h	Manchete	2ª/6ªf	150	**	5.000	2.730,00	-	546,00
	12:00/12:30	Bandeira Um	Bandeirantes	2ª/6ªf	150	2	111.000	10.044,85	5.022,42	90,49
	11:00/11:30	Jornal Alternativo	Gazeta	Sáb	30	**	14.000	5.400,00	-	385,71
	12:00/13:00	Record em notícias	Record	2ª/6ªf	300	4	226.000	26.824,00	6.706,00	118,69
	12:45/13:00	Mix News	Gazeta	2ª/6ªf	75	1	44.000	4.100,00	4.100,00	93,18
	12:30/13:00	Jornal da Manchete - Ed Tarde	Manchete	2ª/Sáb	180	2	129.000	9.490,00	4.745,00	73,56
	12:40/13:00	Repórter Cultura	Cultura	2ª/Sáb	120	1	54.000	-	-	-
	13:10/13:30	Jornal Hoje	Globo	2ª/Sáb	120	24	1.729.000	78.128,00	3.255,33	45,18
	18:30/19:00	TJ-Praça	TVS	2ª/Sáb	180	6	456.000	119.576,00	19.929,33	262,22
	18:00/20:00	Jornal da Record	Record	2ª/6ªf	600	3	190.000	77.652,00	25.884,00	408,69
	18:50/19:30	Jornal da Record	Record	Sáb	40	2	61.000	77.652,00	38.826,00	1.272,98
	19:00/19:40	TJ Brasil	TVS	2ª/Sáb	240	8	546.000	149.470,00	18.683,75	273,75
	19:30/20:00	Jornal Local - 1ª Edição	Manchete	2ª/6ªf	150	1	81.000	24.232,00	24.232,00	299,16
	19:00/19:20	Jornal Local	Bandeirantes	2ª/Sáb	120	2	105.000	25.732,29	12.866,14	245,06
	19:30/20:30	Jornal Bandeirantes	Bandeirantes	2ª/Sáb	360	2	115.000	36.936,00	18.468,00	321,18
	19:50/20:00	SP.-TV - 2ª Edição	Globo	2ª/Sáb	60	60	6.213.000	318.728,00	5.312,13	51,30
	20:00/20:30	Jornal Nacional	Globo	2ª/Sáb	180	65	6.791.000	357.848,00	5.505,35	52,69
	19:55/20:30	Jornal da Cultura	Cultura	2ª/Sáb	210	1	33.000	-	-	-
	20:30/21:30	Jornal da Manchete - 1ª Edição	Manchete	2ª/Sáb	360	2	148.000	85.992,00	42.996,00	581,02
	21:30/22:30	Repórter Especial	Cultura	4ªf	60	2	105.000	-	-	-
	23:00/23:10	Jornal da Cultura - Última Edição	Cultura	2ª/6ªf	50	1	*	-	-	-
	23:30/00:00	Jornal da Noite	Bandeirantes	2ª/6ªf	150	2	*	17.324,93	8.662,46	-
	23:30/00:00	Jornal da Globo	Globo	2ª/6ªf	150	14	1.244.000	74.919,00	5.351,35	60,22
	23:30/00:20	Jornal da Manchete - 2ª Edição	Manchete	2ª/6ªf	250	1	*	23.386,00	23.386,00	-
	00:30	Telejornal - Noite	TVS	2ª/6ªf	-	2	*	52.315,00	26.157,50	-
Debate Entrevista	17:00/18:50	Canal Livre	Bandeirantes	2ª/6ªf	550	1	95.000	21.711,22	21.711,22	228,53
	20:30/21:30	Paulista 900	Gazeta	2ª/6ªf	300	**	38.000	26.900,00	-	707,89
	21:30/23:00	Roda Viva	Cultura	2ªf	90	1	75.000	-	-	-
	22:00/23:00	Cara a Cara	Bandeirantes	Dom.	60	1	81.000	38.016,00	38.016,00	469,33
	22:00/22:30	Dinheiro Vivo	Gazeta	2ª/6ªf	150	1	66.000	25.200,00	25.200,00	381,81
	22:30/00:20	Vamos Sair da Crise	Gazeta	2ª/6ªf	550	1	46.000	25.200,00	25.200,00	547,82
	23:00/00:00	Crítica e Auto Crítica	Bandeirantes	Dom	60	1	46.000	24.051,12	24.051,12	522,85
	23:15/	Ferreira Neto	Record	2ª/6ªf	-	2	162.000	32.120,00	16.060,00	198,27
	23:30/00:30	Jô Onze e Meia	TVS	3ª/6ªf	240	4	*	139.409,00	34.852,25	-
	23:30/00:30	Debate em Machete	Manchete	2ªf	60	1	*	23.562,00	23.562,20	-
	00:00/01:00	Henry Maksoud e Você	Bandeirantes	4ªf	60	**	*	17.324,93	-	-
Economia e Negócios	18:57/19:00	Economia Popular	TVS	2ª/Sáb	18	6	385.000	-	-	-
	20:20/20:30	Momento Econômico	Manchete	2ª/6ªf	50	1	47.000	24.214,00	24.214,00	515,19
	23:10/23:15	Record Economia	Record	2ª/6ª f	25	2	162.000	77.652,00	38.826,00	479,33
Jornalismo Entretenimento	19:30/20:30	TV Mix IV	Gazeta	2ª/6ªf	300	**	41.000	18.700,00	-	456,09
	20:00/22:00	Fantástico	Globo	Dom	120	49	4.934.000	335.856,00	6.854,20	68,06
	20:30/22:30	Programa de Domingo	Manchete	Dom	120	1	95.000	62.002,00	62.002,00	652,65
	22:30/23:30	Globo Repórter	Globo	3ªf	60	24	3.011,00	144.306,00	6.012,75	47,92
	23:30/	Comando da madrugada	TVS	Sáb	-	8	*	20.741,00	2.592,62	-
	23:00/23:40	Metrópolis	Cultura	2ª/6ªf	200	1	48.000	-	-	-
	00:00/	Flash	Bandeirantes	2ª/6ªf	-	**	24.000	17.324,93	-	721,87
	01:00/	Perfil	TVS	3ª e 5ªf	-	*	*	20.741,00	-	-
	23:00/	Imprensa na TV	Record	Dom	-	2	170.000	70.947,80	35.473,90	417,34
Rural	10:00/11:00	Manchete Rural	Manchete	Dom	60	1	63.000	10.176,00	10.176,00	161,52
	08:20/09:40	Globo Rural	Globo	Dom	80	9	659.000	56.983,00	6.331,44	86,46
	09:00/10:00	Brasil Rural	Bandeirantes	Dom	60	1	92.000	6.131,27	6.131,27	66,64
	19:20/19:30	Agrojornal	Bandeirantes	2ª/6ªf	50	2	102.000	36.936,00	18.468,00	362,11

Em primeiramão, os interesses do seu cliente. Anuncie num shopping onde circulam 1 milhão de pessoas por semana!

O maior shopping impresso do País **primeiramão**

TELEVISÃO

PROGRAMAÇÃO (RIO DE JANEIRO)

Gênero	Horário	Programa	Emissora	Exibição	Total Min. Semanal	Audiência (%)	Público	Custo 30"	Custo 1% GRP (NCz$)	Custo por mil
Noticiário	07:00/07:30	Bom Dia Brasil	Globo	2ª/6ªf	150	9	323.000	10.742,00	1.193,55	33,25
	07:15/07:30	Tele Jornal - Manhã	TVS	3ª/Sáb	75	1	35.000	5.182,00	5.182,00	148,05
	07:30/08:00	Bom dia Brasil - Rep	Globo	2ª/6ªf	150	4	168.000	10.742,00	2.685,50	63,94
	07:00/07:30	Praça - 07:00	Manchete	2ª/6ªf	150	1	78.000	1.990,00	1.990,00	25,51
	07:30/08:30	Brasília - 07:30h	Manchete	2ª/6ª F.	150	1	62.000	2.000,00	2.000,00	32,25
	12:00/12:30	Rede Brasil	Educativa	2ª/6ªf	150	2	63.000	-	-	-
	12:00/12:30	Bandeira Um	Bandeirantes	2ª/6ªf	150	1	30.000	7.173,60	7.173,60	239,12
	12:00/12:30	Em Tempo	Corcovado	2ª/6ªf	150	1	22.000	1.770,00	1.770,00	80,45
	12:30/13:00	Jornal Manchete - Ed. Tarde	Manchete	2ª/Sáb	180	5	200.000	11.570,00	2.314,00	57,85
	13:10/13:30	Jornal Hoje	Globo	2ª/Sáb	120	29	1.258.000	33.806,00	1.165,72	26,87
	18:30/19:00	TJ-Praça	TVS	2ª/Sáb	180	2	94.000	16.581,00	8.290,50	176,39
	18:30/19:30	Repórter Rio I	Rio	2ª/6ªf	300	1	52.000	9.720,00	9.720,00	186,92
	19:50/20:05	Rede Brasil	Educativa	Dom	15	1	20.000	-	-	-
	19:00/19:40	TJ-Brasil	TVS	2ª/Sáb	240	2	98.000	20.726,00	10.363,00	211,48
	19:00/20:00	Jornal da Record	Corcovado	2ª/6ªf	300	1	52.000	11.250,00	11.250,00	216,34
	19:30/20:00	Jornal Local - 1ª Ed.	Manchete	2ª/6ªf	150	3	135.000	21.624,00	7.208,00	160,17
	19:00/19:20	Jornal Local	Bandeirantes	2ª/Sáb	120	1	66.000	19.772,77	19.772,77	299,58
	19:50/20:00	RJ-TV 2ª Edição	Globo	2ª/Sáb	60	60	3.396.000	149.543,00	2.492,38	44,03
	19:30/20:30	Jornal Bandeirantes	Bandeirantes	2ª/Sáb	360	1	32.000	27.510,00	27.510,00	859,68
	20:00/20:30	Jornal Nacional	Globo	2ª/Sáb	180	62	3.557.000	180.899,00	2.917,72	50,85
	20:30/21:30	Jornal da Manchete 1ª Ed.	Manchete	2ª/Sáb	360	3	173.000	65.494,00	21.831,33	378,57
	21:30/22:15	Rede Brasil	Educativa	2ª/6ªf	525	1	30.000	-	-	-
	23:30/00:00	Jornal da Noite	Bandeirantes	2ª/6ªf	150	1	*	12.180,00	12.180,00	-
	23:30/00:00	Jornal da Globo	Globo	2ª/6ªf	150	9	462.000	37.151,00	4.127,88	80,41
	23:30/00:20	Jornal da manchete 2ª Ed.	Manchete	2ª/6ªf	250	2	*	20.554,00	10.277,00	-
	23:30/00:00	Repórter Rio II	Rio	2ª/6ªf	150	**	11.000	9.720,00	-	883,63
	00:30	Telejornal - Noite	TVS	2ª/6ªf	-	**	*	7.254,00	-	-
Debate Entrevista	16:00/19:00	Sem Censura	Educativa	2ª/6ªf	900	1	28.000	-	-	-
	17:00/18:50	Canal Livre	Bandeirantes	2º/6ºf	550	1	29.000	15.680,00	15.680,00	540,68
	18:00/18:30	Repórter Sem Medo	Rio	2ª/6ªf	150	1	43.000	3.931,00	3.931,00	91,41
	20:30/21:30	Espaço Aberto	Corcovado	3ªf	60	1	29.000	3.650,00	3.650,00	125,86
	21:00/	Gente do Rio	Corcovado	Sáb	-	1	14.000	6.840,00	6.840,00	488,57
	22:00/23:00	Cara a Cara	Bandeirantes	Dom.	60	1	34.000	27.020,00	27.020,00	794,70
	22:00/22:30	Opinião Pública	Educativa	Dom	30	1	27.000	-	-	-
	23:00/00:00	Crítica e Auto-Crítica	Bandeirantes	Dom	60	1	34.000	17.500,00	17.500,00	514,70
	23:20/00:00	Rio é Nosso	Corcovado	2ª/6ªf	200	**	15.000	9.400,00	-	626,66
	23:30/00:30	Jô Onze e Meia	TVS	3ª/6ªf	60	1	*	19.908,00	19.908,00	-
	23:30/00:30	Debate em Manchete	Manchete	2ªf	60	4	*	20.712,00	5.178,00	-
	00:00/01:00	Henry Maksoude e Você	Bandeirantes	4ªf	60	1	*	12.180,00	12.180,00	-
Economia e Negócios	18:57/19:00	Economia Popular	TVS	2ª/Sáb	18	2	98.000	-	-	-
	20:10/20:30	Informe Econômico	Corcovado	2ª/6ªf	100	1	32.000	7.400,00	7.400,00	231,25
	20:20/20:30	Momento Econômico	Manchete	2ª/6ªf	50	1	45.000	18.636,00	18.636,00	414,13
	22:15/22:30	Repórter Econômico	Educativa	2ª/6ªf	75	1	31.000	-	-	-
Jornalismo/ Entretenimento	13:00/18:00	Rio Urgente	Rio	2ª/6ªf	1500	**	8.000	3.931,00	-	491,37
	18:00/19:00	Intervalo	Educativa	Dom	60	1	28.000	-	-	-
	20:00/22:00	Fantástico	Globo	Dom	120	45	2.569.000	152.749,00	3.394,42	59,45
	20:30/22:30	Programa de Domingo	Manchete	Dom	120	2	128.000	48.012,00	24.006,00	375,09
	22:30/23:30	Globo Repórter	Globo	3ªf	60	17	1.431.000	70.845,00	4.167,35	49,50
	23:30/	Comando da madrugada	TVS	Sáb.	-	2	*	2.849,00	1.424,50	-
	00:00/01:00	Flash	Bandeirantes	2ª/6ªf	-	**	*	12.180,00	-	-
	01:00	Perfil	TVS	3ª e 5ªf	-	*	*	2.848,00	-	-
Rural	10:00/11:00	Manchete Rural	Manchete	Dom	60	3	140.000	8.340,00	2.780,00	59,57
	08:20/09:40	Globo Rural	Globo	Dom.	80	10	463.000	19.755,00	1.975,50	42,66
	19:20/19:30	AgroJornal	Bandeirantes	2ª/6ªf	50	1	46.000	27.510,00	27.510,00	598,04

Fonte: Tabela de Preços: abril/90 / IBOPE - Divisão Audi-Mídia / APP - SP/RJ - 12-03-90 a 18-03-90 / AIP - Outros Mercados - 01-01-90 a 29-01-90

** - Audiência inferior a 0,5% / * - Não há informação

FALE COM O CONSUMIDOR QUE TEM BOM GOSTO
ENTRE OS OUVIDOS.
eldorado FM 92,9
AFINADA COM VOCÊ.

JORNAIS

OS PRINCIPAIS DIÁRIOS

CIDADE SEDE	UF	TÍTULO	EDITORA	CIRCULAÇÃO			PREÇO CMxCOL			IMPRESSÃO	FORMATO	
				2ª F.	3ª/SÁB	DOM.	2ª F.	3ª/SÁB	DOM.		ALT CM	Nº COL
São Paulo	SP	O Estado de S. Paulo	S.A. OESP	-	217.264	375.003	-	3.978,02	4.975,62	FLEXO PRINT	54	9
		Jornal da Tarde	S.A. OESP	123.127	97.750	-	2.975,32	2.403,86	-	OFF-SET	54	9
		Folha de S. Paulo	Empr. F. da Manhã S.A.	339.478	343.554	382.265	4.290,42	4.290,42	5.111,41	OFF-SET	54	9
		Folha da Tarde	Empr. F. da Manhã S.A.	*	*	-	-	2.476,21	2.974,58	OFF-SET	54	9
		Notícias Populares	Empr. F. da Manhã S.A.	*	*	*	1.193,10	1.193,10	1.193,10	OFF-SET	54	9
		Diário Popular	Arca Empreendimento	*	*	*	3.012,00	3.012,00	3.886,00	TIPOGRÁFICA	54	10
		DCI	DCI-Ed. Jornal S.A.	*	*	-	2.740,07	2.740,07	2.704,07	OFF-SET	54	9
		Gazeta Mercantil	GMSA-Ed. Jornal	-	78.637	-	-	5.469,00	5.469,00	OFF-SET	58.4	8
		A Gazeta	Fund. Casper Libero	28.165	29.824	48.749	1.792,38	1.558,59	1.558,59	OFF-SET	54	9
		A Gazeta Esportiva	Fund. Casper Libero	*	*	*	1.441,70	1.168,94	1.168,94	OFF-SET	54	9
		Diário do Comércio	Assoc. Com. de S. Paulo	*	*	-	1.640,00	1.640,00	-	TIPOGRÁFICA	54	8
		Diário do Grande ABC	Diário do G. ABC S.A.	*	*	*	1.375,07	1.375,07	2.447,77	OFF-SET	54	9
Santos	SP	A Tribuna	A Tribuna Editora	*	*	*	507,71	507,71	761,37	NYLON PRINT	54	9
Campinas	SP	Correio Popular	Correio Popular S/A.	-	*	*	-	594,91	787,20	OFF-SET	54	9
		Diário do Povo	Empr. Jorn. E. Reg. Ltda.	*	*	*	650,00	650,00	850,00	OFF-SET	54	9
Rio de Janeiro	RJ	Jornal do Brasil	J.B. S.A.	140.031	150.696	227.003	3.199,00	3.199,00	5.136,00	LETTER PRESS	54	8
		O Globo	Empr. Jorn. Bras. Ltda.	238.942	249.232	440.319	2.537,00	2.537,00	4.016,00	OFF-SET	53	8
		O Dia	Edit. O Dia Ltda.	185.245	206.796	300.036	2.474,00	2.474,00	3.661,00	OFF-SET	51	8
		Última Hora	Jorn. Última Hora Ltda.	*	*	-	3.775,00	3.775,00	-	OFF-SET	52	9
		Jornal dos Sports	C. da Bahia C.I. Ltda	17.753	17.272	10.414	1.382,31	1.106,91	1.106,91	OFF-SET	54	8
		Jornal do Commercio	G.E. Jornal do Commercio S.A.	-	*	*	-	2.970,00	3.830,00	OFF-SET	54	8
		Tribuna da Imprensa	S.A. Trib. da Imprensa	*	*	-	5.401,00	5.401,00	-	OFF-SET	54	8
Belo Horizonte	MG	Diário da Tarde	S.A. Estado de Minas	57.016	21.047	-	989,00	507,00	-	OFF-SET	54	9
		Diário de Minas	Diário de Minas S.A.	-	*	*	-	425,00	510,00	OFF-SET	54	9
		Diário do Comércio	D.C. Empr. Jorn. Ltda.	-	*	-	-	985,00	-	OFF-SET	54	9
		Estado de Minas	S.A. Estado de Minas	-	68.810	133.331	-	1.936,00	2.594,00	OFF-SET	54	9
		Jornal de Minas	S.A. Jornal de Minas	-	*	*	-	240,00	290,00	NYLON PRINT	51	9
		Jornal Hoje em Dia	Edit. Ediminas	*	*	*	470,40	470,40	612,00	OFF-SET	54	9
Vitória	ES	A Gazeta	S.A. A Gazeta	*	*	*	-	305,00	516,00	OFF-SET	54	8
		Jornal da Cidade	Impr. Gráf. O Debate Ltda.	-	*	*	-	292,23	379,90	OFF-SET	51	8
Porto Alegre	RS	Zero-Hora	Z.H Ed. Jorn. S.A.	113.490	117.771	206.997	1.159,47	984,53	1.665,36	OFF-SET	36	6
		Jornal do Comércio	Cia. Jorn. D.C. Jarros	*	*	-	877,60	760,30	-	OFF-SET	36	6
		Correio do Povo	E.J. Caldas Jr.	*	*	*	-	1.146,00	1.620,00	OFF-SET	32.5	6
Florianopolis	SC	Diário Catarinense	Z.H. Ed. Jorn. S.A.	32.781	35.208	45.996	544,53	544,53	652,99	OFF-SET	36	6
Joinvile	SC	A Notícia	A Notícia S.A.	-	23.601	25.833	-	455,00	546,00	OFF-SET	54	8
Blumenau	SC	Jornal de Sta. Catarina	E.E.J. de S. Catarina	-	*	*	-	297,00	355,00	OFF-SET	54	8
Curitiba	PR	Gazeta do Povo	Ed. G. do Povo Ltda.	36.728	39.564	108.524	523,83	523,83	680,00	OFF-SET	54	8/12
		Correio de Notícias	Ed. Correio de Notícias Ltda	*	*	-	642,00	493,00	-	TIPOGRAFICA	54	8
		Diário da Tarde	Empr. Diário da Tarde Ltda.	-	*	*	-	162,50	162,50	OFF-SET	32	6
		Diário Popular	Ed. Diário Popular Ltda.	-	*	*	-	523,83	680,00	OFF-SET	54	8
		Indústria e Comércio	Incopress Empr. Jorn. Inter. Ltda	*	*	-	398,40	359,50	-	OFF-SET	54	8
		Jornal do Estado	Ed. Jornal do Estado Ltda.	-	*	*	-	277,00	306,00	OFF-SET	54	8
		O Estado do Paraná	G.E. Paraná S.A.	-	*	*	-	478,04	644,48	OFF-SET	54	8
Londrina	PR	Folha de Londrina	E.J.F. de Londrina Ltda.	-	*	*	-	739,38	965,95	OFF-SET	54	6
Brasília	DF	Correio Brasiliense	S/A Correio Brasiliense	22.375	28.269	51.981	1.605,00	1.605,00	2.112,00	OFF-SET	54	8
		Jornal de Brasília	O.J. Câmara	-	*	*	-	1.463,00	1.940,00	OFF-SET	54	8
		Correio do Brasil	Jornais Bras. Ltda.	*	*	*	1.718,60	1.718,60	2.263,65	OFF-SET	54	8
		O Povo de Brasília	Jornais Bras. Ltda	*	*	-	1.531,63	1.531,63	-	OFF-SET	54	8
Goiânia	GO	O Popular	O.J. Câmara	-	35.336	48.213	-	380,00	532,00	OFF-SET	54	8
		Diário da Manhã	Unigraf - Editora Ltda.	-	*	*	-	380,00	527,00	OFF-SET	54	8

DIÁRIO
DO NORDESTE

MAIS ASSINADO
NO NORDESTE.
MAIS CIRCULADO NO CEARÁ

*FONTES: IVC, IBOPE E MARPLAN.

JORNAIS

CIDADE SEDE	UF	TÍTULO	EDITORA	CIRCULAÇÃO			PREÇO CMxCOL			IMPRESSÃO	FORMATO	
				2ª F.	3ª/SÁB	DOM.	2ª F.	3ª/SÁB	DOM.		ALT CM	Nº COL
Cuiabá	MT	Diário de Cuiabá	Diário de Cuiabá S.A.	-	*	*	-	958,53	958,53	NYLON PRINT	53	8
		Jornal do Dia	Cia. E. J. Matrogrossense S.A.	-	*	*	-	277,00	311,00	OFF-SET	50	8
		O Estado de M. Grosso	Ed. Cuiabá Ltda.	-	*	*	-	500,80	667,74	OFF-SET	53	8
Campo Grande	MS	Diário da Serra	S.A. Correio Braziliense	-	*	*	-	323,00	366,00	OFF-SET	54	8
		Correio do Estado	Empr. Radiog. Matog. Ltda.	*	*	-	856,65	679,41	-	OFF-SET	53	8
Maceió	AL	Gazeta de Alagoas	Jornal Gazeta de Alagoas	-	7.229	13.395	-	700,00	1.000,00	OFF-SET	54	8
		Jornal de Alagoas	Empr. Jorn. Alagoas S.A.	-	2.944,	3.239	-	731,00	1.195,00	OFF-SET	54	8
		Jornal de Hoje	Empr. K.P. Assunção	-	*	*	-	532,00	775,00	OFF-SET	57	8
Salvador	BA	A Tarde	E. Edit. A Tarde S.A.	64.122	64.646	98.818	1.593,60	1.593,60	1.593,60	OFF-SET	54	9
		Jornal da Bahia	E.Jornal da Bahia S.A.	*	*	*	782,00	782,00	782,00	OFF-SET	54	9
		Tribuna da Bahia	Edisa Ed. da Bahia S.A.	*	*	*	1.376,00	1.376,00	1.376,00	OFF-SET	54	9
		Correio da Bahia	E.B. de Jornalismo S.A.	*	*	-	-	916,00	-	OFF-SET	54	9
		Informe do Empresário	Ed. Informe do Empr. Ltda	*	*	-	466,73	466,73	-	OFF-SET	29	4
Fortaleza	CE	O Povo	E.J. O Povo Ltda.	19.927	21.039	22.246	1.178,00	1.178,00	1.178,00	OFF-SET	53	9
		Tribuna do Ceará	E.Gráf. do Ceará Ltda.	-	*	*	-	1.401,75	1.401,75	OFF-SET	53	9
		Diário do Nordeste	E.V. Mares Ltda.	26.122	26.128	33.474	1.092,00	1.092,00	1.204,00	OFF-SET	54	9
		O Estado	Rede Indep. de Jorn. do NE Ltda.	-	*	*	-	460,00	536,00	OFF-SET	54	8
São Luis	MA	Jornal de Hoje	Gráf. Ed. Jornal de Hoje Ltda.	*	*	*	294,00	294,00	345,00	OFF-SET	52.5	8
		O Estado do Maranhão	Gráf. Escolar S.A.	7.524	8.297	17.164	664,85	664,85	793,84	OFF-SET	54	8
		O Imparcial	Empr. Pacotilha Ltda.	*	*	*	432,00	432,00	576,00	OFF-SET	54	8
		Jornal Pequeno	José Ribamar Begea	-	*	*	-	496,27	629,19	TIPOGRAFICA	44	7
		O Debate	O Debate Ed. Pelourinho Ltda.	-	*	*	-	457,83	596,16	OFF-SET	43	7
João Pessoa	PB	Correio da Paraíba	Jorn. Correio da Paraíba	-	*	*	-	584,47	771,50	OFF-SET	52	8
		A União	Sup. de Imprensa e Edit.	-	*	-	-	200,00	-	OFF-SET	50	8
		O Norte	Cond. Acionário do D. Assoc.	3.589	5.049	8.567	356,00	356,00	456,00	OFF-SET	54	8
Recife	PE	Diário de Pernambuco	D. de Pernambuco S.A.	32.016	34.947	76.609	1.048,00	1.048,00	1.359,00	OFF-SET	54	8
		Jornal do Commércio	Empr. J. do Commércio S.A.	20.135	20.364	23.515	887,00	887,00	1.153,00	OFF-SET	53	9
		Diário da Manhã	Gráf. e Edit. Imperador S.A.	-	*	*	-	737,00	1.098,00	TIPOGRAFICA	54	8
Teresina	PI	O Dia	Empr. O Dia Ltda.	-	*	*	-	472,00	709,00	OFF-SET	54	8
		O Estado	Ed. O Estado Ltda.	-	2.258	2.724	-	445,00	668,00	OFF-SET	54	8
		Jornal da Manhã	Ed. Gráfica Elijora Ltda.	*	*	*	339,00	339,00	448,00	OFF-SET	54	8
		Jornal do Piauí	Public. Teresinense Ltda.	-	*	*	-	403,00	504,00	TIPOGRAFICA	42	6
Natal	RN	Tribuna do Norte	Empr. Jorn. Tribuna do Norte Ltda.	-	*	*	-	378,00	490,00	OFF-SET	54	8
		Diário de Natal	Edif. O Diário S.A.	-	10.576	-	-	389,00	-	OFF-SET	54	8
Aracajú	SE	Jornal de Sergipe	Empr. Jorn. de Sergipe Ltda.	-	*	*	-	205,20	248,40	OFF-SET	42	7
		Gazeta de Sergipe	Gazeta de Sergipe S.A.	-	*	*	-	196,56	245,70	OFF-SET	43	6
		Jornal da Manhã	Ind. Gráf. Trib. de Aracajú Ltda	-	*	*	-	805,00	980,00	OFF-SET	42	7
Rio Branco	AC	Gazeta do Acre	Public. de Repiquete SE Ltda.	-	*	*	-	176,00	224,00	OFF-SET	54	8
		O Rio Branco	Nova República Ltda	-	*	*	-	174,00	180,00	OFF-SET	42	7
Macapá	AP	Jornal do Dia	Ed. Gráf. Jorn. O Dia Ltda.	-	*	*	-	779,29	1.013,08	OFF-SET	42	7
Manaus	AM	A Crítica	Empr. Jorn. Calderaro Ltda.	*	*	*	1.350,00	1.350,00	1.950,00	OFF-SET	54	8
		A Notícia	Ed. Garcia Ltda.	-	*	*	-	560,00	770,00	OFF-SET	54	8
		Diário do Amazonas	Ed. Ana Cássia Ltda.	*	*	*	717,00	717,00	1.025,00	OFF-SET	54	8
Belém	PA	A Provincia do Pará	A Prov. do Pará Ltda.	*	*	*	1.752,00	1.752,00	2.191,00	OFF-SET	54	8
		O Liberal	Delta Publicidade S.A.	-	*	*	-	1.752,00	2.191,00	OFF-SET	54	8
		Diário do Pará	E.E. Gráfica de Bauru Ltda.	*	*	*	1.348,00	1.348,00	1.348,00	OFF-SET	54	8
Porto Velho	RO	Alto Madeira	Empr. Alto Madeira Ltda.	-	*	*	-	174,00	180,00	OFF-SET	54	8
		O Estadão	E.R.J. Mário Calixto Ltda.	-	*	*	-	590,79	768,03	OFF-SET	54	10
		O Guaporé	Empr. Gráf. Rio Campestre Ltda.	-	*	*	-	207,00	220,00	OFF-SET	44	6
Boa Vista	RR	A Crítica Roraima	Empr. Jorn. Calderaro Ltda.	*	*	*	684,00	684,00	1.030,50	OFF-SET	54	8

Tabela: Tabela de Preços: Abril/90
* - Consultar Editor

IVC - Janeiro/90
Obs: Circulação Folha de São Paulo - Auditória Price Waterhouse - Fevereiro/90

JORNAL DO VALE

CRESCENDO COM S. J. DOS CAMPOS

REPRESENTANTE EXCLUSIVO NACIONAL

CONTATO
Representação de Veículos Publicitários Ltda.
A força está no talento.

São Paulo - Fone: 572-7577

AS MAIORES DO MERCADO

	Título	Editora	Periodicidade	Tiragem	Circulação	Preço 1 página - Cr$ P&B	Preço 1 página - Cr$ 4 cores	Custo por mil - Cr$ P&B	Custo por mil - Cr$ 4 cores	Preço de capa	Cr$ Assinatura	Material	Formato cm
Atual.	VEJA	ABRIL	SEMANAL	871.770	812.800	1.554.669	1.726.145	1.912,76	2.123,70	170,00	6.188,00	FOT/ROT	27,4x10.8
	ISTO É/SENHOR	TRÊS	SEMANAL	310.361	262.712	648.424	932.181	2.468,19	3.548,30	180,00	7.480,00	FOT/ROT	20.2x26
	MANCHETE	BLOCH	SEMANAL	164.479	133.767	883.295	1.103.602	6.603,23	8.250,18	150,00	7.800,00	FOTOLITO	31,5x24
Econom.	EXAME	ABRIL	QUINZENAL	130.611	85.072	526.026	818.262	6.183,30	9.618,46	160,00	2.912,00	FOT/ROT	27,4x20,8
	TENDÊNCIA	BLOCH	MENSAL	*	*	305.095	483.281	-	-	80,00	960,00	FOTOLITO	29x21,5
	BALANÇO FINANCEIRO	G.M S.A ED. JOR.	MENSAL	*	*	532.186	829.694	-	-	250,00	3.000,00	FOTOLITO	28x21
	CONJUNTURA ECONÔMICA	F.G.V	MENSAL	*	*	111.262	189.806	-	-	76,00	2.422,00	FOTOLITO	28x21
	PEQ. EMP/GDES. NEGÓCIOS	GLOBO	MENSAL	174.090	135.036	600.059	752.022	4.443,69	5.569,04	190,00	2.280,00	FOTOLITO	27,4x20,8
Agropec.	GLOBO RURAL	GLOBO	MENSAL	261.727	190.563	467.578	635.127	2.453,66	3.332,89	160,00	1.920,00	FOTOLITO	27,4x20,8
	MANCHETE RURAL	BLOCH	MENSAL	69.535	48.095	266.519	373.868	5.541,51	7.773,53	130,00	1.560,00	FOT/ROT	29,5x21,5
	DBO RURAL	DBO ED. A. LTDA.	QUINZENAL	15.000	4.053	133.548	191.976	32.950,40	47.366,39	120,00	1.400,00	FOTOLITO	31x25,8
	GUIA RURAL ABRIL	ABRIL	MENSAL	166.112	117.035	401.338	553.301	3.429,21	4.727,65	150,00	1.260,00	FOTOLITO	27,4x20,8
	A GRANJA	CENTAUROS	MENSAL	*	*	278.058	414.809	-	-	150,00	1.800,00	FOTOLITO	28x21
	BALDE BRANCO	C.C.L.E.S.P	MENSAL	*	*	151.900	229.900	-	-	190,00	3.397,00	FOTOLITO	28x21
Masc.	PLAYBOY	ABRIL	MENSAL	451.164	382.048	822.159	911.778	2.151,97	2.386,55	230,00	1.932,00	FOT/ROT	27.,4x20,8
	ELE ELA	BLOCH	MENSAL	199.611	172.097	331.864	496.685	1.928,35	2.886,07	170,00	2.040,00	FOT/ROT	29,5x21,5
Estilo de Vida	AZ	ATLANTICA	MENSAL	*	*	402.247	702.591	-	-	190,00	3.397,00	FOTOLITO	28x21
	CLÁUDIA	ABRIL	MENSAL	483.783	422.525	911.778	1.141.671	2.157,95	2.702,01	190,00	1824,00	FOT/ROT	27,4x20,8
	NOVA	ABRIL	MENSAL	321.796	274.244	909.245	1.013.087	3.315,45	3.694,10	180,00	1.728,00	FOT/ROT	27,4x20,8
	DESFILE	BLOCH	MENSAL	142.919	102.350	554.821	773.141	5.420,82	7.553,89	150,00	1.800,00	FOT/ROT	29,5x21,5
	MULHER DE HOJE	BLOCH	MENSAL	114.172	88.091	229.523	422.184	2.605,52	4.792,58	100,00	1.200,00	ROTOFILME	31,5x24
	VOGUE	CARTA	MENSAL	*	*	558.449	696.957	-	-	200,00	2.400,00	FOTOLITO	30,2x23,5
	INTERVIEW	AZUL	MENSAL	*	*	607.852	818.262	-	-	350,00	-	FOTOLITO	30,3x23,3
	GOURMET INTERNACIONAL	MAG	MENSAL	*	*	585.405	912.656	-	-	350,00	4.200,00	FOTOLITO	28x21
Prazer	ELLE	ABRIL	MENSAL	130.364	86.624	647.830	809.768	7.478,64	9.348,07	200,00	1.920,00	FOTOLITO	29,9x23,7
	MINHA	AZUL	SEMANAL	*	*	258.726	320.564	-	-	110,00	-	FOTOLITO	31x22,5
	BOA FORMA	AZUL	MENSAL	*	*	469.215	521.350	-	-	170,00	1.428,00	ROTOSET	27,4x20,8
Moda	MÁXIMA	ABRIL	MENSAL	325.992	319.498	728.643	884.503	2.280,58	2.768,41	190,00	2.280,00	FOTOLITO	20,8X27,4
	CRIATIVA	GLOBO	MENSAL	358.249	285.958	752.022	1.052.052	2.629,83	3.679,04	190,00	2.280,00	FOTOLITO	27,4x20,8
	MANEQUIM	ABRIL	MENSAL	570.674	502.857	767.608	841.641	1.526,49	1.673,71	150,00	1.440,00	FOT/ROT	27.4x20,8
	MON TRICOT	ABRIL	8 EDIÇÕES ANO	*	*	292.236	397.441	-	-	170,00	1.496,00	FOTOLITO	27,4x20,8
	MODA MOLDES	GLOBO	MENSAL	315.133	199.166	381.856	526.026	1.917,27	2.641,14	150,00	1.800,00	FOTOLITO	27,4x20,8
	FAÇA FÁCIL	GLOBO	MENSAL	*	*	315.615	440.303	-	-	180,00	2.160,00	FOTOLITO	20.8x27,4
	CLÁUDIA MODA	ABRIL	MENSAL	109,749	85.641	415.365	519.012	4.850,07	6.060,32	180,00	-	FOT/ROT	20,8x27,4
	MODA BRASIL	GLOBO	BIMESTRAL	*	*	518.233	646.817	-	-	276,00	-	FOTOLITO	27,4x20,8
Popul.	CONTIGO	AZUL	SEMANAL	269.585	213.353	280.313	412.443	1.313,84	1.933,14	130,00	-	FOT/ROT	30,4x23,6
	AMIGA	BLOCH	SEMANAL	144.341	110.877	259.895	422.847	2.343,99	3.813,65	100,00	5.200,00	FOT/ROT	31,5x24
	SEMANÁRIO	AZUL	SEMANAL	183.157	105.383	233.399	334.513	2.214,76	3.174,25	110,00	-	FOTOLITO	31x22,5
	SÉTIMO CÉU	BLOCH	MENSAL	*	*	244.154	377.219	-	-	90,00	1.080,00	FOT/ROT	27,5x21,5
Adolec.	CARINHO	BLOCH	MENSAL	*	*	116.777	174.640	-	-	50,00	-	FOT/ROT	20x14
	CAPRICHO	ABRIL	MENSAL	268.710	209.551	720.461	800.533	3.438,11	3.820,22	130,00	1.092,00	FOR/ROT	27,4x20,8
	CARÍCIA	AZUL	MENSAL	226.237	204.575	243.647	319.512	1.190,99	1.561,83	75,00	-	FOTOLITO	19x13,4
Decoração	CASA CLÁUDIA	ABRIL	MENSAL	188.974	160.481	471.475	853.331	2.937,88	5.317,33	170,00	1.632,00	FOT/ROT	31,5x24
	ARQUITETURA & CONST.	ABRIL	MENSAL	*	*	335.098	607.852	-	-	230,00	2.760,00	FOT/ROT	27,4x20,8
	CASA & JARDIM	EFECÊ	MENSAL	*	*	358.989	658.146	-	-	240,00	2.600,00	FOTOLITO	27,5x21
	CASA VOGUE	CARTA	BIMESTRAL	*	*	588.449	696.957	-	-	200,00	1.200,00	FOTOLITO	30,2x23,4
Interesse Geral	SUPERINTERESSANTE	ABRIL	MENSAL	432.282	366.849	504.595	720.850	1.375,48	1.964,97	150,00	1.260,00	FOTOLITO	27,4x20,8
	SAUDE	AZUL	MENSAL	170.455	146.906	276.105	349.554	1.879,46	2.379,43	85,00	714,00	FOT/ROT	19x13,4
	PAIS & FILHOS	BLOCH	MENSAL	142.887	120.107	351.346	554.860	2.925,27	4.619,71	130,00	1.560,00	FOTOLITO	29,5x21,5
	GEO UNIVERSAL	BLOCH	MENSAL	*	*	296.444	442.173	-	-	150,00	1.800,00	FOT/ROT	26,5x17,7
	CORPO A CORPO	SÍMBOLO	MENSAL	*	*	601.701	802.268	-	-	170,00	2.100,00	FOT/ROT	31,5x24
	HORIZONTE GEO	AUDICHOMO	BIMESTRAL	*	*	490.745	490.745	-	-	200,00	1.100,00	FOTOLITO	28x21
	LEIA	JORUES	MENSAL	129.947	16.923	312.000	702.000	18.436,44	41.482,00	200,00	2.000,00	FOTOLITO	28x21
	PLANETA	TRÊS	MENSAL	*	*	147.766	191.830	-	-	60,00	1.440,00	FOTOLITO	28x20,2
	VENTURA	SPALA	TRIMESTRAL	*	*	620.710	620.710	-	-	500,00	2.500,00	FOTOLITO	29,7x21
Intern.	TIME	TIME IND	SEMANAL	*	*	274.040	463.080	-	-	140,00	7.280,00	FOTOLITO	27,6x20,8
	NEWS WEEK	NEWSWEEK INC.	SEMANAL	*	*	341.013	579.786	-	-	80,00	1.502,00	FOTOLITO	20,8x27,6
	THE ECONOMIST	THE ECON. N. LTDA.	SEMANAL	*	*	742.200	1.320.600	-	-	127,80	5.751,00	FOTOLITO	20,9x27,8
Esportes	PLACAR	ABRIL	SEMANAL	136.199	101.716	227.975	433.455	2.241,28	4.261,42	100,00	-	FOT/ROT	23,7x29,9
	TRIP	TRIP	BIMESTRAL	*	*	763.902	763.902	-	-	80,00	1.080,00	FOTOLITO	28x21
	MATCH/POINT	NESS	MENSAL	*	*	339.734	452.966	-	-	120,00	1.200,00	FOTOLITO	28x21
	FLUIR	AZUL	MENSAL	63.249	46.158	446.771	562.692	9.679,16	12.190,56	170,00	-	ROTOFILME	27,4x20,7
	MAR VELA E MOTOR	GRUPO 1	MENSAL	*	*	307.384	495.567	-	-	220,00	2.640,00	FOTOLITO	27,5x21
	OVERAL	TRIP	BIMESTRAL	*	*	483.184	483.184	-	-	140,00	840,00	FOTOLITO	28x21
	HIPPUS	TRÊS	MENSAL	*	*	287.555	410.250	-	-	120,00	3.000,00	FOTOLITO	28x20

REVISTAS

	Título	Editora	Periodicidade	Tiragem	Circulação	Preço 1 página - Cr$ P&B	Preço 1 página - Cr$ 4 cores	Custo por mil - Cr$ P&B	Custo por mil - Cr$ 4 cores	Preço de capa	Cr$ Assinatura	Material	Formato cm
Auto/Moto/Esportes	FLUIR BODYBOARD	AZUL	BIMESTRAL	*	*	306.186	340.202	-	-	130,00	-	ROTOFILME	27,4x20,7
	NÁUTICA	GRUPO 1	MENSAL	*	*	294.696	476.195	-	-	150,00	1.800,00	FOTOLITO	20,8x27,4
	BICISPORT	PINUS	MENSAL	*	*	125.619	167.770	-	-	95,00	1.140,00	FOTOLITO	21x28
	SKATIN	AZUL	BIMESTRAL	*	*	306.186	340.202	-	-	130,00	-	FOTOLITO	26,7x27,4
	SHOW DO ESPORTE	MODELO	MENSAL	*	*	245.010	379.862	-	-	150,00	-	FOTOLITO	21x28
	QUATRO RODAS	ABRIL	MENSAL	277.088	234.199	779.298	865.020	3.327,50	3.693,00	230,00	1.932,00	FOT/ROT	27,4x21
	AUTO ESPORTE	EFECÊ	MENSAL	*	*	239.326	404.742	-	-	160,00	2.400,00	FOTOLITO	27,5x20,3
	DUAS RODAS	SIGLA	MENSAL	63.458	43.657	188.979	337+.436	4.328,72	7.729,25	130,00	1.560,00	FOTOLITO	28x20,8
	MOTO SHOW	TRÊS	MENSAL	63.635	40.353	300.850	437.601	7.455,45	10.844,32	90,00	1.800,00	FOTOLITO	28x20,8
	OFICINA MECÂNICA	SIGLA	MENSAL	*	*	188.979	337.436	-	-	130,00	1.560,00	FOTOLITO	20,3x28
Mus/mag/inf	BIZZ	AZUL	MENSAL	*	*	506.426	562.692	-	-	140,00	1.176,00	FOTOLITO	20,8x27,4
	SET	AZUL	MENSAL	86.599	56.605	409.092	454.564	7.227,13	8.030,45	170,00	1.428,00	FOTOLITO	20,8x27,4
	IRIS	IRIS	MENSAL	*	*	837.700	1.122.000	-	-	195,00	2.145,00	FOTOLITO	28x21,4
	VIDEO NEWS	SIGLA	MENSAL	79.027	63.850	227.944	410.690	3.569,99	6.432,10	150,00	1.800,00	FOTOLITO	28x20,3
	DADOS E IDÉIAS	G.M.S.A. ED. JOR.	MENSAL	*	*	532.186	829.694	-	-	250,00	3.000,00	FOTOLITO	28x21
	PC MUNDO	C.W.B	MENSAL	13.817	10.701	241.972	411.352	22.612,09	38.440,51	65,00	600,00	FOTOLITO	28x21
	CLASSE NEWS	PRIME	MENSAL	*	*	202.110	326.837	-	-	210.00	2.520,00	FOTOLITO	21x28
Infantis	MÔNICA	GLOBO	MENSAL	457.625	380.435	424.717	467.578	1.116,39	1.229,06	43,00	(1)	FOT/ROT	19x13,4
	CEBOLINHA	GLOBO	MENSAL	398.935	315.595	397.441	432.510	1.259,33	1.370,45	36,00	(1)	FOT/ROT	19x13,4
	CHICO BENTO	GLOBO	QUINZENAL	357.285	295.886	397.441	432.510	1.343,22	1.461,74	22,00	(1)	FOT/ROT	19x13,4
	CASCÃO	GLOBO	QUINZENAL	354.507	281.749	397.441	432.510	1.410,62	1.535,08	22,00	(1)	FOT/ROT	19x13,4
	ALMANAQUE DISNEY	ABRIL	MENSAL	190.592	158.452	375.660	391.441	2.370,81	2.470,40	55,00	(2)	FOT/ROT	19x13,4
	TIO PATINHAS	ABRIL	MENSAL	178.029	154.998	375.660	391.441	2.423,64	2.525,45	23,00	(3)	FOT/ROT	19x13,4
	MARGARIDA	ABRIL	QUINZENAL	167.986	121.785	375.660	391.441	3.804,61	3.214,19	21,00	(2)	FOT/ROT	19x13,4
	PATO DONALD	ABRIL	QUINZENAL	160.784	128.999	375.660	391.441	2.912,11	3.034,44	20,00	(3)	FOT/ROT	19x13,4
	MICKEY	ABRIL	QUINZENAL	124.972	108.537	375.660	391.441	3.461,12	3.606,52	40,00	(2)	FOT/ROT	19x13,4
	ZÉ CARIOCA	ABRIL	QUINZENAL	125.051	149.146	375.660	391.441	2.518,74	2.624,54	21,00	(2)	FOT/ROT	19x13,4
	HOMEM-ARANHA	ABRIL	MENSAL	117.083	94.486	238.270	248.596	2.521,74	2.631,03	30,00	(4)	FOT/ROT	19x13,4
	LULUZINHA	ABRIL	MENSAL	86.856	63.726	238.270	248.596	3.738,97	3.901,01	27,00	-	FOT/ROT	19x13,4
Adult.	ANIMAL	V.H.D. DIF. LTDA	BIMESTRAL	*	*	132.495	227.081	-	-	180,00	-	FOTOLITO	28x24
	CONAN	ABRIL	MENSAL	115.427	96.029	375.660	391.441	3.911,94	4.076,27	35,00	-	FOT/ROT	20,8x27,4
Jorn/Com	PROPAGANDA	REFERÊNCIA	MENSAL	*	*	346.784	451.989	-	-	165,00	3.835,00	FOTOLITO	23,4x20,7
	MARKETING	REFERÊNCIA	MENSAL	*	*	346.784	451.989	-	-	165,00	3.835,00	FOTOLITO	27,4x20,7
	IMPRENSA	FEELING	MENSAL	*	*	324.815	459.074	-	-	150,00	1.800,00	FOTOLITO	28x21
	MEIO & MENSAGEM	M.G.M	SEMANAL	*	*	188.031	324.516	-	-	58,00	2.895,00	FOTOLITO	41,5x28
Bordo	VIAJE BEM	SPAGAT	BIMESTRAL	*	*	1.039.176	1.043.350	-	-	-	-	FOTOLITO	28x21
	ÍCARO	ÍCARO	MENSAL	*	*	915.226	1.002.659	-	-	110,00	1.320,00	FOTOLITO	28x21
	TRANSBRASIL	VIA EXPRESS	MENSAL	*	*	807.970	897.281	-	-	210,00	2.100,00	FOTOLITO	21x28
	CLASSE	J.S.J LTDA.	BIMESTRAL	*	*	897.472	915.070	-	-	-	-	FOTOLITO	21x28
	CIRCUITO	CIRCUITO	BIMESTRAL	*	*	332.289	369.210	-	-	-	-	FOTOLITO	21x28

FONTE: Tabela de Preços: Abril/90
** Consultar Editor
IVC - 3º Trimestre/89
IVC - 2º Trimestre/89 - Revistas: Cláudia Moda, D.B.O Rural, Duas Rodas, Leia e Video News
Preços Infantis: Editora Abril: Capas Internas/externas
Editora Globo: 2ª/3ª Capa e 4ª Capa

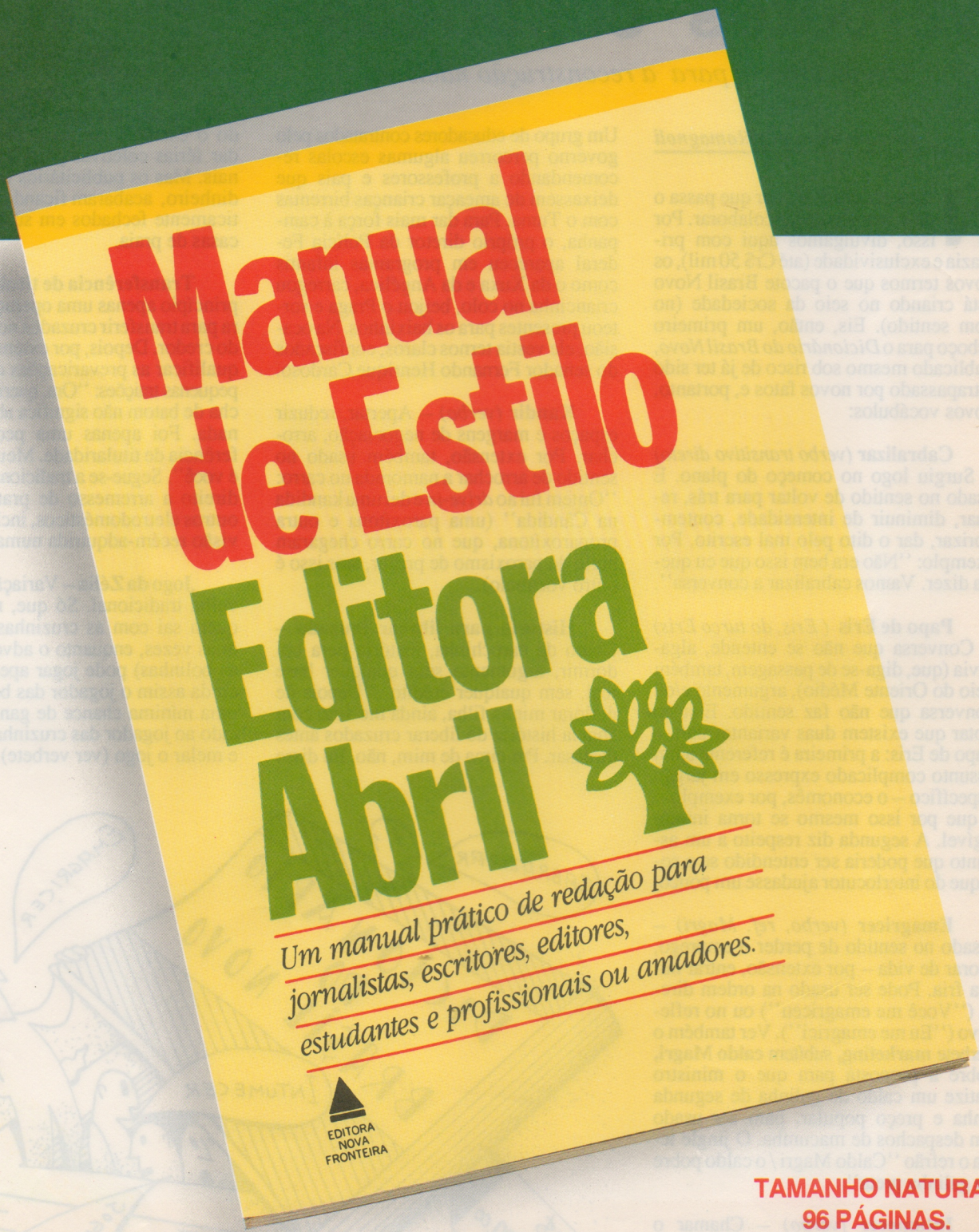
Assinaturas: (01) Pacote Maurício de Saouza: Cr$ 2.092,00
(02) Mundo Disney: Cr$ 2.232,00
(3) Festival Disney: Cr$ 1.904,00
(4) Família Marvel: Cr$ 1.500,00

OUTDOOR

Cidade	Número de tabuletas	Locais	Custo BTN's Indeterm.	Custo BTN's tabuletas determ.	Custo BTN's local determ.
São Paulo	5.335	1.993	27.30	44.90	32.50
Rio de Janeiro	2.258	1.027	24.10	42.70	28.10
Salvador	894	524	18.00	29.30	22.50
Recife	2.153	1.113	18.00	29.30	22.50
Porto Alegre	1.721	962	16.90	22.50	20.30
Curitiba	1.445	817	16.90	22.50	20.30

Cidade	Número de tabuletas	Locais	Custo BTN's Indeterm.	Custo BTN's tabuletas determ.	Custo BTN's local determ.
Fortaleza	1.084	628	16.90	22.50	20.30
Belo Horizonte	1.926	855	16.90	22.50	20.30
Goiânia	671	442	16.90	22.50	20.30
Brasília	247	119	16.90	22.50	20.30
Demais Capitais	3.055	1.641	15.30	21.40	18.00

Fonte: Tabela de Preços em BTN: Março/90 - Central de OUTDOOR
Custo: Cartaz/dia
OBS: O custo indeterminado para São Paulo e Rio de Janeiro corresponde do Custo do Setor "A".
BTN abril/90 = Cr$ 41,7340



TAMANHO NATURAL
96 PÁGINAS.

Agora, ficou mais fácil escrever bem!

Saiu o Manual de Estilo da Editora Abril. Para jornalistas, editores, escritores, estudantes e todos os profissionais e amadores interessados em escrever bem.

A Editora Abril está revelando os segredos que garantem a qualidade dos textos das maiores e melhores revistas do Brasil.
No Manual de Estilo da Editora Abril, publicado pela Editora Nova Fronteira, você encontrará todas as dicas para redigir com clareza, bom gosto e precisão.

- Técnicas de estilo e edição
- Como eliminar as "pragas" e vícios do texto
- As dúvidas mais comuns, da ortografia à crase
- Tudo sobre grafia - maiúsculas, minúsculas, aspas, grifos, abreviaturas, numerais, nomes etc...
- Nomes geográficos de países, dependências, cidades, Estados e regiões
- Tabelas de conversão com medidas de área, comprimento e capacidade
- E muito mais!

Comece o seu próximo texto por um excelente ponto de partida:

Manual de Estilo da Editora Abril.

Nas principais livrarias do país.
Se preferir, peça pelo Reembolso Postal!
Recorte ou copie o cupom anexo e envie para:
Editora Nova Fronteira, Rua Bambina, 25 CEP 22251 Rio de Janeiro

Manual de Estilo Editora Abril

Gostaria de receber, pelo Reembolso Postal, ... exemplar(es) do Manual de Estilo da Editora Abril.

Nome _____
Endereço _____ Cidade _____
Bairro _____ CEP _____
Estado _____

Não mande dinheiro agora. Pague somente ao receber seu pedido.

Verbetes colloridos

Um dicionário para a reconstrução nacional

por Luiz Henrique Romagnoli

Nestes dias difíceis por que passa o país, é nosso dever colaborar. Por isso, divulgamos aqui com primazia e exclusividade (até Cr$ 50 mil), os novos termos que o pacote Brasil Novo está criando no seio da sociedade (no bom sentido). Eis, então, um primeiro esboço para o *Dicionário do Brasil Novo*, publicado mesmo sob risco de já ter sido ultrapassado por novos fatos e, portanto, novos vocábulos:

Cabralizar *(verbo transitivo direto)* – Surgiu logo no começo do plano. É usado no sentido de voltar para trás, recuar, diminuir de intensidade, contemporizar, dar o dito pelo mal escrito. Por exemplo: "Não era bem isso que eu queria dizer. Vamos cabralizar a conversa".

Papo de Eris *(Eris, do turco Eris)* – Conversa que não se entende, algaravia (que, diga-se de passagem, também veio do Oriente Médio), argumento e/ou conversa que não faz sentido. É justo notar que existem duas variantes para o papo de Eris: a primeira é referente a um assunto complicado expresso em jargão específico – o economês, por exemplo – e que por isso mesmo se torna ininteligível. A segunda diz respeito a um assunto que poderia ser entendido se o sotaque do interlocutor ajudasse um pouco.

Emagricer *(verbo, ref. Magri)* – Usado no sentido de perder o emprego, piorar de vida – por extensão, entrar numa fria. Pode ser usado na ordem direta ("Você me emagriceu") ou no reflexivo ("Eu me emagrici"). Ver também o verbete **marketing,** subítem **caldo Magri,** sobre a proposta para que o ministro batize um caldo de galinha de segunda linha e preço popular, para ser usado em despachos de macumba. O jingle teria o refrão "Caldo Magri / o caldo pobre da galinha preta".

Intumecer *(verbo)* – Chamar o Tuma para prender alguém que tenha praticado qualquer contravenção aos códigos e tabelas. Por extensão, ficar bravo, perder as estribeiras, partir para a ignorância, melar o jogo, virar a mesa. Um grupo de educadores contratados pelo governo percorreu algumas escolas recomendando a professores e pais que deixassem de ameaçar crianças birrentas com o Tuma. Para dar mais força à campanha, o próprio diretor da Polícia Federal apareceu em programas infantis como o da Xuxa e da Angélica, carregou criancinha no colo, beijou o Praga e sorteou presentes para os baixinhos. Na ocasião, ele vestia ternos claros, confiscados do senador Fernando Henrique Cardoso.

Kandir *(verbo)* – Apertar, reduzir espaços e margens de negociação, arrochar. Por extensão, também usado no sentido de arrochar a namorada no carro: "Ontem fui ao *drive-in* e dei uma kandida na Cândida" (uma paroxítona e outra proparoxítona, que no carro chegaram perto do paroxismo de prazer, mas isso é outro vocábulo).

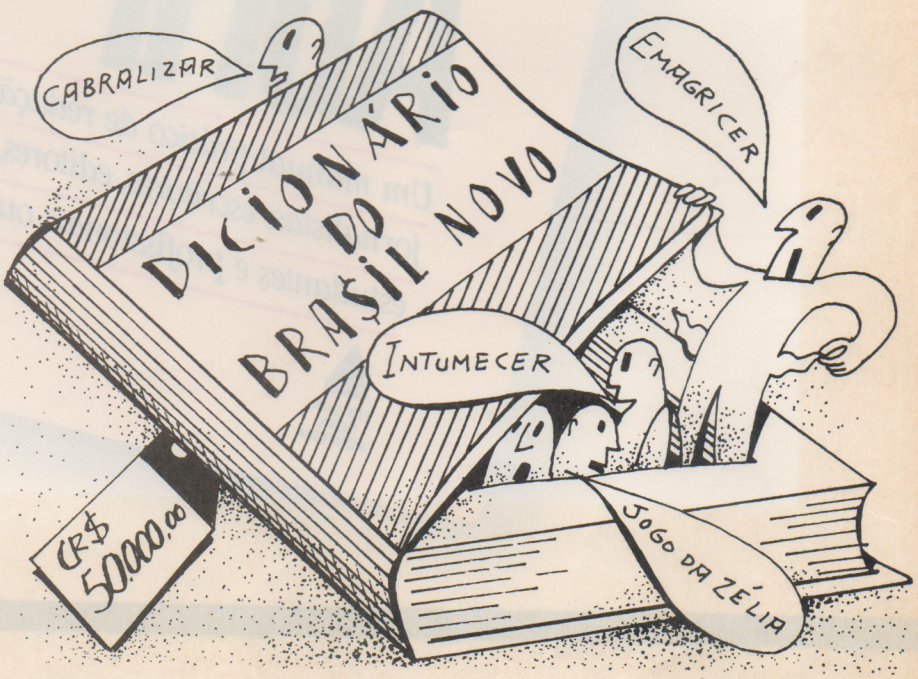
História para liberar cruzado – Conto de carochinha, história para boi dormir, argumento sem qualquer base real, sem qualquer crédito. "Depois de deflorar minha filha, ainda me veio com aquela história de liberar cruzados antes de casar. Pra cima de mim, não. Eu disse que se ele não casasse eu iria intumecer" (ver verbete).

McCanbúzios – Neologismo criado a partir da queda de volume de negócios na área da propaganda, quando a maioria das grandes agências, seguindo o exemplo das montadoras, decidiu dar férias coletivas para seus profissionais. Mas os publicitários tinham pouco dinheiro, acabaram ficando tristes e praticamente fechados em suas magníficas casas de praia.

Transferência de titularidade – A princípio apenas uma operação financeira para transferir cruzados novos da conta do credor. Depois, por extensão, passou a qualificar as prevaricações conjugais, as pequenas traições: "Ora, querida, esta mancha de batom não significa absolutamente nada. Foi apenas uma pequena transferência de titularidade. Meu cruzeirinho é você". Segue-se a tradicional briga, com direito a arremesso de pratos, copos e outros eletrodomésticos, inclusive a televisão recém-adquirida numa liquidação.

Jogo da Zélia – Variação do jogo da velha tradicional. Só que, nesta forma, quem sai com as cruzinhas pode jogar duas vezes, enquanto o adversário (com as bolinhas) pode jogar apenas uma. Se ainda assim o jogador das bolinhas tiver uma mínima chance de ganhar, é facultado ao jogador das cruzinhas intumecer e melar o jogo (ver verbete).

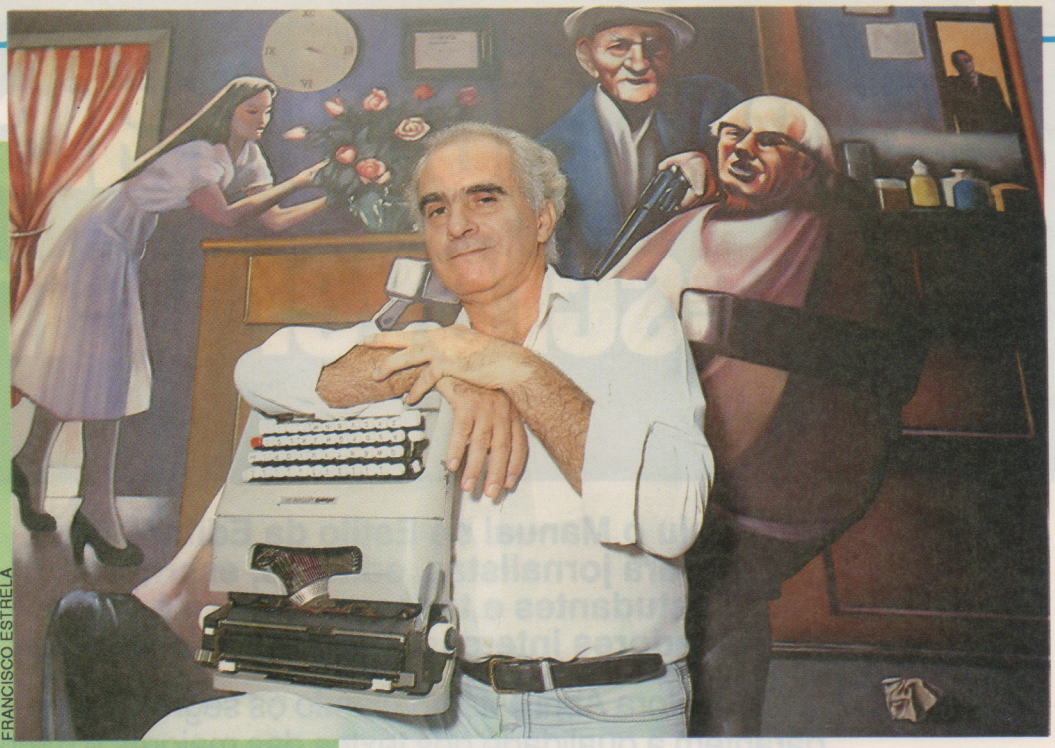
X



Remédio contra a solidão de escrever

Ele fez o percurso com que sonham nove entre dez profissionais de Imprensa. Em 1979, Ignácio de Loyola Brandão abandonou as redações para se tornar um escritor de sucesso, autor de livros como o antológico *Zero*, *Não Verás País Nenhum* e *Cadeiras Vazias*, entre outros.

Mas para o espanto de muita gente, ele está de volta à profissão, como redator-chefe da revista *Vogue*. Seria um caso de masoquismo? "Não", esclarece Loyola, 53 anos, "eu nunca cheguei a me desligar do jornalismo. A minha decisão é para combater a solidão do escritor."



FRANCISCO ESTRELA

Loyola na *Vogue*: na redação, de novo

Em busca da África desconhecida

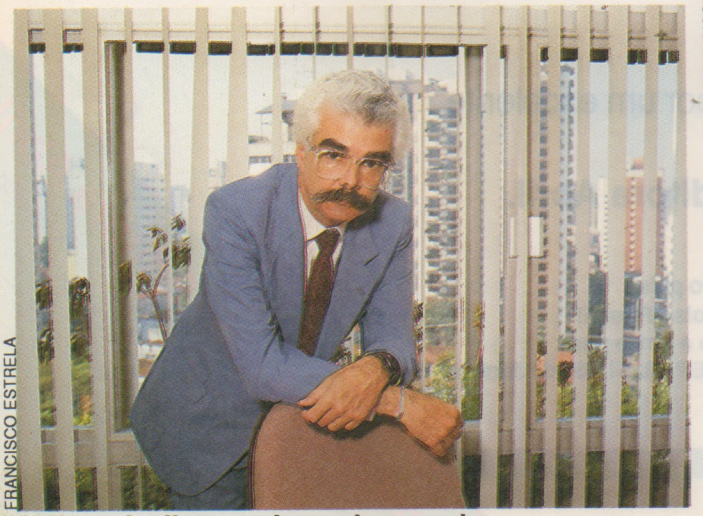
A aventura daria um roteiro de primeira para um filme de Spielberg: uma volta ao Continente Africano, em seis meses. É o que farão, a partir de 17 de setembro, Paulo Mafarrão e Antonio Carlos Lenzi, ambos com 24 anos, e Claudio Silva, 22 anos. Os dois primeiros vão de moto e o terceiro, de jipe. Na bagagem, câmeras de vídeo e máquinas fotográficas para o registro de toda a viagem. Esse material será recebido no Brasil pelo jornalista Alberto Guedes, 32 anos e 10 de profissão, que se encarregará de vendê-lo a jornais, revistas e emissoras de rádio e televisão.

Interesse pelo material não vai faltar, segundo Alberto, que já tem o jornal *Folha de S.Paulo* e a revista *Trip* como futuros compradores. "O máximo que se sabe sobre África, aqui, é que os elefantes correm risco de extinção", diz ele. "Queremos mostrar o Continente Africano como ele realmente é."



FRANCISCO ESTRELA

Paulo, Carlos e Guedes: aventura na selva



FRANCISCO ESTRELA

Velloso: de olho nos talentos do mercado

Caçador de cabeças premiadas

O mercado de contratação de executivos de alto nível já conta, desde abril, com um novo *headhunter*: trata-se de Guilherme Velloso, 45 anos e 21 de profissão, ex-diretor de assuntos corporativos da *Editora Abril*, agora na Panelli, Motta, Cabrera & Associados, uma das empresas mais respeitadas na caça de talentos.

Velloso começou na *Abril* como repórter da *Veja* e depois passou 14 anos na *Exame*, onde reuniu bons conhecimentos sobre as empresas e seus executivos. "Essa bagagem será muito útil no meu novo trabalho", diz ele, para quem, mesmo na crise, "as boas empresas sempre estarão procurando bons profissionais."

O preferido do grande público

"O bom filho à casa torna", diz o ditado que pode ser aplicado perfeitamente ao caso de Carlos Nascimento, 35 anos e 20 de profissão. Depois de uma bem-sucedida experiência como âncora dos telejornais da *TV Cultura* e da *TV Record*, em São Paulo, Nascimento retorna à *Globo* para comandar o *São Paulo Já*, um noticiário de entradas rápidas na programação vespertina.

Mas o que deixou Nascimento contente mesmo, foi saber que sua escolha está baseada em uma pesquisa da emissora, que o apontou como o apresentador de maior popularidade no estado. Caso raro de profissional que deixou a emissora-líder e não caiu no esquecimento. Nascimento saboreia sua volta à *Globo* de um jeito especial, "pois saí daqui como repórter e estou voltando como âncora, sem perder a popularidade".



FRANCISCO ESTRELA

Ângela: pela causa indígena

Prêmio de branco para programa de índio

Gratificação em dose dupla. Foi o que sentiu Ângela Papiani, 34 anos e 13 de profissão, quando o líder da UNI (União Nacional do Índio), o jornalista Ailton Krenak, recebeu, na Grécia, o prêmio Aristóteles Homem e Sociedade, concedido pela Fundação Onassis àqueles que realizam trabalhos relevantes à sociedade. Krenak é o marido de Ângela e, entre várias atividades que contribuíram para sua premiação, estão os programas de rádio para índios, apresentados por ele e produzidos por ela.

Ângela largou a grande Imprensa em 1985, para se entregar de corpo e alma à causa indígena. Ela faz o *Programa de Índio* e mais outros dois programas dedicados a índios no rádio.

No começo do ano, no entanto, o contrato com a Fundação Ford, financiadora dos programas, terminou. "Mas já estamos na captura de um novo patrocinador", diz ela, convencida de que, ao contrário do que o nome sugere, *Programa de Índio* é um bom negócio.



RICARDO HANTZSCHEL

Nascimento: o popular da *Globo*

Do lado de lá da ribalta

Em 1986, Vivien Lando, 32 anos e 10 de profissão, entrevistava o teatrólogo Antunes Filho, quando este a surpreendeu com o convite para ser sua assistente na direção da peça *Xica da Silva*. Vivien aceitou o convite e nunca mais parou. Em 87 já dirigia a adaptação de *Dom Casmurro*, de Machado de Assis. Em 88, era a vez de *Engraçadinha, seus amores e seus pecados*, adaptação de *Asfalto Selvagem*, de Nelson Rodrigues.

Agora, ela cuida dos preparativos de *Anjo Azul*, peça que vai estrear em maio. Vivien já fez crítica teatral, nunca abandonou o jornalismo e, por isso, não está preocupada com a opinião dos críticos. "Afinal", diz ela, "eu sei como as coisas funcionam no jornal."



FRANCISCO ESTRELA

Vivien (sentada): teatro na veia

Parto de macho

Abobrinhas nascidas da desatenção dos redatores

por Moacir Japiassu

Irritadíssimo porque paguei o salário dele em cruzados novos, Janistraquis se chegou com ares de provocação: ''Tá aqui! Espero que faça bom proveito, consideradíssimo!'', exclamou, arremessando sobre a mesa um recorte do *Jornal do Brasil*. Era, de fato, um insulto ao leitor, a matéria intitulada *Greve em Recife leva o caos aos hospitais da Previdência*. Perplexo, li, a linhas tantas: ''(...) As pacientes em trabalho de parto são atendidas pelos médicos em *colhões* espalhados pelo chão...''

Imaginei as coitadas a parir num verdadeiro matadouro antropofágico, onde se esvaía a tão propalada macheza nordestina, as *partes* jogadas pelo assoalho imundo, se é que o leitor deste *Perdão*... me entende. Contive, porém, tal pensamento; a palavra não seria talvez *colchões*, que a revisão miseravelmente castrara? Infelizmente, não! O fescenino termo repetia-se por três vezes no horripilante texto e, ao final, apresentava-se crudelíssimo. Até li em voz alta, para tentar atingir o ferido coração de meu secretário:

''Iara Maria Cabral, 30 anos, teve seu primeiro filho (de parto normal) e ontem aguardava alta para ir com seu bebê para casa, onde esperava descansar numa cama melhor do que um *colhão* no assoalho: 'Levei uns oito pontos no parto e fica desconfortável me abaixar. Dói muito', disse''. Janistraquis não pronunciou palavra; simplesmente foi até a escrivaninha e redigiu longa carta-protesto. Destinatário: Doutor Nascimento Brito, Av. Brasil, nº 500, sede do jornal. Entre outras reivindicações, meu secretário exigia que o dono do honrado matutino ''cortasse o mal pela raiz''.

•

Pavorosa informação contida na matéria intitulada *Carga tóxica polui lagoa e mata peixes (Folha de S. Paulo)*: ''Um caminhão com 26 mil toneladas de carga tóxica tombou na quarta-feira na rodovia dos Bandeirantes, em São Paulo, e contaminou um córrego, causando a morte de peixes''.

Horrorizado, Janistraquis, que já foi chofer de fenemê na Rio-Bahia, conseguiu balbuciar: ''Considerado, perto desse caminhão que carrega 26 mil toneladas, aquela jamanta do filme *Encurralado* pode ser considerada uma humilde carroça''. É verdade.

•

Janistraquis trouxe-me o *Segundo Caderno* de *O Globo*. Mãos trêmulas, olhos lacrimosos, ele comentou, em vacilante muxoxo: ''Considerado, logo o Chico... O Chico Buarque... quem diria...'' Apreensivo, li, na capa do *Caderno*, este título tão original: *A força do sexo frágil*. Abaixo, aberta em quatro colunas, uma foto colorida desse ídolo da MPB agarrado a um tremendo microfone. ''T'esconjuro!'', ainda consegui exclamar. Meu secretário mergulhou seu biscoito num açude de dúvidas. ''Considerado, devo pedir explicações ao Chico ou ao editor do *Caderno*?'', consultou-me, arrasado. Eu não soube responder.



•

Estranhei este título do *Suplemento Agrícola* do *Estadão: Gado de corte espera posse de Collor*. Porém Janistraquis, que possui uma chácara no Vale do Paraíba, me jurou estar certíssimo tal, digamos, enunciado. ''Considerado, é verdade'', garantiu; ''a bicharada andou açodada às vésperas da posse do homem. As galinhas lá de casa, então, estavam num assanhamento maior que o da Cláudia Raia na *TV Pirata*...'' Pedi a Janistraquis um pouco de moderação.

•

Dois títulos que meu secretário considerou ''porretamente inventivos'' e os inscreveu como candidatos favoritos ao Troféu SOS Imprensa:

– As fiiiiiiilas nossas de cada dia (*Diário do Povo*, Campinas)

– Medidas agradam a gregos e troianos (*Folha da Tarde*, S.P.)

É mais do que justo!

•

Esclarecimento do *Jornal da Praia*, do *Jornal da Tarde*: ''Para chegar à Tailândia não é preciso nenhum curso de meditação transcendental''. Janistraquis, que estava estudando há seis meses, vociferou: ''Considerado, o que a gente joga de dinheiro fora por causa desses jornais!...''

•

Chegou carta do jornalista Emílio Zola Florenzano, com quem trabalhei no *Jornal do Brasil*, nos anos 60. ''Imagina o sústo que levei'', começa ele, ''ao ler que uma companhia paranaense comprara a Sony (...)''. Zola referia-se à matéria do jornal *Indústria e Comércio*, de Curitiba, com o seguinte título: *Inepar lança ações e compra a Sony, na CIC*.

Seria, deveras, espantoso, se não lêssemos, linhas adiante, este esclarecimento: ''A Inepar adquiriu as instalações da Sony na Cidade Industrial de Curitiba (CIC), desocupadas desde que a multinacional japonesa se mudou para a Zona Franca de Manaus''.

Janistraquis, que ao ler o título já se punha perfilado a solfejar o *Hino à Bandeira*, deu última forma e comentou: ''Ah! Bom! A Inepar comprou só o armazém...''



O PESO DA RESPONSABILIDADE

Durante uma blitz no comércio de Brasília, o super-xerife Romeu Tuma flagra uma balança de farmácia que remarcava seu peso em dez quilos a mais.

Foto de Jorge Araújo, 39 anos e 20 de profissão, fotógrafo da **Agência Folhas**

Almadén, o vinho dos 100 dias de sol.

A Natureza trabalha pela qualidade no Paralelo 31.

A Almadén estudou o Brasil de ponta a ponta até encontrar Palomas, a única região do país com autêntica vocação para o cultivo das uvas de origem européia, que dão os grandes vinhos.

Questão de posição geográfica e clima. As uvas nobres, as viníferas, só se dão bem nos climas mediterrâneos, de invernos muito frios e verões quentes e secos, típicos das principais regiões vinícolas do mundo, todas situadas entre os paralelos 30 e 40.

Palomas fica sobre o Paralelo 31.

No frio de Palomas, o repouso das videiras.

As videiras européias exigem um mínimo de 500 horas de frio abaixo de 7 graus, entre os meses de maio e agosto, para o seu indispensável período anual de dormência, quando acumulam energias para a qualidade da próxima safra.

Palomas é generosa. Proporciona 700 horas ou mais de frio às videiras da Almadén.

Verão em Palomas. Sob o brilho do sol, as uvas se preparam para dar os grandes vinhos.

De novembro a março, é a fase de desenvolvimento e maturação das uvas.

As videiras e seus frutos precisam então de pelo menos 100 dias de sol intenso, tempo seco, muito calor.

Outra vez, Palomas é generosa e hospitaleira.

Oferece os mais longos e luminosos dias do verão no país, com o sol brilhando nos céus do Paralelo 31 durante mais de 14 horas.

É assim que as uvas da Almadén se desenvolvem saudáveis e suculentas. Atingem o ponto ideal de maturação, com máximas concentrações de açúcar natural e perfeito equilíbrio de todos os seus componentes.



Com as uvas ricas, sadias e maduras como só Palomas sabe dar, a Almadén elabora vinhos incomparáveis, com estilo próprio e saborosa personalidade. Vinhos harmoniosos, frutados, redondos, agradáveis, elegantes, para orgulho do consumidor brasileiro, tal como você queria.

Os 100 dias de sol brilham nas garrafas de Almadén.

Palomas dá o frio, dá os 100 dias de sol para a Almadén colher as melhores uvas do país e elaborar o vinho brasileiro de classe internacional.

Giovanni

Giovanni de Bourbon-Siciles

Jornalista restaurateur, enófilo, descendente de aristocráticas famílias européias. O Príncipe Giovanni de Bourbon-Siciles é autor do livro "The Snob in the Kitchen", editado nos Estados Unidos. Colaborador de revistas internacionais de gastronomia, moda e sociedade. Aficionado, estuda o vinho nas principais regiões produtoras do mundo.

Almadén
O vinho brasileiro de classe internacional


Venha para onde
está o sabor.
FILTER CIGARETTES
Marlboro
20 CIGARROS COM FILTRO
Marlboro
20 CIGARROS COM FILTRO
O MINISTÉRIO DA SAÚDE ADVERTE:
Fumar É Prejudicial À Saúde.