IMPRENSA

Ano VI Dez 92/Jan 93 O JORNALISMO DA COMUNICAÇÃO Nº 64 Cr$ 54.600,00

CADERNO DE MÍDIA
Geraldo Alonso Filho

A Língua Mortífera



PAULO CARUSO

Em depoimento exclusivo, Paulo Francis diz tudo o que pensa e um pouquinho mais

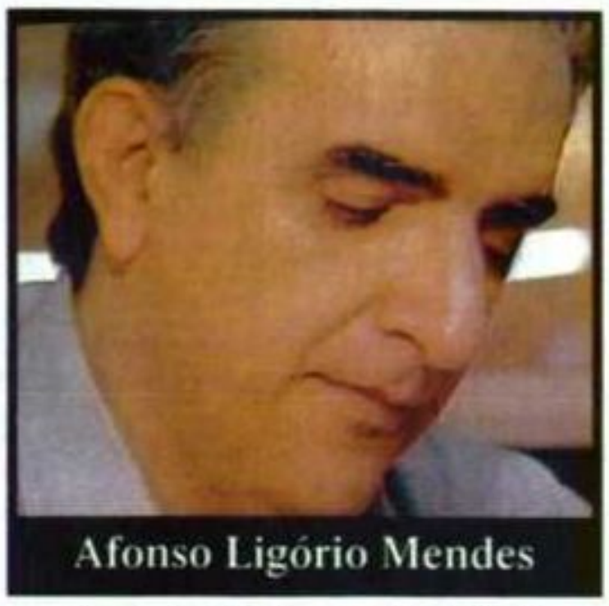
SEGURANÇA:
ATENÇÃO, JÔ SOARES: SEIS SUGESTÕES PARA QUE VOCÊ NÃO CAIA MAIS DE MOTO

DENÚNCIA:
A IMPRENSA NÃO ENTENDE NADA DE ÍNDIO NEM DA QUESTÃO AGRÁRIA

INFORME JORNALÍSTICO
O POVO
PÁGINAS 04 A 07

ENTREVISTA: ARNALDO JABOR

O BRASIL AINDA PRECISA


Afonso Ligório Mendes
Armarinho Santo António

Existe uma história do Brasil que não está nos livros. Uma história repleta de heróis anônimos que estão construindo um Brasil movido a trabalho, eficiência e progresso. Para contar esta outra história feita de empresas e empreendedores, o Bamerindus tomou a iniciativa de produzir e levar ao ar a série "Gente que Faz".


Sheun Ming Ling
Olvebra

Os sessenta programas produzidos pela TV1 e levados ao ar pela Rede Bandeirantes de Televisão contaram histórias de homens e mulheres que transformaram crença, talento e

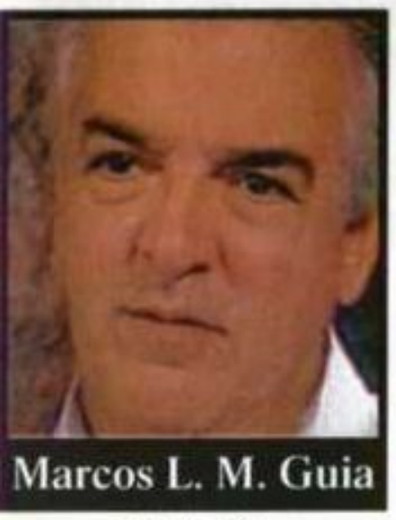

Cristina Magnelli
Securit

Gente que faz

PRÊMIO OPINIÃO PÚBLICA 1992 • PRÊMIO

DE MUITA GENTE QUE FAZ

determinação em empresas vitoriosas. Programas que hoje já fazem parte do acervo de mais de 150 faculdades de administração de empresas de todo o país, à disposição de 100 mil estudantes. A cada um dos empresários das sessenta empresas enfocadas pelo programa e, a cada um dos empreendedores brasileiros, cujo exemplo buscamos retratar nesta série, é que devemos atribuir o nosso sucesso. E é, portanto, a todas estas pessoas extraordinárias que dedicamos os prêmios que recebemos.



Marcos L. M. Guia
Biobrás



Maurício de Sousa
Maurício de Sousa

COLUCCI

BAMERINDUS

FENÍCIA DE IMPRENSA 1992 • PRÊMIO MARKETING BEST 1992

A TRADIÇÃO NA VANGUARDA

O jornal O POVO, de Fortaleza, completa 65 anos reunindo o prestígio de quem faz história na Região com o que há de mais moderno em termos de técnica e conceitos jornalísticos.

Tradição e modernidade não são conceitos antagônicos para O POVO, de Fortaleza, que completa 65 anos de existência no dia 7 de janeiro apoiado na condição de um veículo que fez história no Ceará - é um dos mais antigos do Nordeste ainda em circulação - e que se preocupa constantemente em inovar, acompanhando o que há de mais moderno na imprensa no Brasil e no mundo.

O POVO foi fundado por Demócrito Rocha, numa época em que os jornais eram instrumentos de causas políticas e imparcialidade era uma palavra inexistente no vocabulário jornalístico. O logotipo simulava o desenho de um chicote, traduzindo a intenção de "vergastar os poderosos e servir de veículo para as reinvindicações das massas insatisfeitas". "Uma bateria descoberta para os embates francos e leais, na arena da imprensa", como escrevia Demócrito Rocha, no primeiro editorial.

Hoje O POVO é uma empresa de comunicação, que inclui duas rádios - AM e FM - e a Fundação Demócrito Rocha, presidida por Demócrito Dummar, neto do fundador do jornal. É um caso raro de empresa familiar no Nordeste que chega à terceira geração, e a quarta já se prepara para assumir, no futuro, através de Dummar Neto e Luciana, filhos de Demócrito Dummar que já trabalham no jornal.

Da "bandeira de combate" que desfraldou em seu nascimento, O POVO conserva ainda a posição crítica em relação


O POVO

Falando ao povo

"A imprensa modelo-antigo, de cloq
ques systematicos, desmoralizou-se
opinião sensata do país"

Uma genero
à "O P

Notas do dia

Fac-símile do nº 1 do O POVO: causa política

às várias esferas de poder e seu presidente orgulha-se de lembrar que ele é o único jornal do Ceará desvinculado de grupos políticos ou econômicos. O único negócio da família Rocha Dummar é a comunicação, que procura exercer, acima de tudo, com isenção.

Carta de Princípios - Alguns princípios gerais norteiam o jornalismo do O POVO, e estes foram enfeixados na Carta de Princípios que o jornal tornou pública em 1989, numa das várias inovações que capitaneou na história da imprensa cearense. A Carta foi elaborada pelo Conselho Editorial, onde pontificam nomes como o da escritora Rachel de Queiroz, do jurista Paulo Bonavides, do ex-superintendente da Sudene Walfrido Salmito e da jornalista Adísia Sá, hoje diretora da Rádio AM do Povo e da Rádio Cidade FM.

Entre os princípios que relaciona estão liberdade, imparcialidade e lealdade, democracia, justiça, ética, regionalidade e modernidade. Fora destes conceitos genéricos, o jornal se preocupa, no seu dia a dia, é com a notícia, despida de qualquer interesse além da informação e embalada numa linguagem moderna caracterizada pela objetividade e concisão, sem descuidar da apresentação gráfica.

O POVO foi o primeiro jornal do Ceará a criar uma editoria de arte, que produz gráficos e ilustrações dentro da orientação contemporânea de que o texto jornalístico, na disputa com a televisão, pode buscar apoio em elementos de apelo visual que convidem à leitura e ajudem na apreensão do seu conteúdo jornalístico. Nesse sentido o uso da cor é fundamental.

"O objetivo do jornal atual é dar o máximo de informação no menor espaço e da forma mais atrativa e racional possível", diz Demócrito Dumar, lembrando a relação inversamente proporcional entre o tempo disponível para a leitura e a necessidade de informação num mundo cada vez mais complexo.

Dentro dessa visão, a objetividade é cobrada com insistência dos jornalistas do O POVO, que são impelidos a escrever textos curtos e enxutos, mas nem por isso superficiais.

Grandes reportagens, devidamente retrancadas e graficamente bem trabalhadas, são um dos atrativos das edições domingueiras do jornal, que incluem um caderno de variedades - o Vida & Arte - ampliado e mais analítico, um caderno de TV, com matérias locais e nacionais e uma página de Ciência e Tecnologia.

Intercâmbio com Navarra - "A notícia tem que ser vendida como um produto, mas não pode perder a seriedade de seu conteúdo", diz Demócrito, que se orgulha de ter os melhores profissionais dentro da redação do O POVO e não admite acomodação. Inquieto, o presidente da empresa apóia as demandas da redação e toma iniciativas no que diz respeito à reciclagem e treinamento dos profissionais, instigando os editores a seguirem a regra de inovar sempre e procurar fazer cada vez melhor.

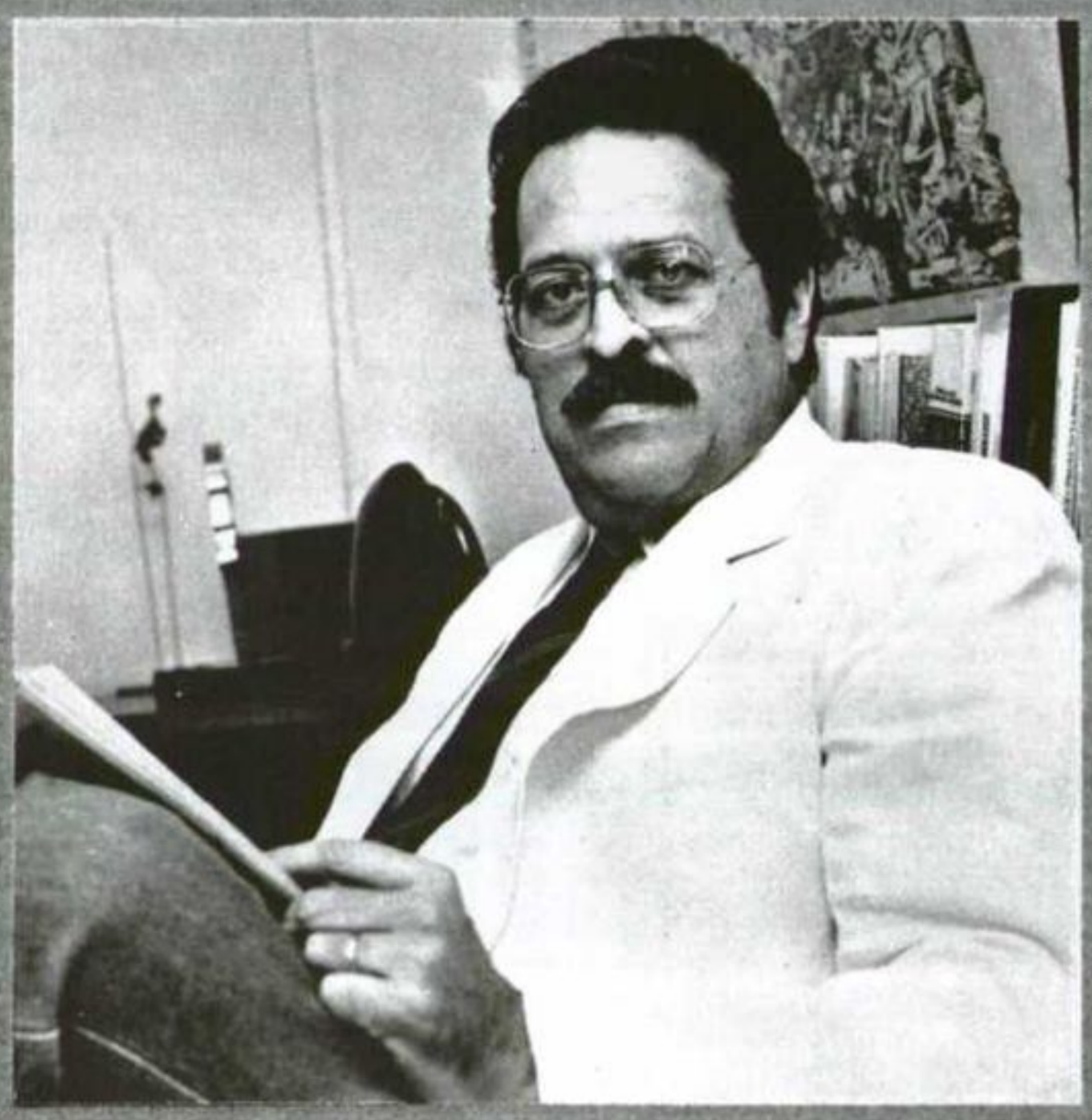
Dentro dessa proposta O POVO está constantemente promovendo cursos, palestras e seminários para os quais convida os profissionais mais qualificados do Brasil e do exterior. A última iniciativa nesse campo foi um seminário para os editores, com dois professores da Universidade de Navarra, Espanha, o grande celeiro do pensamento moderno na área de comunicação.

O intercâmbio com a Universidade de Navarra, feito através da Associação Nacional de Jornais, deve continuar, com a vinda de outros professores e com a ida de alguns profissionais do O POVO para estagiarem ou fazerem cursos na Universidade.

Pesquisas mostram liderança - As qualidades que O POVO se atribui não são mera retórica, foram comprovadas em pesquisas de opinião pública. A última delas, realizada pelo DataFolha no final de 1991, descobriu entre os leitores que 60% consideravam O POVO o jornal mais completo, 59% o mais sério, 60% o mais confiável, 56% o mais honesto, 50% o mais independente, 44% o mais imparcial, 52% o que possui linha editorial mais definida e 58% o que presta mais serviços à população. 75% responderam que O POVO é o jornal mais lido.

Resultado parecido já tinha sido verificado em 1988, pela Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura, da Universidade Federal do Ceará: 64% dos entrevistados consideraram O POVO um jornal ponderado, 58% acharam-no apartidário, 39,6% julgaram-no como fiscalizador em relação ao poder público, 53,9% classificaram-no como pluralista e 65,8% como independente.

"É nosso objetivo dar o máximo de Informação no menor espaço e da forma mais atrativa e racional possível"



Demócrito Dummar, presidente da empresa jornalística O POVO, que engloba uma Fundação e duas rádios

Essas características são seguidas ao pé da letra e às vezes são incompreendidas, num primeiro momento, pelos próprios leitores. Um exemplo bem recente: fiel ao pluralismo que faz com que disputem espaço na suas páginas editoriais do monarquista extremado ao petista mais exaltado, O POVO não cedeu às pressões de leitores que queriam o fim da coluna domingueira de Paulo Francis, depois que chamou os nordestinos de jecas e o Nordeste de "região desgraçada". Ao contrário de outros jornais da Região, manteve a coluna de Paulo Francis e até convidou-o para um debate em Fortaleza, alimentando a polêmica com a publicação das críticas ao colunista.

Relação com a comunidade - Ao mesmo tempo em que dá espaço a todas as tendências ideológicas e partidárias, O POVO adota como característica uma inserção crescente na comunidade, caracterizada pelas ações da Fundação Demócrito Rocha e outras iniciativas do jornal, com o programa "O POVO nos Bairros".

O jornal procura extrapolar a cobertura usual dos problemas dos bairros pela editoria de Cidades, envolvendo os moradores na discussão dos problemas e até apoiando a criação de associações de empresários, artistas e outros segmentos da população. De bairro em bairro, além de cobrir jornalisticamente os fatos que merecem ir para as páginas do jornal, O POVO vai plantando a semente de um posicionamento crítico dos moradores, que os faça identificar as origens das questões que afligem a comunidade e saber reivindicar soluções.

Dentro da visão que faz o jornal deixar de ser um simples veículo de comunicação para se tornar um organismo social vivo, nasceu a "Bandalheira", bloco pré-carnavalesco cuja iniciativa partiu de alguns

jornalistas do O POVO, ganhou o apoio do Governo do Estado e se institucionalizou como uma opção de lazer da cidade, atraindo milhares de pessoas para a Praia de Iracema todas as tardes de sábado, a partir do ano passado. Em 92 a Bandalheira já agita os carnavalescos da cidade desde outubro, objetivando apoiar a ação receptiva de Fortaleza no seu crescente fluxo turístico.

Fundação - Na área econômica O POVO imprime sua marca, junto com a Fundação Demócrito Rocha, na entrega do Prêmio Desempenho às melhores e maiores empresas do Nordeste e do Ceará, escolhidas por institutos especializados através da análise e cruzamento de indicadores dos negócios, porte, crescimento, rentabilidade, endividamento e liquidez.

Os dois últimos estudos foram realizados pelo Instituto Miguel Calmon (IMIC), sediado na Bahia.

Grande parte das promoções é feita com a Fundação Demócrito Rocha, mantida pela empresa jornalística O POVO desde 1985, com os objetivos básicos de promover e apoiar ações coletivas voltadas para o desenvolvimento do Nordeste, particularmente do Ceará.

A mais importante realização da Fundação é a Universidade Aberta, considerada pela READ (Rede Brasileira de Educação Superior Aberta e à Distância) como a maior e mais importante experiência de educação superior não presencial da América Latina.

Uma contribuição ao debate é dada através do "Jogo de Idéias", que já levou para Fortaleza, para happy-hours intelectuais, nomes como os do jornalista Otávio Frias Filho, do publicitário Ronald Assumpção, do paisagista Burle Marx, do prefeito Jaime Lerner, de Curitiba, do sindicalista Vicente Paulo da Silva, o Vicentinho, do artista plástico Aldemir Martins, do publicitário Washington Olivetto e do empresário Ricardo Semler.

Na área cultural a Fundação Demócrito Rocha se destaca pela promoção quinquenal da Exposição Internacional de Esculturas Efêmeras, pela outorga do Prêmio Samburá de Cinema, e pela edição de livros, em geral publicações de teses acadêmicas enfocando aspectos relacionados à cidade de Fortaleza, como uma extensão da editoria de Cidades do O POVO.

Rádios - Amplificando a inserção do O POVO na comunidade, as duas rádios formam com o jornal e a Fundação um conjunto que guarda características comuns e complementares. A Rádio FM Cidade é direcionada preferencialmente para o público jovem, das classes A e B, operando via satélite e real-time. A AM do O POVO, a primeira AM Stéreo do Nordeste, é mais informação e serviço, mas busca também o ouvinte mais qualificado.

Voltado para o futuro, O POVO seguiu o caminho das empresas modernas também no campo da informatização. Este ano foram informatizadas todas as atividades do departamento comercial e o sistema financeiro. Há vários anos informatizou os classificados. Parte da redação já trabalha com computadores e até o final de 93 deverá completar sua informatização.



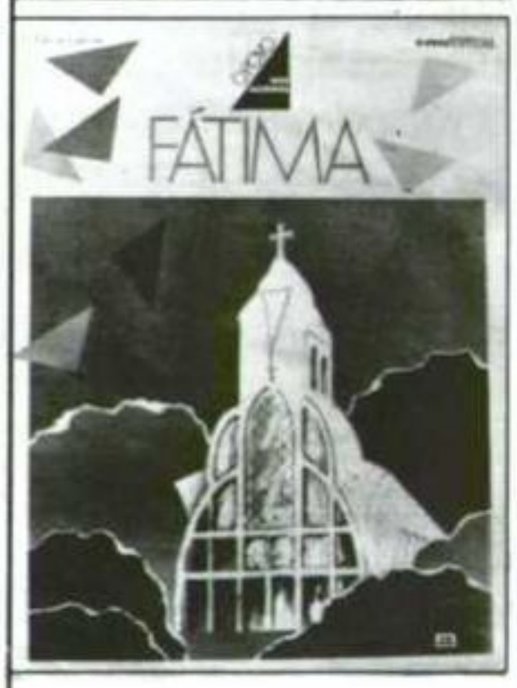




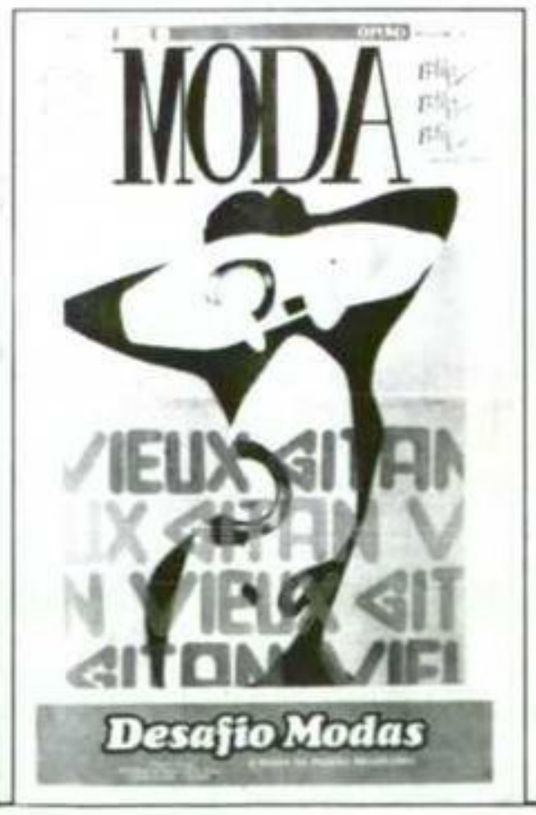












Os principais cadernos do jornal hoje: imparcialidade e objetividade, numa embalagem atraente e moderna

Credibilidade comprovada em números

Apesar de ser o jornal mais antigo do Ceará, O POVO não se sente ameaçado pelos concorrentes mais novos. A circulação do Diário do Nordeste superou a sua no Estado, mas O POVO é líder em Fortaleza na venda de anúncios classificados, é o preferido das classes A e B, formadoras de opinião, e o que tem mais credibilidade, como comprovaram as pesquisas do DataFolha e da Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura. A partir de maio a circulação do O POVO na Capital voltou a crescer. A diferença com o principal concorrente aos domingos também diminuiu (ver gráficos).

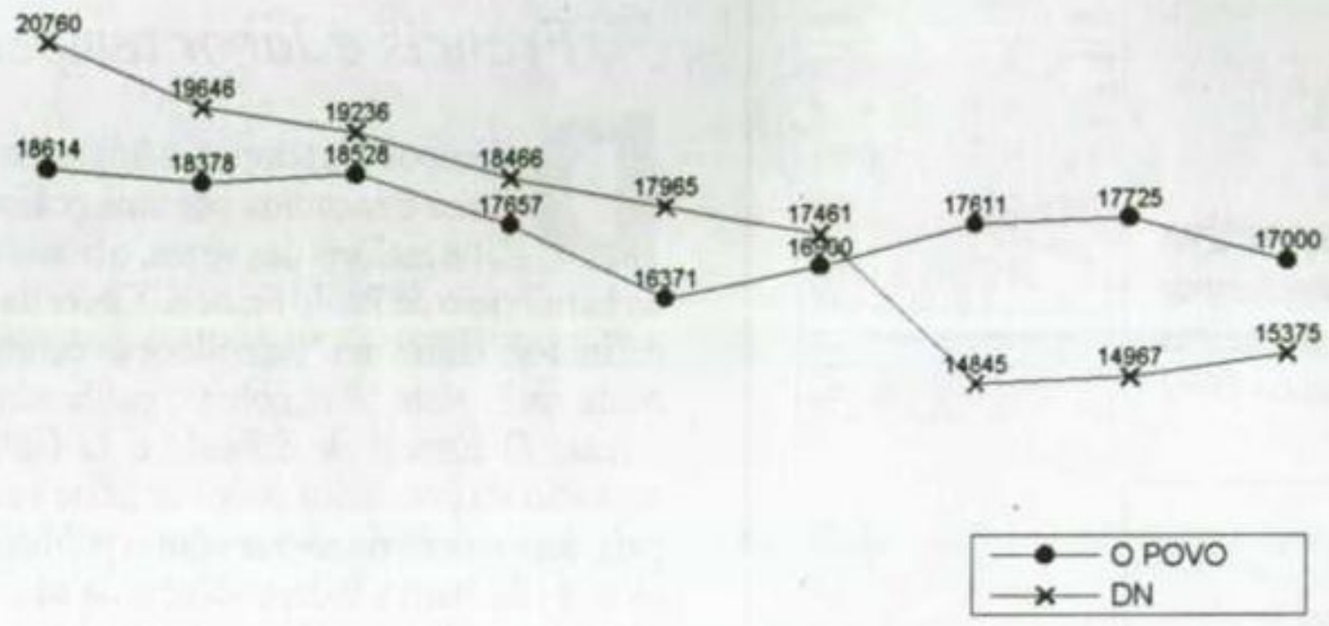
A posição do jornal em Fortaleza é essencial para medir sua importância no mercado publicitário e de classificados. Um terço da população cearense está na Capital, assim como a esmagadora maioria dos habitantes com real poder de compra. O diretor superintendente do O POVO, Osvaldo Araújo, explica que nem sempre o número absoluto de circulação líquida do IVC (Instituto Verificador de Circulação) caracteriza uma posição de liderança no mercado. No caso do Ceará, o grande mercado é a Capital. Os outros 200 municípios têm potencial imediato de mercado muito reduzido, pois Fortaleza representa 83% do ICMS gerado no Estado.

O POVO é o jornal que mais vende classificados, superando, em determinados dias da semana, os quatro maiores jornais do País: Folha de São Paulo, Estadão, Jornal do Brasil e O Globo. "Os Populares" do O POVO, como são conhecidos, são publicados em tamanho tablóide e foram os primeiros a utilizar computadores em todas as suas operações, da recepção à impressão. Possuem um dos mais completos sistemas de retrancas do Brasil, 900 ao todo.

"Os cadernos classificados são o melhor termômetro da força de vendas de um jornal", diz o diretor comercial do O POVO, Ribamar Gomes. Segundo ele, "Os Populares" garantem o poder de penetração do jornal, reunindo a maior quantidade de anúncios, o maior número de anunciantes, a melhor relação custo-benefício, a maior diversidade de ofertas e a maior rotatividade de anúncios". Ribamar Gomes diz ainda que a venda de classificados é impulsionada pela credibilidade do O POVO e pela sua penetração nas classes com maior poder de compra.

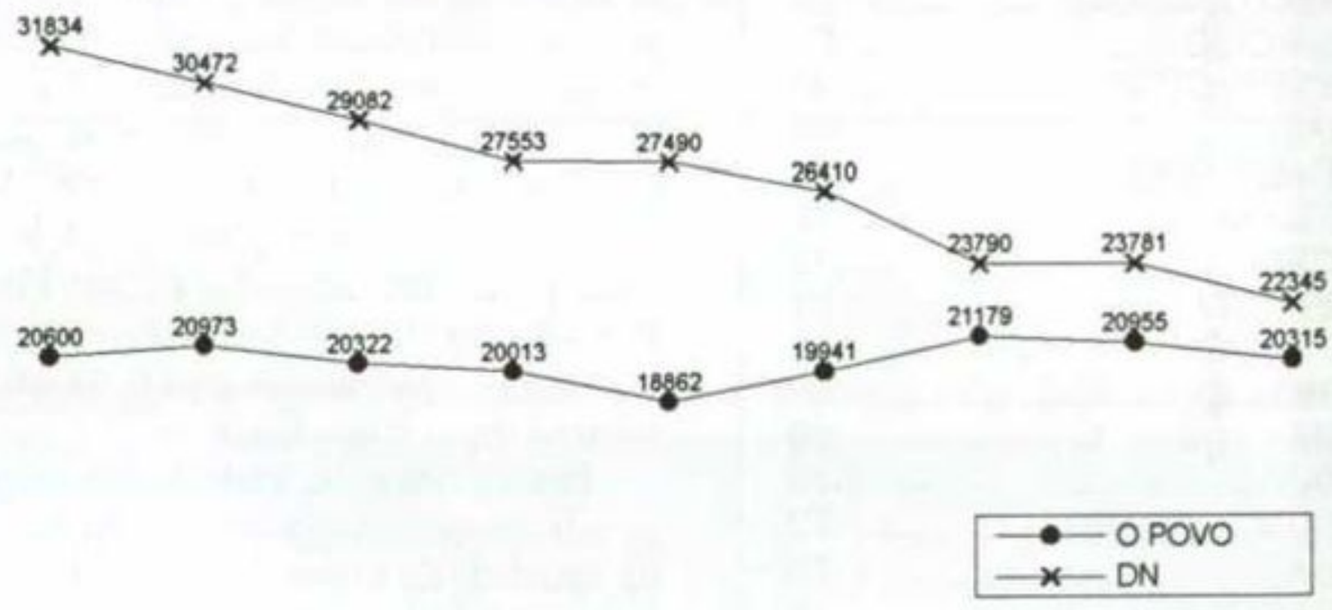
O POVO lidera de segunda a sábado

Circulação liquida paga - média segunda a sábado na cidade sede de janeiro a setembro/92



O POVO cresce no domingo

Circulação liquida paga - média domingo na cidade sede de janeiro a setembro/92



Fonte: IVC-IJE

O POVO vende mais classificados

Comparação com o principal concorrente, o Diário do Nordeste (DN), de setembro a novembro/92, mostra diferença crescente em favor do O POVO no número de anúncios de linha veiculados

	O POVO	DN	Diferença
Setembro	65.652	53.582	12.070
Outubro	67.298	51.650	15.648
Novembro	65.674	47.692	17.982

P A U T A



Retrospectiva
As melhores capas e primeiras páginas de 1992



Jô Soares
Seis campanhas para salvar a pele do humorista

SUÍTE 10
ECONOMÊS 11
MANHATTAN 12
TERRA 16
CHUMBO GROSSO 22
PINGA-FOGO 27
RETROSPECTIVA 33
OPINIÃO 36
UTILIDADE PÚBLICA 39
COLEGUINHAS 46
MEMÓRIA 48
ENTREVISTA 51
HOMENAGEM 56
TEATRO 60
RÚSSIA 66
ALEMANHA 69
TORPEDOS DE MEL 72
LÍNGUA 73
SINAL VERDE 74
PERDÃO, LEITORES 80
CADERNO DE MÍDIA 81
PONTO DE VISTA 98

Atiradores de elite

Francis e Jabor temperam a geléia geral da Imprensa

De tempos em tempos, a Imprensa brasileira é sacudida por uma polêmica. E, na maioria das vezes, o nome atrás do barulho é o de Paulo Francis. Ele, certa vez, definiu-se como um "demolidor de certezas". Nada mais justo. Sua coluna, publicada nos jornais *O Estado de S.Paulo* e *O Globo* e reproduzida por vários outros de norte a sul do país, tem o dom de mexer com o público. Há os que admiram a independência de suas opiniões e o estilo impiedoso; e os que imaginam que tais qualidades sejam fruto de uma personalidade doentia, que se diverte em espezinhar tudo e a todos. Uma coisa é certa. Ninguém fica indiferente a Paulo Francis.

A última foi agora no final do ano. Francis fez comentários pouco elogiosos sobre Eduardo Suplicy, candidato derrotado do PT à prefeitura de São Paulo, e acabou sendo proibido, numa decisão absurda de um juiz eleitoral, de se referir ao petista em sua coluna. Depois, provocou uma onda de indignação no Nordeste brasileiro, ao dizer que os nordestinos mais vivos haviam deixado aquela região "desgraçada", migrando para o sul. IMPRENSA reuniu amigos, desafetos, jornalistas e intelectuais que fizeram perguntas a Paulo Francis. E suas respostas — com a habitual carga explosiva — ganharam a capa desta edição e estão na seção Pinga-Fogo.

Paulo Francis faz parte de um grupo de jornalistas que conquistou o pleno exercício da liberdade de expressão. Esse seleto clube ganhou há dois anos um novo integrante. Arnaldo Jabor trocou a angustiante vida de cineasta tupiniquim por um espaço cativo nas páginas da *Folha de S.Paulo*. E converteu-se em pouco tempo num articulista de raro brilho, mostrando tanto talento quanto à época em que estava atrás das câmeras. Jabor, na verdade, voltou ao jornalismo. Em 1962 ele despontava nas páginas do *Metropolitano*, jornal de vanguarda da esquerda independente, que circulava encartado no *Diário de Notícias*. Entrevistado por IMPRENSA, Jabor relembra esse período de intensa efervescência cultural, fala de seu prazer em voltar à redação e mostra-se preocupado com o que classificou de "paralisia política" que assola o país.

Os sintomas dessa doença nacional, nas suas mais variadas formas, estão impressos nas páginas dos jornais e nos noticiários da TV, todos os dias. Uma de suas expressões mais odiosas é o seqüestro, do qual foi vítima o publicitário Geraldo Alonso Filho, levado da porta de sua casa, em São Paulo, na noite de 8 de dezembro. Na tarde desse dia ele havia recebido IMPRENSA para uma longa conversa, que está reproduzida no Caderno de Mídia. IMPRENSA, assim como todo o mercado de comunicação, torce para que Geraldo Alonso Filho volte ao convívio de sua família e de seus colegas o mais breve possível.

• • •

Esta edição de IMPRENSA corresponde aos meses de dezembro e janeiro. Aos assinantes está garantido o recebimento de mais um exemplar ao término do período de suas assinaturas.

OS EDITORES

Editor e Diretor: Dante Matiussi e Sinval de Itacarambi Leão.
Conselho Editorial: Luis Edgar de Andrade (presidente), Antonio Telles, Carlos Alberto Sardenberg, Carlos Leonam, Celso Japiassu, José Marques de Melo, Luis Fernando Veríssimo, Luigi Mamprim, Luiz Fernando Mercadante, Marina Colasanti, Nelson Sirotsky, Otto Lara Resende, Pedro Rogério, Roberto Drummond, Roberto Duailibi, Walter Nori.

Diretor Editorial: Dante Matiussi. Editor Executivo: Gerson Sintoni. Editor Especial: Luiz Egypto de Cerqueira. Editor de Fotografia: Francisco Estrela. Colunistas: Carlito Maia, Carlos Brickmann, Josué Machado, Lucas Mendes, Moacir Japiassu, Washington Novaes. Colaboram nesta edição: Ailton Krenak, Carlos Chaparro, Caroline Yarrio, Claudio Weber Abramo, Cristina Mira, Eloy Santos, Enio Mainardi, Geneton Moraes Neto, Gilberto Menezes Côrtes, Jairo Arco e Flexa, Lúcia Guimarães, Mário de Moraes, Marion Strussmann, Paula Vianna, Ronaldo Kotscho, Rosa Gauditano, Valéria Sifer. Correspondentes: Ana Maria Bahiana (Los Angeles), José Meirelles Passos (Washington), Lúcia Guimarães (Nova York), Milton Blay (Paris). Chefe de Arte: Claudio Silva. Capa: OZ Desenhos&Associados. Ilustração: Nilo Viegas. Revisão e preparação de texto: Silvia Helena Balderama e Gamaliel Inácio da Silva. Secretária: Alessandra Vinhas. Pesquisa de Mídia: Alessandra Arvati.

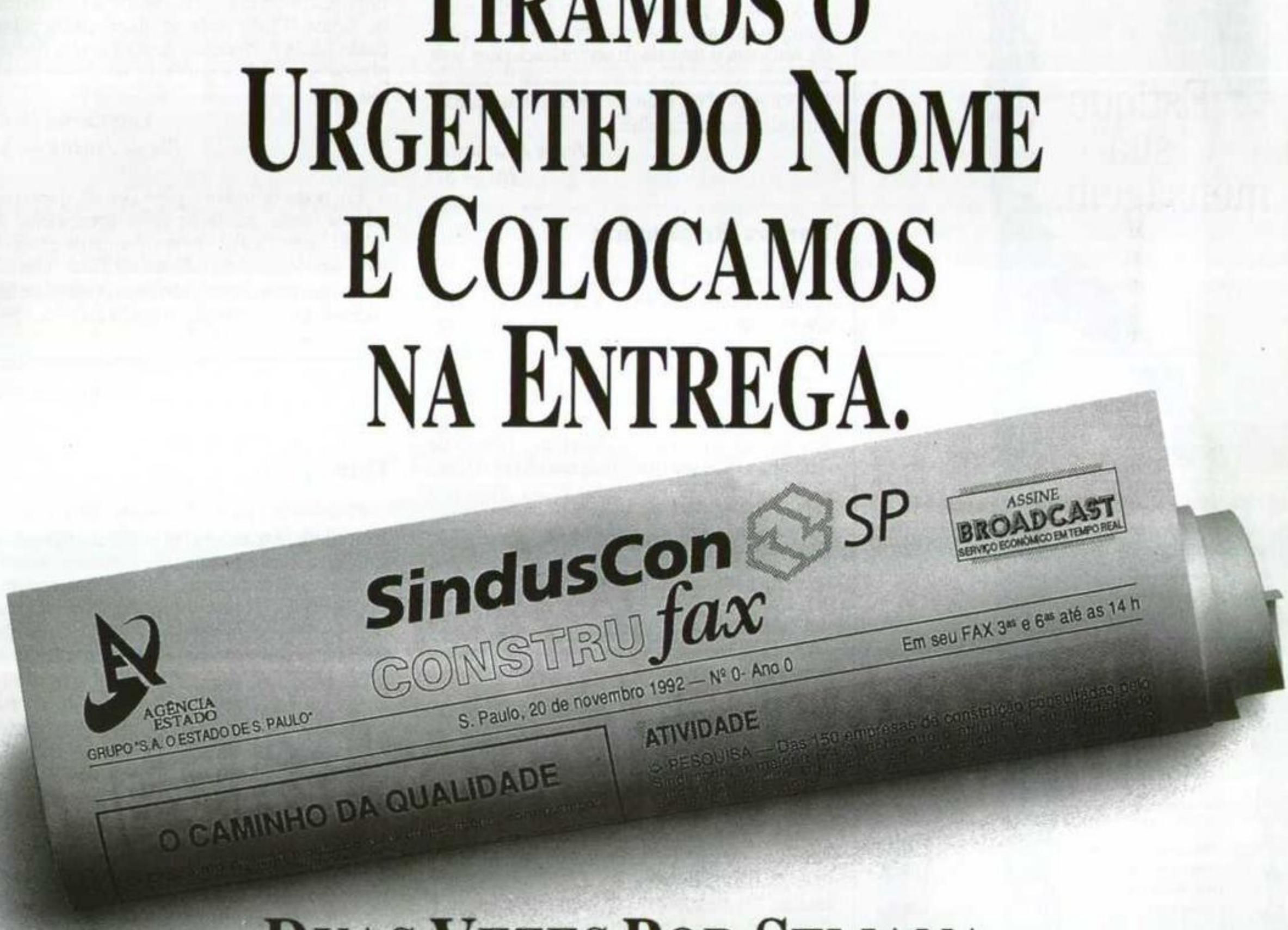
Publicidade: Gerente nacional: Rogério Ferreira. Representante Brasil (menos no Estado de S.Paulo): Ro&S Comunicação e Marketing Ltda. Rozana Rocque (diretora) Rua São José, 90 Sala 1105 CEP 20.013-400 Rio de Janeiro RJ. Tel.: (021) 224-2027 Telefax (021) 224-0468. Supervisora de Operações Comerciais: Adriana Baptistini. Circulação: AC Com. e Circ. Ltda. Gerente: Ari Caleffi. Atendimento ao Assinante: Tel.: (011) 262-6405. Distribuição exclusiva para todo o Brasil: Dinap. Números atrasados: ao mesmo preço do exemplar em banca, por carta à Feeling Editorial. Diretor Responsável: Dante Matiussi (MTb 11.760). IMPRENSA é uma publicação mensal da Feeling Editorial Ltda. CGC 67.277.426/0001-68. IMPRENSA: Rua Livreiro Saraiva, 137 Pacaembu CEP 01237-020 São Paulo SP. Diretoria: (011) 262-6405, 263-6457 e 262-9729. Redação: (011) 263-8574. Telefax: (011) 263-8574. Editoração eletrônica: ImaginArt Computação Gráfica (011) 885-8687. Fotolitos: Império (011) 292-3347. Impressão e acabamento: Editora Três Ltda. Registrada nos termos dos artigos 8º e 9º da Lei Federal nº 5.205/87, 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 LEXIS/NEXIS da MEAD DATA CENTRAL INC.

Feeling IMPRENSA

Filiada à ANER



TIRAMOS O URGENTE DO NOME E COLOCAMOS NA ENTREGA.



DUAS VEZES POR SEMANA.

O SindusCon-SP se associou à Agência Estado para modernizar seu jornal por inteiro. Começa pelo teto: o nome passa a ser *ConstruFax*. Passa pela base: agora vai por fax, muito mais ágil, duas vezes por semana. Às terças e sextas-feiras. E termina no acabamento: informações bem ordenadas e de fácil consulta. *ConstruFax*. O programa de modernização do SindusCon-SP saindo do papel.

SindusCon SP
Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo

Biondi & Associados

Estique sua mensagem.

Quando você anuncia um produto na revista Imprensa, sua mensagem vai mais longe. Afinal, você se comunica diretamente com os formadores de opinião, que não só recebem a mensagem, como também a passam adiante.
Faça o seu produto entrar para a Imprensa e sair pelo país.
Ligue para o departamento comercial da revista Imprensa: (011) 262-6405.

IMPRENSA

Feeling Editorial Ltda.
Rua Livreiro Saraiva, 137 – CEP 01257-020 – São Paulo – SP – Telefone: (011) 262-6405

Suíte



Roberto Marinho

Roberto Marinho não merece tanto respeito. Se virou eminência cinza foi graças à ausência de uma política efetiva controlando a formação de monopólios, em detrimento da nação. Suas contribuições filantrópicas em apoio à educação, como a Fundação Roberto Marinho, são anuladas pela idiotização do país pelos mauricinhos criadores das telenovelas da *Rede Globo*.

Hanns John Maier
Ubatuba — SP

A vida do jornalista Roberto Marinho é um exemplo para as novas gerações. Não foi à toa que ele construiu o império de comunicação que hoje comanda. Ainda assim, lendo a matéria de capa de IMPRENSA nº 61, acho que descobri seu segredo: é trabalho, muito trabalho.

Jorge Adamastor
Itu — SP

Carlos Brickmann

Parabéns, Carlos Brickmann, por seu artigo no número de setembro de IMPRENSA. Você é dos poucos que ainda lembra uma série de perguntas que o Brasil tem vontade de ver respondidas. Por que será que *Veja* diminuiu seu ímpeto? O que passou, passou? Importante é que o Collor saísse! E o "impoluto" Sarney? Vai ficar sem punição? E os que forneceram o mundo de dinheiro a PC e sua quadrilha, não são tão criminosos quanto? O receptador é tão criminoso quanto o ladrão. E o corruptor não é tanto quanto o corrupto? Brickmann, em benefício deste país, insista em suas perguntas. Enquanto existir **um** honesto, teremos esperança.

Ary Ferreira de Macedo
Rio de Janeiro — RJ

Janistraquis

Como leitora e assinante da revista IMPRENSA, gostaria de saber por que uma revista mensal sai com tantos tropeços. Sejam eles na escrita, na digitação, na diagramação ou nas contas. Na edição nº 62, Janistraquis constatou um dado curioso: mãe Francisca pariu aos 79 anos ou o jornalista que fez a matéria errou nas contas. Na mesma edição, algumas páginas à frente, fiquei um tanto intrigada ao ler a matéria "O anúncio dos meus sonhos", no Caderno de Mídia. Nei Azambuja, publicitário, é redator da agência Contemporânea, *tem 39 anos de idade e 29 de profissão*? Uau, a ele podemos dar o prêmio "Garoto Prodígio" que desde os dez anos trabalha no ramo. E queria saber do Enio Mainardi qual o efeito que ele buscava ao iniciar um dos parágrafos da sua coluna com: "*Me ocorreu* estrangular o fulano..." O referido *Me ocorreu* também está na edição nº62.

Patricia Cerqueira
São Paulo — SP

Pela ordem: mãe Francisca pariu mesmo aos 79 anos, pelo menos segundo a matéria da Folha de S.Paulo *capturada pelo solerte Janistraquis. Aliás, detectar absurdos da Imprensa é a razão de ser da seção "Perdão, Leitores", que existe desde a primeira edição de IMPRENSA. O publicitário Nei Azambuja tem 39 anos e 19 de profissão. E no texto de Enio Mainardi, embora o correto seja "Ocorreu-me...", trata-se, evidentemente, de uma — digamos — licença poética.*

Wladir Dupont

Agradeço a Wladir Dupont o registro sobre a nossa *Comunicação Atual*, newsletter que produzimos com o objetivo de discutir os temas ligados ao setor, com ênfase nas assessorias de Imprensa, segmento principal de nossa atividade. Como Wladir pode ter observado, a publicação ainda é modesta, mas está nos nossos planos ampliá-la a partir do início do próximo ano.

Luiz Carlos Mello
Rio de Janeiro — RJ

Em nome de toda a equipe *Detroit*, quero manifestar nossa satisfação pelos comentários de Wladir Dupont sobre a campanha que desenvolvemos para nosso cliente *Jornal da Tarde*. Um trabalho que, com certeza, não seria possível se não pudéssemos contar também com o apoio dos profissionais do *Jornal da Tarde*.

José Francisco Eustachio
São Paulo — SP

Don Caló

Gostaria de pedir um grande favor a Sílvio Lancellotti. Assim que for possível, diga a Don Calógero Castellamare que estamos sempre atentos aos seus sensíveis comentários, transmitidos através da ótima seção "Na Mira da Lupara". Italianíssima criatura, D. Caló dá um verdadeiro show de sinceridade ao falar (e às vezes explodir) sobre assuntos que envolvem a comunicação e, principalmente, a propaganda brasileira. A Tigre e a Núcleo Sul querem apenas dizer que ficam muito contentes ao constatar mais uma vez o acerto da sua linha de comunicação com os consumidores.

Norton F. Albo, gerente de marketing da Tubos e Conexões Tigre,e
Gilnei Silveira, diretor de criação da Núcleo Sul Publicidade
Joinville — SC

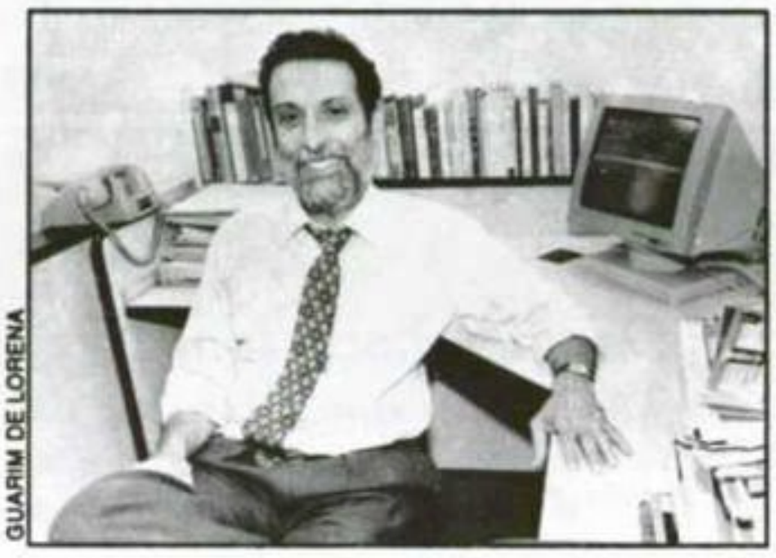
Barriga

Por uma falha técnica, não foi creditada a foto de capa de IMPRENSA nº62, de autoria de Guarim de Lorena.

As fotos de Ibsen Pinheiro (IMPRENSA nº63) são de José Alberto/Macro, e não João Alberto, como saiu publicado.

O reino da linguagem codificada

Textos incompreensíveis não são privilégio das editorias de Economia


GUARIM DE LORENA

"Quem já sabe o que é voto distrital, um tema sempre citado no noticiário?"

por Gilberto Menezes Côrtes

Uma vez li um artigo genial na revista *Viaje Bem*, da Vasp. Esqueci o autor, mas o tema me fascinou tanto — eram dicas para falar difícil e enrolado sobre diversos assuntos — que tirei algumas cópias e mostrei aos colegas. O texto considerava uma "perseguição" a birra dos jornalistas em relação ao linguajar do pessoal especializado em economia.

Para mim, não existe esse tal de *economês*, mas apenas assuntos que podem até ser complicados, mas são mal explicados por falta de espaço — ou de competência do repórter que fez a matéria ou do redator do texto final. Na verdade, todas as editorias e seções dos jornais têm sua linguagem própria, às vezes hermética e difícil para o leitor comum. Isso acontece na economia e também na política, no esporte, na medicina, na ecologia, no tênis, na Fórmula 1, na música popular e clássica, na navegação, na informática e na aviação.

Há 16 anos, quando era subeditor de Economia do *JB* — tratada pejorativamente como "o setor" pelo então poderoso copidesque, com o José Silveira à frente, devido ao excesso de matérias que vinham com o título ou o *lead* falando do setor automobilístico, setor de bens de capitais, setor petroquímico etc., etc. —, fui provocado pelo Elio Gaspari, à época editor de Política e do *Informe JB*, que criticou o *economês* usado pela Economia para explicar o *open market* e outras chatices. Embora concordando, repliquei, na hora, que também gostaria de ver o pessoal da Política explicando o tal do voto distrital em 25 ou 30 linhas, e em linguagem acessível ao leitor comum.

Tudo bem — Para quem não se lembra, o voto distrital era tema freqüente das magras seções de Política daqueles tempos do governo Geisel, quando se ensaiava o processo de abertura política do país, sob a inspiração do bruxo Golbery. A implicância da Política e dos copidesques com a Economia tinha sua razão de ser: os "anos de chumbo" do governo Médici corresponderam ao "milagre brasileiro" e à hipertrofia do noticiário econômico, com a empulhação dos tecnocratas glorificados pelo milagre.

Volto ao artigo da revista da Vasp (sem cachê do Canhedo, por favor) para lembrar que, além do *economês*, temos *politiquês*, o *tributês*, o *musicologuês*, o *cinemês*, o *ecologuês*, o *futebolês*, o *psicologuês* e o *formulaumês*. Se um texto de 15 linhas sobre o mercado financeiro às vezes é ininteligível, apesar da noção de tradução que o Joelmir Beting e o Luís Nassif incutiram nas novas gerações, pergunto: quem já entendeu o que é voto distrital, tema que anualmente volta ao noticiário político e aos editoriais?

Algumas críticas de cinema e música popular são difíceis de aturar. E temas de ecologia, como a biodiversidade? Por acaso eram mais fáceis de entender durante a Rio-92, apesar do esforço de tradução de pessoas competentes como a Kristina Michahelles, aqui do *JB*? O que dizer do artigo de um psicanalista ou de um sociólogo no caderno *Idéias*?

Vejamos esse texto sobre cinema: "Apesar de premiada em diversos festivais, a obra não deixa de ser apenas uma *ficção documental realista* com raízes em superadas *realizações de expressão bíblica acadêmica*. Serve apenas como exemplo de uma *cinematografia comercial melodramática*." Ou esse sobre música clássica: "A orquestra esteve perfeita no terceiro movimento da *abertura camerística neoclássica*. Os metais e as madeiras acompanharam com maestria o andamento *campestre nacionalista* do tema melódico *folclórico polirrítmico*. Uma interpretação de mestres!" (Os grifos são meus).

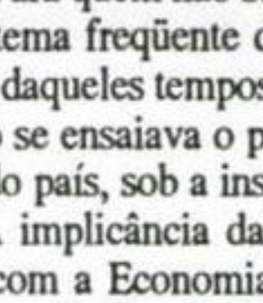
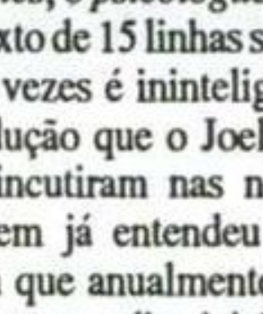
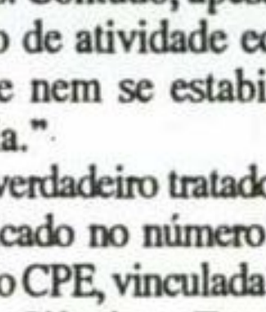
Pergunto: há muita diferença entre as críticas que lemos nos jornais e revistas sobre música popular, com termos e neologismos conhecidos apenas no meio musical, e esses dois *scripts* que parecem ter sido escritos para a Casseta & Planeta? Então, tudo bem, vamos dividir nossas culpas, sem descarregar no *economês*.

Nosso idioma — Já que o assunto é *economês*, aí vai uma pérola: "É este referencial ortodoxo que embasa a política, nada ortodoxa, da primeira equipe econômica do Governo Collor (...) Com um perfil mais ortodoxo, a nova equipe aumenta ainda mais a rigidez da estratégia monetarista, com novas medidas de redução da liquidez e elevações surpreendentes da taxa de juros. Visava-se com essa estratégia evitar um possível reaquecimento da demanda, com o início da liberação dos cruzados novos. Como se sabe, a demanda não foi reaquecida, mas sim novamente desaquecida, levando a recessão a um prenúncio de depressão, através da ampliação acelerada do desemprego e do número de concordatas e falências. Contudo, apesar de toda essa desarticulação de atividade econômica, a inflação não cede nem se estabiliza como postula a ortodoxia."

Esse verdadeiro tratado de *economês* baiano foi publicado no número 9 da *Carta CPE*, da Fundação CPE, vinculada à Secretaria do Planejamento, Ciência e Tecnologia da Bahia, do governo ACM. Espero que nenhum coleguinha o tenha reproduzido, sem se dar ao trabalho de vertê-lo ao português e à linguagem simples do jornalismo, que é o nosso idioma.

X

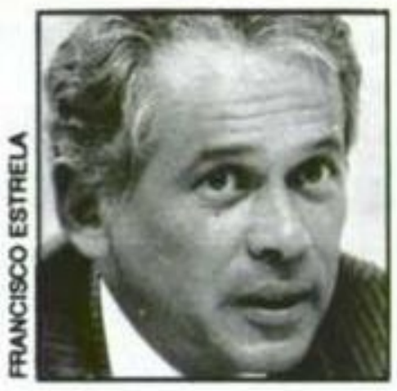
Gilberto Menezes Côrtes, 42 anos e 20 de profissão, é editorialista do *Jornal do Brasil* e gerente de Radiojornalismo da *Rádio JB*.


Johnnie Walker

Johnnie Walker

Johnnie Walker

Assim Cabral descobriu a América!



O inglês macarrônico revelou um dileto sobrinho do Tio Sam



FRANCISCO ESTRELA

por Lucas Mendes

What is your address? (Qual é o seu endereço?) — perguntou a mulher da Nasa, responsável por credenciamentos.

— Cabral. *Ci, ei, bi, ar, ei, el* — respondeu o assistente de câmera com uma rapidez extraordinária, achando que havia sido perguntado sobre seu nome.

— I beg your pardon? Your address.

— Carlos. *Ci, ei, ar, el, ou. es* — ele soletrou o primeiro nome.

— A mulher quer saber é o seu endereço. Você não sabe inglês?

— Eu entendi mal — tentou explicar.

— O Hélio Costa sabe que você não sabe inglês?

A última pergunta deixou o assistente arrasado. Ele trabalhava com o Hélio havia meses e conseguia dar a impressão de que sabia inglês. Cabral era um dos maiores sacadores com que já trabalhei.

— Por favor, não conta nada pra ele. Estou fazendo um curso intensivo, e já-já vou estar entendendo tudo.

Falar bem ele nunca falou, mas acabava conseguindo o que precisava na base do esforço e da intuição. Ou na malandragem mesmo. Era *free lancer* e estava tão disposto a ser contratado como assistente no escritório de Nova York da *Globo*, que engravidou a mulher. Engravidou de mentira, para comover o Hélio, que chefiava o escritório. A mulher era muito redonda e a gente nunca se deu conta se estava grávida ou não.

— Vou ser pai — anunciou um dia. — A Nenen está de quatro meses.

Hotel permissivo — Nenen era a mulher dele. Maravilha. Nenen ia ter nenen. Ganhou parabéns e, coincidência ou não, pouco depois ele estava contratado. A Nenen sempre muito redonda, mas nenen, mesmo, nada..., embora já tivesse promovido um chá de bebê e tudo. Nove meses adentro, as outras mulheres do escritório cada vez mais preocupadas com o nenen da Nenen, até que um dia Cabral anunciou que tinha nascido morto. Se ele tivesse dito isso e ficado quieto, ninguém teria descoberto a trama. Mas ele disse que a culpa era do hospital, que não tinha dado bom atendimento à mulher porque ela não era americana. Quando eu fiz questão de conversar com os médicos, Cabral acabou contando a verdade. Não havia nenhuma criança. Ele fazia qualquer negócio pelo emprego.

Trabalhando para a *Globo*, sua grande alegria era chegar à América Central, com ou sem revolução. Parecia um comandante. Quando descemos na Nicarágua para cobrir a viagem do papa, os sandinistas trouxeram uns cães para cheirar o equipamento dos jornalistas, à procura de alguma bomba. Acho que era só para sacanear os americanos, porque era um bando de vira-latas amarrados com cordinha de bacalhau. Nem coleira os bichos tinham. No aeroporto, Cabral fuzilou:

— Non permita su perro mijar em mi equipamento — disse ao soldado que vinha com o vira-latas.

— Perdón, compañero.

— Su perro está mijando em mi gravador.

— Perdón, compañero.

Era uma das pequenas vinganças dos sandinistas contra a Imprensa internacional. O alvo eram os americanos, mas sobrava para nós, para todos os estrangeiros.

Meses depois, em El Salvador, assustados com os tiros, Cabral descobriu os bordéis. Uma noite chegou ao hotel com uma moça muito ajeitada e ficou desfilando com ela pelo *lobby* e pelos restaurantes, certo de que estava abafando. E de fato despertou alguma inveja.

Naquela época — era começo dos 80 — as mulheres não estavam tão envolvidas em cobertura de guerras. Eram raridades. Quando Cabral subiu com a moça para o quarto, um companheiro de equipe deu 20 dólares a um garçom para fazer um telefonema.

Aqui é da segurança e neste hotel não permitimos esse tipo de comportamento. Além do mais, essa que subiu com o senhor é a *chica* favorita do capitão. Se ele descobrir, não quero nem saber... Por que o senhor não faz um acerto com a segurança do hotel?

Cabral nunca contou quanto ele pagou de suborno. No dia seguinte estava quebrado, mas garantiu que a segurança do hotel estava nas mãos dele. De fato, os seguranças só faltavam aplaudir quando ele entrava e saía. Foi o primeiro e único hóspede do hotel a distribuir dinheiro entre eles para subir com mulher. Era um hotel tão permissivo que um outro assistente descobriu que, além das camareiras, até a massagista cega transava por um punhadinho de dólares.

Primeiras páginas — O outro grande prazer dele era uma noiva com quem estava comprometido antes de conhecer Nenen. Mas não se tratava de sexo nem poder. Ela estava em São Paulo e, de madrugada, quando começavam os tiros perto do hotel, Cabral imediatamente ligava para a noiva, colocava o telefone fora da janela e dividia com ela os perigos da missão. E a outra sempre ali ao lado. Cabral nunca entregava os pontos.

Uma vez estávamos no sul dos Estados Unidos, onde o café da manhã costuma ser uma refeição farta. No interior da Georgia, uma torrada francesa vem com três fatias grossas de pão, batatas, geléias e todos aqueles complementos sulistas. Desprevenido das proporções e achando que as torradas fossem como as nossas, Cabral pediu logo três. A garçonete ainda tentou esclarecer, mas acabou entendendo que estava pedindo para outras pessoas que estariam vindo em seguida. Quando entramos no restaurante, a mesa dele estava inteiramente coberta de comida. Cabral não vacilou:

— Acordei com uma fome desgraçada!

Num restaurante em Los Angeles, o garçom perguntou ao cinegrafista se queria arroz para acompanhar o peixe e ele respondeu que sim. Eu também pedi arroz.

— Rice for you too? — perguntou o

garçom a Cabral.

— Yes, rice for you too, please.

Isso já na época que achava que estava dominando o inglês...

O episódio favorito entre os cinegrafistas foi na Disneylândia, quando fomos entrevistar o homem que fazia, no cinema, a voz do Pato Donald original. Ele estava com o boneco do pato no colo e, tudo pronto para começar, Cabral chamou o cinegrafista Henderson Royes num canto e informou que estava com um problema grave.

— Só temos microfone pro Lucas e pro homem.

— E daí — perguntou Henderson impaciente, tenso, porque já tínhamos tido vários problemas técnicos na viagem. Os estopins estavam curtos.

— Não temos microfone pro pato.

Graças a Cabral, a tensão acabou numa explosão de riso.

Mas não são apenas os assistentes de câmera que trabalham em Nova York falando mal o inglês. Conheci correspondentes que não conseguiam ler a primeira página do *New York Times*, muito menos as da *Time* e *Newsweek*, que gostam de criar expressões e jogar com as palavras.

Boa notícia — Um desses correspondentes que estava aqui temporariamente resolveu fazer um *vox populi*, o popular *povo fala*, sobre uma recente pesquisa americana. A pesquisa concluía que os americanos



mais felizes são aqueles casais com mais de 60 anos que têm relações sexuais pelo menos três vezes por semana. Convenhamos: mesmo para quem fala bem o inglês, não é fácil abordar desconhecidos na rua perguntando uma coisa tão pessoal. Foi o que aconteceu com o repórter. Ele treinou um pouco com a produtora: *Rau meni taimes duiu rev sex ei uiki?* E foi falar com os casais de velhos em volta da igreja de São Patrício, próximo ao escritório dele. Você pode imaginar a perplexidade do casal de velhinhos que, depois de passar anos juntando dinheiro no interior do Iowa, é abordado por um estranho, com uma câmera de TV, perguntando sobre sexo.

O casal acha que não entendeu a pergunta e reage com um *I beg your pardon.* Depois de várias tentativas, o cinegrafista que está se escondendo atrás da câmera acaba traduzindo a pergunta. O velho manda o repórter para as quintas dos infernos.

Como não é ao vivo, o repórter pode traduzir como bem entender — e traduziu que os velhinhos estavam transando dia sim, dia não. Muitos telespectadores brasileiros devem ficar com a impressão que os velhinhos daqui têm não só uma vida sexual extraordinária, como a anunciam pela TV. Pensando bem, casal com mais de 60 anos transando dia sim, dia não realmente é notícia em qualquer parte do mundo.

X

ASSINE

IMPRENSA

jornalismo e comunicação

É SÓ LIGAR (011) 62-4329

Rua Livreiro Saraiva, 137 - CEP 01237-020 - São Paulo/SP

Em 92, o compromisso do BEMGE foi procurar atender melhor.

Quem vai ao Banco hoje no país, muitas vezes tem que conviver com filas e mau atendimento. O Bemge sabe disso e passou o ano de 1992 procurando encontrar soluções e alternativas de atendimento para seus Clientes, na hora e no lugar que eles precisam. O atendimento aos Aposentados, em Belo Horizonte, por exemplo, está sendo um modelo para diversos Bancos em todo o país.

Vários serviços foram lançados e tomadas as providências para reduzir ou acabar com as filas nas Agências e Postos. Veja o que já foi feito pelo Bemge para melhorar o atendimento aos seus 880 mil Correntistas, 600 mil Clientes de Poupança e milhares de Usuários:

Os Clientes do Bemge não precisam mais entrar em fila de Banco para pagar contas de telefone.

O Bemge sabe que o seu tempo é importante. Por isso implantou o serviço de pagamento automático das contas de telefone. Você assina uma autorização e todo mês o Bemge quita a conta e debita o valor na sua Conta-Corrente. Você fica em dia, evita filas e não paga nada a mais por isso. E continua recebendo as contas em casa para controle. Esse serviço já está funcionando para contas da TELEMIG - Telecomunicações de Minas Gerais - e CTBC - Companhia Telefônica Brasil Central. O Bemge já está negociando a ampliação desses serviços com outras concessionárias de telefone, luz e água .

Pagamento com Cartão em Postos de Gasolina e Supermercados.



THE CASH

$

REDE FÁCIL

Não é somente dentro das Agências que o Bemge está procurando oferecer alternativas para os seus Clientes. Em Belo Horizonte e em outras cidades do Brasil, nos postos de gasolina e nos supermercados credenciados pela Rede Fácil e The Cash, o Cliente do Bemge não precisa mais preencher cheques. Basta usar o Cartão Supercheque. É simples, prático, seguro, e sem nenhuma taxa ou despesa adicional. E o valor é debitado no mínimo 48 horas depois ou em até 30 dias, de acordo com o posto ou supermercado.

Resgate Automático do Fundão.

Menos preocupação com a Conta-Corrente.

O Bemge tem resgate automático do Fundão. Sempre que a Conta-Corrente do Cliente ficar negativa, o Banco resgata o dinheiro automaticamente do Fundão e cobre o saldo devedor. Esse serviço contribui para reduzir as filas e o congestionamento dos telefones para pedir resgate. O Cliente do Bemge não precisa se preocupar em ficar cobrindo saldos devedores em sua Conta-Corrente, ao mesmo tempo em que seu dinheiro ganha rentabilidade.

Rede de agências.

Missão é atender em todo lugar.

Minas Gerais tem 68 municípios sem agência de Banco e 140 atendidos por postos e caixas volantes. Só quem vive em uma cidade sem Banco sabe os transtornos que isso causa: funcionários e professores que perdem dias de trabalho para receber em outra cidade, comerciantes e fazendeiros que transferem a riqueza de seus municípios para o município vizinho por não terem como recolher impostos e fazer aplicações, o produtor rural que não tem como fazer empréstimos e financiamentos, etc.

O Bemge assumiu o compromisso de atender a essas localidades e, até 1994, quer estar presente em 75% dos municípios mineiros. Atualmente, o Bemge tem 634 pontos de atendimento, sendo 339 Agências instaladas em 303 municípios mineiros e 63 Agências nos outros Estados do país.

Banco, quando e onde você precisa.



Sistema Verde Amarelo
Banco 24 Horas.

O Bemge está integrado à Rede de Agências de todos os Bancos Estaduais do país. São cerca de 6.000 Pontos de Atendimento onde você pode sacar dinheiro, apresentando o seu Cartão Supercheque. No primeiro trimestre/93, cerca de 2.000 Agências de Bancos Estaduais estarão interligadas *on line*. Além disso, como Cliente do Bemge, você tem à disposição uma rede de mais de 300 quiosques do Banco 24 Horas, nas principais cidades do país.

Fundo de Commodities.

Uma boa combinação de rentabilidade e liquidez.

Sempre atento às necessidades dos Clientes, o Bemge lançou o Fundo de Commodities, uma aplicação onde você pode fazer saques diários, após o 30º dia, sem perda da rentabilidade. Além disso, não há tributação de IOF e o Imposto de Renda é menor sobre o ganho real que em outras aplicações.

Atendimento à necessidade de cada Cliente.

As pessoas são diferentes e têm necessidades diferentes. Por isso, o Bemge entra em 93 com um atendimento diferenciado para cada Cliente. Analisando as necessidades de seus Clientes, o Banco segmentou seu atendimento e está se estruturando para trabalhar com Gerentes e pessoal especializado em: Pessoas Físicas, Grandes Empresas, Micro, Pequenas e Médias Empresas, Produtores Rurais, Governo , Funcionalismo, Mercado Internacional, Mercado Financeiro e de Capitais e Operações Especiais.

Mini Agência.

Um novo jeito de atender.

Para atender bairros e centros comerciais em cidades de grande porte, descentralizando os serviços, o Bemge está desenvolvendo um novo conceito de atendimento, unindo tecnologia com o tratamento de Funcionários que conheçam cada Cliente pelo nome e, naturalmente, por suas necessidades. São as Mini Agências, onde o Cliente, próximo de sua casa, vai sentir de novo o calor humano que recebia nos Bancos de antigamente, com a vantagem de ter os serviços eletrônicos também à disposição. Quatro dessas Mini Agências já estão sendo instaladas em Belo Horizonte e, brevemente, serão implantadas em outras cidades e regiões que não tenham agência de Banco.

Apoio ao interior de Minas.

O Banco Estadual de Minas Gerais tem que estar próximo das comunidades mineiras. O Bemge decidiu descentralizar sua ação e se tornar um especialista em cada região de Minas. Para isso, transferiu Superintendências Operacionais para 11 cidades-pólo nas diversas regiões de Minas, trabalhando com o moderno conceito de Unidade Estratégica de Negócios, ou seja, cada Superintendência gera e administra seus próprios resultados. Isso significa, para os Clientes, mais sensibilidade, rapidez e agilidade no atendimento a suas necessidades. Para competir no mercado nacional, o Bemge tem Superintendências Operacionais em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, que coordenam os negócios do Banco em todo o país.

BEMGE
BANCO DO ESTADO DE MINAS GERAIS S.A.

Em 93, esse compromisso continua.



FOTOS ROSA GAUDITANO/FOTOGRAMA

Dança guerreira Kaiapó: "É raro o jornalista que saiba pesar o valor real de sua matéria"

A NAÇÃO AVILTADA

A Imprensa só tem olhos para as áreas urbanas e insiste...

Em fevereiro de 1989, a repórter-fotográfica **Rosa Gaudita-no,** 37 anos e 18 de profissão, foi a Altamira (PA) para cobrir o I Encontro dos Povos Indígenas do Xingu. Ela viajou sem suspeitar que ali, entre mais de mil índios brasileiros e estrangeiros, seu trabalho iria sofrer uma guinada de 180 graus. Até então, seu olhar coerente já havia perscrutado meninos e meninas de rua, as festas brasileiras, os movimentos sociais e a vida das grandes cidades, ambientes nos quais sua câmera capturou cenas carregadas de informação e sensibilidade. Os índios, porém, incorporaram em sua atividade um universo multifacetado e fascinante que só uma profissional apaixonada pela imagem seria capaz de registrar. "Surpreendi-me com o número de povos indígenas existentes



Criança Carajá: "Desapareceu o repórter que tinha contato com o Brasil oculto"



Mulheres Yanomami, em Roraima, 1992



Crianças Kaiapó, no Pará, 1989

...em ignorar as histórias dos brasileiros da Amazônia

no Brasil, com sua diversidade e com o desconhecimento que nós temos deles", diz a fotógrafa, que desde aquela época envolveu-se num ambicioso projeto de documentação — "que vai durar anos" — das 209 nações indígenas que ainda sobrevivem no país. Uma mostra desse trabalho pode ser conferida nesta e nas páginas seguintes. São imagens cuja beleza não é capaz de dissimular a ignorância e a irresponsabilidade com que a Imprensa trata as questões relativas à vida dos povos da terra, sejam índios, ou trabalhadores rurais da Amazônia — como se constata, aliás, no texto do líder indígena Ailton Krenak e na entrevista do padre Ricardo Rezende, pároco de Rio Maria, no Pará, editados a seguir.

→

Povo jornalista não entende nada de índio

As coberturas são fracas, o espaço é pequeno e os repórteres mal-informados

por Ailton Krenak



ROSA GAUDITANO/FOTOGRAMA

Krenak: "Despareceu o jornalista culto"

No início dos anos 80, a Imprensa ainda tinha algum interesse pelos conflitos de trabalhadores rurais, os novos programas do governo para reeditar o milagre brasileiro e os escândalos na política de ocupação da Amazônia. Era uma época em que os jornalistas estavam atentos às questões indígenas e à cultura das populações tradicionais no Brasil.

No entanto, a partir dali, devagarzinho, foi se aprofundando o fosso da ignorância e nós começamos a ver que esse jornalista que tinha cultura sobre o país, que pelo menos conhecia sua geografia, especializou-se em outras áreas, recebeu convites para dirigir alguma empresa ou conseguiu emprego em algum órgão governamental... Passou a ser cada vez mais raro encontrar um jornalista que soubesse pesar o valor real das coisas quando estava fazendo uma matéria.

Última fronteira — Naquela época, eu me lembro que os jornais tinham um jornalista especializado nas questões indígenas, capaz de entender quando uma notícia envolvia uma gente Krahô, uma comunidade Kaingang ou Xavante. Ele não só conseguia localizar no território brasileiro a geografia daquela área indígena, como às vezes tinha cultura suficiente para entender que o líder daquela comunidade Kaingang era o Ângelo Kretan — que naquele momento estava sendo perseguido, ameaçado, até que finalmente foi morto por um grupo de empresas interessadas em saquear, de suas terras, a última reserva de araucária.

Essa cultura que permitia a um repórter fazer uma matéria com discernimento, entender as relações que envolviam aquele fato ou aquela tribo foi desaparecendo para dar lugar a outro tipo de jornalista que, cada vez que entrava em contato com esse Brasil escondido, revelava o quanto era ignorante da realidade do país.

Quando olho para os últimos dez anos, não consigo achar um só jornalista, de qualquer jornal ou revista brasileiros, que receba, da parte do veículo em que trabalha, o respeito e o investimento necessários para acompanhar os diversos assuntos e, assim, aprofundar uma visão própria de modo a lançar alguma luz sobre a ignorância da opinião pública sobre esses temas.

Será que não é importante para a opinião pública entender coisas como o episódio que envolveu o Paulinho Paiakan e que deixou todo mundo atônito? No caso, não havia nenhuma informação que permitisse às pessoas entenderem onde e como vive o povo Kaiapó. Ou como, nos últimos 20 anos, o território deles foi assaltado por madeireiras, mineradoras e garimpeiros. Ou ainda como o incentivo que o governo deu para a ocupação da Amazônia resultou na formação de verdadeiros cinturões de miséria na floresta, em torno das áreas que ainda são habitadas por nosso povo. Esta é a gênese de lugares como Redenção, no sul do Pará, a última fronteira daqueles colonos que foram tentar a vida na Amazônia e tiveram que ficar parados ali, na beirada de um território indígena, contemplando um povo que para eles representa, em algum momento, a riqueza, a liberdade e a independência em relação às políticas locais e regionais. Esses colonos, e a população de um modo geral, vêem o índio como inimigo permanente ou como alguém que deve ser cooptado.

Pouco profundo — Mas onde está, na Imprensa, o jornalista que escreve sobre essas questões e consegue abordar o conjunto de complicadores que estão envolvidos na história?

A percepção que as populações indígenas têm sobre uma coisa chamada territorialidade — que supõe algum grau de autonomia, de respeito, de dignidade e autoridade — é aquilo que os políticos mais comprometidos com a participação popular chamam de cidadania. E isso é interpretado, nas comunidades vizinhas às aldeias, como arrogância dos índios. Afinal, quando a Imprensa conseguirá dialogar com a opinião pública, que não é ignorante de graça, para ir sinalizando as complexas relações culturais de um povo indígena e a riqueza de sua história?

As pessoas muitas vezes não conseguem atinar por que uma determinada tribo fecha uma estrada, por que um povo indígena que está desaparecido na memória das pessoas explode de repente na tela da TV com a cara pintada de urucum e jenipapo, com a borduna na mão, fechando uma rodovia. As pessoas falam: "Esses índios ficaram loucos!" Algumas até têm simpatia pelos índios, mas geralmente não conseguem compreender nada além da superfície dos fatos.

Nós vivemos uma época em que os jornais e os donos de jornais concorrem entre si, batendo no peito para dizer quem é mais liberal e mais democrático. O interessante é que, enquanto eles fazem esse auto-elogio, há um movimento contrário no que se refere à qualidade do serviço que eles estão oferecendo. A gente vê como os jornalistas estão ficando com espaço cada vez mais reduzido e como o jornalismo como um todo está cada vez mais voltado para a agilidade. É preciso ser rapidinho, ser espertinho, mas não tem que ser nem um pouco profundo e nem saber do que se está falando.

Isso me preocupa muito porque a Imprensa avança cada vez mais sua influência sobre a população. O rádio, os jornais e a TV chegam a todos os cantos deste país. Num barco à beira do Rio Negro as pessoas estão assistindo na TV aos programas feitos num estúdio do Rio de Janeiro ou São Paulo. Esse avanço deveria corresponder também a uma maior responsabilidade de quem está fazendo Imprensa hoje no Brasil.

Nesses últimos dez anos — quando, pela natureza de meu trabalho, tive uma relação intensa com os profissionais de Imprensa —, a impressão que me ficou é a de que regredimos. É comum imaginar que um repórter saiu da redação com informações básicas sobre a matéria que vai fazer. Engano: a primeira meia hora da entrevista é quase sempre usada para explicar ao jornalista onde ele está e o que vai encontrar ali. O problema é que as empresas jornalísticas estão obrigando o profissional a ter a cara e o sotaque do patrão dele. Isso acaba com a personalidade do jornalista.

A Imprensa brasileira, no geral, é hoje uma imensa fotografia desfocada. Desapareceu o jornalista culto, informado, consciente e combativo, que na década de 80 lutava em prol do povo indígena com matérias incisivas que chamavam a atenção do Brasil para o perigo da extinção do índio brasileiro. Esse jornalista é hoje uma espécie em extinção.

Quando veremos novamente os rituais, as cerimônias tradicionais de transmissão do conhecimento feitas pelos jornalistas no seu trabalho? Isso acabou. Quando encontramos um remanescente do povo jornalista, ele está de camiseta da Tamakavi, bonezinho do Bradesco, calção do Atlético Futebol Clube, calçando tênis Reebok e escorado na beira de um barranco...

Ailton Krenak, 39 anos, é presidente do Núcleo de Cultura Indígena e diretor do Centro de Pesquisa Indígena



FOTOS ROSA GAUDITANO/FOTOGRAMA

"A Imprensa é uma imensa fotografia desfocada"



"A opinião pública não é ignorante de graça"

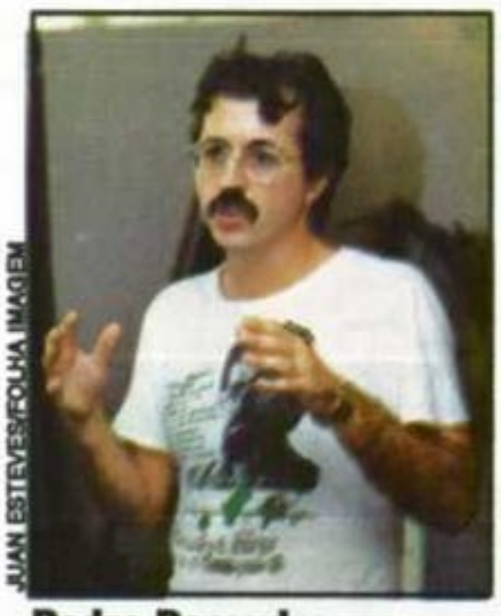


"Nos últimos 20 anos, o território Kaiapó foi assaltado por madeireiras e garimpeiros"

Povo jornalista é bóia-fria da comunicação

Imprensa brasileira demonstra grave despreparo na cobertura dos conflitos de terra

por Valéria Sffeir, de Londres



JUAN ESTEVES/FOLHA IMAGEM

Padre Rezende: prêmio da Anti-Slavery

Faz 20 anos que o padre Ricardo Rezende, mineiro de Juiz de Fora, mora em Rio Maria, no Sul do Pará. Ele decidiu enfrentar um dos principais focos de conflitos de terra no Brasil, depois de se formar, em 1972, em Filosofia e Ciência das Religiões pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Em outubro passado, padre Ricardo ganhou um prêmio internacional da Anti-Slavery — a mais antiga organização de defesa dos direitos humanos do mundo, fundada em 1839 —, em reconhecimento pelo seu esforço na luta contra o trabalho escravo no Brasil. Foi a primeira vez em sua história que a Anti-Slavery concedeu um prêmio a uma pessoa, e não a uma organização. Em Londres, padre Ricardo falou à IMPRENSA. *A seguir, sua entrevista.*

IMPRENSA — Qual o espaço que a Imprensa brasileira dá às questões da terra?

Padre Ricardo Rezende — Até 1979 a Imprensa brasileira demonstrava absoluta indiferença pelo assunto. Só dava cobertura quando morria algum fazendeiro ou alguém da polícia. As mortes de lavradores não eram divulgadas.

IMPRENSA — E o que mudou depois de 1979?

Rezende — Naquela época ocorreu a maior manifestação de lavradores desde 1964. Oito mil trabalhadores rurais saíram às ruas protestando contra a violência policial nos despejos de sem-terra na região de Xinguara, no entroncamento do Xingu com Araguaia. Diante daquela manifestação gigantesca, a Imprensa levou um susto. Pela primeira vez os jornais de Belém publicaram, durante uma semana, reportagens de páginas inteiras sobre o acontecimento.

IMPRENSA — A Imprensa estrangeira se interessa mais pela questão da terra do que a brasileira?

Rezende — O interesse da Imprensa estrangeira é muito maior. No Brasil, trabalha-se com um conceito diferente de notícia: só é notícia se for de primeira mão, não importa a gravidade ou a importância do fato. Um assassinato é considerado um assunto velho se não tiver ocorrido no espaço de 24 horas. Um conceito diferente da Europa, onde há mais jornalismo investigativo. Dependendo da gravidade da notícia o jornal publica, mesmo que tenha vindo a público um ano depois. A revista *Penthouse*, cujas edições estão sempre repletas de fotos de mulheres nuas, já publicou seis páginas sobre o conflito de terra no sul do Pará. Desconheço qualquer revista brasileira que tenha dado mais do que uma página sobre questões fundiárias.

IMPRENSA — O jornalista brasileiro é mais despreparado que o estrangeiro?

Rezende — Respeito e reconheço que o Brasil tem excelentes profissionais. Mas, em geral, a impressão que tenho é a de que o jornalista brasileiro é uma espécie de peão, um bóia-fria da comunicação. É mal remunerado e demonstra pouco preparo quando vai fazer uma entrevista. A Imprensa estrangeira geralmente chega na frente quando há qualquer denúncia de violência no campo. Enquanto o jornalista da *Time* e da *Newsweek* já leu os relatórios da Anti-Slavery e da Anistia Internacional, sabe detalhes e nome dos envolvidos, muitos jornalistas brasileiros parecem não saber o que estão fazendo. Quando Expedito Ribeiro de Souza, presidente do Sindicato Rural de Rio Maria, foi assassinado em fevereiro de 1991, uma emissora de TV de Belém mandou uma repórter para cobrir e ela nem sabia o nome de quem tinha morrido.

IMPRENSA — Nos últimos anos houve alguma mudança na cobertura?

Rezende — Ela melhorou. No ano passado, o *Jornal do Brasil* publicou durante um mês reportagens sobre a questão da terra. Quando se trata de denúncia de trabalho escravo, a Imprensa dá mais destaque.

IMPRENSA — E por que isso?

Rezende — Porque não entra em questão a propriedade. Questiona-se apenas a modalidade e a relação de trabalho. Quando se trata de conflitos de terra e assassinatos, a Imprensa não coloca em questão a função da terra. Sob este aspecto, considero a Imprensa brasileira arcaica e conservadora. O capitalismo moderno exige mudanças no conceito da utilização da terra. No Brasil, a terra ainda é muitas vezes usada com o objetivo de receber subsídio do governo ou para a especulação imobiliária.

IMPRENSA — O senhor já foi discriminado ou boicotado pela Imprensa brasileira?

Rezende — *O Estado de S.Paulo* certa vez publicou na primeira página a seguinte manchete: "Padre contrata três sandinistas para começar a guerrilha no Brasil". O jornal nunca me procurou e nunca me ouviu, antes ou depois de publicar a matéria. A Imprensa não é capaz de perceber que a defesa dos direitos humanos independe da ideologia. É crime em qualquer circunstância. A revista *Veja* já publicou duas declarações minhas sem nunca ter me ouvido. Mandei uma carta protestando e ela não foi publicada.

IMPRENSA — A Imprensa estrangeira é mais séria?

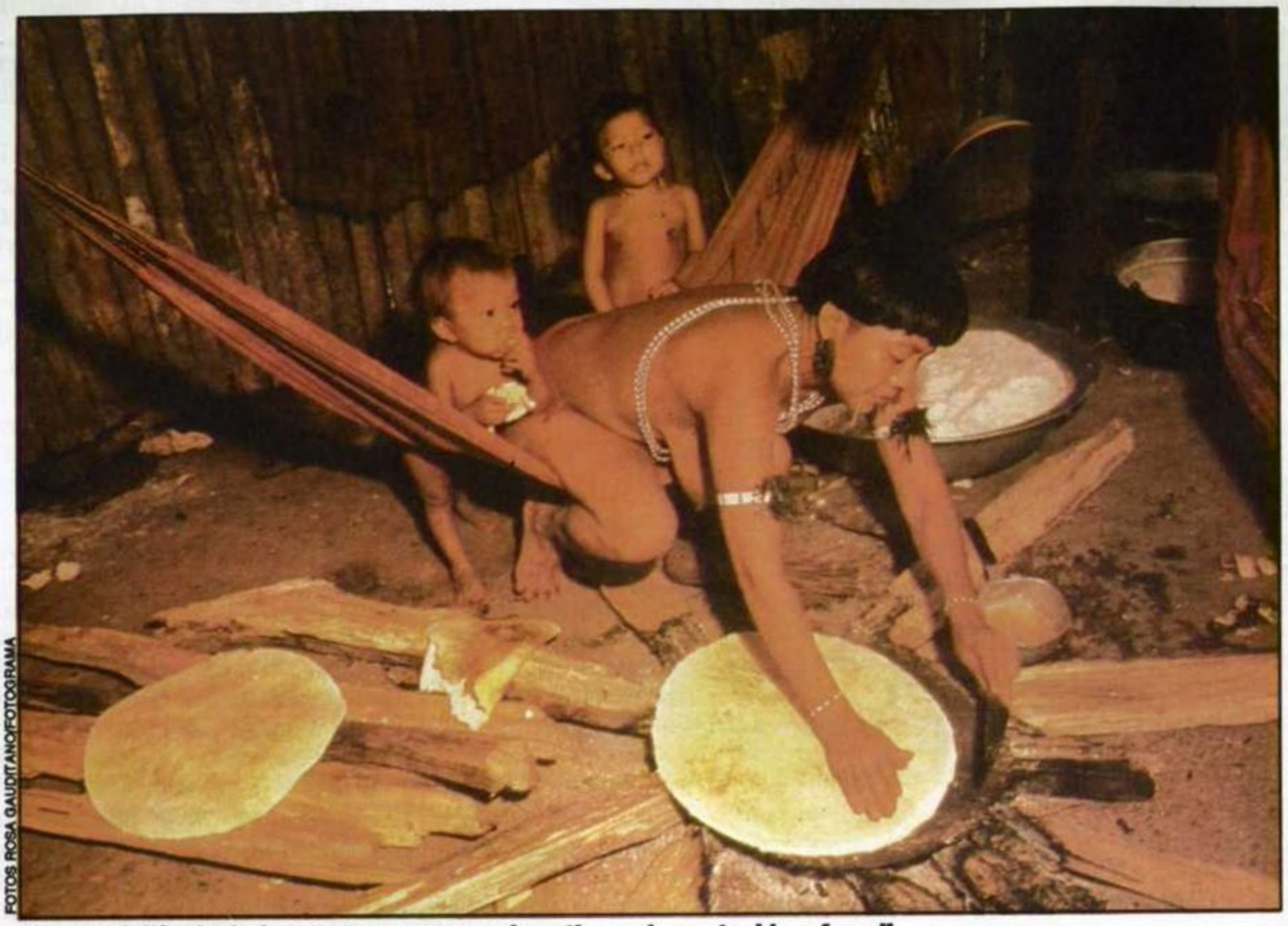
Rezende — Não se trata de seriedade, mas de interesse. Já dei entrevista coletiva para jornalistas estrangeiros em São Paulo, onde compareceram 20 correspondentes. No Rio, compareceram 80 jornalistas estrangeiros. Nunca reuni esse mesmo número de jornalistas brasileiros.

IMPRENSA — O senhor considera a violência no campo maior que a violência na área urbana?

Rezende — Na área rural, o que existe é seletividade nas mortes. Nada ali é aleatório. A rigor, se estabelece a pedagogia do terror — que reproduz a prática do Brasil colonial, quando os que lutavam pela liberdade eram punidos. Na área rural existe hoje, no Brasil, não só crime como também o esquartejamento e a mutilação. É a exposição do terror.

IMPRENSA — A vigilância da Imprensa, que acabou provocando a queda do presidente Collor, precisa chegar também ao campo?

Rezende — Sem a vigilância da Imprensa, o campo vai continuar desprotegido e frágil. De 1964 a 1991 ocorreram 1.684 assassinatos nas áreas rurais do Brasil. Tivemos apenas 25 julgamentos. E só 14 pessoas foram condenadas.

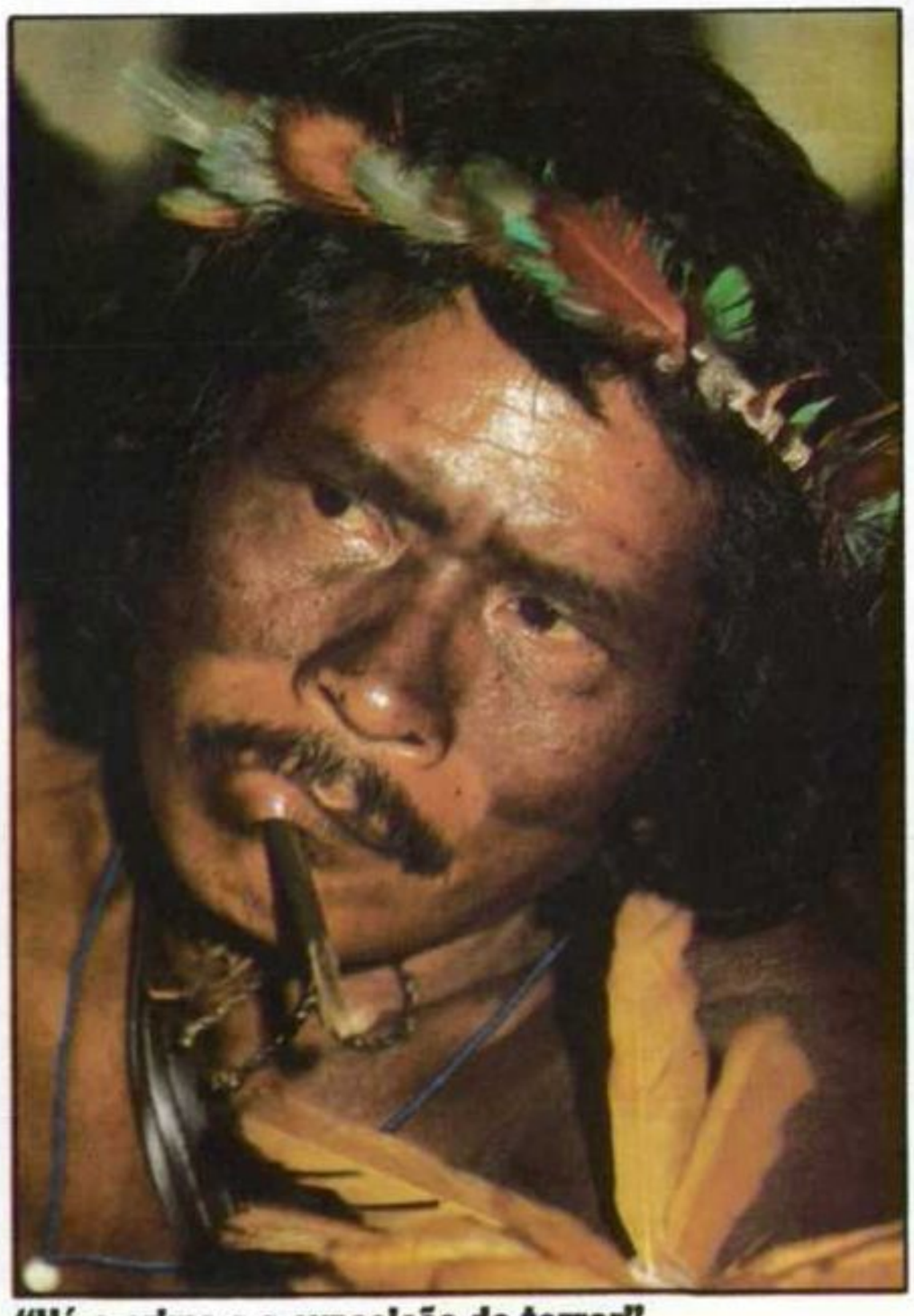


FOTOS ROSA GAUDITANO/FOTOGRAMA

"Sem a vigilância da Imprensa, o campo vai continuar desprotegido e fraco"



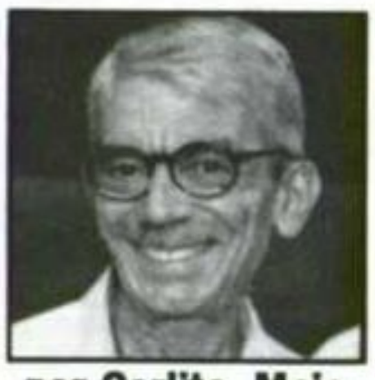
"A Imprensa não questiona a função da terra"



"Há o crime e a exposição do terror"



Pô, Estadão!



por Carlito Maia

Por razões humanas e motivos pessoais, sinto asco do que faça lembrar a inventona fascista de 1º de abril de 64, a "redentora", como a chamavam os gorilas de então, hoje mais civilizados, reconheço. Sou um dos milhões de vítimas das maldades dos militares ensandecidos pela pregação anticomunista da Guerra Fria, hoje a *paz quente* da "nova ordem" de herr Bush, o Hitler que deu certo. Tenho enorme bronca dos militares e seus ordenanças, lambe-botas, sabujos, tipo esse paisano chamado cara-de-paulo malluf, dos mais servis de todos, agora prefeito de São Paulo. Eleito por pobres (de espírito) e ricos (só de dinheiro), mas eleito — putz! Com a ajuda subliminar (em alguns casos até descarada, aberta mesmo) de órgão da *grande imprensa*, apavorada com o crescimento do PT em todo o país. LULA-LÁ 94!

Até o velho e querido *Estadão*, com o qual aprendi a ler. Dois dias após a infausta entrega do nosso ouro aos bandidos, me vem ele com o editorial "Sentido do segundo turno" que, a certa altura, diz: "Partindo do pressuposto de que as pesquisas o absolviam de sua 'legenda negra', o sr. Paulo Maluf preferiu, em vez de usar a linguagem do passado, falar do futuro, prometer (nem que fossem mundos e fundos) o que os cidadãos desta metrópole esperam se faça."

Desse jeito, o jornal apoiaria até "A. de Barros", se vivo (e candidato) fosse. Pô, Estadão: o farsante quer mais é que esqueçam seu passado de subserviência à ditadura militar, da qual foi vassalo e beneficiário direto. Salve o PT, gente. Para que ele nos ajude a sair dessa choldra de mallufes e outros bichos.



Besta fera sem memória



por Geneton Moraes Neto

O jornalismo na TV nasceu para gritar, emocionar — e ser esquecido cinco minutos depois, quando começa a subliteratice popularmente chamada de novela. Um artigo publicado no dia primeiro de julho desse ano, no *New York Times*, chama atenção para a memória fraca da TV: "A televisão tem um toque efêmero. Os melhores programas raramente deixam marcas nos arquivos e bibliotecas." O autor de artigo, Karl E. Meyer, lamenta: "É mais difícil localizar o *script* de um programa visto por milhões do que desenterrar um obscuro artigo de revista, lido apenas por milhares." Guardadas as raras exceções, o que sai na tevê não se transforma em objeto de consulta, em fonte de informação histórica, em material acessível aos pesquisadores.

A palavra escrita resiste ao tempo. Não se perde. Vira fonte de consulta. Vai parar nas prateleiras das bibliotecas. Não existe nada tão civilizado. Um exemplo: o forasteiro que aterrissar na Biblioteca do Congresso, em Washington, vai confirmar, em questão de segundos, que a memória da TV se desmancha no ar, se comparada com o poder de permanência dos textos que um dia foram impressos.

O setor audiovisual da Biblioteca do Congresso guarda um acervo de fazer cair o queixo. Quem estiver interessado em revirar o crime do século — o assassinato do presidente John Kennedy — vai ter à disposição cerca de 150 filmes, somente da *CBS*, além de uma montanha de imagens coletadas de outras fontes. Ao todo, a maior biblioteca do mundo preserva, para o futuro, 50 mil programas de tevê. Parece o estouro da boiada. Não é.

O acervo de programas de tevê, na verdade, é um anão, se comparado com o volume de textos impressos que a biblioteca oferece para a posteridade. O que são 50 mil míseros programas de tevê, em meio a um acervo de 86 milhões de itens, guardados na capital dos Estados Unidos? Nada. A maior biblioteca do mundo armazena 26 milhões de livros em 60 línguas. Há coleções de 200 jornais de todo o mundo permanentemente atualizada. Seis postos avançados da biblioteca, espalhados por todo o mundo, coletam diariamente novos itens para o acervo.

Um dos pontos avançados fica no Brasil. Dirigida por um especialista americano no consulado do Rio, o pequeno esquadrão da Biblioteca do Congresso em terras brasilíndias se encarrega de coletar material produzido no Brasil e no Uruguai: livros, jornais, relatórios, discos, vídeos, tudo o que a precária inteligência humana usa para transmitir conhecimento.

O caso da Biblioteca do Congresso resume um fenômeno que se repete em todas as partes: há um abismo entre o acervo impresso e o audiovisual. Por quê? A lista das razões daria para encher uma nova edição da Enciclopédia Britânica. Mas basta dizer que o acesso às imagens produzidas pelas tevês é caro, complicado e envolve um batalhão de pendências autorais. As tevês vão formando, aos poucos, acervos fabulosos — que, no entanto, permaneceram fora do alcance dos pesquisadores.

Quem quiser, hoje, pesquisar o que aconteceu no Brasil a 31 de março de 1964 vai recorrer aos jornais da época ou aos raros filmes mudos que se salvaram da destruição? É claro que aos jornais. Não há registros em videoteipe de fatos importantes da época. Se houvesse, certamente os videoteipes estariam cheios de defeitos, castigados pela ação do tempo, com a imagem irremediavelmente afetada. As imagens em vídeo já nascem frágeis. E assim vivem e morrem.

Quem quiser saber o que milhões de telespectadores espalhados literalmente pelos quatro cantos do Brasil viram ontem à noite no *Jornal Nacional* vai ter de puxar pela memória. O *JN*, megassucesso de audiência, um programa tão incorporado à paisagem nacional quanto o Pão de Açúcar ou o Maracanã, simplesmente se evapora no ar a cada vez que Cid Moreira e Sérgio Chapellin dão boa noite. Depois de ir ao ar, o *JN* vira apenas fonte de consulta interna, entre as quatro paredes da *TV Globo*.

Vistas por milhões, as notícias da tevê não vão para as bibliotecas, os arquivos, os acervos que abastecem a História. Já jornais de tiragem reduzida em lugares remotos ocupam o devido espaço nos arquivos. A palavra impressa não perdeu a nobreza — nem a importância. O que se imprime fica. A palavra falada some.

A tevê, a besta fera que fascina, é, além de tudo, desmemoriada. Socorro!



Viúvas udenistas



por Claudio Weber Abramo

O processo político que levou ao impedimento do sr. Collor de Mello induziu boa parte da imprensa a embarcar numa curiosa teoria a respeito de uma putativa evolução no comportamento de nossa sociedade: a teoria de que o brasileiro teria finalmente formulado preocupações mais concretas com respeito à ética na política.

Essa mesma crença esteve na base da estratégia da derrotada campanha do senador paulista Eduardo Suplicy à prefeitura paulistana. Com base no grande sucesso das manifestações públicas realizadas em São Paulo exigindo o impedimento de Collor, o *staff* de campanha de Suplicy decidiu apostar na idéia de que novos ventos sopram, de que a transparência e honestidade no trato da coisa pública teriam, subitamente, se transformado em valores politicamente relevantes, capazes de determinar os rumos de uma eleição.

A insuficiência de semelhante perspectiva ficou mais que patente no desenrolar da campanha — e nenhuma prova disso seria melhor do que o resultado final do pleito.

As mesmas ilusões ético-políticas do candidato paulistano foram alimentadas por diversos órgãos de Imprensa e por inúmeros comentaristas. (Cumpre registrar a exceção de Clóvis Rossi, da *Folha de S.Paulo*, que exprimiu sistematicamente ceticismo quanto a tais ilusões.)

Um dos motivos para isso é o fato de que a maior parte da Imprensa aderiu ao udenismo denunciante como principal motor de seu noticiário. Isso transforma a política em capítulo de crônica policial, o que inevitavelmente resulta em uma visão superficial, distorcida e pouco esclarecedora. Numa palavra, numa visão antipolítica.

A função do jornalismo político não é nutrir crendices, mas proporcionar ao público *insights* sobre as correntes de pensamento que atravessam e transformam a sociedade.



X-rated*



por Enio Mainardi

Tem noites em que a TV acaba antes que eu acabe. Fico no controle remoto, fazendo a dança dos canais, uma frase cortada aqui, uma imagem sem sentido ali. Os canais vão dando fantasma, e eu na captura do sono que não vem. Eis que, lá pelas tantas, meio sonso, vejo uma xoxota sendo chupada.

O quê? Xo-xo-ta na televisão?

Sim, na *TV Manchete*. Arregalei os olhos e fiquei vendo: eram *trailers* de lançamento de vídeos pornôs.

Que civilizado, que moderno, tão liberado! Vantagens: as crianças não estão na sala para testemunhar ensinamentos sexuais tão escancarados. E os adultos estão na cama, o que pode provocar uma saudável e inesperada ereção. Dizem que isso faz bem ao sistema cardiovascular, o que já é um bom motivo para manter essa sessão *X-rated*.

Se o senhor ou senhora estiverem chocados com aquilo que agora estão lendo, por favor, procurem o dia e horário onde tais acontecimentos ocorrem na *TV Manchete*.

Por mim, tudo bem. Já estou acostumado. Tenho visto coisas nos telejornais das oito que são do arco-da-velha. Mulheres são violentadas pelo noticiário, por exemplo.

Veja o caso da Neusinha Brizola, estuprada por uma certa emissora de TV. Ela foi mostrada de frente, de lado, pelas costas, humilhada por dois gramas de cocaína..

Nesse casos a TV estupra, mata. Melhor a gemeção da *TV Manchete*. As mulheres fazem ai!!, ui!!, hummm!! de puro prazer.

Voltemos a 1969, senhores. Façamos amor. E não a guerra. Principalmente contra a filha de quem não se gosta.

* Proibido para menores

O que eles disseram



"O jornalismo consiste basicamente em dizer que 'Lord Jones morreu' para pessoas que nunca souberam que Lord Jones estava vivo."

Gilbert Keith Chesterton, escritor inglês

"O que importa não é o fato, mas a versão."

José Maria Alkimim, político brasileiro

"Um jornal é um instrumento incapaz de discernir entre uma queda de bicicleta e o colapso da civilização."

Bernard Shaw, teatrólogo inglês

"Quantas matérias eu teria se não houvesse fatos..."

Karl Kraus, escritor austríaco

"Primeiro apure os fatos. Depois, pode distorcê-los à vontade."

Mark Twain, escritor americano

"Às vezes, a única coisa verdadeira num jornal é a data."

Luis Fernando Veríssimo, escritor brasileiro

"Um editor de jornal é alguém que separa o joio do trigo — e imprime o joio."

Adlai Stevenson, político americano

"Editorialista não tem mãe."

Itamar Franco, presidente em exercício

Talento e pouca ética



por Carlos Chaparro

Se tivesse que votar na premiação do melhor telejornal brasileiro, certamente não escolheria o *Aqui Agora*. Mas batalharia pela criação da categoria "inovação mais importante no telejornalismo" — e aí, sim, esse jornal mereceria o prêmio.

No campo da reportagem de TV, e em termos de linguagem, o *Aqui Agora* é o que de mais importante aconteceu no Brasil depois do "padrão *Globo*", hoje envelhecido e desacreditado, embora ainda competente. O *Aqui Agora* colocou as câmeras no fulcro da ação, para servirem de olho ao telespectador. Valorizou a narrativa espontânea de conteúdos obrigatoriamente dramáticos, com movimento em tempo real, planos sem roteiro, assimilação dos imprevistos. E aboliu os truques de edição (o *off*, por exemplo), consagrados no modelo global tão mal copiado por aí.

Outra inovação importante foi a transformação do repórter em protagonista, se possível herói. Em vez de relatar, o repórter vive os acontecimentos, interfere neles, produz emoções. E, nesse jogo de protagonismo, o *Aqui Agora* acaba elaborando aquela que é, talvez, a sua mais inovadora virtude: a capacidade e a deliberada decisão de dar voz ao povo. Ninguém mais faz isso na televisão brasileira.

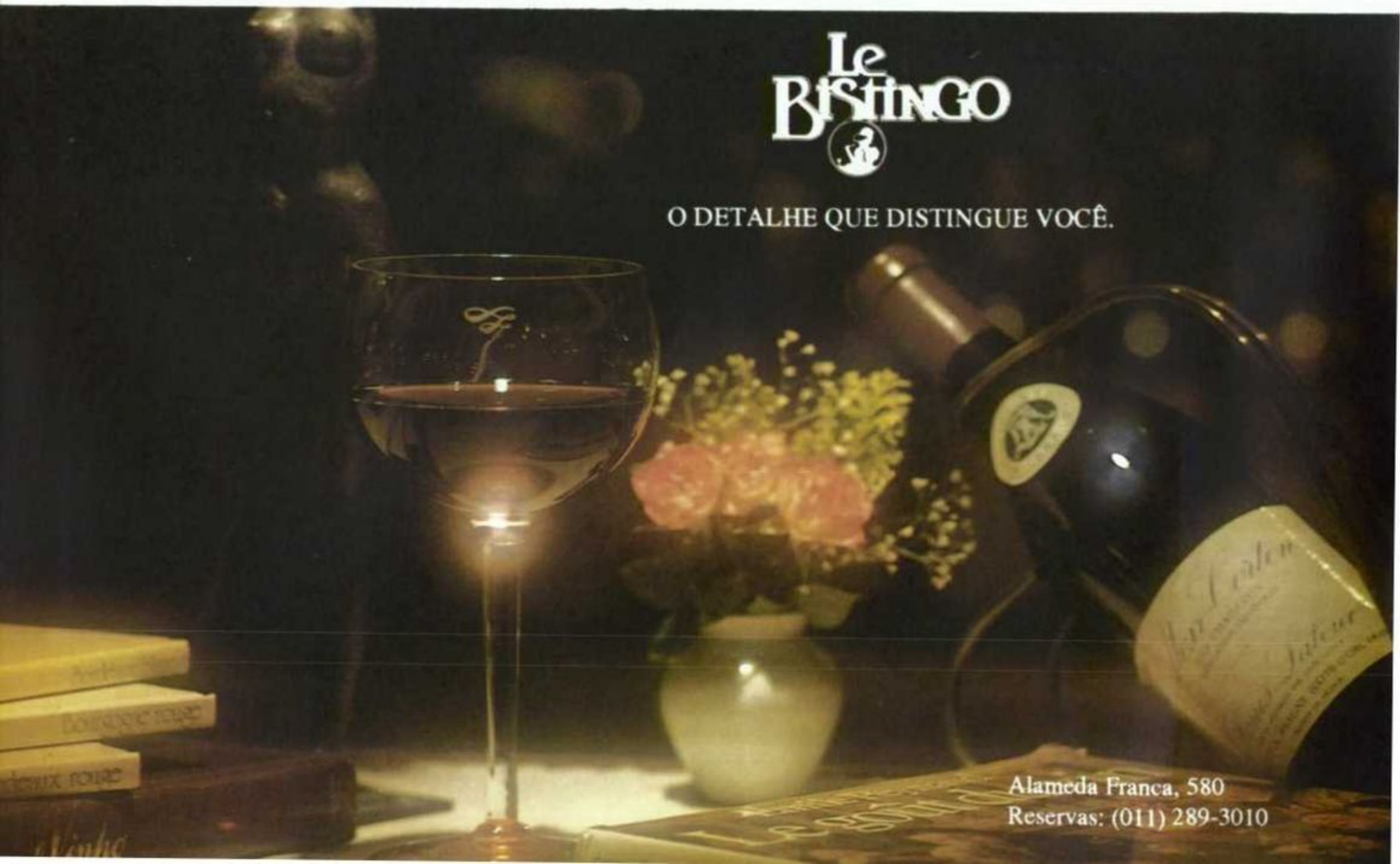
Essas inovações de linguagem asseguram ao telejornalismo do *Aqui Agora* um certo "impacto da verdade", em cima do qual, inclusive, faz o seu marketing quando se anuncia como o jornal "que mostra a vida como ela é". Mas isso é apenas um slogan, que, por enquanto, não corresponde nem à verdade das intenções nem ao significado dos conteúdos apresentados.

Embora tendo já superado a fase do sensacionalismo patológico — quando, além de outras aberrações, usava como principal isca a exploração do mórbido, tratando como coisa engraçada a miséria e a dor dos pobres —, o *Aqui Agora* continua a agredir todos os códigos de ética do jornalismo. De vez em quando realiza trabalhos notáveis, como a cobertura da rebelião que acabou no massacre da Casa de Detenção. Ainda faz concessões, porém, a preconceitos odiosos contra a pobreza, usa as câmeras para humilhar pessoas, cospe no direito individual à privacidade e à imagem, espezinha, como criminosos, presos não julgados. E nem sempre consegue vencer a tentação de ceder espaço à baixaria que habitualmente expõe pessoas humildes ao escárnio público.

Já foi pior, é verdade. Mas, apesar da evolução, tanto o comando quanto os repórteres do jornal, talvez por diversão, persistem na prática do sensacionalismo escamoteador da realidade, explorador das aparências, despreocupado com os efeitos — irresponsável, portanto.

Sinais disso: 1) a violência é sempre tratada como show, jamais como problema; 2) com freqüência suspeita, o *Aqui Agora* mais parece um programa de relações públicas da polícia.

Acredito que falta ao pessoal do *Aqui Agora* um sopro de ambição ética, porque talento eles têm. A inovação seria mais importante se a linguagem popular — preservada e desenvolvida na sua opção sensacionalista — servisse somente para exaltar conteúdos de boa qualidade jornalística. Ao contrário do que alguns pensam, as formas sensacionalistas não são incompatíveis com o jornalismo de boa espécie.



Ética na política e na imprensa

ORESTES QUÉRCIA

"O comentário é livre, mas os fatos são sagrados."
(Charles Prestwich Scott, 1846-1932, editor do "Manchester Guardian")

A descoberta do pântano de corrupção em que se movia o governo Collor de Mello e o posterior processo de impeachment, com intensa participação da opinião pública e seguindo a trilha aberta a fogo pela imprensa, eliminaram as possíveis dúvidas sobre a profundidade e amplitude de nossa democracia. Após a ditadura militar, a nação brasileira vem vivendo um processo único na história da civilização: a troca de um presidente em pleno mandato por seu substituto constitucional, dentro da mais absoluta ordem democrática e legal.

Como seria de esperar, o sucesso desse procedimento traumático despertou na sociedade o desejo de reconstruir as bases morais da nação. Ninguém, em sã consciência, poderia opor-se a esse salutar exercício de civismo. Não tem sido outro, aliás, o objetivo do MDB/PMDB desde o início de sua história.

Ao mesmo tempo, porém, e no interesse da cidadania, é imprescindível impedirmos que o clamor popular em favor do saneamento moral da prática política, vocalizado e alimentado pela imprensa, seja instrumentalizado por interesses obscuros e justifique a instauração de tribunais de exceção, nos quais a condenação precede a acusação e o direito de defesa é negado em princípio.

Esta afirmação, de farta comprovação histórica, não traduz, em hipótese alguma, qualquer sugestão de limitação da liberdade de imprensa ou mesmo do exercício do jornalismo investigativo. Até mesmo porque não existe direito de defesa sem imprensa livre.

A liberdade de informar, investigar, denunciar, criticar, exige como contraponto ético a fidelidade absoluta aos fatos e a adoção de critérios razoáveis de objetividade, que se espelham não apenas na redação da notícia, como também na elaboração de títulos e na execução da diagramação e da edição. O jornalismo é a mais poderosa arma à disposição da sociedade na defesa dos direitos civis e não pode ser exercido de forma dúbia e irresponsável.

Estas considerações vêem a propósito de um fato que é do conhecimento de todos e que, embora tenha descambado para o ridículo, não deixa de ser movido por interesses dos mais mesquinhos, de fazer pouco da inteligência do público e de agredir irresponsavelmente a honra alheia.



Há muitos anos venho sofrendo ininterrupta campanha caluniosa de "O Estado de S. Paulo" e do "Jornal da Tarde", ambos de propriedade da família Mesquita. Esses ataques têm sido tão infamantes, mentirosos e sistemáticos, que decidi mover contra os dois jornais e seus respectivos responsáveis uma ação de idenização por danos morais, com base na Constituição Federal, que está tramitando na Justiça. É importante esclarecer que a ação não se concentra nas matérias que exprimem opiniões dos jornais, mas sim nos textos com aparência de notícia que distorcem a informação, ostentam títulos mentirosos e são editados e diagramados de forma venenosa, com o objetivo de induzir o leitor ao erro e de denegrir a minha honra de cidadão e homem público. Nos jornais da família Mesquita, as notícias a meu respeito veiculam tão-somente as opiniões raivosas dos donos travestidas de informação.

Não é justo que, para defender-se de matérias falsas, alguém tenha que recorrer a matérias pagas

Para corroborar estes fatos, eu poderia citar dezenas de casos de matérias aparentemente noticiosas, que, porém, não passam de contrabando ideológico destinado a jogar a opinião pública contra mim em razão de interesses nebulosos.

Um desses episódios ocorreu no auge da batalha pelo impeachment, quando "O Estado de S. Paulo", no dia 6 de setembro, publicou em manchete de primeira página: "Collor tentou acordo com Quércia". Deslavada mentira que refutei no mesmo dia. Pois o jornalão dos Mesquita somente se referiu ao meu desmentido três dias mais tarde, em duas ou três linhas perdidas em meio a uma notícia sobre outro assunto, sem o meu nome no título, na quinta página. Para os leitores de "O Estado de S. Paulo" —em número cada vez menor, segundo as pesquisas mais idôneas—, a manchete mentirosa ficou como se fosse verdade.

Outra do jornal da Marginal: no domingo, 29 de novembro, publicou uma grande matéria sob o título "Desapropriação dá prejuízo de US$ 155 milhões", afirmando que o meu governo havia superavaliado o Parque Villa-Lobos, quando aquela avaliação —como esclareci em matéria paga— fora realizada pelo Tribunal de Justiça do Estado. No domingo seguinte, os caderno de imóveis do "O Estado de S. Paulo" candidamente publica uma reportagem sob o título "Área verde valoriza Alto de Pinheiros", revelando que o metro quadrado na região do parque vale US$ 1 mil —valor que justifica plenamente a avaliação feita pelo Tribunal de Justiça e não pelo então governador.

A revista "Veja", em matéria de capa de 11 de novembro, também embarcou na onda das insinuações falsas contra mim. Um repórter da revista passou, segundo diz, quatro meses investigando o meu patrimônio, mas só teve tempo de ouvir o personagem principal da matéria no dia em que a publicação seria impressa. E, depois de quatro meses, simplesmente quadruplicou o valor de minhas propriedades, na razão de uma multiplicação por mês (se ele fosse mais lento, certamente no final da reportagem eu estaria com um patrimônio de deixar a família Rockfeller com complexo de inferioridade), transmitindo aos leitores da revista uma "realidade" totalmente falsa, salpicada de insinuações malévolas. Fui obrigado, obviamente, a desmentir a "reportagem" em materia paga que certamente não atingiu todo os leitores da revista "Veja", para meu prejuízo.

O último exemplo, infelizmente, é desta **Folha**, que, no dia 6 de dezembro, publicou uma matéria de primeira página com o título: 'Quércia cria obra fictícia e superfatura preço de usina". A matéria, seu título e o destaque dado pelo jornal constituíram uma violenta ofensa pessoal contra mim, devidamente rebatida pela nota oficial publicada no dia 9 como matéria paga pela diretoria da CPFL.

Os exemplos acima são suficientes para mostrar que a revitalização ética da sociedade não deve atingir apenas os políticos, mas igualmente todos os setores da sociedade, incluindo, naturalmente, a imprensa. Não é justo que, para defender-se de matérias falsas, distorcidas e injuriosas, alguém seja obrigado a recorrer a matérias pagas que, além de caríssimas, nem de longe conseguem sanar o mal perpetrado.

ORESTES QUERCIA, 53, é presidente nacional do PMDB. Foi governador do Estado de São Paulo e senador da República.

(Transcrito do Jornal Folha de São Paulo de 15/12/92.)

JULGAMENTO DE VEJA.

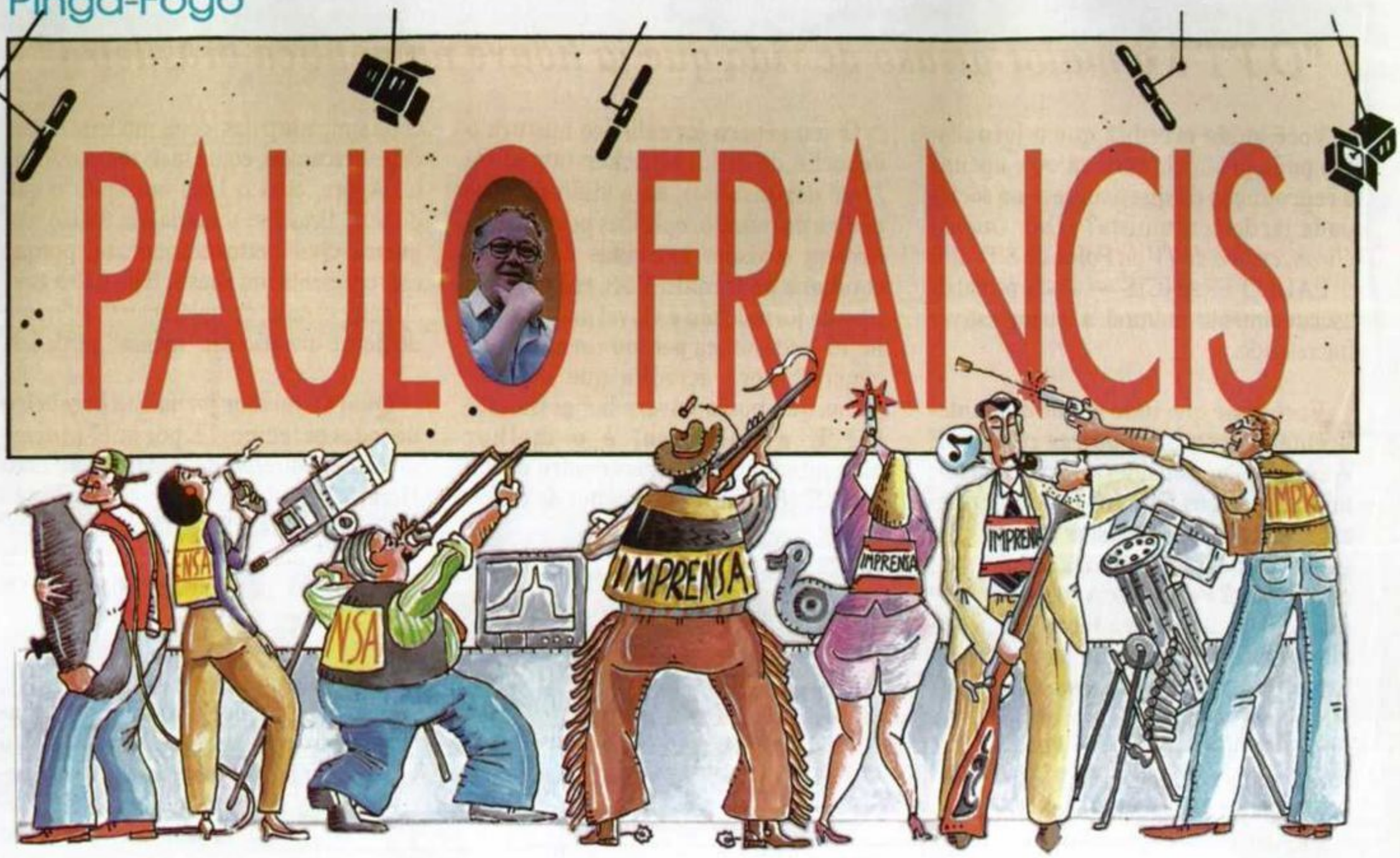
27 de maio de 1992. *Veja publica uma extensa matéria onde Pedro Collor conta tudo. São levantadas denúncias, provas e testemunhos. A partir daí, Veja é julgada pela sua reportagem "Os tentáculos de PC" e ganha o Prêmio Líbero Badaró. O julgamento continua. Em defesa da liberdade de informar sem qualquer censura, Veja é incluída nos seguintes artigos:*

- *Destaque do Ano na categoria imprensa escrita da Associação dos Correspondentes de Imprensa Estrangeira do Brasil.*
- *Prêmio Caboré, como Veículo do Ano e Empresário do Ano, para Roberto Civita.*
- *Medalha de Ouro no Prêmio Colunistas, na categoria Meios de Comunicação, Educação e Cultura.*
- *Marketing Best com a campanha "Veja Indispensável".*
- *Mérito Lojista, da Confederação Nacional dos Diretores Lojistas do Brasil, como a melhor revista especializada.*
- *Top de Marketing, da Associação dos Dirigentes de Vendas do Brasil, para Veja Rio e Veja Paraná.*
- *Prêmio do Festival de Filmes Publicitários da ABP.*
- *Prêmios da Associação Brasileira de Colunistas de Propaganda pelas campanhas de promoção para público interno e externo.*
- *Prêmio da Young & Rubicam na América Latina para a Melhor Campanha e Melhor Anúncio.*

26 de novembro de 1992. *Um júri formado por profissionais de toda a imprensa declara Veja vencedora de mais um Prêmio Esso de Jornalismo: o 23º na história da revista.*

VEREDICTO: INDISPENSÁVEL.

PAULO FRANCIS



Paulo Francis não dá moleza aos franco-atiradores

"Polêmico" é o adjetivo mais comumente aplicado ao jornalista Franz Paul Trannin da Matta Heilborn, de 62 anos, que por razões muitas, e de origens várias, transformou a assinatura Paulo Francis num dos mais caros emblemas da Imprensa brasileira.

Outros adjetivos há, na maioria impublicáveis. Francis é um jornalista sobre quem a crítica quase sempre aproxima-se do ódio mortal. Não foi por outro motivo, aliás, que muitos dos convidados por IMPRENSA a formular perguntas para este Pinga-Fogo recusaram *in limine* a possibilidade, sob o argumento definitivo da ojeriza dedicada ao colunista de *O Estado de S.Paulo, O Globo* e *TV Globo*.

Mas Paulo Francis tira de letra os sentimentos pouco delicados a ele dirigidos. Sua tática é responder com nitroglicerina, e defender-se atacando mais e mais pesado. Os leitores se recordam dos entreveros que manteve com Caio Túlio Costa, então ombudsman da *Folha de S.Paulo* à época em que Francis ali escrevia; e das trombadas estrepitosas com a linha política do Partido dos Trabalhadores, cujo paroxismo foi atingido entre outubro e novembro passados, na campanha para as eleições municipais; além das acusações de racismo. Antes do segundo turno das eleições, Francis foi protagonista de um grave atentado à liberdade de expressão — de resto pomposamente garantida na Constituição vigente. Em suas colunas bi-semanais publicadas no *Estado* e no *Globo*, investia furiosamente contra a ex-prefeita Luiza Erundina e o candidato do PT à Prefeitura de São Paulo, o senador Eduardo Suplicy (ou Mogadon, como o alcunhou o colunista). Os ataques indignaram gregos e goianos, o que era de se esperar. Os atingidos espernearam, com todo o direito. E o despacho de um obscuro juiz eleitoral paulista proibiu o colunista de criticar o candidato Suplicy em suas matérias. Houve censura. Se alguém, então, não falava em Francis, voltou a falar. "Ressuscitaram um morto", exagera um dos seus desafetos, que também preferiu guardar o anonimato.

O vilão, porém, não se abalou. Continuou corrosivo como sempre, esbanjando erudição, pleno de informações e, vá lá, polêmico. Essas qualidades são visíveis nas respostas colhidas pela repórter **Lúcia Guimarães**, numa tarde de dezembro, no apartamento dele, em Nova York. "Francis foi gentilíssimo", atesta Lúcia. Mas nem por isso deixou de cuspir fogo com sua sempre azeitada metralhadora verbal. **(L.E.)**

QUEM SOU EU


NELLIE SOUTRENICK/

Nome completo: *Franz Paul Trannin da Matta Heilborn.* ***Idade:*** *62 anos.* ***Nascimento:*** *Rio de Janeiro (RJ). "Diga que foi em algum dia de setembro de 1930."* ***Estado civil:*** *Casado.* ***Nome da mulher:*** *Sonia Nolasco Ferreira.* ***Residência:*** *Rua 47, esquina com Segunda Avenida, Manhattan, Nova York (NY).* ***Cor preferida:*** *"Deve ser azul, porque tenho várias camisas desta cor."* ***Número da sorte:*** *"Não tenho."* ***Cantora preferida:*** *Billie Holiday cantando "You can't take that away from me".* ***Time do coração:*** *Flamengo.* ***Sonho:*** *Esculpir como Michelangelo.* ***Um filme:*** *All About Eve* (A Malvada). ***Marca do carro:*** *Só anda a pé e de táxi.* ***Programa de TV preferido:*** *Nightline.* ***Jornal preferido:*** *"Infelizmente o* New York Times." ***Revista:*** *"Infelizmente a* New York Review of Books."

"O PT é o maior atraso de vida que já houve na política brasileira"

Você ainda acredita que o jornalismo pode produzir cultura ou é apenas a reprodução do que acontece na sociedade tardo-consumista? (*Luis Antonio Giron, crítico de TV da* Folha de S.Paulo)

PAULO FRANCIS — Pode produzir esclarecimento cultural a quem estiver interessado.

Você disse que todo nordestino inteligente migrou para outras regiões. E você, que se considera tão superior, migrou para os Estados Unidos e nunca conseguiu entrevistar ninguém como, pelo menos, um candidato à Presidência da República daí... Esse seu trabalho não é mais ficção do que jornalismo? E mais: por que esse ódio irracional a Lula, Erundina e Suplicy? (*José Adalberto Ribeiro, editor da coluna* Diário Político *do* Diário de Pernambuco)

FRANCIS — (*suspiro*) Ai, meu Deus, quanta bobagem. Eu não disse que todo nordestino inteligente migrou, eu disse que os mais vivos migraram e que há muita gente inteligente no Nordeste, inclusive porque tenho vários amigos nordestinos que considero extremamente inteligentes, e que moram no Nordeste, mas reclamam tanto quanto eu critico o Nordeste. E eu vim para os Estados Unidos porque não podia escrever no Brasil. Havia a censura. Tudo o que eu escrevia era censurado — o que inclui uma crítica à ópera *Tristão e Isolda* e memórias da minha infância no colégio São Bento, quer dizer, de conteúdo subversivo mínimo. Eu nunca fui repórter e não me interessa entrevistar quem quer que seja. Só um idiota pode achar que entrevistar um candidato à Presidência da República tem alguma importância em jornalismo. Quanto à terceira parte, eu só tenho ódio irracional de burrice. Sou amigo do Suplicy, não tenho ódio, sou amigo e até gosto dele. O Lula eu conheço também, acho uma pessoa muito simpática. Agora, acho que o PT é o maior atraso de vida que já houve no Brasil em matéria de política. Por isso eu o combaterei até o meu último fôlego.

O seu gênero jornalístico mistura o deboche de H.L. Mencker (autor do *Livro dos Insultos*), uma visão enciclopédica do mundo, opiniões pessoais polêmicas e visões extraídas da leitura cotidiana de jornais. Você crê que esse tipo de jornalismo é viável no Brasil de hoje? Você nunca pensou em mudar de gênero? Você acredita que haja alguém que possa enveredar nesse estilo? E a polêmica, é o melhor alimentador de matérias dentro de um jornal? (*Ricardo Jorge, editor do caderno* Vida & Arte, *do jornal* O Povo, *de Fortaleza*)



FRANCIS — Bom, você está me perguntando se eu sou viável. Então você examine minha posição na Imprensa brasileira. É só o que eu tenho a dizer.

Você fez a campanha do Collor contra o Lula dizendo que o Lula nos levaria ao Quarto Mundo, e o como Collor, bem vestido e branco, era diferente. Com essa sua visão de longo alcance, aonde você acha que o Itamar vai nos levar? (*Paulo Caruso, cartunista*)

FRANCIS — Eu não fiz campanha do Collor coisíssima alguma; eu fiz campanha contra o Lula. Não há um artigo que eu tenha escrito a favor da candidatura do Collor durante a campanha eleitoral de 1989, se bem que eu confesso ter sentido certa simpatia pelas idéias modernizantes dele. Fracassou, como mais um presidente. Agora, com o Lula eu repito o que disse: o Brasil se tornaria um Sudão, em guerra civil permanentemente, porque ele representa *um* Brasil. E há *outro* Brasil europeizado, completamente diferente do dele e que não diz "menas" verdades.

Qual é o melhor jornalista brasileiro de todos os tempos? E por quê? (*Augusto Nunes, diretor de redação do* Zero Hora)

FRANCIS — Euclydes da Cunha, que escreveu o maior livro da língua portuguesa, chamado *Os Sertões*.

Há mais ou menos dez anos, em Nova York, você foi se encontrar com um político brasileiro num hotel onde ele estava hospedado. O nome dele era Paulo Maluf. Alguém abriu a porta do quarto para você e saiu. Você se sentou. Havia uma barulho de chuveiro. De repente o ruído acabou e ele apareceu, enrolado numa toalha, e disse: "Oi xará, como vai você?" Passado tanto tempo, tantas eleições, que idéia você tem dessa pessoa, desse político Paulo Maluf? (*Luiz Fernando Mercadante, assessor de Imprensa da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo*)

FRANCIS — A idéia que tenho dele é que ele é um dos políticos mais inteligentes que há no Brasil. Eu sei perfeitamente que ele é odiado. Agora, os motivos disso eu realmente ignoro porque só me dizem vaguezas. Eu saí do Brasil antes de Maluf projetar-se politicamente. Ou seja, em 1971. Nos meus contatos com ele, ele nunca se negou a responder uma pergunta de maneira coerente, como, por exemplo, o que fazer com a dívida externa. Todos os outros candidatos a presidente, quando eu pergunto alguma coisa, me passam a um assessor. Eu presumo que Maluf seja extremamente competente, na medida em que o Brasil seja governável — embora eu não acredite que o Brasil seja governável, acho que é ingovernável. Se

ele tem outros defeitos, outras coisas, eu não conheço e estou disposto a mudar de opinião se ele se mostrar tão ruim, por exemplo, quanto o Collor. Enquanto eu não ouvir nada contra o Maluf, pessoalmente, eu não vou engrossar este coro anti-Maluf que é quase irracional, visceral nas pessoas.

Como você explica ter defendido o Collor e ter feito intensiva campanha contra o Lula? Foi pelo fato de o Lula ser nordestino e o Collor ser um garoto de Copacabana, ou você acreditava mesmo no Collor? (*Ivanildo Sampaio, editor do* Jornal do Commércio, *de Recife*)

FRANCIS — Já foi respondido.

Você acha que a Imprensa brasileira está cada vez mais atrelada a modismos e à impossibilidade de ter opiniões originais e, portanto, não-unânimes? (*Nelson Hoineff, diretor do* Documento Especial, *do* SBT)

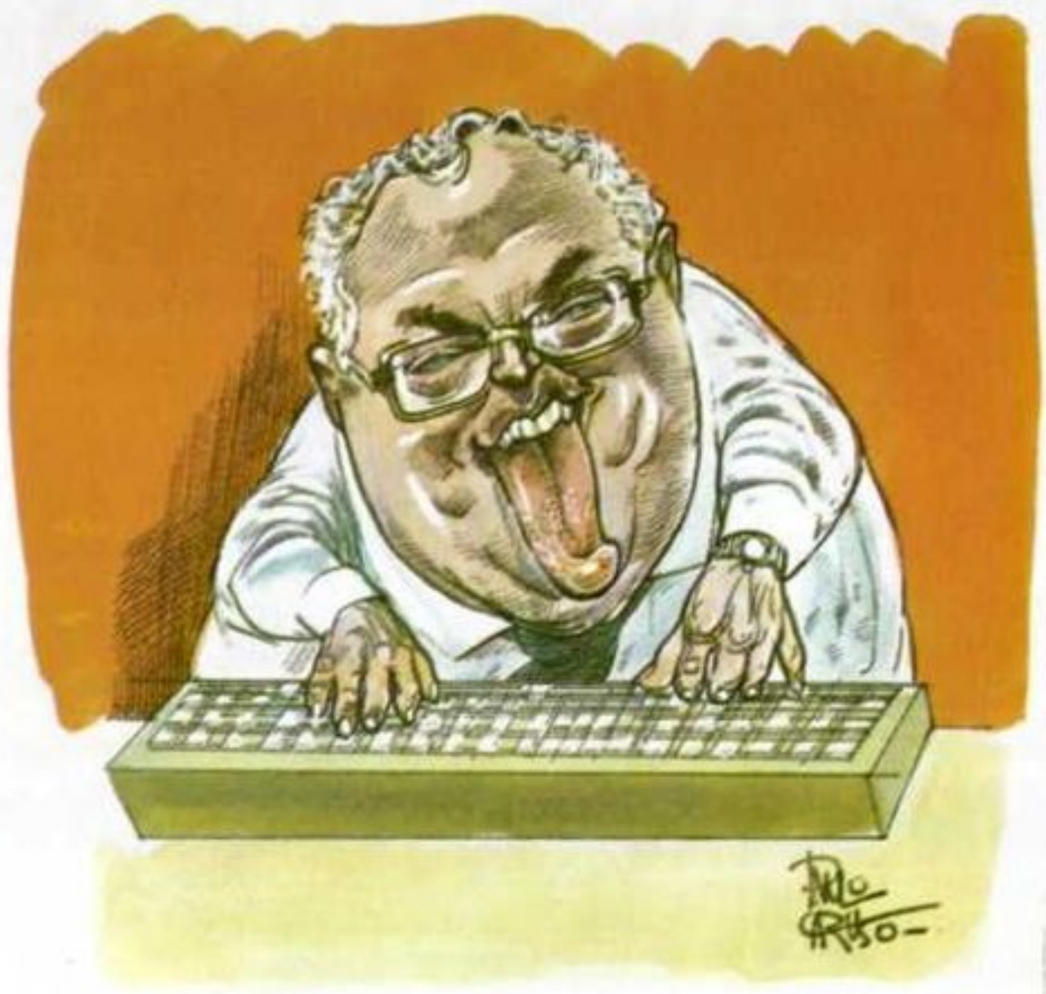
FRANCIS — Olha, eu acho que a Imprensa brasileira é até muito desenvolvida em relação ao país. Há três coisas na Imprensa que me incomodam muito. Primeiro, é a preocupação dos jornais escritos em competir com a televisão. É uma coisa completamente fútil porque as pessoas recebem notícias pela televisão. O jornal escrito tem que ser uma coisa especializada, analítica e interpretativa. Segundo, a enorme e quase incontrolável influência do PT em todos os órgãos jornalísticos. Isto está me assustando. O Partido Comunista nunca teve essa força que o PT tem. Eu acho isto uma coisa extremamente negativa, que os editores que não são do PT deveriam controlar. Agora, quanto ao modismo, não há escapatória. Não importa se no *New York Times* ou na *Gazeta de Itajubá*, o que estiver na moda vai ser notícia.

O que você estava fazendo em Parati um mês e meio atrás? (*Jaguar, cartunista e editor de* A Notícia, *do Rio*)

FRANCIS — Eu não reconheço a existência física e moral do Jaguar.

Quousque tandem? Pode responder em português ou latim. Com relação ao dia-a-dia ou metafisicamente. (*Millôr Fernandes, humorista*)

FRANCIS — Olha, o Cícero só tinha que enfrentar um demagogo populista chamado Catilina. Eu só enfrento demagogos. O Brasil é um país onde não há oposição. No Brasil só há populismo. Agora mesmo ouvi dizer que o Itamar não vai cobrar a conta de luz de quem tem



uma lâmpada ou duas. Isso não é maneira de governar, governo não tem nada que se meter com isso. Governo tem que deixar as pessoas viverem e fazer com que os meios de produção sejam libertados. Eu estou farto desta demagogia populista, de pena de pobre, que não é acompanhada de ato algum. E há a maior exploração pelas estatais. Tudo que é do governo explora o povo.

Qual o prazer que um homem pode sentir na arte de fazer inimigos? (*Ziraldo, humorista*)

FRANCIS — Prazer nenhum. Mas que realmente dá um certo prazer ver uma pessoa inchada de si própria, um tipo assim como Antonio Houaiss, e dar uma bombada nele, isto é um prazer. É bom você poder ter espaço para resistir aos avanços da horda. O Antonio Houaiss é uma das maiores mistificações que o Brasil já enfrentou até hoje. E ainda querer obrigar os negrinhos lá em Angola e suas mães, que estão morrendo de fome e de guerra civil, a mudarem a ortografia para comprar dicionário dele, Houaiss! Ele quer mudar a pronúncia da língua portuguesa! Este homem deve ser internado. Aliás, me disseram que ele está completamente gagá.

Aquela sua casa de Petrópolis é um sinal de que você vai voltar para o Brasil? Quando será isso? (*Sérgio Cabral, jornalista e vereador no Rio*)

FRANCIS — Não tenho a menor idéia, mas pretendo passar uns tempos em Petrópolis de vez em quando.

O Código de Ética dos Jornalistas, de 1985, estabelece que "o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação". Sobretudo no tratamento de assuntos polêmicos, este artigo do Código de Ética indica, portanto, a necessária busca da pluralidade de versões para o cumprimento da ética jornalística. Você vem adotando uma postura diferente quanto a esta questão. Qual a sua visão ética para o exercício da profissão? (*Américo Antunes, presidente da Federação Nacional dos Jornalistas — Fenaj*)

FRANCIS — (*suspiro*) Esta pergunta é realmente quilométrica... Pôncio Pilatos perguntou a Jesus Cristo: "O que é a verdade?" Jesus Cristo não respondeu. Nem eu.

Para mim é irrelevante seu preconceito em relação aos nordestinos. Não me sinto atingido. Penso que o racismo, em qualquer das suas nuances, é sinal de mediocridade. Você não é medíocre. Por que insistir? (*Roberto Freire, deputado federal pelo PPS de Pernambuco e*

→

"Antonio Houaiss não tem talento. É um esquerdista de salão"

líder do Governo na Câmara)

FRANCIS — Em primeiro lugar, o racismo não é sinal de mediocridade coisíssima alguma. Todo mundo é racista de uma maneira ou de outra. Não há povo no mundo, não há pessoa no mundo que não seja racista. Eu sou um dos poucos que viajou a África inteira, de norte a sul. Lá, todos os negros eram racistas contra os brancos e um negro me disse: "Que branco barriga de sapo!" Agora, racismo é um negócio incivilizado. E eu acho que a pessoa deve admitir que existe e civilizá-lo. Assim como quando você vê uma mulher muito bonita. Qual é a vontade que você tem? É de estuprá-la. Você não estupra por uma questão de civilização, por respeito à mulher. E eu não tenho preconceito algum contra nordestino, o que eu tenho é ódio à miséria do Nordeste, que tem alguns dos maiores recursos do mundo e que são inexplorados por uma classe dirigente cachorra. Espero que este deputado não seja membro dessa classe dirigente.

Como vai a sua gata? (*Jorge Zahar, diretor da* Zahar Editores)

FRANCIS — Eu tenho os três gatos e estão os três muito bem. A gata está olhando aqui, perplexa com as perguntas... (*risada*)

Qual é o segredo de um bom texto? Quem é o dono do melhor texto da Imprensa brasileira? (*Luiz Egypto, editor de* IMPRENSA)

FRANCIS — O segredo do bom texto é realmente um segredo. Você nasce sabendo escrever e nunca vai aprender. Não há quem aprenda a escrever. Você pode aprender a não cometer erros. Mas a graça do texto, você tem que nascer com ela. Quanto ao melhor texto, há dezenas de pessoas que escrevem muito bem, desde o Millôr Fernandes ao Antonio Callado, ao Ivan Lessa, uma porção deles. Eu lamento que o Antonio Callado ultimamente tenha se dedicado exclusivamente à literatura, porque os artigos dele encantavam os jornalistas. Não estou desmerecendo o valor literário dele, mas faltam jornalistas com a qualidade do Callado.

Certa vez, em Bonn, você me disse que só voltaria ao Brasil para ser ministro da Fazenda. Ainda corremos esse risco? (*Ricardo Kotscho, jornalista*)

FRANCIS — (*risada*) Não, não corremos não, Ricardo. Nós passamos uma noite muito agradável na sua casa, em Bonn, você com seus filhos. Você é uma pessoa extremamente generosa, mas ingênua. Você viveu na Alemanha, falando alemão, e podia ter aprendido um pouco



de economia, sobre o Konrad Adenauer, que tirou a Alemanha do absoluto zero adotando medidas de extremo liberalismo econômico, coisas que o seu chefe Lula nem sabe do que se trata. Mas você sabe, porque você fala alemão.

Ao escrever você é debochado, irônico, demolidor. Ao fazer seus comentários no *Jornal da Globo*, adota uma postura muito mais contida. Por quê? É a linguagem do veículo que o limita, é porque o público de TV é maior ou é pura timidez? (*Gerson Sintoni, editor de* IMPRENSA)

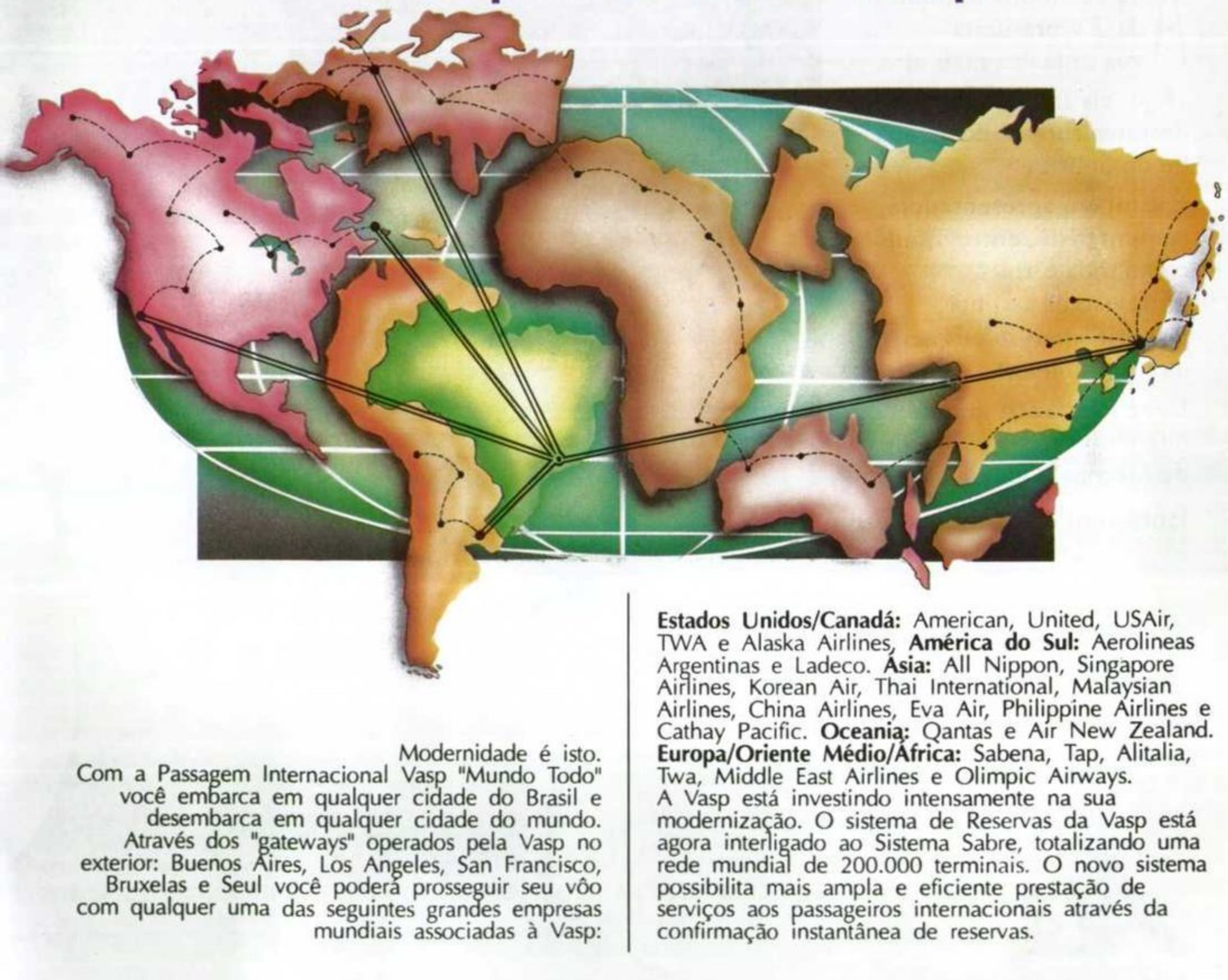
FRANCIS — Não, imagine, televisão é uma coisa completamente diferente de Imprensa escrita. Mas tem que haver um certo comedimento: a pessoa não pode chegar a certos radicalismos. A televisão tem um impacto muito grande e você não pode usar certas expressões mais fortes. Outro dia, por exemplo, eu estava descrevendo a Uma Thurman e eu disse que, se ela fosse a Eva, o Adão teria comido toda a macieira. Isso eu disse na televisão, continuo dizendo na TV, de acordo com as possibilidades do meio. Onde, aliás, não sou censurado.

Você não acha gratuita e pouco elegante essa sua campanha contra o Antonio Houaiss?(*Ênio Silveira, diretor da* editora Civilização Brasileira)

FRANCIS — Eu acho que o Antonio Houaiss — um homem que traduziu o *Ulisses*, de James Joyce, para o português e tornou o livro mais difícil do que em inglês — é um compilador de enciclopédia, de dicionário, não tem talento algum. É um cortesão de gente rica. Esquerdista de salão. Nunca cheirou uma cadeia na vida dele. Eu fui preso quatro vezes, como você que está fazendo a pergunta sabe muito bem. E este negócio de ele querer fazer um novo dicionário da língua portuguesa inteiramente na base da fonética é uma das maiores insanidades que já perpetraram no Brasil. O Bernard Shaw, que deixou no testamento também uma idéia louca de fazer um inglês fonético, porque a língua inglesa não é fonética, como nenhuma grande língua aliás, o Bernard Shaw disse que seria uma coisa muito gradual, pouco a pouco etc. E a Inglaterra era o maior império do mundo. Evidentemente, naquele tempo, quem falava inglês era a gente rica. O português, de modo geral, é falado por gente muito pobre. Este homem, o Houaiss, vai impor esta porcaria deste dicionário à Academia Brasileira de Letras, como já o impôs em Portugal. Vai se tornar oficial e eu estou vendo as mães com os meninos aí, comprando, gastando, se matando de trabalhar para a vaidade do Antonio Houaiss, que quer superar o que fez o Aurélio Buarque de Holanda. Mas isso é uma coisa que ele nunca conseguiria, porque o Aurélio é muito melhor dicionarista do que ele.

Passagem Internacional Vasp Mundo Todo

O seu Mapa-Múndi com a Vasp



Modernidade é isto. Com a Passagem Internacional Vasp "Mundo Todo" você embarca em qualquer cidade do Brasil e desembarca em qualquer cidade do mundo. Através dos "gateways" operados pela Vasp no exterior: Buenos Aires, Los Angeles, San Francisco, Bruxelas e Seul você poderá prosseguir seu vôo com qualquer uma das seguintes grandes empresas mundiais associadas à Vasp:

Estados Unidos/Canadá: American, United, USAir, TWA e Alaska Airlines, **América do Sul:** Aerolineas Argentinas e Ladeco. **Ásia:** All Nippon, Singapore Airlines, Korean Air, Thai International, Malaysian Airlines, China Airlines, Eva Air, Philippine Airlines e Cathay Pacific. **Oceania:** Qantas e Air New Zealand. **Europa/Oriente Médio/África:** Sabena, Tap, Alitalia, Twa, Middle East Airlines e Olimpic Airways.
A Vasp está investindo intensamente na sua modernização. O sistema de Reservas da Vasp está agora interligado ao Sistema Sabre, totalizando uma rede mundial de 200.000 terminais. O novo sistema possibilita mais ampla e eficiente prestação de serviços aos passageiros internacionais através da confirmação instantânea de reservas.

Consulte o seu Agente de Viagens ou a Vasp.

VASP

A MELHOR DISTÂNCIA ENTRE DOIS PONTOS

A Estrela Sobe

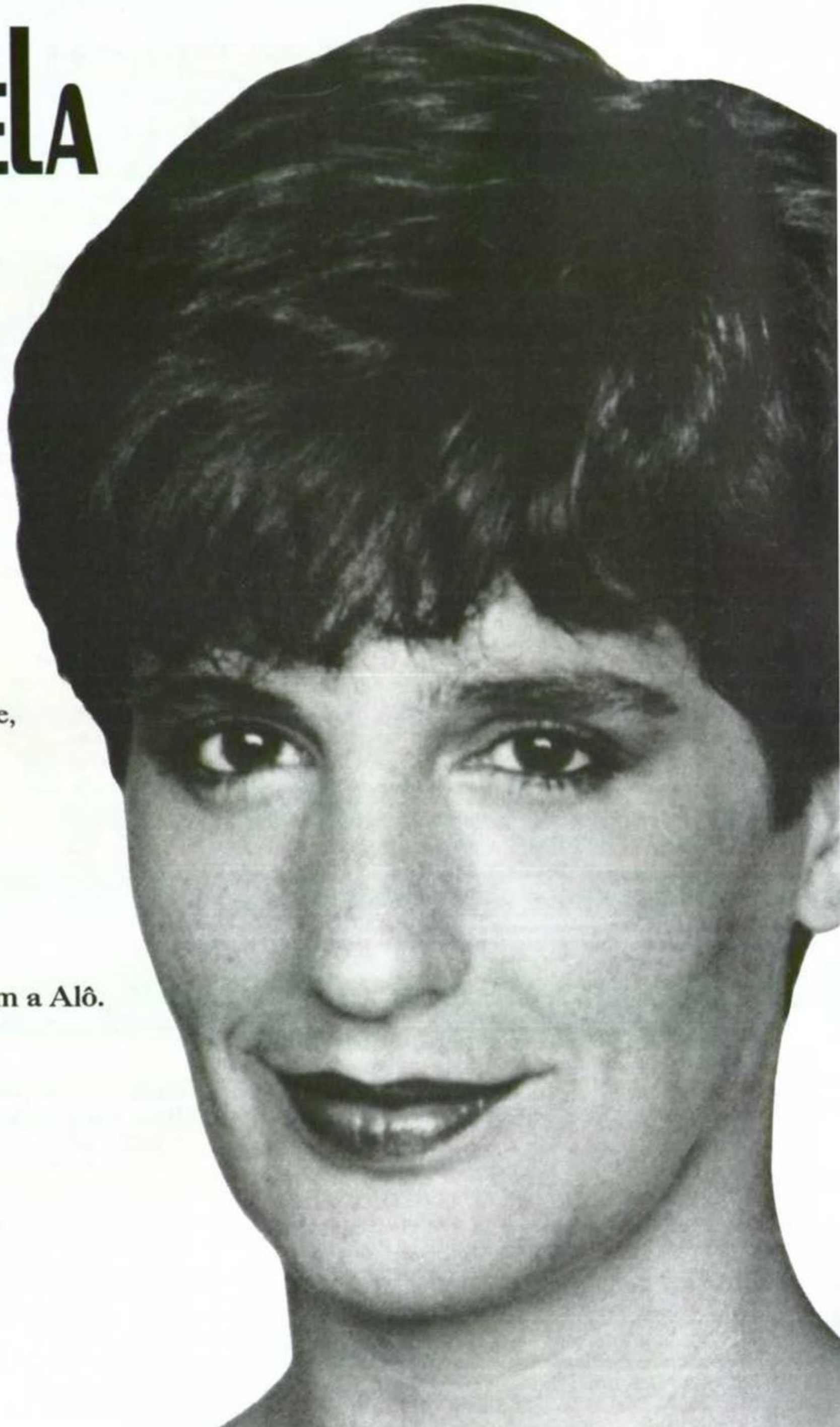
A repórter
de economia número 1
da TV brasileira
voa cada vez mais alto.

Hoje, ela fala com a mesma
desenvoltura de economia
ou de política.

É também apresentadora,
comentarista, entrevistadora e,
como toda estrela,
entrevistada assídua
dos principais *talk-shows*
da nossa televisão.

Leve para o seu jornal
o fã-clube cada vez maior
de Mônica Waldvogel.

Entre em comunicação com a Alô.



Alô
COMUNICAÇÃO

SAS QUADRA 5 - ED. OAB - SALAS 301/308
TEL: 225-7062 - FAX: 225-7208 - BRASÍLIA - DF

Retrospectiva 92

AS MANCHETES QUE MUDARAM A HISTÓRIA DO BRASIL



A Imprensa brasileira redescobriu sua melhor performance na cobertura do processo que resultou na perda do mandato do ex-presidente Collor; e as primeiras páginas deram o tom exato da crise

Ao folhear um jornal ou revista, pouquíssimos leitores se dão conta da enorme carga de tensão embutida nas páginas por onde passeiam os olhos. Ao ler uma matéria correta ou apreciar uma foto eloqüente, raros são os que vão além do prazer da boa informação e conseguem abstrair, do exemplar que têm à mão, a correria dos fechamentos e a inflexibilidade dos prazos industriais que determinam a produção jornalística.

Os veículos impressos, independentemente de sua periodicidade, trabalham todo o tempo contra o relógio. Na barafunda gerada por essa pressão, quase sempre exercida com o auxílio de altas taxas de adrenalina, são também concebidas as primeiras páginas dos jornais e as capas das revistas — a "vitrine", a "cara" dessas publicações. Ali devem estar harmoniosamente dispostas a manchete principal, as chamadas secundárias, as fotos e os volumes de texto. No caso das revistas, as capas devem ser esteticamente bem resolvidas, informativas, sedutoras. Trata-se, em resumo, de um espaço nobre que funciona como um convite à leitura, um catalisador do interesse do público sobre o trabalho da redação.

Nas duas páginas seguintes, IMPRENSA reuniu as mais importantes e as mais bonitas capas e primeiras páginas de 1992 dos jornais e revistas semanais de circulação nacional, segundo os critérios dos próprios responsáveis por elas. Foi um ano em que a crise política que culminou no afastamento do então presidente Fernando Collor de Mello deixou escancaradas as desabonadoras relações da Presidência com o Esquema PC, obrigando jornais e revistas a um esforço constante de cobertura. Suas capas e primeiras páginas refletiram muito bem esse clima. Confira. (**L.E.**)

→



Veja nº 1.236, 27/mai/92

A munição do primeiro tiro

Na quarta-feira, 20 de maio, Pedro Collor concedeu a Veja *a histórica entrevista que detonou a constituição de uma CPI e o posterior afastamento do ex-presidente Fernando Collor. A sessão de fotos foi feita logo após a entrevista. "Como seria uma foto de estúdio, pudemos estudar bem a imagem que usaríamos na capa", diz Rodrigo Andrade, 30 anos, quatro de profissão, editor gráfico das capas da revista. "Era preciso conseguir dramaticidade na imagem", lembra. "Eu não sabia o tamanho da bomba, mas sentia que o negócio era pesado." Depois de três provas, na sexta-feira, 22 de maio, chegou-se ao resultado final* (acima). *"Foi uma capa que teve todas as condições de uma produção OK", diz.*

Para Rodrigo, a capa mais bonita é a da edição 30 de setembro (abaixo). *"Esta capa, que estava pronta havia quatro semanas, tem um poder de síntese e dramaticidade exemplares. É tão boa que eventualmente até dispensaria o texto."*



Veja nº 1.254, 30/set/92



O Estado de S.Paulo, 30/set/92

O eco do grito das ruas

Nos finais de tarde, o editor-executivo Luciano Martins, 42 anos e 20 de profissão, pode ser visto circulando pela redação de O Estado de S.Paulo. *Neste passeio ele colhe os melhores assuntos de cada editoria e, em seguida, começa a esboçar a primeira página da edição do dia seguinte. Na sexta-feira, 18 de setembro, com os caras-pintadas nas ruas, Luciano concebeu o que considera a primeira página mais bonita do* Estado, *no ano passado* (abaixo). *"Aquela edição privilegiou os personagens de um grande fato e o papel que cada um deles cumpriu em toda a história."*

Na terça-feira 29 de setembro, enquanto a Câmara dos Deputados votava a admissibilidade do processo de impeachment contra Collor, Martins rabiscava a primeira página mais importante do ano (acima). *"O que fizemos foi reverter a palavra de ordem das ruas — Fora Collor — para a manchete 'Collor Fora', devolvendo ao público o desejo manifestado nas ruas."*



O Estado de S.Paulo, 19/set/92



Jornal do Brasil, 17/set/92

Pedro Collor solta o verbo

O país parou em 29 de setembro do ano passado para acompanhar pela TV a votação da admissibilidade do impeachment. Enquanto assistia TV, o editor-executivo Merval Pereira, 42 anos e 24 de profissão, do Jornal do Brasil, *imaginava uma primeira página que de alguma forma exprimisse a expectativa da nação. "A palavra* sim, *em corpo gigantesco, era a que, naquele dia, definia o sentimento nacional", diz Merval, sobre a capa mais bonita do ano do* JB (abaixo).

Para ele, a capa mais importante de seu jornal foi a da edição de 17 de setembro (acima). *O repórter Teodomiro Braga, correspondente em Washington, tentava uma entrevista com Pedro Collor, em Miami. "Pedro estava arredio, mas concordou em falar", conta Merval. Dona Leda Collor ainda tentou convencer o filho a não dar a entrevista. Na manhã do dia em que o* JB *publicou a matéria, a mãe do ex-presidente teve uma parada cardíaca e foi internada numa clínica.*



Jornal do Brasil, 30/set/92


O GLOBO
'Fantasma' de PC pagou carro de Collor
Maioria aprova abertura de impeachment de Marconi
Gabinete de crise agora no Lago Paranoá
Chile já convocou o seu embaixador em Caracas
Maioria quer Collor fora do poder até 2 de outubro
Corte de energia atinge 7 milhões
Mais de 1 milhão de estudantes vão às ruas pedir impeachment
Ex-tesoureiro de Collor é preso em Miami
Ulysses: 'Não há clima para golpe'
Ex-tesoureiro de Collor é preso em Miami
Ulysses: 'Não há clima para golpe'

O Globo, 23/jul/92

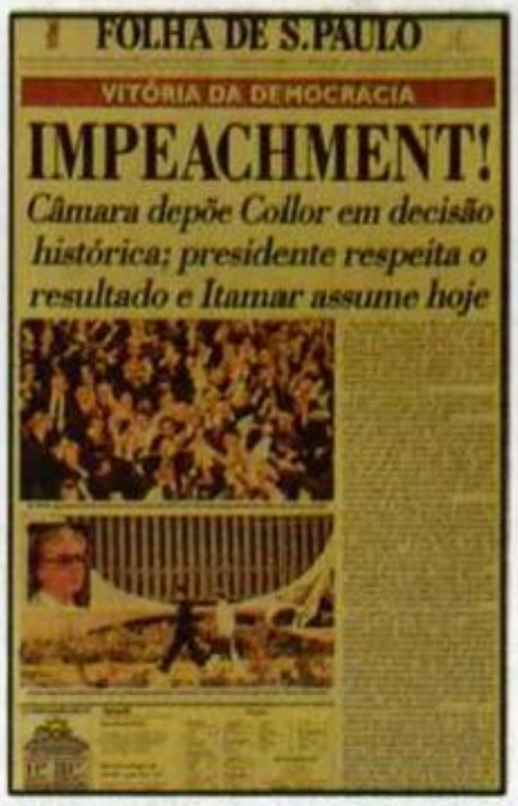
A primeira prova material

Os depoimentos de Pedro Collor e do motorista Eriberto França alimentaram a fogueira que resultou na perda do mandato de Fernando Collor de Mello. "Mas os dois produziram apenas provas testemunhais", avalia Luiz Erlanger, 37 anos e 14 de profissão, editor-chefe de O Globo. *"A primeira prova material do vínculo Collor-PC Farias foi o cheque que comprou o Fiat Elba do ex-presidente, que* O Globo *divulgou em 23 de julho, antes mesmo que a CPI tomasse conhecimento dele. Foi um furo de reportagem." O jornal teve acesso à informação no meio da tarde de 22 de julho. "Só fechamos a capa aos 45 minutos do segundo tempo", conta Erlanger, que considera esta a mais importante primeira página do ano de* O Globo (acima).

A edição de 22 de agosto, com destaque para uma grande manifestação de estudantes, é a primeira página que Erlanger julga a mais bonita (abaixo). *"O jornal resolveu optar pela emoção", lembra.*


O GLOBO
Multidão de estudantes sai às ruas em passeata a favor do 'impeachment'
ela

O Globo, 22/ago/92


FOLHA DE S.PAULO
VITÓRIA DA DEMOCRACIA
IMPEACHMENT!
Câmara depõe Collor em decisão histórica; presidente respeita o resultado e Itamar assume hoje

Folha de S.Paulo, 30/set/92

Passo a passo com a História

A primeira página mais importante da Folha de S.Paulo *do ano passado* (acima), *na avaliação de Eleonora de Lucena, 35 anos e 16 de profissão, secretária de redação do jornal, começou a ser planejada com vários dias de antecedência. "Sabíamos que seria uma edição histórica", diz Eleonora, referindo-se ao jornal que circulou em 30 de setembro, no dia seguinte à votação da admissibilidade do impeachment pela Câmara dos Deputados. "Tivemos tempo de fazer experiências com as cores e produzir protótipos da capa." Nesse mesmo dia, a* Folha *circulou uma edição extra com oito páginas, na área da Grande São Paulo, fechada minutos depois do voto decisivo. "Foi uma prova de agilidade do jornal."*

Para Eleonora, a capa mais bonita da Folha *foi a do próprio dia 29 de setembro* (abaixo). *"Com a aceleração dos fatos do Collorgate, nossas capas assumiram um ritmo crescente, transmitindo a temperatura do momento", diz.*


FOLHA DE S.PAULO
Câmara vota hoje a saída de Collor 930 dias após a posse

Folha de S.Paulo, 29/set/92


CPI
NOSSAS DENÚNCIAS ESTÃO CONFIRMADAS
ISTOÉ
ERIBERTO, UM BRASILEIRO

IstoÉ nº 1.186, 8/jul/92

A testemunha incontestada

Tão importante quanto a entrevista-bomba de Pedro Collor foi a publicação, pela IstoÉ, *do depoimento de Eriberto França, motorista da secretária do ex-presidente* (acima). *"Eriberto foi descoberto pela revista e o assunto já estava definido para ser capa", lembra Mino Carta, 58 anos e 42 anos de profissão, diretor de redação da revista. "Tínhamos um certo controle da situação, pois a matéria vinha sendo produzida desde a semana anterior. Foi um trabalho de pesquisa jornalística profundo e exaustivo, que pela primeira vez demonstrou a ligação entre PC Farias e a Casa da Dinda."*

Na opinião de Mino, a capa mais bonita do ano da IstoÉ *foi a da edição nº 1.196* (abaixo). *"Foi uma capa extremamente corajosa", diz. "Uma capa ousada — porque bancamos antecipadamente uma informação — e graficamente bem resolvida. O efeito da página virada tem um conteúdo especial. Não tinhamos dúvida que a questão estava encerrada."*


ISTOÉ
Vira-se uma página da história

IstoÉ nº 1.196, 2/set/92

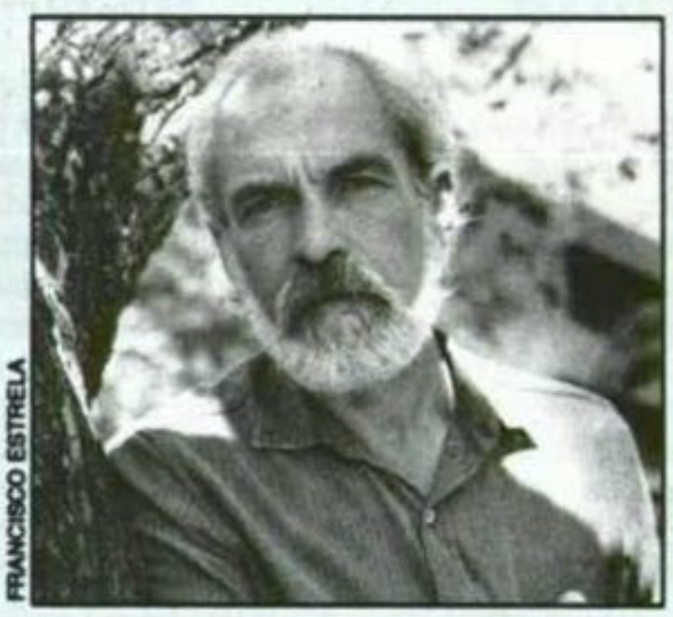
Como é difícil ler esses jornais!

Os quatro grandes confundem os leitores

por José Coelho Sobrinho

No jornal diário, a diagramação tem pelo menos duas grandes funções: racionalizar o trabalho de produção e criar a personalidade gráfica que permitirá ao leitor identificá-lo visualmente entre os seus concorrentes.

Essas funções eram mais patentes quando a composição e a impressão dos jornais eram feitas por sistemas estereográficos, que exigiam maiores cuidados na redação calculada das matérias e no *deadline* da oficina. Com o advento da técnica *off set* de impressão e, mais recentemente, com a informatização das redações, houve mudanças nas técnicas de produção. Se por um lado elas tornaram mais ágil o processo, por outro, o uso indiscriminado dos *softwares* de edição eletrônica parecem não estar contribuindo para o conjunto visual dos jornais com a eficácia possível e desejável.



FRANCISCO ESTRELA

"Nas fotos coloridas, todos pecam pela falta de cuidado com o registro"

A macroanálise gráfica dos quatro grandes jornais diários brasileiros (*O Globo, Jornal do Brasil, Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo*), que são exemplos nos quais se espelham os jornais de outras capitais e grandes cidades do país, oferecem elementos para essa afirmação. Vejamos alguns exemplos:

Fotos — A proporção áurea (retângulo onde o lado menor é, aproximadamente, 2/3 do maior) é exceção nos quatro grandes jornais. Eles usam, quase sempre, o formato aproximado de um quadrado para as fotos. Essa prática desloca o centro óptico sobre o centro matemático e cria um só ponto de referência (o centro geométrico), gerando uma estabilidade de imagem que prejudica a leitura do conteúdo fotográfico. No *Jornal do Brasil*, os fios são muito espessos e marcam com muita rigidez o contorno das fotos, isolando-as do contexto visual que deve dar ao leitor a dimensão exata da matéria e seus elementos. A *Folha de S.Paulo* não utiliza fios e, não raro, partes da mensagem fotográfica confundem-se com o branco entre o texto e a foto, criando um espaço que não tem significado para a informação. *O Globo* e *O Estado de S.Paulo* usam os quadros com mais critério. Em comum, nas fotos coloridas todos pecam pela falta de cuidado com o registro — pela inadequação de retículas e pela escolha imperfeita da escala de cores.

Legibilidade — Em geral, confunde-se legibilidade com o desenho dos tipos de Imprensa. Entretanto, ela significa muito mais. O seu estudo compreende, além da morfologia dos tipos, o seu uso em medida de coluna, corpo, entrelinhamento, variação (negrito, itálico etc.) e alinhamento. Pesquisadores norte-americanos garantem que os tipos da família Roman, no corpo 10, entrelinha 11, entre 14 e 23 paicas (5 a 8 centímetros de largura de coluna) são mais legíveis, isto é, causam menor desconforto para a leitura. Neste aspecto, nossos jornais não atingem índices que dêem aos seus leitores o máximo aproveitamento daquilo que lêem, com alguns agravantes. No *Jornal do Brasil*, a impressão deforma as bordas dos tipos, tornando-os escuros, dando ao grafismo imagens distorcidas das hastes e serifas. Na *Folha*, o espaço bem usado no entrelinhamento é subtraído do branco que separa as matérias, criando uma imagem caótica de contragrafismo. De sua parte, *O Globo* e o *Estadão* abusam do uso do *kerning* dos computadores, aproximando em demasia os tipos, principalmente nos títulos. Outras vezes, para adequar as matérias aos respectivos espaços, fazem a condensação de caracteres de textos e títulos, obrigando os leitores ao contínuo exercício de acomodação visual à estrutura gráfica recriada, pelo mau uso de tecnologia.

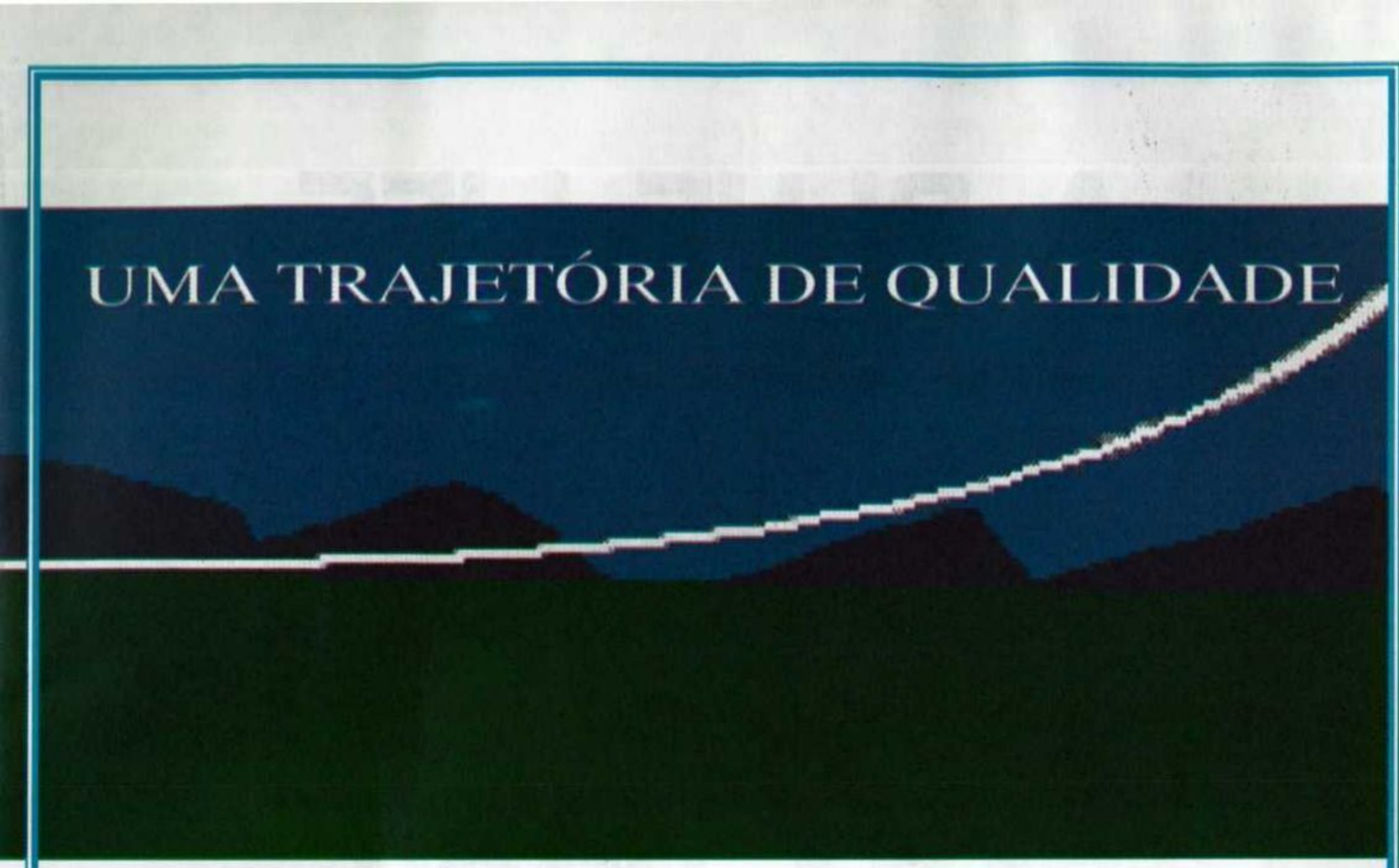
Personalidade — A personalidade gráfica dos jornais é dada, também, pela padronização da forma. A linguagem gráfica deve espelhar o projeto editorial dando tratamento diferenciado aos gêneros de matérias que fazem parte das edições do jornal. Ela deve marcar sua presença na forma de hierarquizar os títulos, indicar a informação complementar na forma de box, anunciar visualmente o texto opinativo e diferenciar as áreas de leitura e consulta de página. O *Estadão* é cuidadoso nesse aspecto. Procura não deixar dúvida quanto aos gêneros e os seus leitores habituais já desenvolveram uma "cultura" própria de leitura.

Na *Folha* e no *JB*, o uso de fundos com *bendays* ou cores não tem representação editorial determinada. Tem-se a impressão de que esses recursos são usados como meros instrumentos para quebrar a monotonia do espaço gráfico. Indefinição semelhante é observada nos títulos. O *Estadão* é o que apresenta maior empenho em adequar o número de linhas do título à quantidade de colunas ocupadas pela matéria. *O Globo* também usa este recurso de forma, entretanto, exagera na aproximação dos tipos, o que indica que não há contagem para a redação dos títulos. No *JB* não há sequer a norma de alinhamento. Ora a titulação apresenta-se à direita, ora centralizada, criando espaços brancos sem nexo ou valor gráfico.

Se uma macroanálise aponta para todos esses descompassos, o que será de uma análise detalhada do aspecto gráfico desses jornais? Tudo parece indicar que nossos quatro grandes jornais ainda carecem de avaliação e acompanhamento sistemáticos de seus projetos gráficos iniciais.

José Coelho Sobrinho, 47 anos e 21 de profissão, é jornalista e professor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

UMA TRAJETÓRIA DE QUALIDADE



A história do Grupo Simão começou a ser escrita em 1925 com uma pequena indústria de papel.

Assim como uma semente, foi crescendo, ano a ano, até se transformar num grande grupo, que atua hoje em vários ramos integrados à produção de papel para imprimir e escrever.

Papel da melhor qualidade para livros, cadernos, formulários contínuos e revistas como a que você está lendo.

Constituído por 6 empresas brasileiras que empregam cerca de 6 mil pessoas, o Grupo Simão segue o caminho da modernidade e da harmonia ambiental, investindo cada vez mais na tecnologia de suas unidades industriais e no desenvolvimento de produtos especiais.

Seus esforços não param de dar frutos. O Grupo é, atualmente, o único fabricante de papel-moeda e papel para fax de todo o hemisfério sul.

Para assegurar a excelência de sua matéria-prima, mantém uma floresta de eucaliptos com 71 milhões de árvores, numa área de 45 mil hectares.

O Grupo Simão tem uma trajetória marcada o tempo todo pela qualidade. E continua trabalhando para escrever as próximas páginas de sua história.

Papel Simão

A BLUE LIFE TEM UM PLANO DE SAÚDE FEITO ESPECIALMENTE PARA VOCÊ.

Existem muitos planos de saúde, oferecendo vantagens e mais vantagens. Mas, nem todos têm exatamente aquilo que você quer. Por isso, a Blue Life desenvolveu um plano de saúde especialmente para você. Um plano igualzinho a esta revista: específica, direta e que tem tudo que você precisa. A Blue Life, está aproveitando carências que você já conquistou no seu plano atual. E, dependendo da faixa etária, nós oferecemos aos seus dependentes, caso você venha a faltar, cinco anos da melhor assistência médica, totalmente de graça. Pense em tudo isso. Que outro plano de saúde está tão dentro dos seus planos? A Blue Life oferece sempre algo mais. Venha sentir a diferença.

Blue Life
ASSISTÊNCIA MÉDICA

A VIDA TODA COM VOCÊ
SÃO PAULO: (011) 259-8000

ABC: (011) 412-6700 • ALPHAVILLE: (011) 725-1590 • AMPARO: (0192) 70-3182 • BELÉM: (091) 241-4111 • BELO HORIZONTE: (031) 224-7912 • BRASÍLIA: (061) 226-9450 • CAMPINAS: (0192) 2-3508 • CAMPINA GRANDE: (083) 322-4466 • FORTALEZA: (085) 261-5100 • FRANCA: (016) 723-7011 • GOIÂNIA: (062) 225-3731 • GUARULHOS: (011) 940-8544 • JOÃO PESSOA: (083) 224-1066 • MOGI DAS CRUZES: (011) 460-1532 • PORTO ALEGRE: (051) 224-8000 • RECIFE: (081) 222-5723 • RIBEIRÃO PRETO: (016) 625-0394 • RIO DE JANEIRO: (021) 262-6907 • SANTOS: (0132) 4-6998 • VITÓRIA: (027) 223-1813

CAMPANHA PRÓ-VIDA DO JÔ

IMPRENSA encomenda seis anúncios com opções para Jô Soares dar suas voltinhas com mais segurança

Dia 12 de agosto Jô Soares passeava tranqüilamente com sua moto pelas ruas de São Paulo. De repente, aparece um enorme buraco no seu caminho e pimba...lá se foram seus 140 quilos para o asfalto. Resultado: fratura no braço esquerdo e escoriações diversas. Na semana seguinte, ele apareceu comandando seu talk-show, *Jô Soares Onze e Meia*, com o braço na tipóia e fazendo troça do acidente. Os fãs do humorista e do seu programa se alarmaram. Como ele iria, por exemplo, comandar o breque do *Quinteto Onze e Meia* com o braço imobilizado? Não seria melhor parar com esses passeios sobre duas rodas?



Jô Soares tranqüilizou todo mundo. A queda tinha sido um mero acidente de percurso. Motociclista desde a adolescência, tinha experiência e juízo suficientes para evitar um novo beijo no asfalto.

Exatamente três meses depois, em 12 de novembro, com o braço esquerdo quase curado, Jô, a bordo de uma Kawasaki, percorria uma rodovia nos arredores de Petrópolis, onde tem uma casa de veraneio. A história se repetiu. Um buraco, a queda. Só que, dessa vez, foi o braço direito que sofreu a fratura. Nas semanas seguintes, com os dois braços de molho, Jô garantiu que não voltaria a colocar "a bunda numa moto". Seria injusto, no entanto, privar o humorista de um de seus passatempos prediletos. IMPRENSA reuniu, então, seis agências de propaganda para que criassem um veículo seguro para o Jô dar seus passeios. O resultado está nas próximas páginas. De nossa parte, achamos que a TV continua sendo o melhor veículo para o humorista.(G.S.)

→



OS AMIGOS DE JÔ ADVERTEM: COM ESTE NOVO VEÍCULO, VOCÊ SÓ TEM QUE TOMAR CUIDADO COM CASCA DE BANANA.



FRANCISCO ESTRELA

Luna e Cardoso: "Para andar a pé com segurança, só é preciso sapatos confortáveis"

Com os pés é melhor

"O nosso ponto de partida foi a seguinte pergunta: qual é a melhor maneira de alguém se locomover sem sofrer um acidente? A resposta é óbvia: usando os próprios pés. Daí surgiu o anúncio. Evitamos grandes elocubrações em torno do tema. Optamos por uma idéia simples e, em nossa opinião, engraçada: para andar a pé com segurança é preciso somente um par de sapatos confortável. E muito cuidado com eventuais cascas de banana."

Fernando Luna, 37 anos e 12 de profissão, diretor de criação, e Wladimir Cardoso, 38 anos e 18 de profissão, diretor de arte, da *Fischer, Justus*.



JÔ, ESSA FAZ DE 0 A 140 EM 2 SEGUNDOS.



FRANCISCO ESTRELA

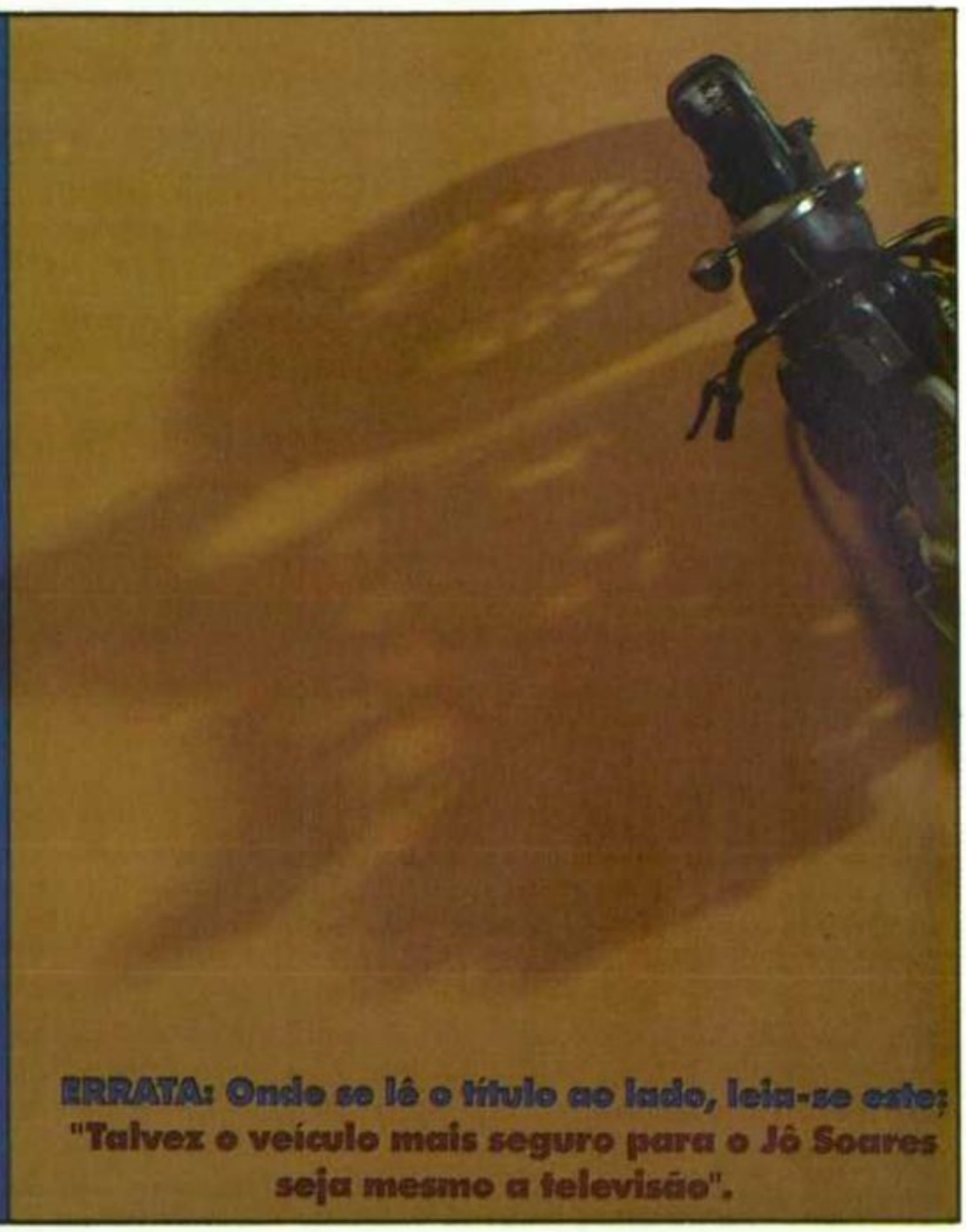
Gaspari e Oliveira: uma divertida associação entre peso e velocidade

O peso da velocidade

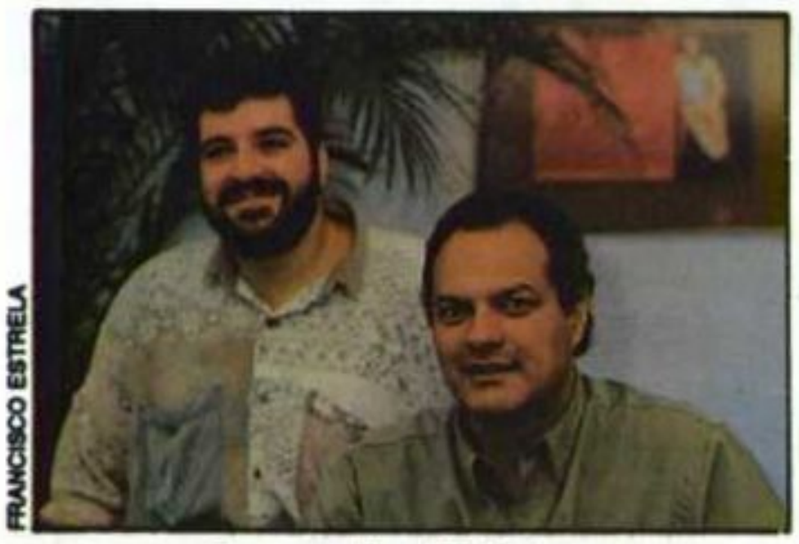
"Deve ter sido difícil para o Jô abandonar um prazer tão grande quanto o de andar de moto. Essa decisão talvez tenha sido tão ou mais penosa do que os regimes e os quilos que ele já teve de perder. A partir daí surgiu a associação do peso com a velocidade e chegamos, então, a esse anúncio divertido."

Marco Antônio Gaspari, 34 anos e 14 de profissão, redator, e Claudio Oliveira, 41 anos e 18 de profissão, diretor de arte, da *Young & Rubicam*.

Atenção, futuros prefeitos, atuais governadores, presidente próximo ou afastado: tirem os buracos, as pedras e a lama do caminho do Jô. Quem sabe ele volta a andar de moto com mais segurança. E nós teremos o humor dele sempre inteiro para rir de outras situações.



ERRATA: Onde se lê o título ao lado, leia-se este: "Talvez o veículo mais seguro para o Jô Soares seja mesmo a televisão".



FRANCISCO ESTRELA

Terçaroli e Alcântara: uma campanha por ruas menos esburacadas

Operação tapa-buraco

"Decidimos trabalhar em cima de um problema comum às grandes cidades: o mau estado de conservação das ruas, sempre cheias de buracos. Foi um buraco, aliás, que causou o segundo acidente do Jô. O nosso anúncio é uma tentativa de fazer humor político, uma homenagem ao lado crítico que o próprio Jô tem."

Amaury Terçaroli, 27 anos e sete de profissão, diretor de arte, e Pedro Alcântara, 45 anos e 23 de profissão, redator, da *Standard*.

VENDE-SE – HARLEY DAVIDSON *modelo* FAT BOY, *ligeiramente* avariada. Tratar no SBT a partir das onze e meia.



QUARIM DE LORENA

Pedrosa e Nahas: anúncio classificado para preservar a integridade física do apresentador

JÔ, CONTINUE PILOTANDO SÓ O SEU PROGRAMA. ASSIM VOCÊ VAI MAIS LONGE.

Piloto só na telinha

"Queremos bem ao Jô Soares e ficamos pensando: o que poderíamos fazer para ajudá-lo? Como fazer para que ele não caia mais? Aí descobrimos: vendendo a moto, ora. Então fizemos um classificado para ajudá-lo a vender a moto, com um conselho para que ele não continue correndo riscos: que pilote apenas o seu programa. Assim, não nos veremos privados do Jô por culpa de eventuais acidentes."

Rogério Nahas, 31 anos e 16 de profissão, diretor de arte, e Marcos Pedrosa, 24 anos e três de profissão, redator, da *Artplan*.



FRANCISCO ESTRELA

Murilhas, Grasciotti e Diniz: uma empresa só para transportar o robusto humorista

Transjô ao seu dispor

"Começamos a imaginar meios de transporte e, então, chegamos à conclusão de que seria melhor fazer uma empresa com vários veículos, para não deixar o Jô a pé em nenhuma circunstância. Criamos a TransJô, especializada no transporte de Jô Soares, que possui todo tipo de veículo para transporte, com exceção daqueles sobre duas rodas."

Sérgio Grasciotti, 50 anos e 30 de profissão, diretor de criação, Ricardo Murilhas, 27 anos e seis de profissão, redator, e José Diniz, 43 anos e 26 de profissão, diretor de arte, da *Grasciotti&Associados*.



Para agradar a todos



FRANCISCO ESTRELA

Camargo e Cajaiba: campanha para o Jô e também para conquistar novos clientes

"Nosso anúncio é uma brincadeira em dose dupla. Em primeiro lugar, pedimos ao Jô que se cuide. Por isso, sugerimos que ele troque sua moto por algum dos carros que estão no anúncio acima, todos da indústria nacional. E, depois, gostaríamos de ver o Jô dentro de um desses carros — e algum deles dentro da *Grottera*, já que as montadoras são as grandes contas do mercado publicitário. Queremos ajudar o Jô, a indústria automobilística nacional e também a *Grottera*."

Jacob Cajaiba, 50 anos e 25 de profissão, redator, e Reginaldo Camargo, 36 anos e 18 de profissão, diretor de arte, da *Grottera&Cia.*



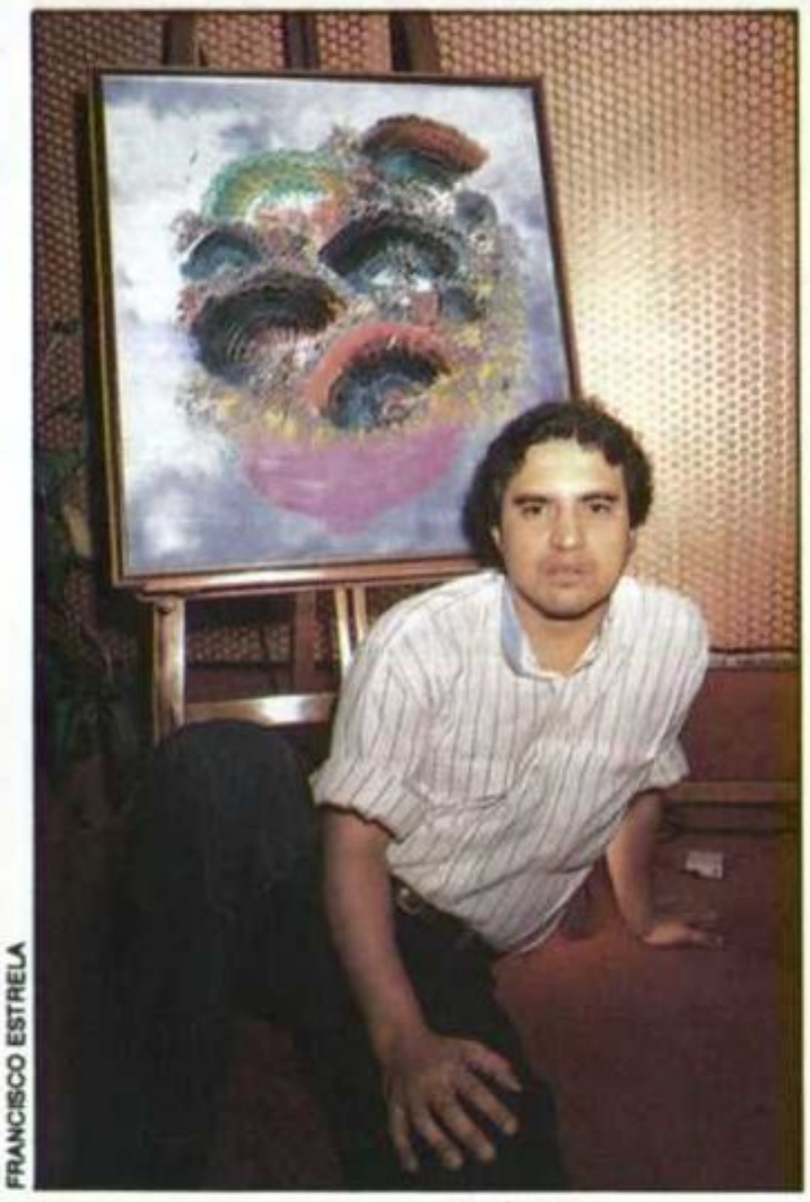
FRANCISCO ESTRELA

Arelano e três modelos: sucesso rápido

A beleza vista com bons olhos

Conviver com socialites não é novidade para Fernando Arelano, 39 anos e dez de profissão, fotógrafo que já trabalhou com as colunistas Alik Kostakis, Sonia Racy e atualmente clica para a coluna *Galeria*, de Nirlando Beirão, no *Estado de S.Paulo*. Mas Arelano resolveu enquadrar outros rostos bonitos e abriu uma agência de modelos. "De vez em quando eu fazia *books* para modelos. Por isso já conhecia algumas garotas e às vezes indicava algumas para agências de publicidade", diz o fotógrafo. "Agora resolvi profissionalizar a atividade."

Com Rosângela Esmeraldo, Arelano dirige a Models Bank Agency, em São Paulo. Ele cuida da parte de publicidade e a Rosângela de promoções. A agência tem apenas três meses e já possui um casting de 50 modelos. "O sucesso veio rápido, fiquei até assustado", diz Arelano. "Acho que isso se deve ao reconhecimento do meu trabalho na Imprensa", acredita.



FRANCISCO ESTRELA

Maksoud: atividades várias

Herdeiro multimídia

Um dos herdeiros do hotel Maksoud Plaza em São Paulo, Claudio Denis Maksoud, 36 anos, é artista plástico, poeta, músico, autor, diretor e produtor teatral. Além disso, trabalhou dez anos na revista *Visão*, quando de propriedade da sua família. "Durante dois meses trabalhei uma reportagem sobre irregularidades no mercado de raios-X e a matéria não saiu", lembra Maksoud. "Fiquei muito frustrado e resolvi abandonar o jornalismo."

Com a carreira de repórter deixada de lado, ele montou uma gravadora de discos e passou a fazer críticas de vídeo e cinema. Depois escreveu um livro de poesias, "Minhas memórias apesar da amnésia". Atualmente é o coordenador de atividades artísticas do 150 Night Club, onde, em dezembro, estava em cartaz a peça "Amor Selvagem", com texto original e trilha sonora de sua autoria, além da produção e supervisão geral.



FRANCISCO ESTRELA

Nader: prazer de trabalhar em casa

O galo da madrugada

Ele acorda às 5 horas. Às segundas-feiras, levanta às três da manhã. À tarde já está na cama e só acorda para assistir o *Jô Soares Onze e Meia*. Essa é a vida com que Alceu Nader, 40 anos e 20 de profissão, sempre sonhou. Depois de passar por várias redações, Nader agora está feliz por trabalhar em casa, onde produz a análise dos noticiários para o sistema *Real Time News*, da *Gazeta Mercantil*.

"Logo de manhã um funcionário do jornal traz todos os jornais", explica. "Se não atender a campainha, nosso acordo é ele ficar tocando até eu acordar." Nader começa sua leitura na mesa de café e às 8h30 transmite suas análises, via modem, para a *Gazeta*. "Os empresários acham que eu sou louco: sabem que acordo de madrugada e, apesar disso, faço comentários sobre o programa do Jô da noite anterior."



Um rasante sobre a cidade

Sob a coordenação da professora Cremilda Medina, os alunos do 3º ano de jornalismo da ECA-USP lançaram o 11º livro-reportagem da coleção *São Paulo de Perfil*. "Busco trabalhar a sensibilidade do repórter nos temas da cidade", explica Cremilda.

Homenagem à terra natal

O fotógrafo Araquém Alcântara, um dos pioneiros na documentação ecológica do país, publicou um livro sobre Santos, a cidade onde vive há 30 anos. "A intenção de *Santos* é mostrar a beleza oculta dessas paisagens", diz.

Uma parceria de três décadas

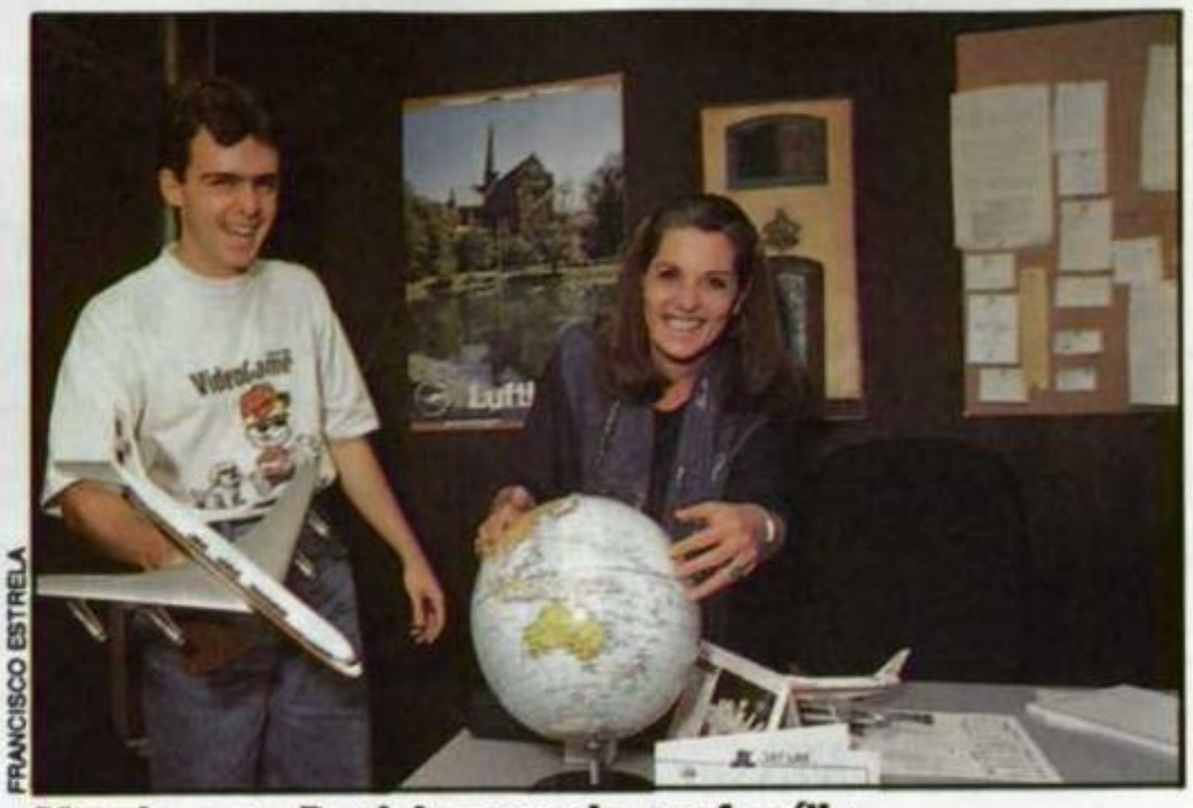
Carmo Chagas, 51 anos, Luiz Adolfo Pinheiro, 52 anos, e José Maria Mayrink, 54 anos, começaram suas carreiras em 1962 no *Correio de Minas*, em Belo Horizonte. Agora se encontraram novamente para escrever o livro *3x30 — Os bastidores da Imprensa brasileira*. "É uma grande reportagem sobre o país desses 30 anos", explica Mayrink, hoje repórter especial do *Jornal do Brasil*.

A idéia do livro foi de Carmo Chagas, que dirige o escritório de representação do governo de Minas Gerais em São Paulo. "Ao 30 anos de profissão, me lembrei de muita gente boa que começou comigo e resolvi contar nossas experiências", lembra Chagas. Luiz Adolfo Pinheiro, diretor de redação do *Correio Braziliense*, diz que "cada um de nós trabalhou em áreas diferentes". Talvez por isso o resultado dessa reunião tenha sido tão bom.



FRANCISCO ESTRELA

Mayrink (*esq.*), Chagas e Pinheiro: histórias de vida



FRANCISCO ESTRELA

Marcia, com Daniel: parceria em família

Olho-vivo e bons negócios

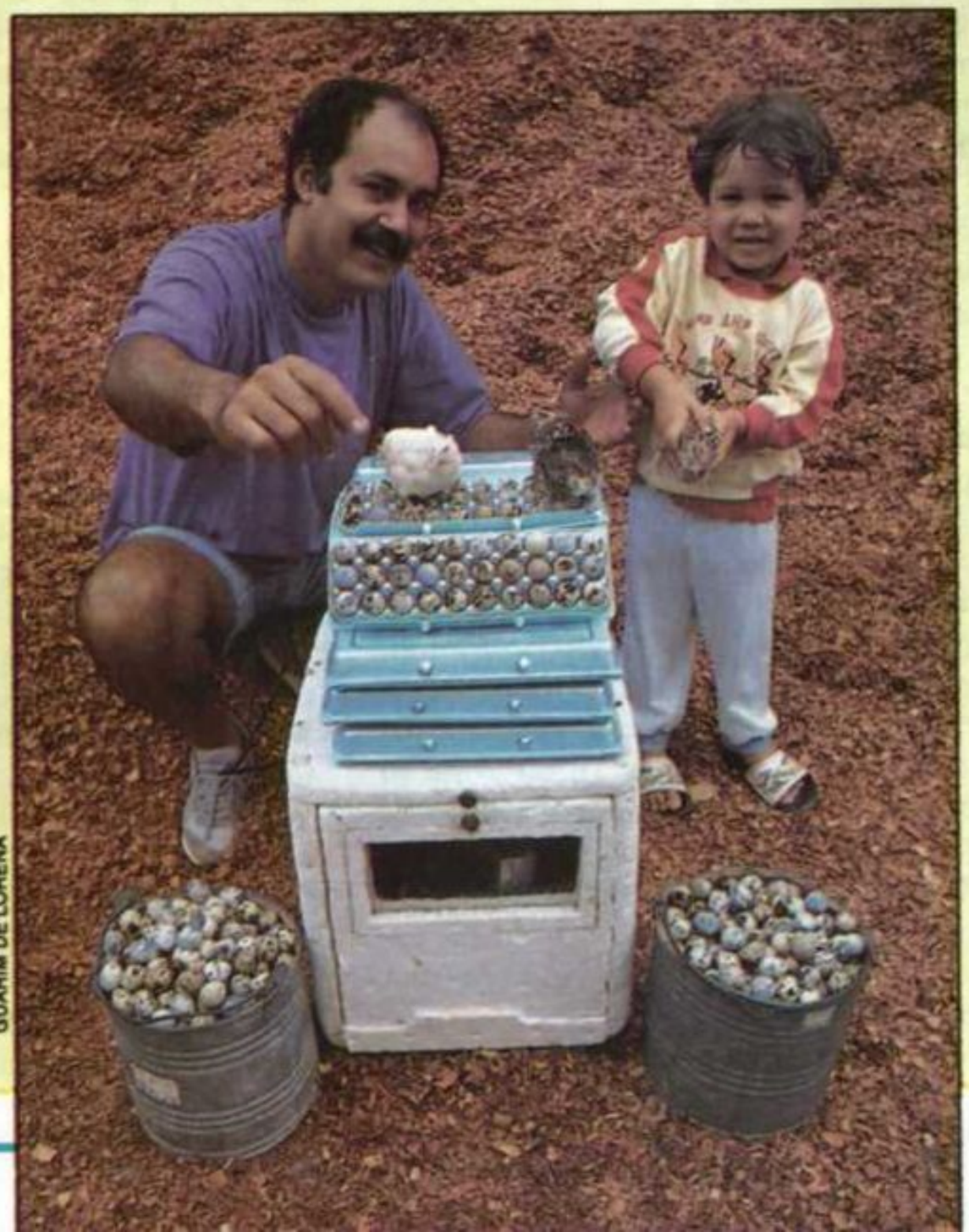
Marcia Lobo, sócia da assessoria de Imprensa *Avenida Paulista*, gostou tanto de trabalhar para um de seus clientes que resolveu entrar no mesmo negócio dele. Ela prestou assessoria na divulgação do plano de franquias da agência de viagens Salt Lake, e, depois de conhecer bem o sistema, decidiu ser uma das franqueadas. Em novembro passado, Márcia inaugurou sua própria agência de viagens.

Esta não é a primeira vez que ela trabalha com turismo. Até o final de 1990 Marcia foi editora-chefe na revista *Nova*, onde escrevia uma coluna de turismo. Depois que montou a *Avenida Paulista*, deixou o cargo mas continuou com a sua coluna. Agora ela não escreve mais. "Seria falta de ética ter uma agência de viagens e uma coluna sobre turismo", justifica. "Mas continuo assessorando a Salt Lake." Para tocar os dois negócios, Marcia conta com o filho Daniel Japiassu, de 20 anos, estudante de jornalismo.

Ovos para dar e vender

Desiludido com o jornalismo, Roberto Jacó, 36 anos e 15 de profissão, decidiu mudar de vida: deixou o cargo de editor de fotografia do jornal carioca *O Dia* e, no final de 1990, passou a criar codornas na sua casa em Jacarepaguá. "Atingi o meu limite no jornalismo e descobri que não valia mais a pena continuar na profissão", desabafa.

Quando saiu do jornal, Jacó não tinha idéia do que iria fazer. Mas sabia que era preciso encontrar uma atividade que gerasse lucro rápido. Um amigo, então, lhe garantiu que a criação de codornas daria um bom retorno financeiro em apenas 35 dias. Jacó investiu suas economias e teve sucesso: hoje, é dono de 45 mil cabeças de codornas que produzem quase 5 mil ovos por dia, todos vendidos no Rio. Ele possui apenas dois funcionários, além da família, que também entrou no negócio. "Trabalhamos em vários segmentos: o ovo, a venda de codornas para pequenos e médios produtores e o abate das aves para o consumo", explica. Seus planos são de transferir a criação para um sítio de cinco alqueires em Silva Jardim (RJ) e aumentar a produção. Jacó calcula que, até junho, estará com um criatório de 45 mil codornas. E haja ovo!



GUARIM DE LORENA

Jacó, com o filho: toda a família envolvida no negócio

CABEÇA DE TURCO



David Nasser provou que a reportagem é a alma do jornalismo

por Mario de Moraes

Se fosse vivo, David Nasser estaria com 75 anos — ele morreu no dia 10 de dezembro de 1980, aos 63 anos de idade. Para os que assistiram à fase áurea da revista *O Cruzeiro*, nas décadas de 40 e 50, não é preciso lembrar quem foi esse polêmico repórter que, fazendo dupla com o fotógrafo Jean Manzon, criou uma nova era para a reportagem brasileira. Para os que não o conheceram, é bom saber que ninguém era capaz de ficar indiferente diante desse discutido profissional de Imprensa: ou se gostava muito ou se odiava David Nasser. Ele acumulou muitos inimigos pela vida afora, mas todos concordavam que o Turco — como era chamado na intimidade, porque descendente de árabes — não só sabia descobrir um bom assunto, como o dissecava até os ossos. E não deixava pedra sobre pedra, quando se tratava de acusar alguém.

"Honra dos civis" — É o próprio David Nasser quem conta, numa entrevista meses antes de morrer, como tudo teve início: "Nasci em 1917 na cidade paulista de Jaú. Depois nossa família mudou-se para a cidade montanhosa de Caxambu, em Minas Gerais. A seguir viemos para o Rio de Janeiro, onde fomos morar num sobrado, o 94 da Praça da República. Nas minhas calças curtas experimentei os arrepios da revolta dos 18 do Forte (*o levante do Forte Copacabana, em julho de 1922*). As cargas de obus contra o Ministério da Guerra destelharam a minha escola. Os alunos fugiram. Foi aquela debandada aos gritos. Talvez a minha primeira idéia de pânico e de notícia."

Na mesma entrevista, o Turco revela como começou no jornalismo: "Eram três andares na Rua Rodrigo Silva. Lá se alojava *O Jornal*, dos *Diários Associados*. Meus 17 anos subiram pela primeira vez os degraus da reportagem naquela ruazinha gostosa, hoje estuprada pelo Rio moderno. Entrei pelas mãos mancheteiras do Carlos Eiras, mestre em titulação. Ele era o secretário, de parceria com Victor do Espírito Santo, outro leviatã sagrado. Eu ganhava, na época, 250 cruzeiros, num tempo em que um bife com fritas custava dois cruzeiros. Carlos Eiras e Victor do Espírito Santo foram os meus professores. Não sei por que eles acreditaram em mim, mas acreditaram e me empurraram para cima. Eu ia trabalhar, sempre na hora certa, com o meu uniforme colegial do Instituto Superior de Preparatórios. Em *O Jornal* aprendi a datilografar, mas já escrevia desde os 11 anos, quando trabalhava como bibliotecário em Caxambu. Foi ali, respirando a poluição dos alfarrábios, que devorei os clássicos brasileiros e portugueses, com a fome canina da minha ambição despertada."

Era esse o estilo de Davi Nasser; hoje, talvez, ultrapassado, mas não naquele tempo, quando suas matérias e crônicas eram das primeiras coisas a serem lidas em *O Cruzeiro*, disputando palmo a palmo com o *Pif-Paf* do Millôr Fernandes e *O Amigo da Onça* do Péricles.

O batismo de fogo do repórter iniciante foi a cobertura da chamada Intentona Comunista, em 1935. *O Jornal* havia destacado David e Victor do Espírito Santo para cobrir os acontecimentos no quartel da Praia Vermelha, no Rio. Os dois chegaram ao local antes mesmo das tropas do Exército. É David quem conta: "Getúlio Vargas aproximou-se fumando o seu charuto, como se contemplasse um desfile de misses. O grupo presidencial, apavorado, seguia de perto o presidente, quase de rastros. O QG das Forças Armadas legalistas era um posto de gasolina. A fuzilaria engrossou: eram balas varrendo os espaços. Uma farta distribuição de morte. O capitão João Ribeiro morreu ao meu lado. Todo mundo se jogou por terra e o amarelão do medo na cara de todo mundo. De pé, coragem nas veias, o general José Pessoa, sogro de Rogério Marinho. Era um chicote moral no lombo dos que deitavam para não morrer. O Victor do Espírito Santo também ficou de pé, salvando a honra dos civis acocorados ou colados ao chão. Eu, que não sou herói, deitei como a maioria."

Assuntos amenos — Já repórter tarimbado, David Nasser escreveu uma série de reportagens contra os integralistas comandados por Plínio Salgado. Um irmão de Assis Chateaubriand, o mandachuva dos *Diários Associados* — e, portanto, de *O Jornal* —, fez pressão

contra David e ele foi demitido. Logo recebeu, e aceitou, um convite para trabalhar em *O Globo*. "Era 1937, a marca da ditadura getulista. Participei da cobertura do golpe de Estado para o jornal de Roberto Marinho. Passei a plantonista noturno, ponto de honra para o repórter de carreira. O grande vestibular da profissão. Foi quando tive a oportunidade de produzir bons assuntos. Baixei o pau nas torturas praticadas pela polícia de Filinto Müller — uma das mais bárbaras do mundo. E transferi, mais tarde, o relato ao livro *Falta alguém em Nuremberg*, que teve 13 edições esgotadas, merecendo comentários elogiosos de Graciliano Ramos. É oportuno notar que nunca fui comunista, mas, como democrata, os defendi contra as torturas. Era meu dever. E em 1938 eu estava na defesa dos integralistas, que tanto combatia, e que também foram massacrados impiedosamente."

No início da década de 40 chegou ao Brasil uma figura das mais importantes na vida de David Nasser. É Jean Manzon, um francês que desde os 18 anos trabalhava como fotógrafo para as grandes revistas da França como *Vu* e *Paris Match*, e para o maior vespertino da época, o *France Soir*. O jornalista francês logo convidou David Nasser para fazer dupla com ele na revista *O Cruzeiro* — um semanário que, até então, dedicava-se a publicar apenas fotos de mulheres bonitas e matérias sobre assuntos amenos. David topou, prepararam uma pauta de temas palpitantes e levaram as sugestões ao diretor de redação de *O Cruzeiro*, Antonio Accioly Netto. Este resolveu arriscar e deu sinal verde aos dois audaciosos.

Ódio profundo — Começava ali a carreira de uma das mais famosas "dobradinhas" (repórter e fotógrafo) da Imprensa brasileira. O próprio David Nasser lembra aquele tempo: "No começo tivemos que romper as barreiras da rotina. Esse negócio de inovar não é mole, não. Inovar no assunto, inovar no estilo — foto, texto e diagramação. Começamos com uma reportagem sobre a vida dos loucos. O porão, a fossa, aquilo que os loucos chamavam de inferno entre as grades. Veio depois o Barreto Pinto de cuecas. Um escândalo! O deputado Barreto Pinto foi cassado por quebra do decoro parlamentar. O mergulho perigoso sobre os índios xavante foi outra paulada. A invasão dos subterrâneos da maçonaria, até então um mistério total, também ressoou alto e foi um deus-nos-acuda. A reportagem sobre Chico Xavier, intocado pela Imprensa, saiu fazendo barulho e pipocou em todo o país."

Foram, para a época, reportagens realmente sensacionais. Ainda assim, é preciso separar o homem do profissional. No caso de Barreto Pinto, conto aqui, pela primeira vez, a versão dada, mais tarde, pelo deputado cassado. Segundo ele, David, que era seu amigo pessoal, pedira-lhe uma entrevista e Jean Manzon resolveu que ele, Barreto Pinto, devia posar para as fotos vestido a rigor. Como estivesse só de cuecas, pois fazia muito calor naquele dia, o deputado vestiu somente a parte de cima do smoking, já que a foto seria publicada da cintura para cima. Manzon, ao vê-lo daquele jeito, fez uma brincadeira e o fotografou de corpo inteiro. Já na redação, depois dos filmes revelados, Accioly Netto ficou entusiasmado com a foto de corpo inteiro do deputado e convenceu David e Manzon a publicá-la. Daí surgiu o escândalo e a cassação do mandato de Barreto Pinto. Em seu livro *Mergulho na aventura*, onde David Nasser conta os bastidores das suas melhores reportagens, ele — talvez por remorso — não publicou a matéria que suscitou a cassação do deputado.

David Nasser era dono de grande coragem pessoal e mais de uma vez se envolveu em matérias de risco. Como no vôo de teco-teco sobre a aldeia dos então ferozes índios xavante, que flecharam o aparelho e quase o derrubam. Também foi ameaçado de morte por políticos inescrupulosos, que lhe devotavam ódio profundo. David não acreditava na neutralidade. Dizia: "Meus amigos não têm defeito; os inimigos, se tiverem, eu descubro."

Duas fazendas — Em 1955 Jean Manzon saiu de *O Cruzeiro*. Esteve no *Diário da Noite* (um vespertino dos *Diários Associados*, do Rio, já extinto) e na revista *Manchete*, até que se transformou num grande empresário cinematográfico. Daí em diante David Nasser passou a fazer dupla com diversos fotógrafos de *O Cruzeiro*, até assinar duas páginas semanais, onde misturava fatos e crônicas, ora histórias do maior lirismo, ora estocadas violentas para todos os lados: "Critiquei a construção de Brasília e a inflação que gerou, o que tornou Juscelino meu inimigo por um bom tempo. Ataquei a compra do nosso porta-aviões, que chamei de porta-bilhões, ficando com toda a Marinha contra mim. Topei o caso Aída Curi, o crime sexual mais violento do Brasil. Os assassinos milionários que gozavam impunidade foram metidos na cadeia merecida. Biografei Francisco Alves e o mundo de sua ardente boemia. Repeti a dose com Carmen Miranda e com Ary Barroso. Na área internacional, compareci com o Irã, com a história dramática de Hiroxima, com o silêncio branco da Antarctica, com a fé sepultada de Jerusalém, com o suntuoso casamento de Grace Kelly, com os bastidores do Vaticano, com a invasão soviética da Hungria, com o milagre de Israel...

Numa de suas reportagens-denúncia, David insinuou que o governador Brizola manti-

FOTOS ARQUIVO DAVID NASSER



David (*dir*) num vôo com Juscelino



Com Herivelto Martins: parceria

Quatro opiniões

"David Nasser é o poeta da cidade, o poeta do fato de maior ou menor importância — o poeta da reportagem, em suma."
(Nelson Rodrigues)

"David Nasser é um requintado artista da palavra escrita, sob a pele de um repórter nômade."
(Nelson Hungria)

"David Nasser é, na Imprensa latino-americana, um personagem démodé. Na sua flama, o que brilha é a pureza de homem de missão. Toda a sua força moral vem da encarnação do paladino."
(Assis Chateaubriand)

"O texto de David Nasser tem malícia, vitalidade, idéias, personalidade, tem condições de legítima sobrevivência como matéria literária e, em alguns momentos, chega a ter condição de perpetuidade."
(Rachel de Queiroz)

nha um romance secreto com a atriz Sonia Dutra, filha de Elói Dutra, ex-vice-governador do então Estado da Guanabara. Num encontro casual de David Nasser e Brizola, no aeroporto Santos Dumont, o agora governador do Rio agrediu violentamente o repórter, sem levar em conta que o jornalista estava acometido de uma grave enfermidade que dificultava seu equilíbrio.

David Nasser escreveu 15 livros e, ligado a alguns dos maiores nomes da música popular brasileira, foi autor das letras de grande sucesso do cancioneiro popular, como "Normalista", "Canta Brasil", "Confete", "Coroa do Rei", "Nêga do cabelo duro", "Engole ele, paletó", "Carlos Gardel", entre outros.

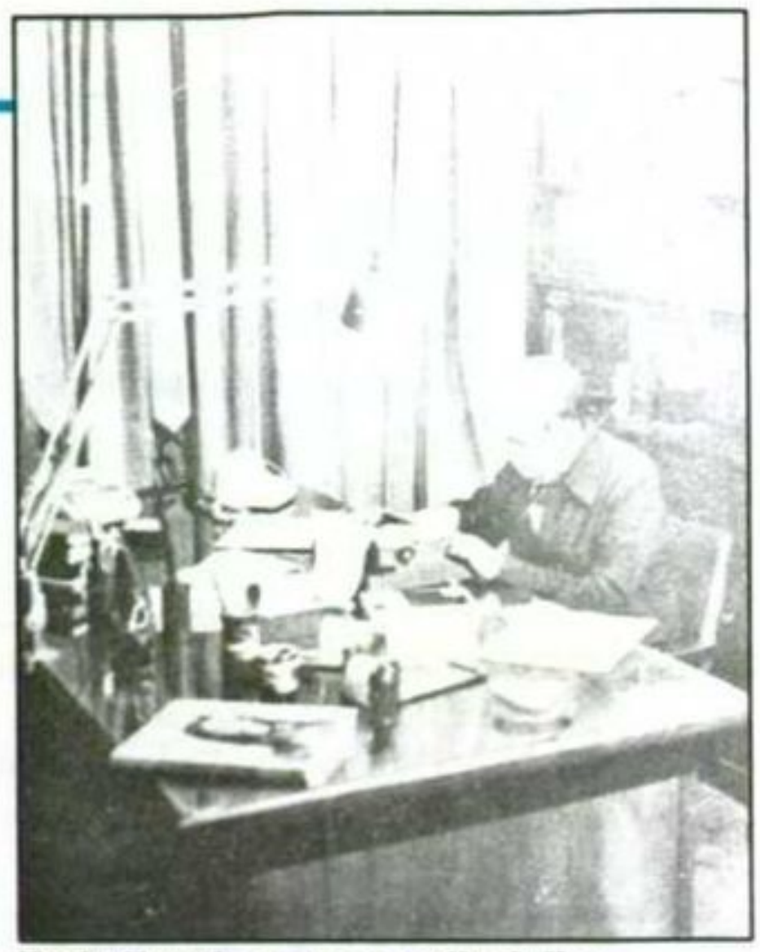
No final de vida, David Nasser podia considerar-se um homem rico. Ele e seu amigo Ibrahim Abud montaram uma empresa de colonização no Oeste do Paraná, onde fundaram cidades como Francisco Alves, Assis Chateaubriand, entre outras. David ainda tornou-se proprietário de duas grandes fazendas em Campinas (SP), num total de 700 alqueires. Seus inimigos garantiam que sua fortuna se formou a partir de negociatas feitas em comum acordo com Assis Chateaubriand.

Como jornalista, David Nasser terminou sua carreira na revista *Manchete*, para onde



FOTOS ARQUIVO DAVID NASSER

David com Pelé, um jogador de futuro



Trabalhando em casa: disciplina

levou suas duas páginas assinadas. Numa de suas últimas entrevistas, referindo-se à reportagem investigativa, ele dizia:

"O grande repórter morreu. Em primeiro lugar, o ensino da língua deixou de ser feito desde o curso de humanidades. Não existem, apenas, alunos analfabetos, mas professores analfabetos. Um grande repórter só surgirá, agora, por acaso ou por milagre. O grande repórter vinha do pequeno repórter. Este percorria todo o caminho: descobria a notícia, trazia a notícia e escrevia a notícia. Fazia todo o itinerário. Hoje, a viagem se faz pelo meio e assisto a um bando de jovens, maravilhosamente aparelhados, técnica e fisicamente, para captar palavras em gravadores, levando-as a um curral onde a tribo de velhos sexagenários redige o que o jornal ou revista vai publicar. Hoje quase não se lê. Ouve-se ou vê-se. Há muita gente de mais de 20 anos que não sabe quem foi Getúlio Vargas. E não perde nada com isso. Portanto, acho ridícula a preocupação de imortalidade de alguns companheiros meus, porque a frágil imortalidade termina ali na esquina."

Sobre essas declarações de David Nasser, as opiniões, naturalmente, serão contraditórias. Mas ninguém ficará indiferente a elas.

OUTDOOR COM CONTROLE REMOTO.

SEM LEVANTAR DA CADEIRA, SEM SAIR DA CAPITAL, VOCÊ JÁ PODE EXIBIR CARTAZES NO INTERIOR DE SÃO PAULO COM TOTAL CONTROLE. QUEM GARANTE ISSO PARA VOCÊ É A AFIX - QUE FOTOGRAFA TODOS OS CARTAZES INSTALADOS E ENVIA AS FOTOS PARA VOCÊ CONFERIR. NA SUA PRÓXIMA VEICULAÇÃO, PROGRAME AFIX E DESFRUTE DA SEGURANÇA DO CONTROLE REMOTO.

AFIX
CARTAZES MURAIS SC LTDA.

701 0868

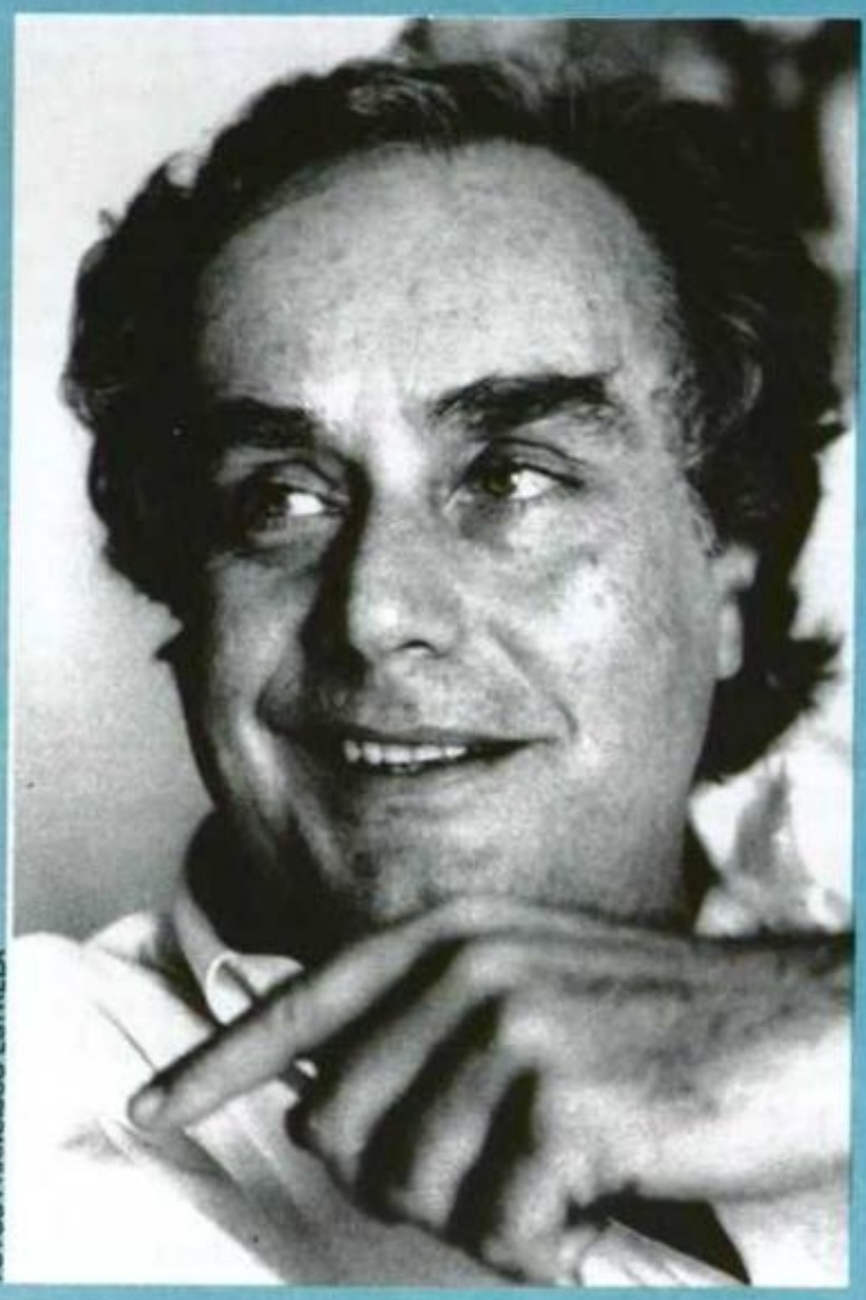
Outdoor é com AFIX.

UMA EMPRESA DO GRUPO PAINEL

RIBEIRÃO PRETO • CAMPINAS • SÃO JOSÉ DO RIO PRETO • BAURU • SÃO JOSÉ DOS CAMPOS • SANTOS • PRESIDENTE PRUDENTE

ARNALDO JABOR

"Sempre tive vontade de voltar a escrever. Eu enlouqueço se não escrever"



FOTOS FRANCISCO ESTRELA

Arnaldo Jabor voltou à Imprensa com a gana de um iniciante e trouxe para o jornal o talento que já havia demonstrado no cinema.

No início de 1991, os leitores da *Folha de S.Paulo* tiveram a grata surpresa de encontrar nas páginas de seu jornal textos de um autor que até então só conheciam através do noticiário de cinema. Começava ali uma nova fase na vida do cineasta Arnaldo Jabor, hoje com 51 anos, um carioca da Tijuca criado no subúrbio do Rocha, na zona norte do Rio.

Depois de uma carreira de oito filmes — entre os quais os elogiados *Toda Nudez Será Castigada*, *Tudo Bem* e *Eu Te Amo* — e alguns prêmios internacionais, Jabor resolveu voltar ao jornalismo diário — uma atividade que, afinal, também não lhe era estranha. Antes de pensar em fazer cinema, ele nutria profunda paixão pela literatura e elegeu o texto como sua forma prioritária de expressão. Como todo bom filho da pequena burguesia carioca do início da década de 60, foi cursar Direito na PUC do Rio e mergulhou na efervescência política que tomou conta do meio estudantil nos anos pré-64. Em 1962 trabalhou no *Metropolitano* — um jornal de vanguarda que balançou o coreto da Imprensa do então Estado da Guanabara, no ano seguinte foi editar a revista *Movimento*, da União Nacional dos Estudantes, e fez crítica de teatro nos extintos *Última Hora* e *Diário Carioca* até embarcar na aventura cinematográfica.

Se o cinema lhe trouxe prêmios e algum prazer, rendeu-lhe também uma grande angústia. "Eu estava começando a enlouquecer", afirma, lembrando os três anos em que, a partir de 1988, tentou articular uma co-produção internacional. "Só um masoquista é capaz de fazer um filme para ser exibido somente no Brasil."

De todo modo, a verve caudalosa de Arnaldo Jabor encontrou guarida adequada no papel-jornal. Seus artigos e reportagens parecem gerados de uma feliz combinação de beleza, imaginação criadora, linguagem incisiva e doses fartas de indignação. Esses atributos, aliás, também podem ser conferidos na entrevista a seguir, concedida ao editor Luiz Egypto, em fins de novembro, no escritório de sua casa paulistana do bairro do Alto de Pinheiros, para onde se mudara havia poucas semanas.

Imprensa — Como você descobriu a necessidade de expressão artística? Você já imaginava fazer cinema?

Jabor — Não. Eu queria ser escritor e escrevia histórias de ficção científica, viagens interplanetárias, coisas assim. Aos 13 para 14 anos publiquei um romance em capítulos, chamado *Pesadelo*, na revista *Vitória*, do Colégio Santo Inácio, onde fazia o ginásio. Aos 16 anos, ganhei um concurso de contos da revista *Cigarra*. Aos poucos eu fui ficando mais extrovertido. Eu queria ser uma coisa parecida com artista. Lia muito e pensava nisso. Ainda adolescente comecei a ler Eça de Queiroz e muita literatura brasileira. Não lia porque queria ser erudito nem culto: eu não tinha nenhuma necessidade de acumulação de sabedoria. Era apenas uma espécie de refúgio, um negócio para sair do mundo.

Imprensa — Você pelo menos gostava de cinema?

Jabor — Não. Eu achava o cinema uma coisa de quinta categoria. Até os 20 anos, o cinema para mim era uma coisa inferior. Eu assistia normalmente, como qualquer garoto, mas nunca tive uma visão de cinema como arte. Este lugar era da literatura.

Imprensa — Expressar-se artisticamente, naquela época, implicava naturalmente uma posição política definida. As circunstâncias pareciam exigir isto. Como você pensava a militância?

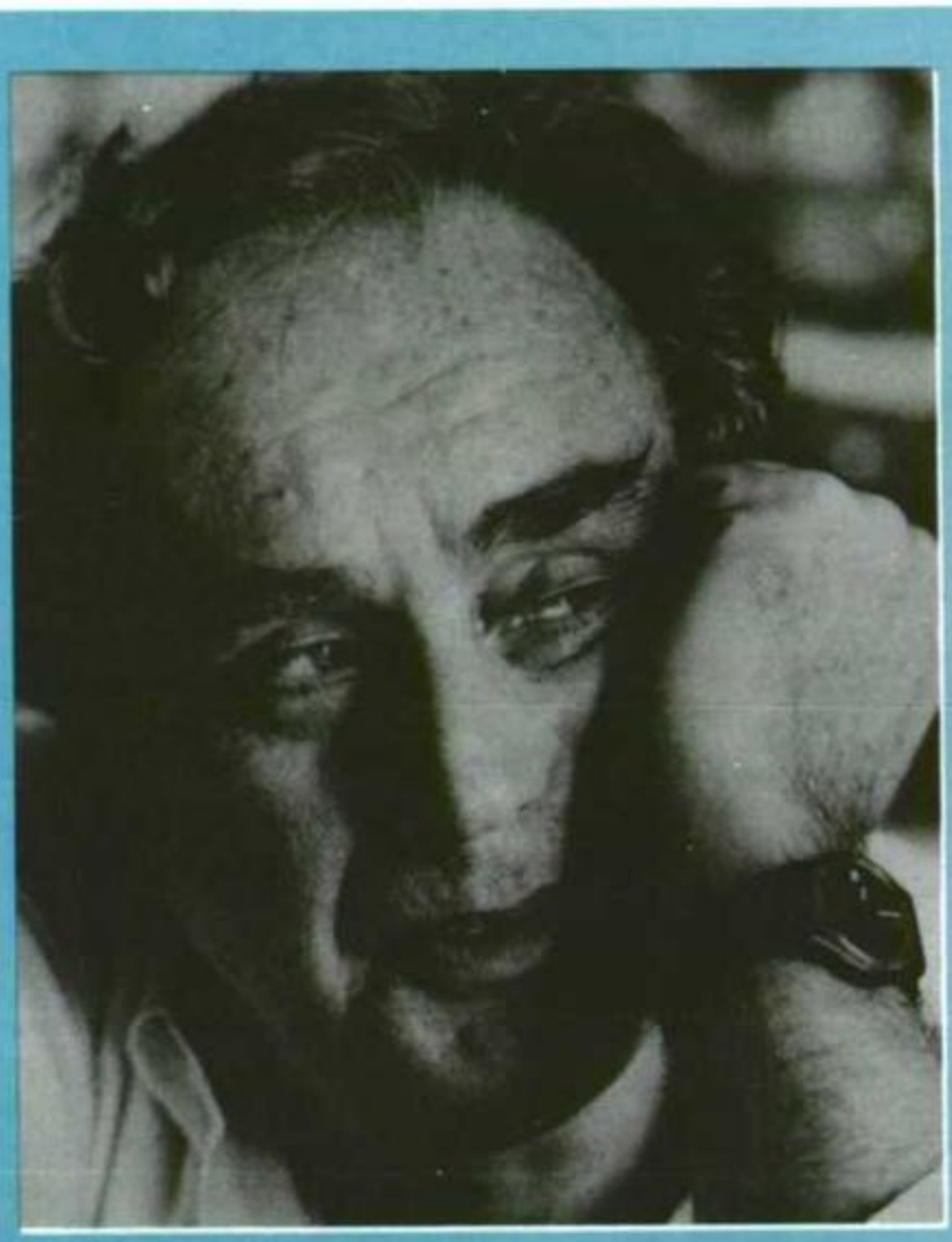
Jabor — Eu nunca fiz uma militância política típica. Sempre agi pela via da cultura e da arte. Minha geração entendia que o mundo era uma coisa modificável. Era o momento da grande transição brasileira que precedeu 1964. Minha geração acreditou que havia possibilidade de participação no mundo e de modificação do país. Tínhamos a sensação de privilégio por termos nascido nessa época e de sermos brasileiros. Isto era de um

→

charme infinito. Não dava para ter atração por uma vida comum, de ganhar uma grana e pronto. A militância, por sua vez, era uma coisa chata. Eu tinha a impressão de que minha vida devia ser um pouco torta, eu não queria ter uma vida igual à dos meus pais e de outras pessoas que eu conhecia. Estou falando de quando eu tinha 17, 18 anos, na época pós-Juscelino, numa fase importante no sentido da abertura da consciência do país para a modernização.

Imprensa — Que jornais você lia então?

Jabor — O *Jornal do Brasil* nessa época tinha uma importância fundamental na Imprensa brasileira. O seu *Suplemento Dominical*, embrião do *Caderno B*, foi uma coisa da maior importância na cultura brasileira, que divulgou o concretismo, o neoconcretismo e a melhor literatura internacional. O suplemento trazia coisas que não havia em lugar nenhum. Nunca ninguém tinha ouvido falar em James Joyce, no Brasil, antes desse jornal. O grande público teve acesso à chamada alta cultura internacional. Tínhamos ainda a revista *Senhor*, que nos trouxe um mundo desconhecido, principalmente na área da cultura.



"Eu nunca fiz uma militância política típica. Sempre agi pela via da cultura e da arte"

Imprensa — Quando começou a sua relação orgânica com a Imprensa?

Jabor — Em 1959, Paulo Alberto Monteiro de Barros, o Arthur da Távola, fundou o *Metropolitano*, jornal da União Metropolitana dos Estudantes. Eu entrei para a PUC em 1961. Esse jornal revelou gente como Cacá Diegues, Sérgio Augusto, Davi Neves, Vinícius Caldeira Brant, Aldo Arantes, Marcelo Cerqueira e muitos outros. Esse talvez tenha sido o jornal estudantil mais lido no país. O *Metropolitano* saía encartado aos domingos no *Diário de Notícias*, com oito páginas feitas pelos estudantes. Era um jornal todo escrito em caixa baixa e que fez também uma experiência gráfica espacial. Ao mesmo tempo era um jornal de vanguarda, crítico e opinativo. Eu acho que o *Suplemento Dominical* do *Jornal do Brasil* (o embrião do atual *Caderno B*) e o *Metropolitano* são meio avós da *Ilustrada*, da *Folha de S.Paulo*. O *Metropolitano* era um jornal de uma modernidade incrível, até porque o movimento estudantil era ouvido e tinha presença concreta no país.

Imprensa — Então, veio 1964...

Jabor — Não foi por acaso que houve a revolução de 64. A esquerda não tinha organização para tomar o poder, era um absoluto caldeirão de ilusões. Se não houvesse um populismo de tão baixo nível como era o janguismo, se houvesse realmente uma corrente política popular um pouco mais pragmática, o Brasil teria tido outro rumo. Me lembro do Oswald de Andrade: "As locomotivas estão carregadas, ides partir; alguém vira a manivela e partis em outra direção." Em 1964, todas as forças progressistas foram desviadas de seu curso. O Brasil era grande e importante demais para ser deixado na mão do povo. Nós somos filhos dessa revolução até hoje. Hoje nós queremos dinheiro e nos dão liberdade; na época, nós queríamos liberdade e nos deram dinheiro. Será que teria havido aqui tanto investimento do capital estrangeiro se vivêssemos uma democracia? Será que teria havido o milagre brasileiro com democracia social?

Imprensa — Mesmo nos primeiros anos do golpe militar ainda subsistiu no país uma produção cultural muito interessante. Foi aí que o cinema chegou a você?

Jabor — A cultura continuou existindo como uma espécie de substitutivo da política paralisada. E nós continuávamos a achar que podíamos modificar o país. O movimento geral — superestrutural entre aspas — que a cultura brasileira começou a ter a partir dessa época tinha um sentido de substitutivo de uma vitória política que não houve. Tudo era muito ostensivo, tudo era muito louco. Esse momento extremamente importante para a formação da cultura brasileira só foi possível por causa do dinheiro que vinha para o Estado brasileiro. E eu não estou falando apenas do cinema, não.

Imprensa — O que isso representou na arte e na cultura?

Jabor — Representou o surgimento do Cinema Novo brasileiro, que começou em 1962, pouco antes da revolução de 64, mas que continuou por ela adentro, na sua fase pura, até 1968, 69. Depois veio uma fase mais voltada para o mercado, nos anos 70.

Imprensa — Quando você abandonou a antiga ojeriza pelo cinema?

Jabor — As pessoas que tinham alguma ligação com a cultura e com a arte começaram a ter a sensação de que se podia penetrar no mundo da indústria cultural, que a arte não era mais uma coisa melancólica e solitária e que poderia ter uma difusão imensa. Fazer cinema surgiu como uma coisa muito mais importante do que ficar escrevendo poemas que ninguém ia ler. A literatura começou a ser abandonada não em função de ser uma coisa menor, mas porque o cinema tinha uma existência mais aguda, chegava a mais gente. Com um filme você podia atingir 1 milhão de pessoas, enquanto um livro era lido por dez mil.

Imprensa — À distância, tem-se a impressão de que, mesmo sob ditatura, parecia mais factível dedicar-se integralmente à produção cultural. Era mais fácil fazer um filme, editar um livro, levar um espetáculo à cena?

Jabor — Era mais factível, mas era mais inócuo também. A cultura era tolerada como uma coisa necessária. Nós nunca tivemos acesso à televisão, nunca tivemos acesso real ao rádio ou à grande Imprensa. A única expressão que conseguiu penetrar na cultura de massas foi a música brasileira moderna, a partir dos anos 60. Mas uma coisa esquecida até hoje é que, naquela década, nós conseguimos construir um cinema brasileiro e fazer uma revolução cultural cinematográfica em termos de linguagem e de estética. De 1970 até 1982, colocamos milhões de espectadores para assistir a filmes brasileiros. Um filme como *Dona Flor e Seus Dois Maridos*, dirigi-

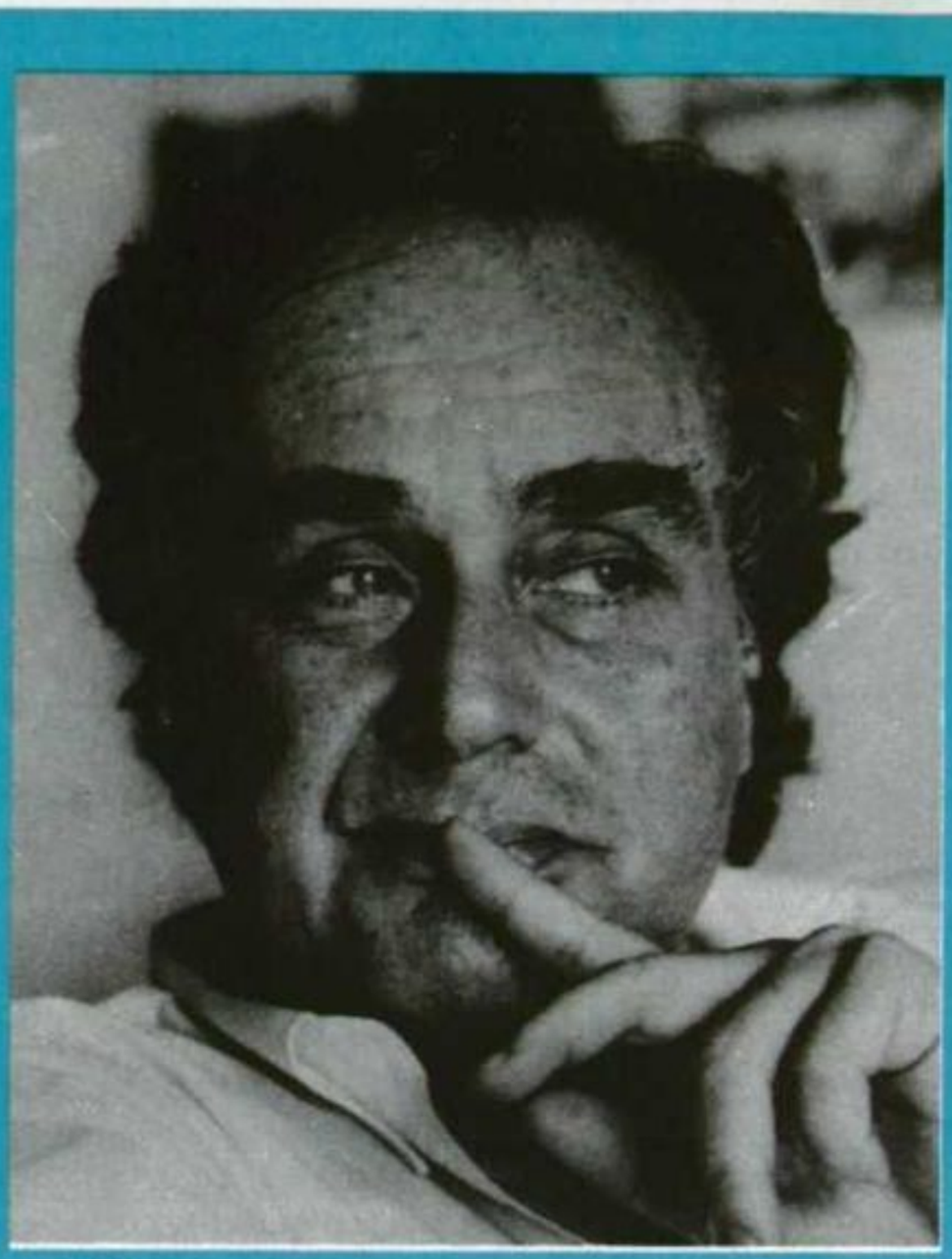
do por Bruno Barreto, fez 10 milhões de espectadores. Meu filme *Eu Te Amo* foi assistido por 5 milhões de espectadores. Tivemos uma indústria progressista e rica. Produzíamos cem filmes por ano e pelo menos 250 filmes importantes foram feitos em 15 anos.

Imprensa — Mas isso só foi conseguido com a participação do Estado, via Embrafilme. Vocês não tinham capacidade de explorar sozinhos o mercado?

Jabor — Isso não existe, isso é uma ilusão, uma bobagem. Isso é uma falta de cultura sobre cinema. Ninguém mamou nas tetas do Estado. O Estado apenas nos deu condições para competir com o produto estrangeiro. Colocar 10 milhões de pessoas no cinema significava uma renda maior do que qualquer filme estrangeiro. Eu fiz *Eu Sei que Vou te Amar* e 3,8 milhões de espectadores assistiram ao filme. *Eu te Amo* fez uma renda igual ao *Tubarão 2*. Por isso os americanos começaram a ficar mordidos. Eles ameaçaram com represálias comerciais, se não acabasse a lei de obrigatoriedade de exibição de filmes brasileiros. O importante é que nós tínhamos um mercado, uma distribuição organizada e leis que protegiam o produto brasileiro. O que acabou com o cinema não foi a recessão nem a Embrafilme, mas a falta de mercado interno e a falácia do modelo neoliberal que começou com o governo Collor. Sem mercado interno não existe cinema.

Imprensa — Durante esse pico de produção, a Imprensa era para vocês uma referência distante ou próxima?

Jabor — Havia duas Imprensas: a Imprensa alternativa e a Imprensa *mainstream*. Havia os jornais tradicionais e publicações como *Opinião, Movimento, Versus*. Se a Imprensa teve um importante caráter de resistência na ditadura, depois da democratização passou a ter um caráter mais importante do que durante os governos militares. Na ditadura era muito fácil cair numa posição de vítima. Nós fomos vitimizados sim, mas a vitimização também nos alienou. Eu acho que a Imprensa nos últimos sete ou oito anos tem tido uma importância enorme, aí sim, na revisão institucional do país, numa autocrítica e numa crítica das estruturas morais e éticas do país. Enquanto durante os anos da ditadura mais barra-pesada é como se fôssemos extremamente bons por sermos perseguidos.



"Fazer cinema pareceu muito mais importante que escrever coisas que ninguém iria ler"

Imprensa — O que lhe parece a seguinte análise: a chamada Imprensa alternativa teve uma explosão nessa época e começa a morrer quando acaba a unanimidade em torno dela, a partir da política de distensão lenta e gradual que antecedeu a abertura política do governo Figueiredo. Então a Imprensa alternativa torna-se programática, partidária, agora sem mais o viço da iconoclastia e da contracultura. Daí, a sua agonia. Você concorda com isso?

Jabor — Concordo. Com a democracia, a Imprensa alternativa se fechou. A ditadura tinha sido um grande assunto, mas sem ela não teria havido o milagre econômico do início dos 70. Não teria havido o ABC paulista, se não tivesse havido aqui a entrada violenta do capital estrangeiro. Para isso houve uma revolução de direita — para que esse dinheiro pudesse satisfazer a necessidade que os bancos internacionais tinham de emprestar mais dinheiro.

Imprensa — É uma teoria meio maluca, essa.

Jabor — É meio maluca, mas há mesmo uma necessidade de o capital internacional se expandir.

Imprensa — Aliás, ele só tem sentido enquanto se reproduz...

Jabor — ...e nós fomos uma das pontas dessa reprodução. Hoje, porém, esse capital se retraiu e, espantosa e estranhamente, temos liberdade quando não há mais dinheiro. Ainda assim, permaneceu aí a marca da modernidade gravada na existência de uma infra-estrutura econômica minimamente sólida, difícil de ser sucateada inteiramente e que nos dá condições, hoje, de pensar o aperfeiçoamento econômico e social do país. Isto é, as coisas são muito estranhas, são co-extensivas. Nós somos filhos da necessidade do capital externo e a cultura brasileira dos anos 60 e 70 foi fruto dessa necessidade. A política brasileira se modificou a partir da necessidade internacional de expansão de capital. Eu não sei como se chama isso tecnicamente, mas trata-se da necessidade que o capital tem de reproduzir mais capital através de empréstimos, investimentos, seguros, bolsas etc. Me espanta muito, e choca, que se fale tanto de liberalismo e em mercado hoje em dia, quando já não nos financiam mais.

Imprensa — Estamos falando de uma época complexa e ao mesmo tempo dinâmica e contraditória. Como isso refletiu-se no cinema? Foram anos em que você produzia muito, não é verdade?

Jabor — Eu não fiz tantos filmes assim: foram oito apenas. Fiz *O Circo*, fiz *Opinião Pública*, que é um filme sobre a classe média brasileira, fiz *Pindorama*, que era uma alegoria paródica da revolução de 64 ambientada no Brasil do século XVI. Depois fiz *Toda Nudez Será Castigada*, que tinha um sentido crítico dentro da própria esquerda porque Nelson Rodrigues, em cuja obra me baseei, era o bicho papão da esquerda. Quando foi lançado, em 1973, *Toda Nudez...* foi chamado de direitista pela esquerda, mas logo em seguida, em plena carreira comercial, foi retirado de cartaz pela direita. Foi um grande sucesso de público e de crítica que desorientou um certo masoquismo da esquerda cultural, que considerava o sucesso uma coisa alienante. Eu acho tudo isso uma estupidez. A esquerda brasileira sempre foi extremamente burra, e mesmo hoje em dia ainda tem aspectos muito burros.

Imprensa — E seus outros filmes?

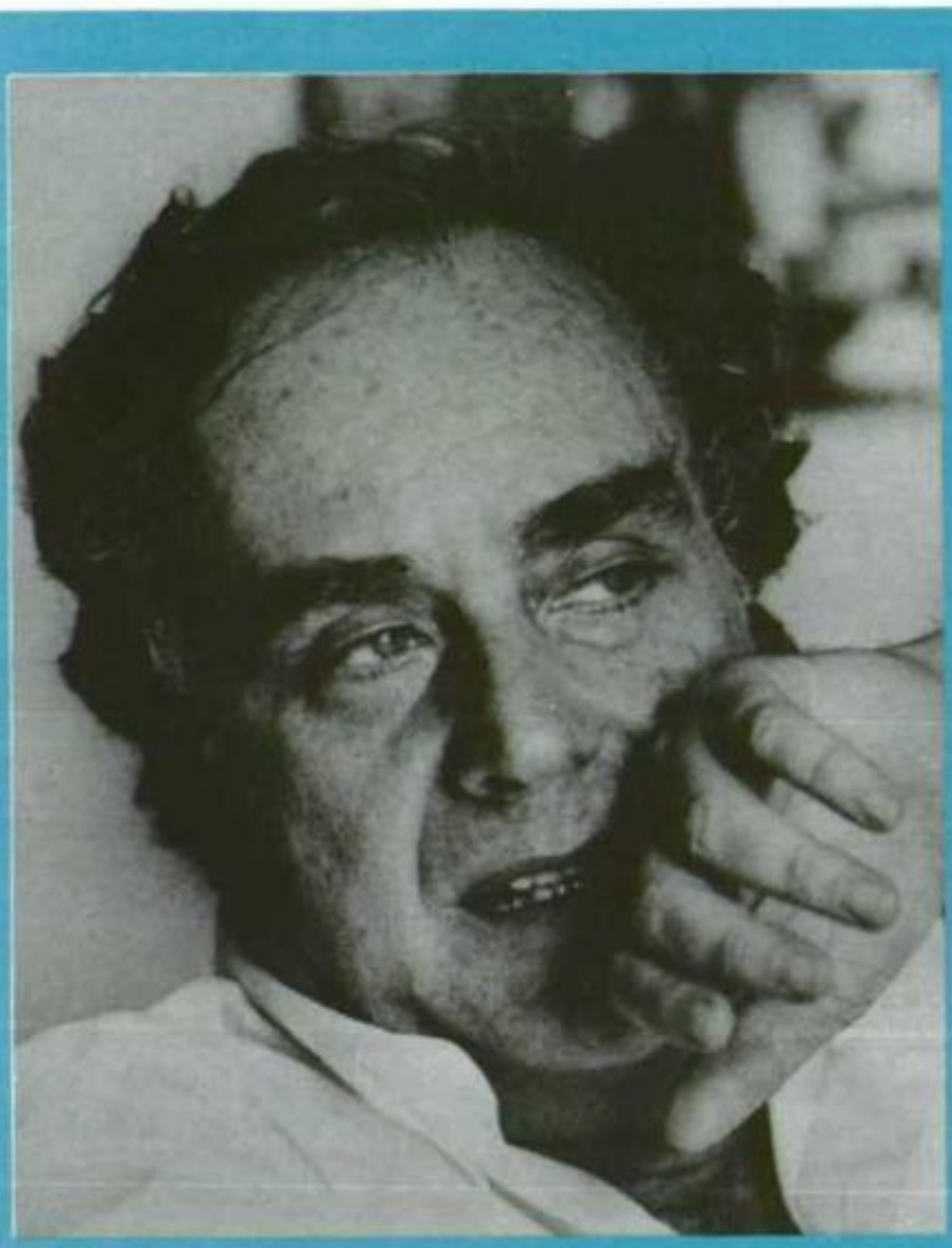
Jabor — Em 1975 fiz *O Casamento*, ainda sobre um romance de Nelson Rodrigues; em

→

1978 fiz o *Tudo Bem*, um roteiro escrito por mim e o Leopoldo Serran; depois *Eu Te Amo* e *Eu Sei Que Vou Te Amar*. Em 1990 eu fiz um filme para a televisão francesa chamado *Amor à Primeira Vista*.

Imprensa — Por que você abandonou o cinema?

Jabor — O cinema é que me abandonou. O cinema foi desmobilizado por uma série de fatores — o principal deles a inexistência do velho e bom capital internacional, que mais uma vez fez seu espasmo de ostra e se retraiu, ditando-nos uma recessão. Com isso, foi-se o dinheiro do cinema brasileiro. Não o dinheiro do Estado, volto a afirmar: não se tratava de um cofrinho onde os cineastas iam buscar dinheiro, isso é ridículo. Mas foram desmobilizadas as regras todas que permitiam a existência de uma competitividade de mercado. E, mais recentemente, tivemos o governo Collor com sua selvageria primeiro-mundista burra e mais a estupidez casuística de um imbecil como aquele Ipojuca Pontes, um idiota que foi nomeado secretário de Cultura. E também recessão, que empobreceu muito o país. O cinema é uma arte que floresce quando há um mercado financeiro rolando. É uma arte complexa e cara.



"A esquerda deste país sempre foi burra; ainda hoje tem aspectos muito burros"

Imprensa — O que fez você voltar ao jornalismo?

Jabor — A fome. Eu sempre quis voltar a escrever, tenho necessidade profunda de escrever. Eu enlouqueço se não escrever. E o cinema me dava uma angústia enorme, porque ele obriga a um jejum muito grande. Você faz um filme de três em três anos, passa dois anos sofrendo para fazer o filme. O cineasta, eu sempre digo, tem dois sentimentos básicos: a ansiedade e a frustração. Espera, espera, espera e não acontece coisa nenhuma. E eu não agüento isso. A partir de 1988, passei três anos tentando o último caminho que restou para nós cineastas — um caminho meio mágico de fazer um filme com uma temática internacional, por algum motivo válido falado em inglês, e que pudesse também conquistar o mercado externo se, por um milagre, desse certo. É o que eu chamo da síndrome do *Beijo da Mulher Aranha*, porque o Hector Babenco foi o único que conseguiu isso. Só um maluco ou um masoquista é capaz de fazer um filme para ser exibido somente no Brasil — embora haja alguns masoquistas malucos que eu adoro e respeito. De minha parte, passei três anos tentando uma co-produção internacional qualquer que pudesse fazer sucesso lá fora. Não consegui porque é uma coisa complicada demais. Eu estava começando a enlouquecer, porque esse negócio mata. Morreram cinco cineastas brasileiros em um ano e meio! Morreu o Joaquim Pedro, morreu o Leon Hirzmann, o Roberto Santos, o Lael Rodrigues, morreu o Fernando Coni Campos... O Glauber já tinha morrido alguns anos antes, de desgosto, de desespero e de amargor, porque sacou que vinha aí uma Idade Média de pelo menos 15 anos e ele não tinha cabeça para agüentar isso. Em suma, em fins de 1990 eu estava desesperado, sem dinheiro. Um dia eu vinha do Rio para São Paulo implorar para fazer filmes de publicidade e encontrei o Fernando Gabeira no avião. Ele é meu amigo, trabalhava para a *Folha de S.Paulo* e eu disse que tinha muita vontade de escrever na *Folha*. "Será que você não daria um toque no Otavinho Frias pra mim?" Ele disse: "Claro." O Otavinho ligou e me chamou para vir a São Paulo. "Eu preciso trabalhar, quero escrever, posso fazer reportagens especiais, matérias do dia, artigos, loucuras e acho que vai ser legal", eu disse. Ele gostou da idéia, foi supergentil e simpático comigo e me contratou para escrever no jornal como repórter especial e articulista.

Imprensa — E você ficou a salvo da fome.

Jabor — Foi uma verdadeira revelação psicológica para mim. Pela primeira vez nos últimos anos eu estou feliz porque posso exercer uma atividade artística e reflexiva mínima. O cinema me botava o pé preso em uma bola de ferro. Por isso, escrever sistematicamente num jornal representou para mim uma descoberta imensa. E também porque a *Folha* — que, sem bajulação, é um ótimo jornal — é um diário que tem dramaticidade, um sentido de imprevisto e de novidade que transcende a coisa puramente informativa. Eu acho que a *Folha* rompeu com a boa consciência da Imprensa brasileira, o que a faz um jornal muito vivo. Eu garanto que nunca mais vou parar de escrever. Espero morrer em cima de um computador.

Imprensa — Trabalhar num jornal de expressão contribuiu para que você arrombasse a porta do mercado de filmes de publicidade?

Jabor — Não, de maneira nenhuma. Eu faço filmes de publicidade porque gosto muito. É um supertreinamento, são filmes interessantíssimos. Eu acho que a qualidade técnica e artística do cinema brasileiro está sendo mantida graças aos filmes de publicidade, até porque os técnicos só estão trabalhando por causa desses filmes. Caso contrário, estariam todos mortos de fome.

Imprensa — Quantos filmes para publicidade você já fez?

Jabor — Em um ano e meio fiz uns 30 filmes. Fiz filmes para as Lojas Marisa, para o desodorante Tess, mas minha campanha mais conhecida foi a da Caninha 51 — a mais recente. São seis filmes para a Lage & Magy, que é uma agência supermoderna e inteligente. Nem todas as agências de propaganda têm pessoas inteligentes. Existe muita burrice no mundo da propaganda, muita estupidez, muita babaquice, mas também tem muita gente boa.

Imprensa — E na Imprensa brasileira, do que você gosta?

Jabor — Eu gosto muito da *Veja* e da *IstoÉ*, mais da primeira que da segunda. Gosto muito do primeiro caderno do *Jornal do Brasil*. Basicamente é isso. E da *Folha*, é claro.

Imprensa — E sobre a Imprensa pós-Collor, que horizonte ela tem pela frente?

Jabor — Ninguém sabe o que vai acontecer com o Brasil. Ninguém sabe o que fazer, essa que é a verdade. Todos temos um diagnóstico do país, produzido não só pela Imprensa, mas pela ciência política, pelos intelectuais, os economistas, os sociólogos. O diagnóstico do Brasil está feito. Mas vem a pergunta: como é que se desarma essa cagada política? Como é que se desarma essa charada? Como é que se vai desarmar 400 anos de patrimonialismo, de um pensamento absolutamente individualista e predatório das classes dominantes? Como é que vai se desativar esse troço?

Imprensa — Como você acha que a Imprensa pode contribuir para responder essas questões?

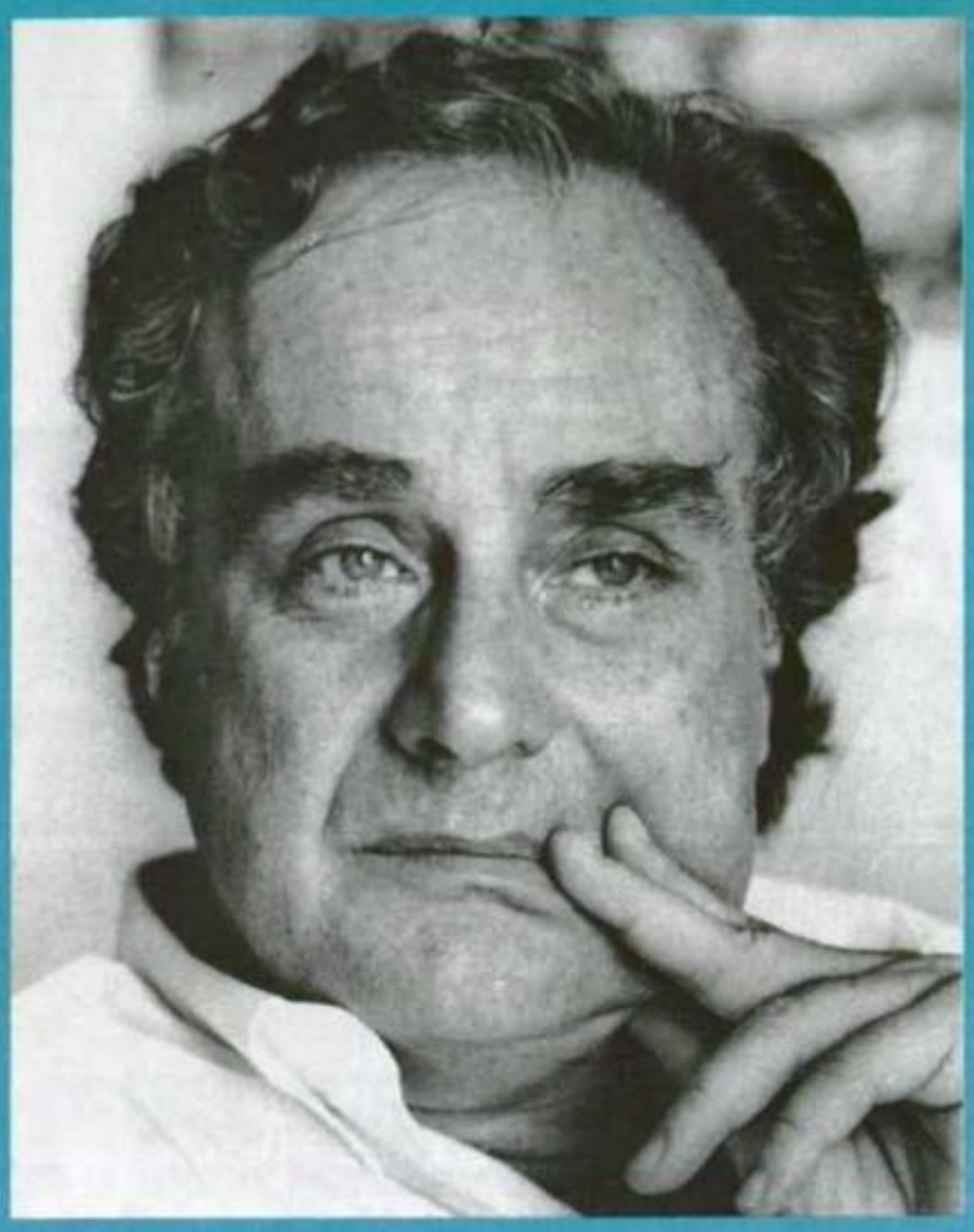
Jabor — A Imprensa já está fazendo esse trabalho, mas eu acho que ninguém sabe direito o caminho. Será pela via parlamentarismo? Que caminho tomar para impedir que o país seja planejado de acordo com o interesse de 35 famílias? O caso do Nordeste, por exemplo, é o problema número 1 deste país. O Nordeste brasileiro é imexível, como dizia o Magri, ninguém consegue mexer naquilo. E aquilo é o núcleo da catástrofe brasileira. A Amazônia está sendo destruída pela miséria nordestina, pelos que fogem da miséria. Os cinturões de pobreza das grandes cidades estão surgindo por causa da migração interna.

Imprensa — Os mais desavisados podem identificar um viés neonazista neste seu discurso.

Jabor — Não estou falando contra os nordestinos, mas contra a espantosa e absurda sordidez das classes dominantes nordestinas. Isso não é neonazismo, não. Não existe nada mais sórdido do que a elite nordestina. A elite brasileira é tradicionalmente cruel e egoísta — como já disse Darcy Ribeiro, talvez seja a pior classe dominante do mundo. Mas nada é pior do que o político de direita nordestino. É evidente que há nomes de respeito, como Ciro Gomes, Tasso Jereissati e outros do passado, mas o típico feitio do político nordestino é absolutamente repulsivo, tem um caráter fisiológico apavorantemente egoísta. É preciso desamarrar esse nó cego da nacionalidade.

Imprensa — Apenas no Nordeste?

Jabor — Não, claro que não. Outro desses nós cegos está na cidade do Rio de Janeiro, que está sendo destruída sob as vistas pacíficas do país. O país está absolutamente paralisado, vendo uma cidade ser destruída pela miséria, pela fome, pela falta de trabalho, de infra-estrutura, de tudo.



"As elites brasileiras nunca perdem: sempre dão um jeito de manter as coisas como estão"

Imprensa — Há pouco você fez comentários pouco elogiosos à esquerda brasileira. Nas últimas eleições municipais, você fez, no Rio, uma opção pública de voto pelo César Maia, do PMDB, e foi muito criticado por isso. Você se sentiu patrulhado?

Jabor — O patrulhamento ideológico existe no Brasil, sim. Eu votaria no PT em vários Estados, apoiei o Tarso Genro em Porto Alegre, votaria no Eduardo Suplicy em São Paulo. Mas no Rio de Janeiro eu votei no César Maia, que considero um grande político, um intelectual de primeira qualidade, um homem de cultura, sério. Eu não tenho nada contra a Benedita da Silva, que é uma mulher de bem e respeitada. Não tenho nada contra ela, mas acho o César Maia melhor. A esquerda, porém, não tem esse raciocínio.

Imprensa — Você é parlamentarista ou presidencialista?

Jabor — Sou parlamentarista e espero que esse sistema resolva nosso enigma político. Mas eu não acredito muito.

Imprensa — Mesmo assim você vai votar pelo parlamentarismo?

Jabor — Sim, é claro, porque é um absurdo que a gente caia na mão de um maluco, como é o caso do Collor, que de repente muda a nossa vida durante quase três anos. O país é uma coisa muito séria para ficar na mão de qualquer um.

Imprensa — Você acha que a Imprensa, com suas tiragens relativamente pequenas, teria condições de empurrar a consciência crítica do leitor a um nível de melhor qualidade?

Jabor — O papel de vanguarda é o papel número 1 da Imprensa. O que se espera é que a Imprensa não seja apenas informação e opinião, mas que tenha uma linha programática mesmo. O Brasil precisa de programas, precisa de estratégias, de rituais. O Brasil é um país perigosamente gasoso, onde os problemas são detectados mas ninguém sabe resolvê-los. É como já disse o Caetano Veloso, numa de suas canções : "As coisas ainda são construção e já viraram ruínas." Essa tendência para ruína logo após o início da construção é uma das coisas mais perigosas que acontecem no país. O problema do Brasil não é de saída, é de começo. Ninguém sabe por onde começar. O problema do Brasil é que ele não tem começo.

Imprensa — Onde está a origem dessa falta de opções?

Jabor — Isso é resultado de uma tendência que o Brasil tem de nunca queimar etapas, de nunca destruir as etapas anteriores. Aqui as etapas se superpõem e as elites nunca abandonam suas práticas arcaicas, sempre modificadas e adaptadas. As elites dirigentes nunca perdem. Sempre dão um jeito de manter as coisas como estão, mesmo que modificadas. Isso criou no Brasil uma gosma, que num artigo eu chamei de "a gosma do mesmo". Existe uma paralisia nacional anterior à política, anterior aos partidos e às elites. É uma tendência de origem portuguesa, de origem contra-reformista, cartorial e melancólica. Uma mistura de egoísmo e melancolia que Portugal nos trouxe, e que talvez seja nossa pior herança. Isso deu às elites brasileiras essa gosma essencial da qual o país não pôde se livrar nunca, e que criou um enigma político paralisante. Penso que essa grande doença nacional só poderá ser desfeita através de novos pactos políticos. E a Imprensa joga um papel importante nisso.

O espírito mágico de Vannucci



TV GLOBO/DIVULGAÇÃO

Vannucci com Roberto Carlos: talento e...

por Eloy Santos

Morreu Augusto César Vannucci. As reações e o noticiário sobre sua morte traçaram um perfil exato: ele foi um dos gênios criadores da televisão brasileira. Até aí, tudo bem. O trágico é que o país só se preocupa com suas figuras maiores quando elas se vão para sempre. Ninguém segue o conselho-lamento de Nélson Cavaquinho: "Se querem me homenagear, me homenageiem em vida..."

É isso mesmo. Nos últimos anos, Vannucci andava mais em busca das coisas do céu do que da terra. Agarrou-se ao espiritismo, onde encontrava gratidão e aplauso. Em 1984 já se considerava um homem com uma missão a cumprir. E eu o ajudei, como seu autor-roteirista, a levar para a TV os projetos que iriam materializar o mundo do além. Na *TV Globo*, e mais tarde na *Bandeirantes* e *Manchete*, fizemos programas como *Percepção*, *Terceira Visão* e *Fronteiras do Desconhecido*. Espíritas, médiuns, parapsicólogos e um sem-fim de curiosos e necessitados aplaudiam Vannucci pela iniciativa, enquanto ele aborrecia e incomodava os diretores que temiam programas "fechados" e de difícil apelo comercial.

Nesses mesmos programas, o Augusto César Vannucci que aparecia em cena ou que ficava atrás das câmeras, na direção, não era aquele profissional dos grandes shows — o Augusto César *revisteiro*. Era um homem comportado, sempre pronto a cumprir "as instruções do alto", como ele mesmo dizia. Conformismo, isso? Não. Na verdade, Vannucci estava cansado, sem espaços para fazer o que realmente gostava de fazer e sabia: montar um palco de TV com muitas plumas, paetês, laminados, cetins e sedas de muitas cores e brilho.

Sobe-desce — Ao vê-lo diante de mim numa das reuniões do grupo encarregado de criar o programa de fim de ano do Roberto Carlos, não pude fugir à imagem: lá está o Vannucci, preso como um Boeing 747 num campo de futebol, sem espaço para voar. Culpa da TV? Também não. Culpa do regime. Cacá Diegues e Arnaldo Jabor têm dito que o nosso capitalismo de terceira classe, com suas inflações e recessões, tem matado a maior parte dos nossos melhores cineastas. E ele nos levou também o Vannucci. Com o aperto financeiro, as emissoras de TV logo cancelaram os shows. Um raciocínio lógico dos economistas de plantão: "Se um show custa X, é melhor só fazer novelas. Um capítulo de novela custa Y — é muito mais barato..."

Lá ficou o Vannucci num impasse terrível: ser o fazedor de paradas de sucesso ou... O resultado se viu ao anoitecer de uma chuvosa segunda-feira de fins de novembro passado, no Rio de Janeiro. Augusto César Vannucci morreu aos 57 anos, vitimado por um derrame cerebral. Exagero meu? Perguntem aos cineastas. Falem com eles sobre a morte de Fernando Coni Campos. É isso que dói: em vez de paralisar obras faraônicas e discutíveis, ou projetos geopolíticos irrealizáveis, corta-se a carne da cultura. E nisso vai o cinema, o teatro e muito do bom que a TV mostrou em sua telinha nos últimos anos.

E lá se vai o Vannucci. Esta era sua concepção de TV:

"Para mim, o show tem toda uma envolvência, um aspecto mágico que você não pode deixar de lado no vídeo. Se fosse necessário traduzir a palavra *show*, a melhor forma seria *toque mágico*. E esse *toque* eu trouxe do teatro de revista para a TV. De que adiantaria usar a poesia de Vinícius de Morais, no especial *Arca de Noé*, se não botasse alguma coisa mágica, se não desse um toque brasileiro através dos figurinos, dos cenários e da imagem de uma criança? A TV brasileira descobriu uma linguagem própria, uma mistura de cinema, teatro e TV, bem diferente das emissoras norte-americanas ou européias. Deste formato e desta estética brasileiros, que nós descobrimos, eu não abro mão em meus programas. Não acredito em fazer aquele negócio de cantor chapado contra uma parede, porque o importante é o conteúdo, a emoção, a brasilidade."

Quando falava, quando estava num palco berrando ordens para os câmeras e assistentes, Vannucci se extasiava com a própria criação:

"Eu quero o bonito. Eu quero um belo cenário com uma escadaria iluminada e com muitas mulheres bonitas desfilando num sobe-desce. Eu quero encantar e emocionar o telespectador. Mas eu quero também falar de cultura para esse homem e essa mulher que estão em casa, encantados com a telinha. Eu quero mostrar a obra de Custódio Mesquita, de Ary Barroso, de Lamartine Babo. Quero re-

A morte de Augusto César Vannucci privou a televisão brasileira de um exímio fabricante de sonhos: a forma como conduzia os grandes musicais da **Rede Globo** *e o talento para conceber programas de sucesso fizeram dele um profissional que jamais será esquecido pelas novas gerações que intentam fazer, na TV, um entretenimento que seduza o público*



...profissionalismo à toda prova

criar o charme de Carmen Miranda e o carisma de Chiquinha Gonzaga. Eu quero ver o maestro erguer a batuta e reger o Brasil Pandeiro, de Assis Valente."

"Louvar o tango" — Como o Vannucci descobriu o *toque mágico* que viria a marcá-lo como um dos mais importantes realizadores da TV brasileira, um dos pais do famoso "padrão *Globo* de qualidade"? Foi fazendo, nos anos 60, o programa *Faça Humor, Não Faça Guerra*. Foi o encontro de cinco talentos: Vannucci, os redatores Max Nunes e Haroldo Barbosa e os atores Jô Soares e Renato Côrte Real. Vamos recordar o Vannucci:

"Esse programa foi o primeiro humorístico que realmente conseguiu se livrar das características radiofônicas. As vinhetas musicais tinham a ver com o andamento e o desfecho da piada ou do *sketch*. Foi um programa memorável e fez escola. Tornou-se mesmo um marco no humor da TV."

Lembro-me de uma cena antológica: Bibi Ferreira gravava um especial para a *Globo*, recebe Vinícius de Morais e pede para o poetinha declamar "Pátria Minha". Surpreso, ele se refaz e contra-ataca: "Bibizinha querida, eu faço o que você quiser. Mas, primeiro, o Vannucci tem que me arrumar um uísque. São dez horas da manhã e isso não são horas de se entrevistar um pobre poeta na televisão."

Era, claro, a gravação de um programa que iria ao ar às 21 horas de uma sexta-feira. Mas Vannucci mandou parar tudo e pediu que se achasse o melhor *scotch* da praça para o poeta beber-icar. E lá ficamos nós, Bibi, Vinícius, Vannucci e os assistentes, a falar de dois Brasis. Daquele que gostávamos e daquele que detestávamos. E não é que, entre um show e outro, um musical e outro, os autores colocavam fragmentos de poesias de Manuel Bandeira, Drummond, Quintana e Castro Alves?

Uma vez Vannucci ficou fascinado com a história de Berta Lutz, uma cientista e líder feminista que colocamos num texto para a Bibi Ferreira. "Que belo exemplo de mulher", disse ele. "Ainda vou fazer uma peça de teatro e contar tudo o que ela fez pelo Brasil."

Enquanto a TV agüentou a crise e não fazia restrições a orçamentos, a famosa linha de shows da *Rede Globo*, sob o comando de Augusto César Vannucci, impôs o *toque mágico* a um sem-número de programas e especiais. Quem, com um pouco mais de 30 anos, não se lembra de *Saudade Não Tem Idade*? Foi, também, uma série antológica. Foram cantadas e contadas as histórias do samba, do samba-canção, do bolero, da valsa, da rumba, do tango e até do rock. Até a um ritmo internacional o Vannucci dava um colorido verde-e-amarelo. Recordo o que ele repetia sempre: "Vamos louvar o tango, reverenciar o gênio de Carlos Gardel. Mas é preciso que a gente não se esqueça do Albertinho Fortuna, que cantou tangos na fase áurea da *Rádio Nacional*."

Alguém especial — Albertinho Fortuna? Onde estará? Graças à insistência de Vannucci, ele reapareceu um dia no Teatro Fênix para cantar "Adiós, Pampa Mia", com a orquestra do maestro Guido de Moraes. Depois, ainda emocionado, ele diria ao motorista que foi levá-lo de volta a Niterói, onde morava: "Sujeito formidável, o Vannucci. Como é que ele foi me descobrir? Não é que ele acreditou em mim, há tantos anos sem gravar e sem estar diante de um microfone?"

Agora ele se foi. Os espíritas estão se preparando para criar a Fundação Augusto César Vannucci, com o propósito de disseminar as idéias e os ideais kardecistas, segundo a ótica muito pessoal dele. Isso, por certo, vai consolar e ajudar muitos brasileiros que se vêem enrascados nesse "mar de lágrimas" que é o dia-a-dia chinfrim da pátria. Vannucci fez muito pelo espiritismo. Chegou mesmo a articular a apresentação de uma emenda à Constituição, permitindo a ação legal dos chamados "médiuns de cura". Falta regulamentar, mas está lá. É um itenzinho no 4º parágrafo do artigo 199.

Temo que ele comece logo a ser esquecido. Não fizeram isso com tantos outros, não é essa a norma neste país sem memória? E Augusto César Vannucci, como homem de TV, foi um talento grandioso. Num piscar de olhos, em meio a uma reunião, imaginava todo um espetáculo. E encantava o figurinista ao discutir cores de roupas. E espantava o maestro ao propor um andamento musical. E a nós, os redatores, ele às vezes ditava períodos inteiros de diálogos. E todos se calavam. De nós, não surgia nada à altura de seus sonhos.

A repercussão de sua morte, tão cedo, foi imensa. Era o Brasil que sentia ter perdido alguém muito especial.

Eloy Santos, 52 anos, é jornalista e autor-roteirista da *Rede Globo*.

A nova face da velha dama indigna



A censura está de volta. E nós, o que fazemos?



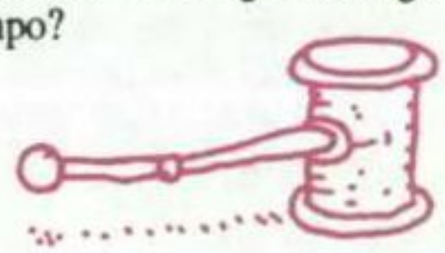
OLÍVIO LAMAS

por Carlos Brickmann

Hoje está todo mundo fascinado com a Justiça e o Ministério Público: o governo paulista está cheio de promotores, os jornais cultuam as denúncias que os procuradores fazem, a ponto de considerá-las verdadeiras antes mesmo de serem julgadas, sessões do Supremo merecem cobertura ao vivo de rádio e TV, o procurador-geral Aristides Junqueira virou herói popular. Cuidado: na velha Grécia, quando alguém se tornava popular demais, era exilado por dez anos (o ostracismo) para não ameaçar as instituições.

Bom costume: por mais que tenham boas intenções, a Justiça e o Ministério Público são tão ruins, como ditadores, quanto qualquer outro ditador. E as boas intenções, como diz o provérbio, forram o inferno. É bastante provável que um grupo imenso de ditadores tenha tido a melhor das intenções; é quase certo que boa parte dos monges da Inquisição mandava os suspeitos de heresia para a fogueira com a excelente intenção de salvar suas almas. Nem por isso o fogo doía menos.

Hoje, a popularidade do Judiciário e do Ministério Público — justificada por uma série de atitudes oportunas e corretas — pode criar riscos para a democracia. Para ficar no nosso tema, uma conquista da Constituição, a abolição da censura, foi revogada nestas últimas eleições municipais. Vamos esperar as coisas piorarem ou reagiremos agora, enquanto é tempo?



Pura e simples

Houve dois tipos de imposição à Imprensa, nessas eleições, que chamaram mais a atenção: o direito de resposta e a censura pura e simples. O direito de resposta parece aceitável: é a imposição, por via judicial, daquilo que os órgãos de Imprensa deveriam oferecer normalmente (e muitas vezes oferecem): espaço para a defesa de quem se sentir ofendido. Os veículos protestam, alegando que a medida judicial ignora a oferta espontânea de espaço aos ofendidos; mas, mesmo assim, mantém-se a regra da liberdade de expressão, sem censura prévia.

A segunda foi a censura pura e simples. Houve jornais (como o *Estado do Maranhão*) proibidos de circular porque deram apoio, em editorial, a determinado candidato. Houve apresentadores de rádio, como Paulo Lopes, da *Rádio Globo* paulista, suspensos por suspeita de favorecimento de um candidato (uma das acusações a Lopes foi tocar as músicas *Bate Coração*, sucesso de Elba Ramalho, e *Amigo*, sucesso de Roberto Carlos, porque ambas foram utilizadas na campanha desse candidato). O mais grave, sem dúvida, foi a proibição de que o jornalista Paulo Francis, de *O Estado de S.Paulo* e *O Globo*, se manifestasse a respeito das eleições. Francis, polêmico, freqüentemente injusto, agressivo, escreveu sobre política até na época da ditadura militar (e foi preso por isso); precisou da volta da democracia para ser censurado.



Atentado

Por que o caso do Francis é o pior dos casos? Porque ele foi impedido, por ordem judicial, de manifestar sua opinião, algo que lhe é garantido pela Constituição. Não conheço pessoalmente Paulo Francis. Seu texto é delicioso, e o autor sem dúvida é culto. Não concordo com a maioria de suas opiniões, que muitas vezes, acho, esbarram no racismo ou em outros preconceitos; mas ele tem o direito de expressá-las, sem censura (e o dever de responder por elas nos tribunais, se for o caso). Proibi-lo de falar, mesmo que seja por ordem judicial, é um atentado à liberdade de imprensa.



Apelidos

E, cá entre nós, chamar o moço de Mogadon não é um insulto. O apelido do senador Esperidião Amim só não é publicado porque os jornais entram em casa de família. Todos conhecem o novo prefeito de Campinas, José Roberto Magalhães Teixeira, por "Grama". Um ex-governador ganhou o apelido de "Barbie" — porque usava cabelo de plástico e era boneca. Há ainda outra "Barbie", mais recente. O governador amazonense Gilberto Mestrinho é o "Boto"; o ex-governador pernambucano Agamenon Magalhães era o "China Gordo". Mogadon até que é simpático, embora envelhecido. Paulo Francis, há tantos anos longe do Brasil, certamente não sabe que a moda é Lexotan, muito mais potente para fazer dormir.



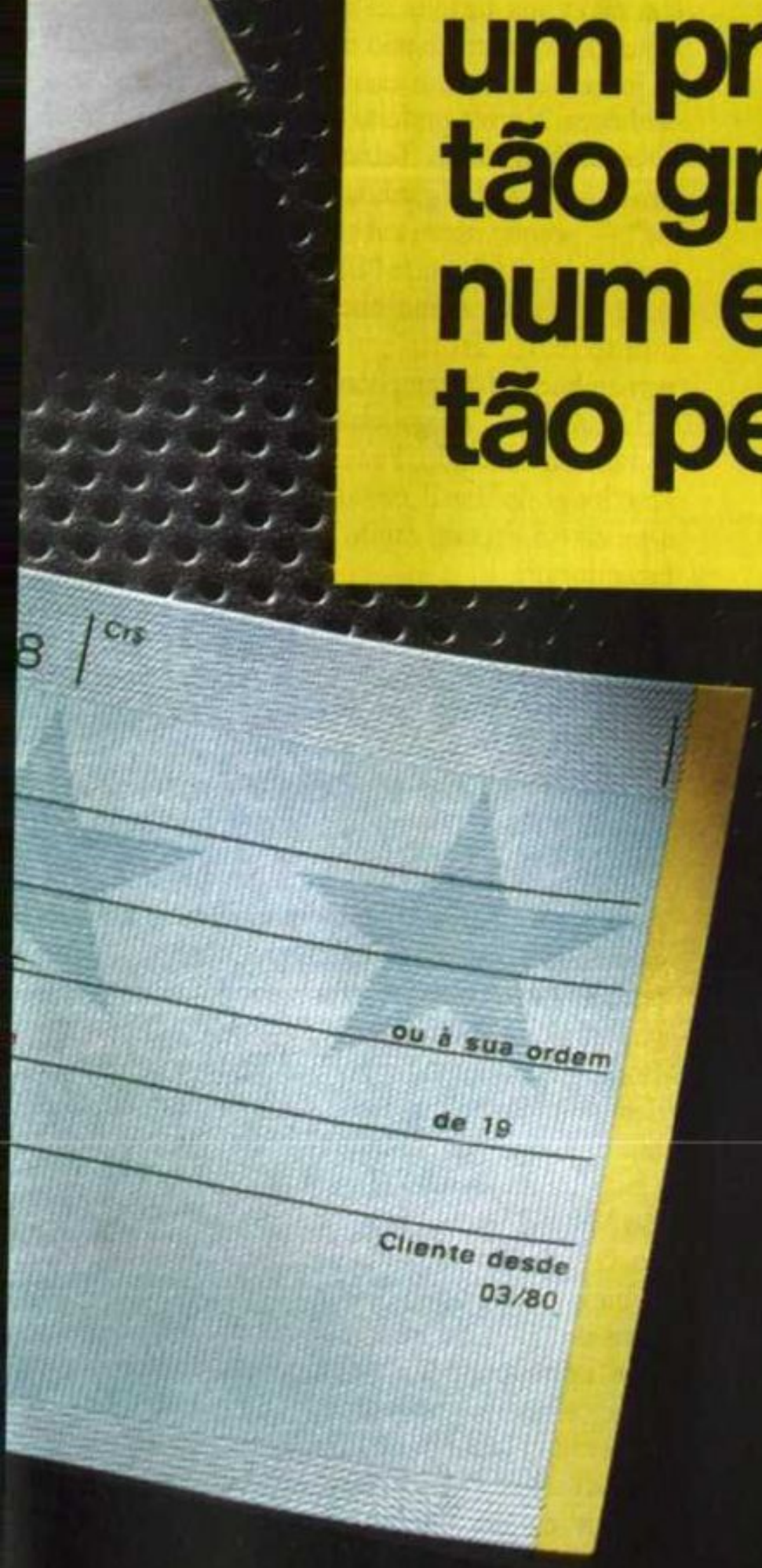
Codinomes

Aliás, no Brasil há uma velha moda de chamar os políticos pelos apelidos. Alguns carinhosos, como Adhemarzinho; outros, depreciativos. A *Última Hora* só chamava o governador Carlos Lacerda de "Corvo". Hugo Borghi, que chegou a ser candidato a presidente da República, era conhecido pelo *Estadão* como "O Aventureiro do Algodão" (mais tarde, apenas "O Aventureiro"). Mário Mazzei Guimarães, diretor-redator-chefe da *Folha de S.Paulo* e um de seus principais articulistas, chamava Jânio Quadros de "O lá de cima", desprezando apelidos mais populares como "Galo Cego" (que, aliás, não se referia ao olho, e sim às esporadas que ele distribuía para todos os lados). O *Estado de S.Paulo* chamava Adhemar de Barros de "A. de Barros", e a deputada Conceição da Costa Neves de "uma parlamentar". O assessor de Imprensa do governador Franco Montoro, o Quartim, era chamado de "Parahyba de Moraes".

Nunca nenhum deles se lembrou de pedir censura à Imprensa. Vale a pena repetir a pergunta: vamos reagir agora ou esperar para quando não der mais?


NN651881
Comp 018
Banco 341
Agência 0500
5
Número de conta 22037-9
5
Número do cheque NN-651881
Pague por este cheque a quantia de
Itaú
BANCO ITAU S.A.
S PAULO JD EUROPA
AV BRIG FARIA LIM
SAO PAULO SP
ANTONIO COUTINHO
CPF 563.737.778-4
Itaú
4341
28088
0500
22037 9
ANTONIO COUTINHO
VAL. 11/94

Ninguém colocou um privilégio tão grande num espaço tão pequeno.



O Cheque Itaú sempre foi bem-visto e bem-aceito em qualquer lugar. Mesmo assim o Itaú se preocupou em torná-lo ainda melhor.

A partir de agora, os Clientes Itaú começam a receber o novo Cheque Itaú, ainda mais moderno e elegante.

As estrelas que identificam o Cliente Estrela mudaram de lugar, agora estão junto com o nome do cliente. No cheque também consta a data em que o cliente se tornou correntista do Itaú. E como tudo o que é do Cliente Itaú deve ter um algo mais, olha o algo mais do Cheque Estrela: garantia indexada.

Todo mês, o limite de garantia de todo Cheque Estrela sobe automaticamente. Assim o prestígio do cliente fica sempre em alta, livre dos efeitos da inflação. E junto com o cheque chega também o novo Cartão Estrela Itaú, seu banco de bolso.



Ser cliente de um banco preocupado em fazer sempre mais pelo cliente é assim: até num espaço de 7cm x 22cm você recebe um grande privilégio.

Itaú. Todo dia um banco melhor para você.

Itaú

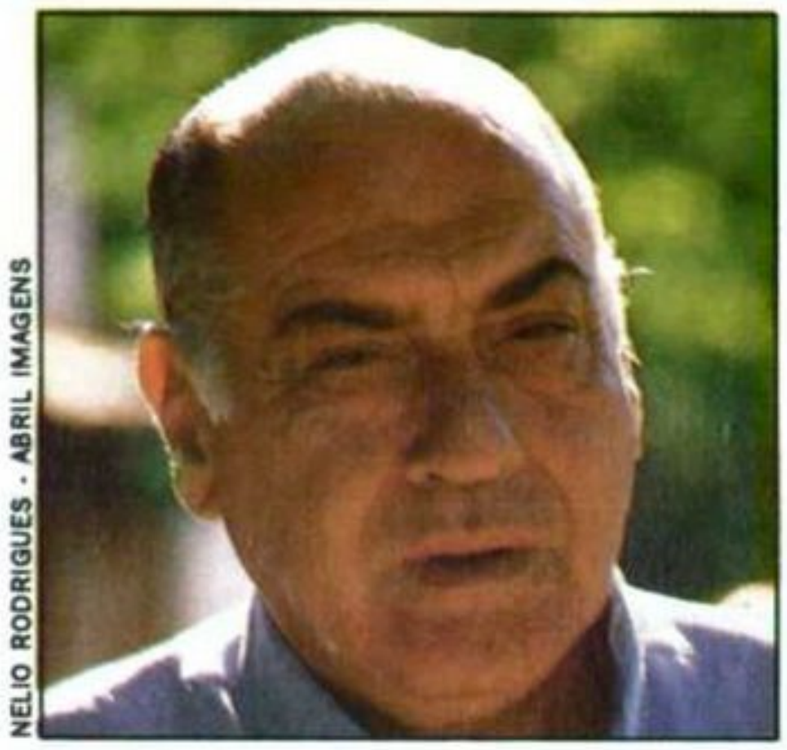
Política,
arte de Minas



PRODUZIDO E EDITADO PELA FEELING EDITORIAL - ENCARTE DA REVISTA IMPRENSA EDIÇÃO 64 - NÃO PODE SER VENDIDO SEPARADAMENTE

1993

Cinquentenário do Manifesto dos Mineiros



NELIO RODRIGUES - ABRIL IMAGENS

O Manifesto dos Mineiros é uma aula de ação política. Uma verdadeira lição de luta pela defesa da democracia e da liberdade.

Os políticos mineiros que idealizaram, redigiram, assinaram e divulgaram o Manifesto não estavam pensando em se promover. Ninguém pretendia levar vantagem com aquele gesto. Pelo contrário, todos eles tinham conhecimento do perigo que corriam. Sabiam que estavam desafiando uma ditadura poderosa e vingativa. Com o Manifesto, puseram em risco suas posses, seus empregos, suas carreiras, suas vidas.

A ação política daqueles políticos mineiros, anterior ao texto, é exemplo de um estilo que o Brasil respeita e admira. Sem precipitações nem hesitações, os homens de Minas deram no episódio mais uma demonstração de equilíbrio e coragem, de perfeita noção do tempo e das conseqüências.

É feliz, para o Brasil, que os 50 anos do Manifesto dos Mineiros coincidam com o plebiscito para escolha do regime e do sistema de governo, a revisão da Constituição, o debate nacional em torno das reformas estruturais. Mais que em outras ocasiões, durante 1993 estaremos necessitando de desprendimento, de espírito público, de capacidade de colocar o interesse nacional acima dos interesses regionais ou pessoais. Exatamente o que o político mineiro mais tem a oferecer.

Meu pai e meu avô deram integral apoio ao Manifesto dos Mineiros, foram homens do Manifesto. Cresci aprendendo a reverenciar o ideal da democracia e de liberdade que anima este documento da história mineira. É um ensinamento que não esqueço e que todo brasileiro deve conhecer.

Hélio Garcia
Governador de Minas Gerais

AO POVO MINEIRO

AS palavras que nesta mensagem dirigimos aos mineiros, queremos que sejam serenas, sóbrias e claras. Nelas não se encontrará nada de insólito, nenhuma revelação.

Dirigimo-nos, sobretudo, ao espírito lúcido e tranqüilo dos nossos coestaduanos, à sua consciência firme e equilibrada, onde as paixões perdem a incandescência, se amortecem e deixam íntegro o inalterável senso de análise e de julgamento.

Este não é um documento subversivo; não visamos agitar nem pretendemos conduzir. Falamos à comunidade mineira sem enxergar divisões ou parcialidades, grupos, correntes ou homens. Assim como não pretendemos conduzir, não temos o propósito de ensinar. Mas ensinar é uma coisa e recordar, retomar consciência de um patrimônio moral e espiritual, que seria perigoso considerar uma vez por todas como definitivamente adquirido, é outra muito diferente.

A rebeldia de 43

A queda de Vargas começou com 92 assinaturas

Lúcia Hippólito (*)

"As palavras que nesta mensagem dirigimos aos mineiros, queremos que sejam serenas, sóbrias e claras." É como se inicia o Manifesto ao Povo Mineiro, lançado em 24 de outubro de 1943, o mais famoso - e menos lido - documento da história mineira deste século, e um dos mais importantes textos da história republicana do país. Pois o Manifesto é considerado um dos marcos mais relevantes na sucessão de eventos que conduziram à derrubada de Getúlio Vargas e à derrocada do Estado Novo. Foi a primeira manifestação ostensiva e assinada de um segmento da elite liberal contra a ditadura. Assinado por 92 dos membros mais ilustres dos meios políticos, intelectuais e jurídicos de Minas Gerais - residentes em Minas e no Rio de Janeiro: Afonso Arinos e Virgílio de Melo Franco, Luís Camilo de Oliveira Neto, Dario de Almeida Magalhães, Mílton Campos, Bilac Pinto, Pedro Aleixo, Magalhães Pinto, Pedro Nava, Adauto Lúcio Cardoso, Artur Bernardes, José Bonifácio Lafayette de Andrada e Odilon Braga, entre outros.

Tudo começou com Santa Luzia. Era 1942, e o mundo vivia o horror da Segunda Guerra Mundial; o Brasil vivia sob a ditadura do Estado Novo, instalada em 1937. Ditadura que proibiu a simples existência de qualquer partido político, fechou o Congresso, as Assembléias Legislativas e Câmaras Municipais e aboliu as eleições em todo o território nacional. Além disso, cassou todos os direitos e garantias individuais - até mesmo o *habeas corpus* - e impôs uma rígida censura à imprensa e às atividades culturais.

É nesse contexto que o governo de Getúlio Vargas decide comemorar, em 1942, o centenário da batalha de Santa Luzia, que encerrou a Revolução Liberal de Minas e São Paulo (1842), quando os revoltosos, chefiados pelos liberais mineiros Teófilo e Cristiano Otoni, foram derrotados pelas tro-

FOTOS: ARQUIVO



José Bonifácio



Afonso Arinos



Milton Campos



Tristão da Cunha

Ao assinar o Manifesto, os políticos mineiros desafiaram a ditadura de Vargas

pas governistas de Caxias. Afonso Arinos de Melo Franco se recusa a participar do grupo de trabalho encarregado dos festejos, e mais tarde irá declarar: "Comecei a pensar que se deveria fazer o oposto: dentro da ditadura uma comemoração liberal, e por parte dos mineiros." Começava aí a nascer o Manifesto dos Mineiros.

Minas se sentiu traída. Minas Gerais tinha sido co-beneficiária da República Velha, mas participara ativamente de todas as fases que precederam a Revolução de 30. A oposição de Antonio Carlos Ribeiro de Andrada (ex-presidente do Estado) ao governo federal e a atuação de Virgílio de Melo Franco, de relevância estratégica na articulação revolucionária entre Minas e o Rio Grande do Sul, permitiam aos mineiros vencedores julgarem-se no direito de disputar uma posição de liderança na nova ordem nacional.

A elite mineira era formada em grande parte por intelectuais e juristas - que caracterizavam Minas como guardiã das tradições civis do Brasil, uma espécie de consciência civil do país -, comportando-se como um grupo bastante fechado, endogamicamente reproduzido, sendo os elementos novos absorvidos em grande parte pelo casamento. O episódio do Manifesto dos Mineiros irá provocar divisões entre várias famílias: a participação do Manifesto e a conseqüente opção política conduziram para partidos adversários Mílton Campos (UDN) e seu tio Zito Soares (PSD), João Franzen de Lima (UDN) e seu cunhado Cristiano Machado (PSD), Gabriel Passos (UDN) e seu concunhado Juscelino Kubitschek (PSD), José Bonifácio Lafayette de Andrada (UDN) e seu concunhado Bias Fortes (PSD), sendo este o caso mais notório.

Detentora de relevantes tradições históricas, a elite mineira era bastante ciosa de seu papel no cenário político brasileiro. Os próprios signatários do Manifesto o apontam como continuador de uma linhagem histórica liberal, que tem início na revolta de Felipe dos Santos e continua na Inconfidência Mineira e na revolução de Teófilo Otoni. Mas segundo Dario de Almeida Magalhães, um dos autores do texto, "os mineiros foram espoliados porque levaram Getúlio ao poder e perderam a posição política que tinham. Minas foi muito maltratada; os mineiros receberam muito mal a investidura de Benedito Valadares". A nomeação de Valadares como interventor federal no Estado, em 1933, agrediu profundamente a elite mineira. Sobretudo porque Valadares, considerado um *outsider*, um político obscuro, sem qualquer expressão, suplantou Gustavo Capanema e, principalmente, Virgílio de Melo Franco, a quem parecia estar reservada a interventoria, tendo em vista os serviços prestados antes e durante a revolução.

Vargas reage. Demite, aposenta à força, persegue...

A participação dos mineiros no governo federal pós-30 restringiu-se a Afrânio de Melo Franco, Odilon Braga, Francisco Campos e Gustavo Capanema; Os dois primeiros retiram-se (Melo Franco em 31 e Odilon Braga em 37). Já Campos e Capanema foram inteiramente cooptados por Getúlio - é importante lembrar que Francisco Campos foi o autor da Constituição de 1937, a famosa "polaca", carta de inspiração fascista que conferiu a moldura institucional à ditadura do Estado Novo; Capanema, por sua vez, foi o *gauleiter* da Educação, tendo confundido e moldado toda opção em matéria de educação durante muitas décadas.

Instalada a ditadura, os mineiros recolheram-se durante um bom período, até que dois acontecimentos vieram despertá-los para a necessidade de acelerar o processo político: a tal comemoração do centenário da batalha de Santa Luzia e sua participação na guerra mundial. A participação do Brasil na Segunda Guerra Mundial ao lado das potências aliadas começa a evidenciar a incongruência entre a defesa dos ideais democráticos, no plano externo, e a manutenção de um regime ditatorial, no plano interno. Começa-se a discutir, em grupos fechados, o retorno ao Estado de Direito e às regras do regime democrático.

Gênese e parto do Manifesto - Ao longo de 1943, um grupo de mineiros passou a reunir-se freqüentemente no restaurante do Aeroporto Santos Dumont, no Rio de Janeiro: Virgílio e Afonso Arinos de Melo Franco, Luís Camilo de Oliveira Neto, Odilon Braga, Pedro Aleixo e Magalhães Pinto. O tema dos encontros era uma manifestação de mineiros de contestação ao governo, aproveitando a mudança no panorama internacional.

Mas é um acontecimento de agosto de 1943 o ponto de partida para uma ação mais concreta: o Congresso Jurídico Nacional, promovido pelo Instituto dos Advogados no Rio de Janeiro. As bancadas de Minas Gerais e do Distrito Federal se retiram do evento, em protesto à negativa dos organizadores à realização de uma sessão plenária para discutir a volta ao Estado de Direito. Mas, apesar disso tudo, o Congresso Jurídico revelou que havia clima para uma manifestação ostensiva.

A idéia de se redigir um manifesto dirigido aos mineiros cresce a partir daí, em conversas entre Afonso Arinos e Odilon Braga, que redigiu um esboço. Virgílio de Melo Franco redige um segundo, e Dario de Almeida Magalhães um terceiro. Uma fusão dos três textos viaja para Belo Horizonte, onde Mílton Campos e Pedro Aleixo fazem algumas modificações. O texto volta ao Rio, e Afonso Arinos faz a revisão final.

O trabalho de coleta de assinaturas distribuiu-se pelos principais articuladores. Três importantes figuras de Minas Gerais recusam-se a assinar o texto: o ex-presidente da República Venceslau Brás, por estar há muito retirado das atividades públicas, o ex-presidente de Minas Antonio Carlos Ribeiro de Andrada, por não querer indispor-se ostensivamente com Getúlio (embora tenha autorizado o sobrinho José Bonifácio a assinar), e o presidente do Banco Hipotecário e Agrícola de Minas Gerais Estevão Pinto, por se ter colocado contra a própria Revolução de 30.

A primeira impressão do texto foi feita em Barbacena - uma tiragem de 50 mil exemplares, que contém 76 assinaturas, posteriormente outras 16 foram apostas. O Manifesto foi distribuído de mão em mão, colocado por baixo das portas e enviado ao Sul e ao Norte do país por portadores, entre os quais o brigadeiro Eduardo Gomes.

A porta do governo - Em discurso nas comemorações do Estado Novo, em 10 de novembro de 1943, Getúlio minimiza o episódio, referindo-se aos signatários do Manifesto como "leguleios em férias", mas



José de Magalhães Pinto



João Franzen de Lima

FOTOS: ARQUIVO

entrega o texto ao Tribunal de Segurança Nacional para ser analisado. Boatos de prisão e demissão circulavam no Rio e em Belo Horizonte, levando Mílton Campos a afirmar, com fino senso de humor, na mais pura mineirice: "Não sei se vai haver onda, mas o Manifesto vai produzir vagas."

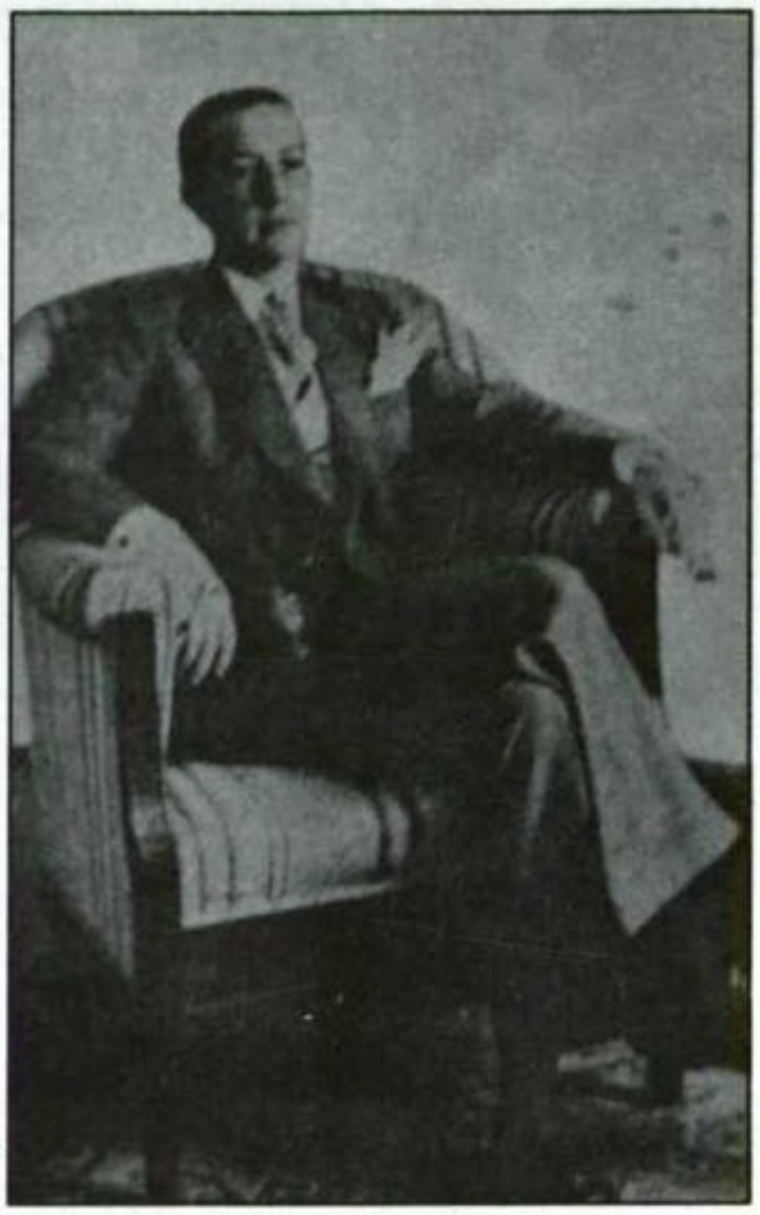
A prender os signatários o governo prefere outra providência: recorre ao artigo 177 da Constituição de 37 para demitir ou aposentar os que exerciam funções no setor público e pressiona os empresários a demitir aqueles que trabalhavam no setor privado. Chega mesmo a autorizar o governo de Minas Gerais a decretar a intervenção no Banco Hipotecário e Agrícola de Minas gerais, onde trabalhavam os signatário Afonso Pena Júnior, Francisco Mendes Pimentel e Pedro Aleixo.

Foi essa reação, considerada extremamente violenta - embora não tenha chegado à prisão dos signatários -, que conferiu enorme repercussão ao Manifesto, uma vez que o texto não pôde ser publicado na imprensa, tendo em vista a severíssima censura da época, a cargo do Departamento de Imprensa e Propaganda, o DIP.

Um gesto maior que o texto, uma afimação...

Uma credencial para a vida pública - O Manifesto dos Mineiros representou, para muitos de seus signatários, mais que um galardão. Constituiu uma importante credencial para os que queriam voltar à atividade política ou mesmo ingressar nela. Ser signatário do Manifesto dos Mineiros passou a significar defensor das liberdades democráticas, das tradições civis tão caras a Minas Gerais.

Com a redemocratização de 1945 reabrem-se os canais de representação política, permitindo a participação de todas as correntes que, de uma forma ou de outra, não puderam participar durante o Estado Novo. Os principais articuladores do Manifesto envolveram-se ativamente na oposição à ditadura e participaram da fundação da UDN (União Democrática Nacional), apoiando a candidatura do brigadeiro Eduardo Gomes em 1945. Muitos deles terão longa participação política como deputados, senadores, governadores, ministros, secretários de Estado e juízes. Entretanto, sua condição de signatários não os impediu de apoiar o golpe militar de 1964, como Afonso Arinos, Magalhães Pinto, Bilac Pinto, Mílton Campos e José Bonifácio Lafayette de Andrada, entre outros.



ARQUIVO

Virgilio Franco: mobilizador

Um gesto maior do que o texto. O Manifesto dos Mineiros é uma afirmação de princípios. Uma condenação ao fascismo, à ditadura, ao fim da Federação; uma reafirmação de crença nos valores liberais e democráticos, uma reivindicação de retorno ao Estado de Direito, à democracia, ao *habeas corpus* e ao voto. Não há um consenso entre os signatários quanto ao texto: enquanto uns o consideram excessivamente extenso e prudente, outros o julgam um documento sóbrio, um meio-termo entre tendências exaltadas e moderadas.

Entretanto, qualquer que seja a opinião sobre o texto, todos concordam que o gesto foi da maior importância para marcar a posição - e a oposição - mineira em relação à ditadura do Estado Novo. Seja pelo texto, seja pelo gesto, ou mesmo pela reação que provocou, o Manifesto dos Mineiros tornou-se uma relevante peça histórica dentro do processo político brasileiro.

A mística da mineiridade - Por ser o mais importante documento de história política de Minas deste século, o Manifesto dos Mineiros contribuiu poderosamente para o fortalecimento da mística do que se convencionou chamar de mineiridade. O Manifesto ajudou a depurar o estilo político de Minas e dos mineiros: Minas reafirmou seu papel de "consciência civil do país" e confirmou-se no primeiro plano da política nacional, afastada que fora pelos vencedores da Revolução de 30. A partir da redemocratização, em 1945, até os dias atuais. Minas volta a ocupar importantes espaços na política brasileira: faz presidentes e vice-presidentes da República, ministros de Estado, lideranças influentes no Senado Federal e na Câmara dos Deputados. Como afirmam os próprios mineiros, as grandes decisões nacionais passam obrigatoriamente por Minas Gerais.

E veio mais uma vez de Minas Gerais a contribuição decisiva para a restauração do poder civil no Brasil em 1985, depois de 21 anos de governo militar, ratificando seu papel de "consciência civil" do país.

Quanto a seus políticos, estes depuraram um estilo muito próprio de atuação, identificável mesmo entre aqueles que não participaram do Manifesto dos Mineiros, inscrevendo-se no partido adversário da UDN, o PSD (Partido Social Democrático), e vindo a se tornar as "raposas pessedistas". Moderação, talento para negociação, habilidade no trato das questões políticas, prudência, silêncio como tática, radicalismo na defesa de determinados princípios como a ordem republicana, a austeridade, a legalidade, a constitucionalidade, elementos constitutivos da mística da mineiridade.

Homens como Magalhães Pinto (UDN), Tancredo Neves (PSD), Mílton Campos (UDN) e Juscelino Kubitschek (PSD) diferiam muito pouco, tanto na essência de suas convicções políticas como no estilo de atuação, um estilo hoje em extinção tanto em Minas Gerais quanto na própria vida política brasileira.

Lúcia Hippólito, 42 anos, cientista política, autora, entre outros livros, de *O Manifesto dos Mineiros*, uma afirmação liberal, Rio, CPDOC, 1977.

FOTOS: ARQUIVO



Carlos Horta Pereira



Dário de Almeida Magalhães



LUCIANA WITAKER

Palácio do Planalto e o velho Catete: históricas casas presidenciais

Minas dá o seu tom

Dos 32 nomes que ocuparam a Presidência da República, oito são mineiros.

Se fosse feito um *ranking* para determinar o Estado da federação que mais presidentes da República ofereceu ao país, Minas Gerais ocuparia o primeiro lugar, seguida pelo Rio Grande do Sul. De fato, dos 32 nomes investidos no cargo ao longo da nossa história republicana, oito deles são mineiros, todos, indiscutivelmente, políticos por formação, isto é, homens que traziam atrás de si vasta experiência em lutas eleitorais e militância na vida pública. Todos passaram pelo governo de Minas, à execeção de Carlos Luz, presidente por alguns meses em 1955,e Itamar Franco,duas vezes prefeito de Juiz de Fora e senador. As etapas dessa trajetória iniciada em 1906 por Afonso Pena foram pontilhadas de fatos extremamente significativos para o país. Na gestão do próprio Afonso Pena, por exemplo, foi criado o serviço militar obrigatório; iniciava-se a proveitosa imigração japonesa e o marechal Cândido Rondon ligava a Amazônia por telégrafo ao resto do Brasil, enquanto, pela primeira vez, uma delegação brasileira participava de uma conferência internacional - a célebre Segunda Conferência de Paz de Haia, em 1907. Durante o mandato de Venceslau Brás, empossado em 1914, foi promulgado o Código Civil Brasileiro e decretada a anistia a todos os cidadãos envolvidos com revoltas desde a proclamação da República. E até mesmo no governo de Artur Bernardes, marcado pela agitação política na início dos anos 20, houve espaço para a fixação dos 15 dias de férias anuais aos empregados do comércio, indústria e bancos, abrindo-se caminho para benefícios trabalhistas posteriores. Por fim, em 1956, Kubitschek inaugurava sua gestão e promovia a ampla reforma do país.

Uma curiosidade: os três mineiros que cumpriram integralmente o mandato enfrentaram sérias turbulências internas: Venceslau Brás, a Guerra do Contestado (na fronteira de Paraná e Santa Catarina); Bernardes, as revoltas de 1923 no Sul e de 1924 em São Paulo; JK, as de Jacareacanga em 1956 e de Aragarças em 1959.

A seguir, breve histórico dos mineiros na Presidência.

Do folclore: *Contam que foi com Magalhães, Alkmin ou Tancredo. Um político esqueceu o aniversário do outro. Encontram-se. "Recebeu meu telegrama?", pergunta o primeiro. "Recebi e já agradeci".*

Os vices



ARQUIVO

Afonso Augusto Moreira **Pena** (Santa Bárbara 30/11/1847 - Rio de Janeiro 14/06/1909)

Primeiro mineiro a ser eleito pelo voto direto, tomou posse em 15 de novembro de 1906; sucedeu a um paulista, iniciando-se o que foi chamado de "política café com leite". Debilitado e desgostoso com a insistência de Hermes da Fonseca, seu Ministro da Guerra, em sucedê-lo, morreu em junho de 1909, sem completar o mandato.



ARQUIVO

Artur da Silva **Bernardes** (Viçosa 8/8/1875 - Rio de Janeiro 23/3/1955)

Empossado em novembro de 1922, enfrentou forte agitação política durante o mandato, que culminou com as revoltas de 1923 no Rio Grande do Sul; a de São Paulo em 1924 e a Coluna Prestes em 1926. Posteriormente teve vários mandatos parlamentares, assinou o Manifesto dos Mineiros e bateu-se pela criação da Petrobrás.



AGÊNCIA ESTADO

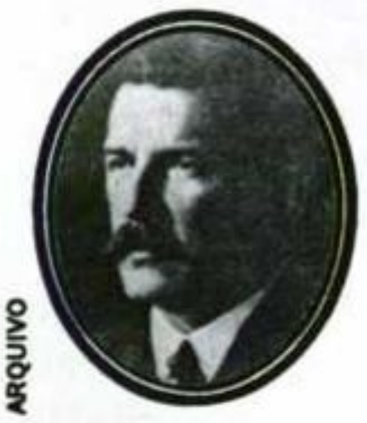
Alkmin

Além dos seus presidentes, Minas Gerais também ofereceu vice-presidentes notáveis à República. Entre eles destacam-se três: José Maria Alkmin, Pedro Aleixo e Aureliano Chaves. O primeiro, pela sua personalidade e habilidade em fazer política, já teria seu lugar na nossa história política. Mas, além disso, foi vice-presidente do marechal Castello Branco (1964/1967) no primeiro governo instalado da Revolução de 64. Por seu lado, Pedro Aleixo, trazendo atrás de si a boa tradição da política mineira, teve sua posse impedida na condição de vice-presidente após a morte do marechal Costa e Silva em 1969. Como se recorda, a junta militar que assumiu o poder vetou sua ascensão que, com toda certeza, abriria ao país as portas da redemocratização que só viria a acontecer alguns anos depois. Aureliano Chaves, mineiro de Três Pontas, viria a ser o vice do general João Batista Figueiredo (1979/1985), num governo que promoveria a anistia e que desembocaria na eleição de Tancredo Neves. Desde então o país passou a conhecer melhor o seu perfil de homem público, marcado pela firmeza e franqueza. Certamente em razão dessas qualificações Aureliano deu luz própria ao cargo e ao seu mandato. Vale lembrar que outro mineiro, Carlos Luz, ganhou notoriedade ao substituir Café Filho na presidência em 1955. Era presidente da Câmara e foi deposto pelo general Lott, que deu garantia de posse a Juscelino Kubitschek.



ARQUIVO

Aleixo



ARQUIVO

Venceslau Brás (São Caetano da Vargem Grande, hoje Brasópolis, 26/02/1868 - Itajubá, MG, 15/05/1966)

Sua gestão, iniciada em 1914, foi marcada pela tragédia: assassinato a punhaladas de Pinheiro Machado em 1915, vice-presidente do Senado e líder do Partido Republicano; eclosão da Primeira Guerra; surto de gripe espanhola que matou mais de 10 mil pessoas; Guerra do Contestado, com saldo de 20 mil mortos em cinco anos de luta.



AGÊNCIA FOLHAS

Juscelino Kubitschek de Oliveira (Diamantina 12/9/1902 - Resende, RJ, 22/8/1976)

Foi prefeito de Belo Horizonte, deputado federal, governador de Minas e empossado presidente da República em janeiro de 1956. Com seu programa de metas promoveu o grande desenvolvimento do país, coroado com a inauguração de Brasília em 21 de abril de 1960. Sua gestão foi marcada pelo binômio progresso e absoluta liberdade democrática.



ARQUIVO

Delfim Moreira da Costa Ribeiro (Cristina 7/11/1868 - Sta. Rita do Sapucaí, 1/7/1920)

Vice-presidente de Rodrigues Alves, que morreu antes de iniciar seu segundo mandato, governou por apenas oito meses, de 1918 a 1919, sofria de uma arteriosclerose precoce, pois tinha somente 50 anos. Com seu afastamento, o ministro da Viação Afrânio de Melo Franco assumiu os encargos do governo até a posse de Epitácio Pessoa.



ARQUIVO

Tancredo de Almeida **Neves** (São João Del Rey 4/3/1910 - São Paulo 21/4/1985)

Foi vereador, deputado estadual, federal, senador, governador, presidente eleito pelo Congresso em 1985, numa carreira marcada pela conciliação. Em 1961, com a renúncia de Jânio Quadros, ajudou a encontrar a solução parlamentarista que permitiu a posse de João Goulart. Foi então, primeiro-ministro. Tornou-se presidente após o movimento das Diretas-já, morreu antes da posse, vitima de infecção generalizada.



MARCO A. MORAES

Aureliano

Frases: *"Política é como nuvem. Você olha e é de um jeito. Quando torna a olhar, está completamente diferente". (Magalhães Pinto, também atribuída a Antonio Carlos)*
"Minas está onde sempre esteve". (Antonio Carlos, na Revolução de 30)



ORLANDO BRITO - ABRIL IMAGENS

Itamar: infância pobre e humilde vivida em Juiz de Fora

A marca de Itamar

Firme e reservado. Assim é o nosso 32º presidente.

No futuro, o inevitável biógrafo do nosso 32º presidente da República certamente vai utilizar frases emocionadas ao se referir às circunstâncias do seu nascimento e infância. Não é todo dia que um presidente nasce no mar, a bordo de um Ita, numa viagem da Bahia ao Rio, com destino a Juiz de Fora. Acresce que a mãe, dona Itália, que trazia outros três filhos, retornava à sua cidade sob o peso de uma viuvez recente aos 31 anos: o marido, engenheiro Augusto César Stiebler Franco, falecera dois meses antes, vítima de malária contraída nas obras de saneamento da área de Alagados, em Salvador. O parto se deu às cinco da manhã do dia 28 de junho de 1929.

Em Juiz de Fora, dona Itália passou a explorar seu talento culinário para sustentar a família. Cozinhava para fora e desde cedo o menino Itamar entregava marmitas, enquanto os irmãos maiores engordavam a renda doméstica fazendo pequenos serviços. O fato é que, apesar das dificuldades, os filhos foram encaminhados e nessa trajetória Itamar optou por seguir a carreira do pai. Nesse tópico, a sua vida corre paralela à do seu conterrâneo Juscelino Kubitschek, cujo diploma de médico, antes de receber o canudo da Presidência, foi obtido graças aos esforços da mãe. Talvez ambos tenham sido, entre os nossos 32 presidentes, os que tiveram origem mais humilde na história republicana.

A recuperação desses episódios, com toda sua carga dramática, não terá a finalidade de apenas comover leitores de um livro biográfico. É que, sem conhecê-los, talvez seja difícil compreender o perfil pessoal do presidente e os caminhos que escolheu para trilhar na vida pública.

Eles provavelmente contribuíram para a modelagem de um temperamento reservado, emotivo e introspectivo de quem havia aprendido desde cedo que a vida não é uma festa, ao qual o estilo mineiro de fazer política reforçou o recato e a sobriedade. A mais evidente tradução dessas particularidades é a indiferença à pompa no exercício da Presidência, em favor da simplicidade, várias vezes reiterada. Assim foi ao usar terno e gravata para receber credenciais diplomáticas, em vez de ostentar o cerimonioso fraque, como determina o protocolo; assim é quando reage à presença aparatosa de seguranças ao seu redor.

O presidente, por temperamento e por princípio, opta pela discrição. Raramente, por exemplo, suas duas filhas, Georgiana e Fabiana - respectivamente com 22 e 21 anos -, foram expostas publicamente, ao contrário do que era de se esperar de filhas do presidente; jamais a separação de sua mulher - ele é divorciado - alimentou *gossips* nas colunas políticas ou sociais.

Aliás, pouco se sabe dos seus gostos. Ouvem-se comentários de que lhe agrada ouvir jazz, música erudita e MPB de boa qualidade, contrapartida à chamada "música brega-sertaneja", que detesta; que tem paixão por cinema; que, em vez de freqüentar reuniões sociais ou sair de casa, prefere organizar saraus domésticos com amigos, com música e quitutes mineiros; que gosta de vôlei, peteca; que é difícil saber as preferências de vestuário de quem já usou camisa de colarinhos puídos como presidente.

"Não é homem de fazer amizades com facilidade", adverte o ministro da Saúde, Jamil Haddad. "Mas, quando faz um amigo, torna-se expansivo e brincalhão." Os amigos também sabem que não devem chamá-lo, a seu próprio pedido, de presidente e tão somente de Itamar. "O presidente não é imperial; é de carne e osso", definiu-se aos jornalistas para explicar sua conduta logo após a posse. Naqueles dias o presidente trocava o elevador privativo do palácio para se misturar às pessoas.

Aqueles episódios remotos que também lhe deram experiência viva de frugalidade na infância, com certeza (registrará o biógrafo) influiram na atenção que Itamar dedica à questão social - característica da sua militância político-partidária, cuja bandeira ele acena agora do Palácio do Planalto, sem o clássico refinamento teórico dos políticos de centro-esquerda, sociais-democratas ou liberais-modernos. Substitui-o pela preocupação prática com os problemas sociais do dia-a-dia e pelo apego às velhas raízes religiosas que o fazem devoto de Santa Terezinha.

Aos 62 anos Itamar Franco - que foi por duas vezes prefeito de Juiz de Fora e duas vezes senador - principia a desenhar a figura de um presidente absolutamente original na história da República. Seu biógrafo poderá, quem sabe, escrever que ele fez o país reconhecer novamente seu rosto real e modesto, com suas limitações, defeitos e virtudes, mas sem os retoques das fantasias e enfeites que têm atrapalhado seus passos.

Do folclore: *Alkmin recebe pedido de nomeação em Barbacena, apoiado pelos rivais da terra, José Bonifácio e Bias Fortes. "Não nomeio. Se estão de acordo quem perde pé é o Estado" (Os Sobreviventes, J.C. Bardawil)*

O poder do equilíbrio

Mílton Campos veio de região agropastoril para personificar o espírito mineiro.

De Mílton Campos pode-se dizer muito. Menos que não tenha sido fiel intérprete do verdadeiro espírito de Minas. A intensa vida pública do ex-governador e ex-ministro Mílton Soares Campos, desde estudante de Direito na bucólica Belo Horizonte dos anos 20 até os últimos dias nos idos de 70, foi inteiramente identificada com os traços mais marcantes do político mineiro.

Os que conhecem Minas, como o ex-deputado e ensaísta Paulo Pinheiro Chagas, costumam definir as lideranças políticas mineiras como originárias de dois grandes grupos sociais: um, o mineiro das zonas de mineração; o outro, o mineiro das regiões agropastoris. Entre os primeiros, marcados pela intemperança, pela indiscrição e por um certo gostinho pela aventura estaria, por exemplo, o diamantinense Juscelino Kubitschek, extrovertido e impetuoso. No segundo grupo estariam os comedidos, entre os quais Mílton Campos, nascido na zona cafeeira da mata, é o melhor exemplo. Seria, no entanto, Mílton melhor do que Juscelino? Ou quem sabe teria sido Juscelino maior do que Mílton Campos?

Na verdade eram apenas diferentes. O jurista Mílton dizia, ao tomar posse como governador, após a derrubada do Estado Novo, para a qual contribuiu entre outras coisas como revisor e signatário do Manifesto dos Mineiros, além de candidato da coligação udenista que derrotou nas urnas os representantes dos getulistas no Estado, que "seu governo seria mais da lei do que dos homens". Juscelino, médico, certamente diria que seu governo "seria menos da lei do que do povo". E nos dizeres de Pinheiro Chagas: "Mílton seria uma hipótese bela como um sonho; Juscelino, uma tese rude como a realidade. Mílton, um sentimento, Juscelino, um programa."

É inegável que, por ter chegado mais longe, Juscelino deixou marcas mais evidentes de sua vida pública. Brasília é um gesto tipicamente jusceliniano. Mílton Campos, no entanto, não lhe ficou atrás, dedicando-se ao interesse público com abnegação sacerdotal. Mílton, ao contrário de Juscelino, se impôs uma conduta política monástica. Não são poucos, por exemplo, os antigos correligionários do ex-governador que ainda hoje reclamam da falta de ação administrativa mais enfática de seu governo ou da ausência de espírito partidário enquanto ocupou o Palácio da Liberdade. Amigos do ex-governador lembram, no entanto, a frase definidora de Mílton Campos, de que seu governo seria mais da lei do que dos homens, para justificar as reclamações da suposta falta de solidariedade partidária. E contam a história do empedernido coronel do interior que visitou o então governador para lhe pedir a remoção de funcionários pessedistas ainda em ação em seu curral eleitoral.



IUGO KOYAMA
ABRIL IMAGENS

Carlos Lindenberg (*)

Mílton Campos, tentando disfarçar o fastio que lhe dava a arenga, explicava que não convinha ao governo da lei que se mexessem nos homens apenas por uma questão paroquial. O velho coronel insistia, até que o garçom entrou com o cafezinho. O governador aproveitou a deixa e arrematou: "Vamos mudar de assunto, porque este garçom é pessedista." E certamente ali mantinha-se a convicção do governador, mas perdia o governo mais um correligionário cujos votos lhe fariam falta algum tempo depois.

De temperamento ameno e de irretocável compromisso com as causas democráticas, o que não o impediu de participar do governo Castelo Branco - do qual divergiu e acabou por deixar antes da edição do AI-2, Mílton Campos percorreu longo caminho na vida pública, marcado pela busca da moderação e do equilíbrio. Foi assim como estudante, advogado e jornalista, como deputado, senador, secretário de Estado, ministro, governador e candidato a vice de Jânio Quadros à sucessão de Juscelino, sendo derrotado no bojo de uma ardilosa composição política que garantiu a vitória de João Goulart na curiosa chapa Jan-Jan.

Difícil saber o que foi mais notável em Mílton Campos. Se o jurista, o intelectual ou o político. Em todas essas atividades, porém, destacou-se a modéstia. Este, por sinal, parece ser o mais notável traço da personalidade de Mílton Campos. Talvez estivessem aí a origem e a sustentação da sua liderança entre os que com ele conviveram. A modéstia era produto de arraigada convicção, fruto da profunda formação humanística construída na leitura dos clássicos franceses, entre os quais e principalmente Anatole France. Por modéstia, Mílton Campos não foi desembargador antes de ser político; por modéstia, também não foi ministro do Supremo depois de governador. Nem foi embaixador em Washington após ter sido ministro de Estado. Recusou sem alarde todas essas honrarias.

Tal atributo, no entanto, nem sempre foi bem compreendido. Disso aproveitavam-se os adversários, para difundir a imagem de que o então governador antes de ser modesto era, isto sim, um tímido. E em época de árdua campanha política diziam que no governo de Mílton quem mandava era Pedro Aleixo - seu colega de turma e fiel secretário do Interior, a pasta política do governo. Criou-se, com isso, a versão de que em Minas reinava Pedro I.

Formado na dura luta contra a ditadura de Vargas, não seriam pilhérias dos adversários que abateriam o ânimo do governador Mílton Campos - responsável pela primeira grande reforma da economia mineira. A economia do Estado também estava exaurida. Mílton Campos, que fizera do financista Magalhães Pinto seu secretário da Fazenda, foi buscar na iniciativa privada o empresário Américo Renée Gianetti para torná-lo seu secretário da Agricultura, Indústria, Comércio e Trabalho, atribuindo-lhe a missão de promover o Plano de Recuperação Econômica do Estado - possivelmente o primeiro planejamento estratégico regional do poder público de que se tem notícia no país. Foi assim que se estabeleceram em Minas as diretrizes que desembocaram na criação da Cemig e na implantação da antiga Acar, que cuidaria da extensão e crédito rural, matriz das atuais Embrater e Embrapa. Com a primeira, o governo garantia infra-estrutura necessária ao crescimento industrial; com a segunda, levava crédito e novas tecnologias ao campo. Era mais uma vez Mílton Campos buscando o equilíbrio, como Minas, cuja posição de centro lhe impôs o dever histórico de harmonizar os extremos. "O equilíbrio", dizia, "é o traço característico da índole mineira e, ao mesmo tempo, sua glória e seu drama"

(*) **Carlos Lindenberg,** editor-geral do *Hoje em Dia*, de Belo Horizonte

Do folclore: *Alkmin ficou dono da frase "Em política o que conta não são os fatos, mas a versão" - e Capanema cobrou a paternidade. Resposta de Alkmin: "Você deve ter dito no interior; eu disse à imprensa. O que vale é a versão."*

É o jeitão do Hélio

Assim os eleitores se referem ao homem que escolheram para governar Minas

O eleitorado mineiro conhece bem o governador Hélio Garcia. Mas não sabe explicá-lo com palavras. Nas respostas aos institutos de opinião pública, os eleitores ouvidos limitam-se a dizer que gostam "do jeitão do Hélio".

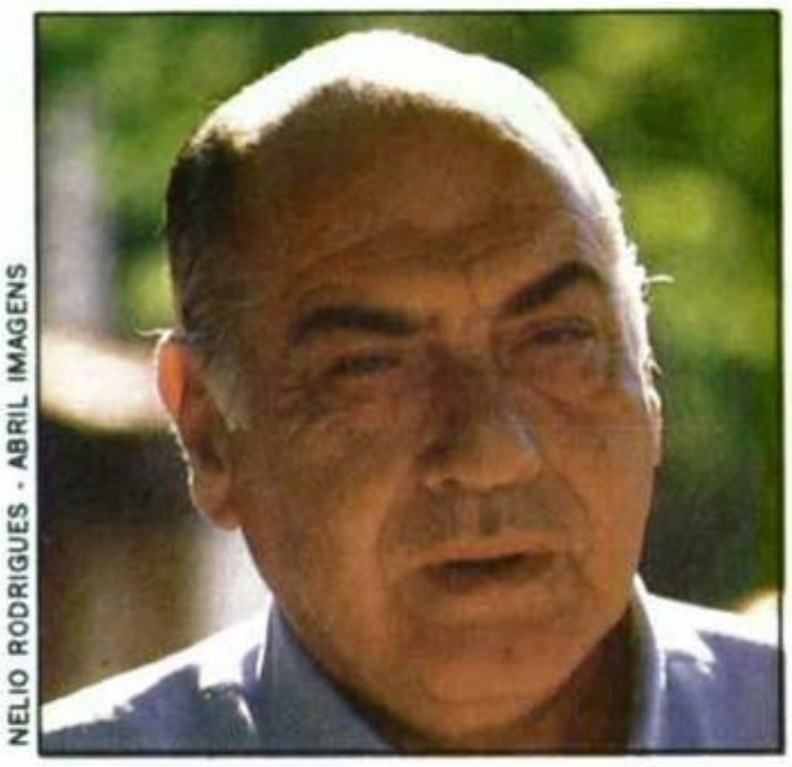
É mesmo difícil de explicar o estilo, ou jeitão, deste político que adora campanhas eleitorais, mas detesta discursos; quer o poder mas dispensa as pompas; prefere ficar em Minas, mas está sempre viajando.

Filho e neto de políticos, em duas ocasiões Hélio Garcia contrariou o ensinamento de que o mandato é indispensável para a sobrevivência na vida pública. Na década de 70, quando deputado federal, não se candidatou à reeleição. Trocou Brasília por Santo Antônio do Amparo, onde nasceu há 62 anos. Em 1987, ao deixar o governo de Minas, voltou de novo para mais quatro anos na terra natal, junto aos pés de café de sua fazenda Santa Clara. Disse, nas duas ocasiões: "Não nasci com mandato. Não preciso disso."

Os meios políticos, nas duas ocasiões, concluíram que Hélio Garcia corria sério risco de desaparecer no ostracismo. Os amigos temeram. Os adversários sentiram alívio. O eleitorado, em ambos os casos, entendeu Hélio Garcia. Não se esqueceu dele. Tornou a elegê-lo deputado federal em 1978. Tornou a conduzi-lo ao Palácio da Liberdade nas eleições de 1990.

Mais que o mandato, nos anos 70 Hélio Garcia quis preservar sua dignidade ao se retirar do Congresso. A Brasília dos generais lhe parecia inóspita. Melhor voltar para o interior de Minas, conviver com os amigos, cuidar da fazenda. Num modo de falar que lembra o Riobaldo Tatarana do *Grande Sertão* de Guimarães Rosa, ele costuma dizer: "É uma palavra que me anima, fazenda. É fazendo. É disso que eu gosto."

Fez muito, no primeiro retorno à política. Ajudou a estruturar o PP e, principalmente, consolidou uma poderosa parceria com Tancredo Neves. Quando o PP se tornou inviável, os dois estavam juntos na chapa que venceu as eleições para o governo estadual em 1982. Permaneceram lado a lado nos dois anos seguintes, Tancredo reorganizando o Estado, Hélio tocando obras na prefeitura de Belo Horizonte. Seguiram juntos nas delicadas manobras destinadas a pôr fim aos governos militares. Só se separaram em abril de 1985, quando Tancredo, presidente eleito mas não empossado, foi enterrado em São João del Rey, sua cidade natal.



NELIO RODRIGUES - ABRIL IMAGENS

Hélio: legítimo político mineiro

Em seu primeiro governo, até o início de 1987, Hélio Garcia completou e ampliou o trabalho iniciado por Tancredo. Transformou Minas Gerais em potência econômica de primeira grandeza no plano nacional. Ao contrário do que a maioria pensa, Hélio Garcia gosta muito de conversar sobre questões econômicas. Entende do assunto, embora diga que não entende. Naquele período, por sinal, seu desgosto teve razões essencialmente políticas, pois não conseguiu conduzir a própria sucessão da maneira que achava melhor. Retirou-se, então, uma vez mais confiante de que o eleitor mineiro compreenderia seu gesto.

Deu certo. Nas eleições de 1990, com o impulso do slogan "Volto para ser melhor", demonstrou todo o seu prestígio pessoal. Candidato de um partido recém-criado, ganhou com facilidade o primeiro turno e, no segundo, resistiu à portentosa pressão exercida pelo governo federal em apoio ao outro candidato.

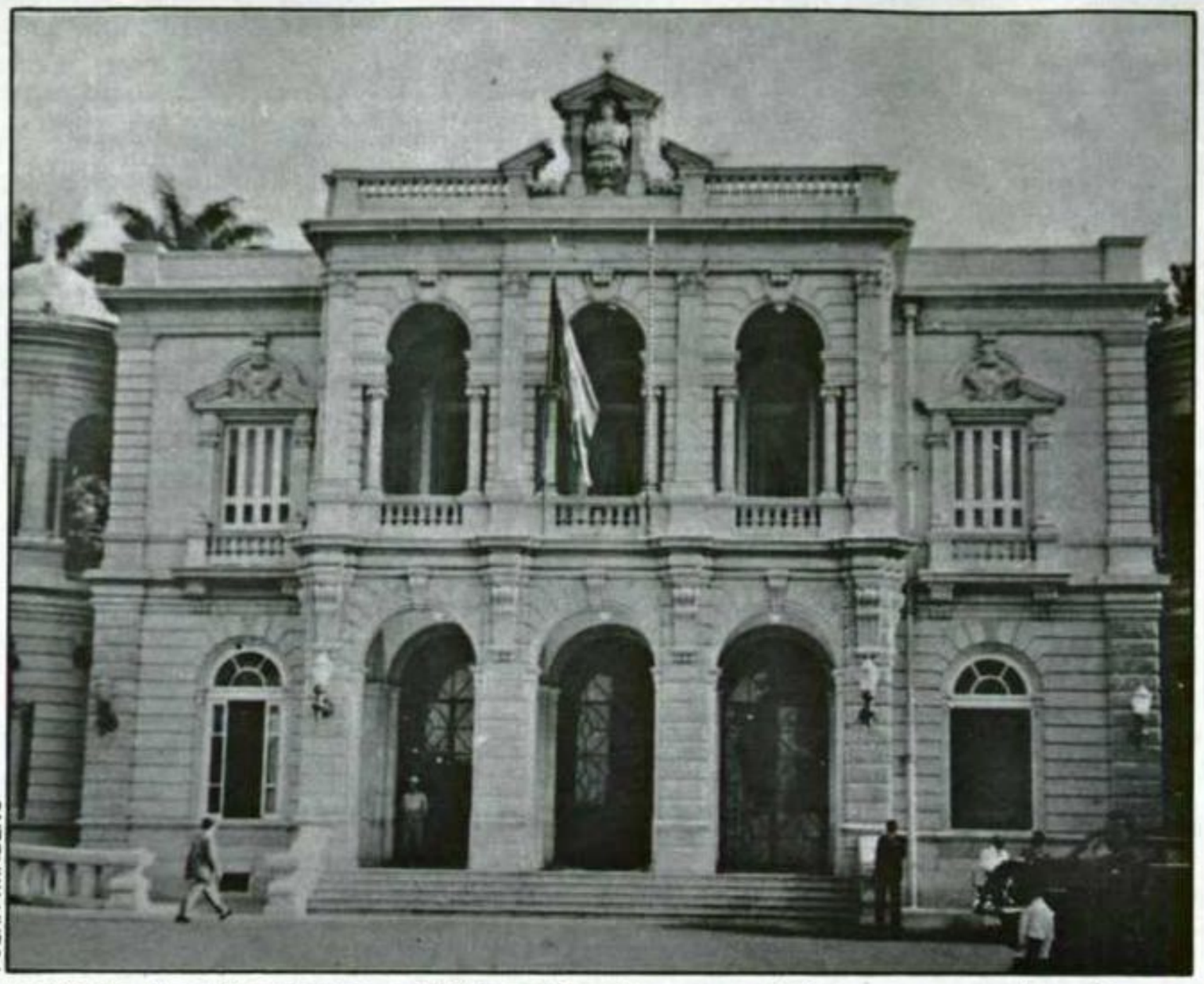
De novo governador de Minas (só nos primeiros anos da era republicana alguns poucos políticos haviam merecido essa distinção, assim mesmo por períodos curtíssimos), Hélio Garcia vem administrando bem ao seu estilo, ao seu jeitão. Em vez de reunir o secretariado ou recebê-los separadamente, para despachos regulares, insiste para que cada um vá resolvendo as questões de sua área. Frase dele: "Tenho secretário para me trazer soluções e não problemas." Por intuição, age como alguns dos mais eficientes presidentes de empresas. Delega poder aos especialistas, aos executivos, e se reserva para pensar, para criar, para dar as grandes linhas.

Dedicou os primeiros meses de governo à tarefa de reorganizar Minas, lubrificar a engrenagem, preparar o Estado para um novo salto. Como ainda não tinha o que mostrar, achou melhor ficar quieto. Adotou a mesma atitude no recente debate nacional sobre o impeachment do presidente da República. Não denunciou, não entrou no coro de impeachment-já. Preferiu as palavras de moderação, pregou contra o prejulgamento, defendeu as instituições, apoiou a apuração de todas as suspeitas.

Passada a tormenta, assentada a poeira, Hélio Garcia surge como um governador que soube se preservar. Manteve a dignidade do cargo. Começa a mostrar importantes realizações nos setores fundamentais como a educação, a saúde, a agricultura, o saneamento, a segurança. Está pronto para dar início à duplicação da Rodovia Fernão Dias, uma obra que definirá o perfil econômico de Minas nas próximas décadas. Pelos seus cálculos, vai dar para inaugurar a nova Fernão Dias ainda em seu governo. As finanças mineiras estão rigorosamente em ordem, com todos os pagamentos em dia e crédito irrestrito junto à comunidade econômica internacional.

E o que Hélio Garcia tem a dizer de tudo isso? Uma frase curta, dita num tom que ao mesmo tempo afirma e pergunta: "Não está ruim não, né?"

Como governador, insiste para que cada secretário resolva os problemas de sua área por iniciativa própria. "Tenho secretários para me trazer soluções e não problemas", avisa Hélio.



FOLHA IMAGENS

Palácio da Liberdade: critérios técnicos e políticos na construção

Ponto de passagem

Poucos cargos da República são tão emblemáticos e marcados para missões e desígnios maiores como o de governador do Estado de Minas Gerais. Com exceção de Itamar Franco, que chegou à Presidência da República sem antes ter passado pelo Palácio da Liberdade, sede do governo mineiro, seis presidentes brasileiros *(leia a reportagem nesse encarte)* chegaram ao principal posto do país passando antes pelo governo de Minas. Na bagagem, além da vitória obtida nas renhidas disputas regionais, todos levavam principalmente o modo próprio do mineiro de praticar política.

A Vice-Presidência da República também está habituada a receber os ex-governadores mineiros, como prova a história recente. Durante o regime militar que se instalou em Brasília por 20 anos, três deles - José Maria Alkmin, Pedro Aleixo e Aureliano Chaves - representaram a face civil do regime, pagando, muitas vezes, um preço acima da conta prevista: a impopularidade. Apesar da pomposidade do cargo, a missão era espinhosa, ultrapassando em importância as interinidades. A esses vices, muitas vezes, coube missões que só poderiam ser desembaraçadas por um político com a típica habilidade e a inesgotável capacidade mineira para negociar. Nos momentos mais difíceis, quando os radicais do regime militar recrudesciam, os vices ficaram com o trabalho de amenizar as críticas e neutralizar as intransigências. Em outras ocasiões, eles foram os porta-vozes da cautela e da precaução. Se a oposição mais afoita traçava planos de vôo arrojados demais para atravessar as nuvens carregadas pelo mau tempo, lá iam eles aplicar novamente as táticas da conciliação. Se o laço do regime afrouxava, aplaudiam discretamente a iniciativa, sem nunca deixar de dialogar com todas as facções.

Em paralelo, sucederam-se no governo estadual aliados inquestionáveis do regime. Do banqueiro Magalhães Pinto, revolucionário de primeira hora, a Israel Pinheiro, Rondon Pacheco e Aureliano Chaves a política mineira foi então caracterizada pela sintonia com o regime instalado em Brasília.

Boa parte das negociações que conduziram os governadores ao poder federal foi articulada no Palácio da Liberdade, a imponente construção que se debruça sobre a praça do mesmo nome, em Belo Horizonte, hoje formando um conjunto tombado pelo Patrimônio Histórico e Artístico do Estado. De sua sacada principal, de frente para a praça, Juscelino Kubitschek fez muitos de seus pronunciamentos apaixonados e contagiantes em contato direto com a população. Até hoje, como ocorre em todo o Brasil, Minas Gerais sente saudades do ex-governador que plantou obras em todo o Estado e nutria paixão pelo carinho popular. Quase 30 anos depois, em 1983, a tradição dos discursos proferidos da sacada do palácio foi revivida por Tancredo Neves, na memorável festa de sua posse que tomou conta de toda a cidade.

Com estruturas metálicas da Bélgica, telhas de Marselha, na França, e pinho da Letônia - estima-se que 90% do material empregado na construçãofoi importado. O palácio é motivo de orgulho para mineiros e belorizontinos. Quando as obras começaram quase um século atrás, o então go-

Frases: *"Na política mineira nem sempre a menor distância entre dois pontos é a linha reta." (Tancredo Neves)*
"Em Minas os políticos divergem, mas se entendem." (Hélio Garcia)
"Façamos a revolução antes que o povo a faça." (Antonio Carlos, na revolução de 30)

Alkmin à mineira


CÉLIO APOLINÁRIO

Roberto Drummond (*)

Junte mil gramas de sabedoria política do velho PSD de Minas.

Acrescente o ar dissimulado que todo político mineiro deve ter.

Não se esqueça da esperteza que vem da raposa.

Polvilhe tudo com o gosto e, mais do que o gosto, o vício de fazer política.

Leve tudo ao fogo da paixão (adicionando dois ou três mistérios indecifráveis) e pronto: aí está a receita para fazer um certo José Maria de Alkmin, apenas Alkmin, para os íntimos, talvez o mais folclórico, mas nem por isso o menos sábio representante da fauna dos políticos mineiros.

Baixinho, enrugadinho, penteadinho, com todo respeito, a voz grossa lembrando os locutores de rádio, Alkmin circulou na política como peixe vivo na água fria de que falava o hino de Juscelino.

Ficava totalmente à vontade. A política era seu mar. Seu rio. Seu "habitat" natural. Uma vez perguntei a Alkmin:

- O senhor é um político realizado, dr. Alkmin?

Ao que ele trovejou, falando para dentro, como uma tempestade no interior de si mesmo:

- Isso eu só conto ao meu travesseiro.

Ao travesseiro, em alguma noite de insônia, Alkmin deve ter segredado sua maior frustração: entre todos os políticos do primeiro time do velho PSD de Minas (Benedito, Juscelino, Tancredo, Bias Fortes), ele foi o único que ficou no banco de reservas. Sempre foi coadjuvante. Jamais a estrela principal. Sabia tecer os fios para realizar os sonhos dos outros. Mas não realizou os seus próprios sonhos. Foi um excelente ministro da Fazenda de Juscelino. Mas o rei era Juscelino. Abriu dissidência no PSD para derrotar Tancredo e ajudar Magalhães. Mas não conseguiu ser rei. Foi o vice de Castelo Branco após 64. Mas jamais chegou a rei.

Era um homem cordial e galante como 9 entre 10 políticos mineiros. Uma eleitora, a quem elogiou a beleza, disse a ele:

- Que isso, dr. Alkmin, eu já sou avó.

- Avó, minha senhora, por merecimento! - galanteou Alkmin.

O filho de um cabo eleitoral, ao qual perguntou pelo pai, tentou desconcertá-lo:

- Papai já morreu, dr. Alkmin.

- Morreu para você, filho ingrato - fuzilou Alkmin.

Alkmin conspirava noite e dia. Se não conspirava, adoecia. Que conspirar é uma doce doença mineira.

(*) **Roberto Drummond**, Jornalista e escritor

vernador Crispim Jacques Bias Fortes aplicou a mesma alternativa utilizada pelo seu antecessor no cargo, Afonso Pena, o primeiro governador mineiro eleito pelo voto direto, depois presidente da República. Ambos não se basearam somente em critérios técnicos para escolher os que coordenariam as obras. Antes, tiveram o cuidado de escolher dois especialistas que não fossem mineiros. O engenheiro civil paraense Aarão Reis, responsável pela chefia da Comissão Construtora da Nova Capital, e o arquiteto pernambucano José de Magalhães, autor do projeto do Palácio da Liberdade, evitariam quaisquer futuras acusações de favoritismo. As obras começaram em 25 de novembro de 1895 e custaram, em dinheiro da época, 1.389 contos de réis.

Belo Horizonte, a primeira cidade planejada do Brasil, só saiu da prancheta e se tornou realidade graças à teimosia de Afonso Pena. Mas, justiça seja feita, a história de Belo Horizonte já havia tido início em 1890, quando o interventor João Pinheiro, que se elegeria governador em 1906, encantou-se com a região e expediu o Decreto nº 36, que estabelecia: "O doutor governador do Estado de Minas resolve determinar que a Freguesia do Curral Del Rei, Município de Sabará, passe a denominar-se d'ora em diante Bello Horizonte, conforme foi requerido pelos habitantes da mesma freguesia."

Com o decreto na mão e a iniciativa naufragada de seu antecessor, Augusto de Lima, Afonso Pena levou adiante a idéia que contrariava, sobretudo, os habitantes de Ouro Preto. Inconformados em perder a cidade como centro político do Estado e orientados pelas lideranças locais, os ouro-pretenses se rebelaram contra o governador. Chegaram até a formar uma comissão que rumou para o Rio de Janeiro, a Capital Federal da época, munida de um abaixo-assinado contrário ao plano. Mas, para que Ouro Preto continuasse a ser Capital, era preciso que o presidente da República, Deodoro da Fonseca, anulasse o decreto do governador. Final da história: em 5 de março de 1894, na presença de Afonso Pena e seu sucessor já eleito, Silviano Brandão, foi fincada a primeira estaca da futura Capital.


ARQUIVO

Bias Fortes: iniciador da obra

Ao longo da história, Belo Horizonte e o Palácio da Liberdade testemunharam gestões atribuladíssimas, marcadas pela disputa entre famílias ou pela interinidade quase instantânea. Entre novembro de 1945 e março de 1947, por exemplo, quando o fim do Estado Novo levaria para Minas governadores marcados por linhas liberais e populistas, nada menos do que cinco governadores ocuparam o palácio - um a cada três meses e meio. O rodízio fora provocado pela espera da promulgação da Constituição de 1946, que legitimaria a posse do governador eleito Mílton Campos. Essa não havia sido a primeira vez em que o posto estava sendo marcado pela alta rotatividade. No início do regime republicano, entre a proclamação de 1889 e 1892, nada menos do que nove ocupantes se revezaram na função.

Contra a governança passageira, no período anterior ao fim do Estado Novo, a história dos governos de Minas Gerais registra o mais longo reinado - o do legendário Benedito Valadares, um dos espécimes mais reverenciados da linhagem política de Minas Gerais. Nomeado interventor, Benedito Valadares assumiu em 12 de dezembro de 1933, depois de uma etapa de graves conflitos entre a oligarquia mineira, dividida entre os que apoiavam a política centralizadora do primeiro período de Getúlio

Afonso Pena - 1892 / 1894
Bias Fortes - 1894 / 1898
Silviano Brandão - 1898 / 1902 (faleceu no cargo; substituído por Joaquim C. Sena)
Francisco Salles - 1902 / 1906
João Pinheiro - 1906 / 1908 (faleceu no cargo; substituído por Bueno Brandão)
Venceslau Brás - 1909 / 1910 (licenciou-se para disputar a Vice-Presidência;)
Bueno Brandão - 1910 / 1914
Delfim Moreira - 1914 / 1918
Artur Bernardes - 1918 / 1922 (licenciou-se para candidatar-se à Presidência; substituído por Eduardo C. V. do Amaral)
Raul Soares - 1922 / 1923 (faleceu, substituído por Olegário Maciel)
Melo Viana - eleito em 12/10/1924 para completar o mandato de Raul Soares, afastou-se do cargo em seguida para concorrer à Vice-Presidência; Olegário Maciel cumpriu novo mandato-tampão)
Antônio Carlos - 1926 / 1930
Olegário Maciel - 1930 / 1933 (faleceu;

Vargas no poder central e os que não a aceitavam. Nesse quadro instável, Benedito Valadares tomou posse para cumprir um mandato de apenas um ano e meio. Mas, na metade do período previamente fixado, vieram a Constituição de 1934 e a determinação de que as Assembléias Legislativas elegessem os governadores - até então chamados de presidentes dos Estados. Hábil nas articulações, sagaz e imbatível na malícia, Valadares conseguiu acomodar-se aos novos ventos democráticos e obteve os votos dos deputados estaduais para um novo mandato. Dessa vez, seu governo deveria se estender de 4 de abril de 1935 e 4 de abril de 1939. Mas, novamente, as instituições foram quebradas na metade de sua gestão. Com o nascimento do Estado Novo de Vargas, sacramentado pela Constituição de 10 de novembro de 1937. Benedito Valadares novamente resistiu à mudança da corrente e manteve-se no poder para uma longa jornada que só terminaria em 4 de novembro de 1945 - doze anos depois da primeira posse. Deixou o poder com o privilégio de ser o único dos interventores do Estado Novo que Getúlio Vargas tratava como "governador".



ARQUIVO

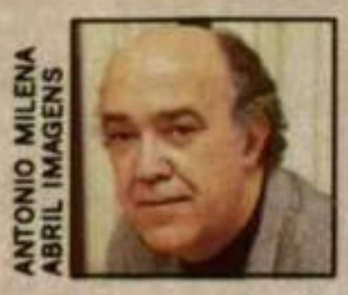
Valadares: longo reinado

Em uma perspectiva que não chega a assustar, mas que merece registro, também pode-se afirmar que os inquilinos mais recentes do Palácio da Liberdade toparam com um cargo que já foi marcado um dia pela fatalidade. Entre os treze primeiros governadores, quatro morreram durante o mandato.

Também não faltou a presença de um governador com reais problemas mentais: Delfim Moreira, um dos autênticos coronéis da Velha República. Eleito para o governo por eleição direta, em 7 de março de 1914, Delfim Moreira sofreu uma das mais terríveis pressões que a história de Minas registra. Sem pejo, Delfim Moreira era acusado de louco por seus adversários. Nas investidas contra a sanidade mental do governador, a oposição sempre topava com o fiel secretário da Justiça, Afrânio de Melo Franco. Nos momentos em que Delfim Moreira dava razão aos ataques, Afrânio admitia somente que o chefe de governo sofria de momentâneo "enfraquecimento intelectual". Apesar das provas cada vez mais concretas que confirmavam o que dizia a oposição, Delfim Moreira chegou à Vice-Presidência e à Presidência da República. Mas, passado algum tempo, o fiel Afrânio de Melo Franco, agora Ministro da Viação, não conseguiu mais driblar a oposição. A arterioesclerose, agora confirmada, afastaria o velho coronel do cargo.

Outra característica que a história recente registra, apesar da maestria de seus líderes políticos, é que Minas foi governada duas vezes por políticos nascidos em outros Estados. O primeiro deles, o piauiense Francelino Pereira, indicado pelo regime militar em 1979, e o baiano Newton Cardoso, oito anos depois, eleito pelo voto direto.

As versões de Tancredo



ANTONIO MILENA
ABRIL IMAGENS

Geraldo Mayrink (*)

Em Minas, como ensinou a prática, vale mais a versão do que o fato.

O fato é que estive com Tancredo Neves uma vez, no tempo em que ele comandava o Partido Popular. Bastaram alguns segundos para me mostrar que estava diante de uma lenda viva. Dona Antônia, a secretária, interrompeu para anunciar um deputado na linha. O desgosto desenhou-se no rosto do Dr. Tancredo com naturalidade. Sem nenhum traço daquela dissimulação que é a alma dos políticos. Mandou dizer que não estava. "Mas disse que o senhor ia atender", insistiu dona Antônia. Ele atendeu:

- Alô. Sim. (pausa). A ligação está horrível. Não ouço nada. Ligo mais tarde. Um abraço.

A versão tem inúmeras versões. Numa delas, escutei numa rádio de Belo Horizonte, quando Tancredo estava em campanha para o governo de Minas, mais ou menos o seguinte (as versões nunca são muito exatas), quando lhe perguntaram para qual time torcia:

- Torço pelo América embora reconheça o valor do Cruzeiro e do Atlético, bem como de todos os demais times da capital e do interior do nosso querido Estado.

Fato ou versão? Num Estado onde, como diz lá, o negócio é vender queijos e possuir bancos, Tancredo fez da própria vida uma conjugação das duas. Veio de uma terra de garimpo, como JK e Alkmin, tão insondável que Carlos Drummond de Andrade escreveu que seus habitantes teriam 80% de ferro nas almas, contra 90% de ferro nas calçadas. Mais que o valor do ouro, saqueado ao longo de séculos, tais garimpos valorizaram a paciência, a tenacidade, a inteligência e a astúcia.

Por isso Tancredo foi tão longe ao armar seus estratagemas políticos, guardando para o final alguma coisa que sempre surpreendia aliados e adversários. Era fiel aos amigos e acompanhou Getúlio Vargas ao túmulo em São Borja, assim como depois seria solidário com João Goulart e JK, quando partiram para o exílio. Político governista, em cinco décadas de carreira, foi para a oposição ao golpe de 1964 quando quase todo mundo de seu partido, o PSD, o apoiava. Então, durante 21 anos, foi arquiteto e construtor de um edifício político no qual não teve entrada.

A versão da morte de Tancredo como a conhecemos há sete anos, digna das mais bizarras criações do realismo fantástico latino-americano, seria inaceitável no futuro se dela não tivesse nascido uma nação unida. A cena de dois milhões de pessoas na rua, perseguindo pateticamente o caixão onde jazia o corpo devastado de um ancião, foi descrita por Ulysses Guimarães como "festa dos desesperados . Tancredo subiu a rampa do Palácio do Planalto com 38 dias, mas na verdade uma eternidade de atraso, não para exercer mandato, mas para ser o centro de velório.

O fato é que a infecção que o matou garantiu a José Sarney um país diferente para governar. A versão é que, morto, conseguiu transformar um governo que não houve na sua mais acabada obra política.

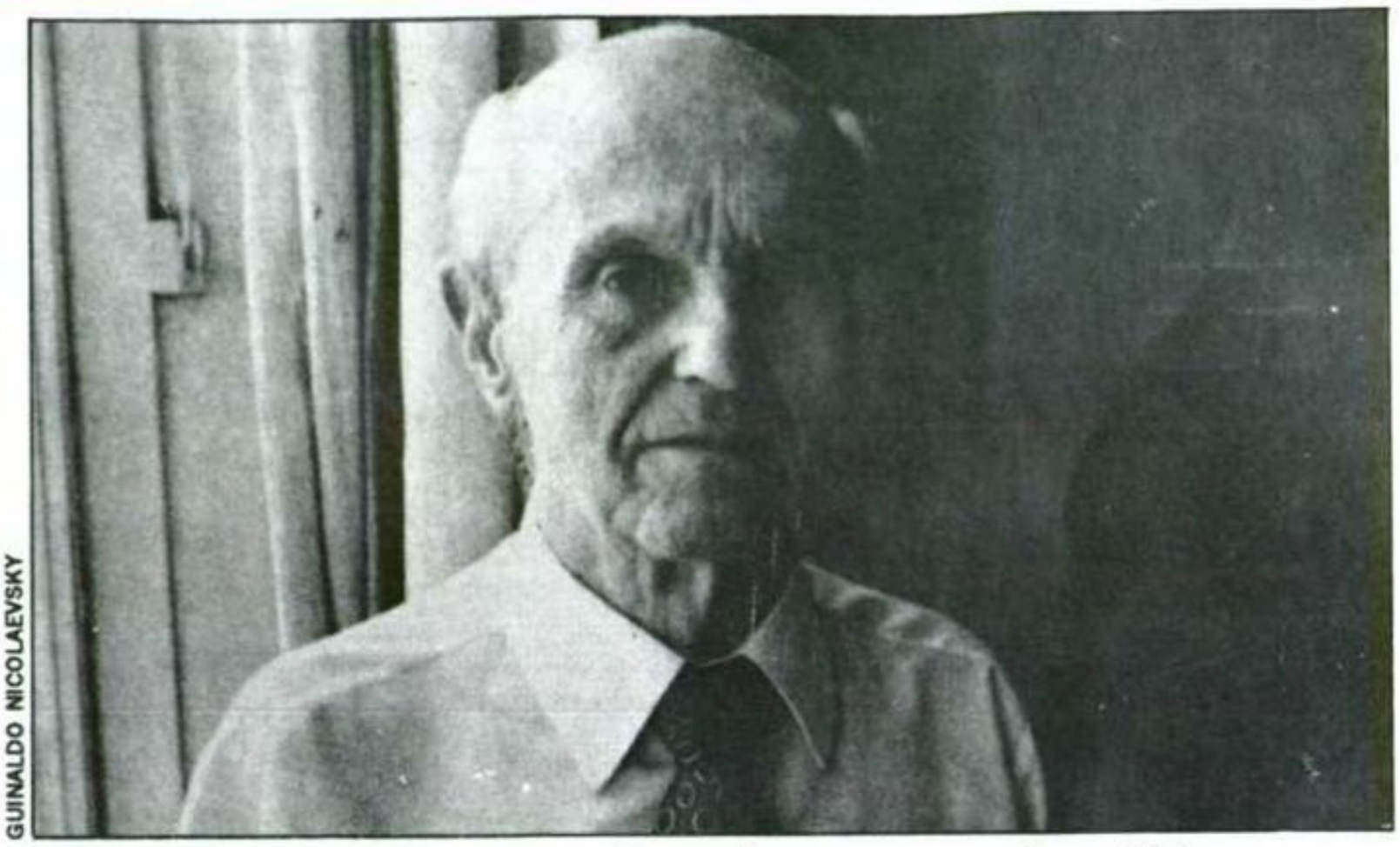
Ninguém precisa escolher entre uma ou outra. Em Minas, quando realidade e lenda se confundem, o costume local manda publicar as duas.

(*) Geraldo Mayrink, Jornalista

substituído por Gustavo Capanema)
Benedito Valadares - 1933 / 1935, como interventor; 1935 / 1939, governador; 1939 / 1945, como interventor)
Nilo B. de Oliveira, João T. Beraldo, Júlio Ferreira de Carvalho, Noraldino de Lima e Alcides Lins - 1945 / 1947 (redemocratização pós-Estado Novo).
Milton Campos - 1947 / 1951
Juscelino Kubitschek -1951 / 1956
Bias Fortes - 1956 / 1961
Magalhães Pinto - 1961 / 1966
Israel Pinheiro - 1966 / 1971
Rondon Pacheco - 1971 / 1975
Aureliano Chaves - 1975 / 1978 (licenciou-se para ser vice-presidente; substituído por Ozanan Coelho)
Francelino Pereira - 1979 / 1983
Tancredo Neves - 1983 / 1984 (licenciou-se para disputar a Presidência)
Helio Garcia - 1984/1986
Newton Cardoso - 1987 / 1991
Hélio Garcia - tomou posse em 15/03/1991

Voz da experiência

Aula de política com o conselheiro que veio da extinta UDN



GUINALDO NICOLAEVSKY

José Monteiro de Castro: a política exige um pouco de audácia

Aos 83 anos, 21 deles vividos como deputado federal, o ex-líder da extinta UDN, José Monteiro de Castro, é um dos raríssimos conselheiros que o governador de Minas Gerais, Hélio Garcia, faz questão de ouvir quando o assunto é política. O privilégio não é gratuito. Além da longa vida parlamentar, Monteiro de Castro foi secretário da Segurança Pública e da Fazenda no governo de Magalhães Pinto e chefe da Casa Civil do ex-presidente Café Filho. Dono de uma memória invejável, Monteiro de Castro fala nessa entrevista a Ramón Garcia y Garcia do passado político do país e de como a experiência política de Minas Gerais pode ajudar o Brasil a enfrentar os atuais momentos de crise.

Revista Imprensa - Minas é o Estado que mais presidentes e vice-presidentes deu ao Brasil. Qual o segredo do sucesso dos políticos mineiros?

José Monteiro de Castro - Os mineiros sempre representaram, na República, equilíbrio, senso de medida e ponderação - virtudes resultantes de ações amadurecidas e certas. O mineiro é de reflexão segura, decisão ruminada, tomada com vagar. A situação geográfica também ajudou na posição forte de Minas na história do país. Tem repercussões fortes. No mundo pausado até 50, essas virtudes eram mais necessárias para êxitos e acertos.

RI - Quais as características da escola política mineira? Existe um estilo mineiro de fazer política?

JMC - Escola não, mas sim estilo, que é exatamente o uso dessas qualidades e virtudes. Ele se baseia na ponderação, que lastreia um comportamento extremamente acatado até por outros Estados. Na Câmara, fui testemunha durante muitos anos do peso político de Minas Gerais. Mesmo sem querer liderar, a bancada mineira de 46, e mesmo depois de dois ou três mandatos seguintes, teve considerável importância e força no Parlamento.

RI - Por que o político mineiro é conhecido por demorar a tomar decisões nas situações de crise e por evitar declarações que impliquem compromisso?

JMC - Não concordo com isso. Como já disse, o mineiro rumina suas decisões. Elas são destituídas de análises emotivas, são mais seguras, maduras e profundas. Não é verdade que o mineiro fica em cima do muro. Minas está sempre à frente das grandes decisões nacionais. Todas as revoluções a que Minas aderiu saíram vitoriosas, como as de 30 e 64, que foram iniciativas nitidamente mineiras. Já as de 22, 24 e 32, sem nada com Minas, não obtiveram êxito.

RI - Por que o Manifesto dos Mineiros foi importante?

JMC - Foi importante porque encorajou a nação na luta contra a ditadura. Getúlio nunca foi um ditador violento, mas o regime o era, e pesado. O Manifesto, mesmo aparentemente moderado, possuiu uma carga de resistência e de luta que encorajou toda a nação a participar da liberdade no país.

RI - Mas a revolução de 64 não cerceou a liberdade?

JMC - Havia naquela época uma real ameaça de tomada do poder pela esquerda. O país perdia sua capacidade de manter a ordem pela presença, nas Forças Armadas, de comandos paralelos que faziam desaparecer os sentimentos de hierarquia e disciplina, sem os quais era impossível a manutenção das instituições democráticas. Deflagrada e vitoriosa a revolução, não foi possível manter-se o país - por muitas razões - fiel aos seus propósitos e ideais, que não puderam ser realizados. Foram desfigurados pela prática política. O movimento foi aceito pela nação, mas os militares não souberam interpretá-lo em seus fundamentos e razões. Uma coisa bela que foi distorcida e se transformou num instrumento pouco democrático. Na época, eu era secretário da Segurança Pública e participei muito da revolução. Não me arrependo.

RI - Que lições deixaram os antigos partidos, como o PRM, anterior a 1946, e a UDN e o PSD, que vieram depois?

JMC - O PRM era o braço mineiro do sistema dos Partidos Republicanos de todo o país, que tutelaram a vida brasileira durante todo o período inicial da República. Esse controle durou fundamentalmente até 1930, quando eram absolutos no domínio das decisões políticas. Criaram, portanto, um poderoso estilo político, que funcionava sem contrastes. Suas decisões eram tomadas praticamente sem confrontos, favorecidas pelas suas condições executivas. O PRM confiava, e com razão, no êxito do que

"Não é verdade que o mineiro fica em cima do muro. Minas está sempre à frente das grandes decisões nacionais. Todas revoluções a que aderiu foram vitoriosas."

decidia, sem falseamento da representatividade. Não havia a participação do povo, mas enriqueciam-se as representações com a escolha dos melhores quadros - uma das razões do grande peso político de Minas. Houve, na época, até o chamado "Jardim da Infância", pois os escolhidos eram jovens, geralmente entre 30 e 40 anos, mas de grande competência.

RI - E quanto à UDN e ao PSD?

JMC - Se eu pudesse definir em poucas palavras a diferença entre os dois, diria que a UDN era idealista e o PSD, realista. O idealismo udenista tornava fundamental não só o processo de conquista do poder, como também a ética para atingi-lo. Já o PSD amava a democracia, mas sem o mesmo rigor. Era um partido que fazia do poder a sua preocupação suprema. Mas essas interpretações, hoje, tornaram-se desfiguradas. Minas Gerais, que representava um pouco dessas virtudes clássicas, perdeu um pouco de seu peso político e influência dentro desse novo mundo, onde o clássico é contestado e o poder está sendo conquistado mais pela audácia do que pelas virtudes.

RI- Quais as características principais dos governadores udenistas como Mílton Campos e Magalhães Pinto?

JMC - Ambos eram extremamente inspirados, porém cada um com características muito próprias de sua formação. Magalhães era empresário, Mílton Campos advogado, homem de fórum. Cada um de nós é fiel a si e à sua infância, coisa que fundamenta a imagem do homem maduro. Mílton Campos agia mais tocado pelas instituições, pela sua formação jurídica. Magalhães Pinto era sensibilizado mais pelas suas realizações.

RI - Minas ainda pode dar contribuições ao Brasil? De que maneira os políticos mineiros poderiam ajudar o país a sair da crise em que estamos?

JMC - O que levou Minas a adquirir um estilo foram as virtudes - e elas são permanentes. Podem ser esquecidas por algum tempo, mas acabam voltando. Não pode haver ato político sem o comando dessas virtudes, mesmo quando elas são afastadas diante de algum gesto de audácia. Mas a audácia não impede o retorno de um estilo mais carregado de reflexão, análise e razão - ingredientes que são mineiros e que sempre audácias passageiras, como em casos recentes. Até entendo que se agregue um mínimo de audácia, pois ela completa uma política de bom senso.

RI - Quem são os principais políticos mineiros da atualidade?

JMC - O Hélio Garcia é um homem muito fiel à tradição e à história de Minas Gerais. Ele me parece a soma do homem rural com o ousado empresário da cidade. Permanece fiel a coisas que Minas cultiva, mas se permite, em determinadas horas, uma audácia que completa e enriquece a decisão administrativa. O Hélio é um misto de capiau com um homem de sagacidade mineira e compreensão do mundo novo.

Magalhães em ação



Roberto Elísio de Castro Silva (*)

O gosto pelo risco e a capacidade para negociar talvez tenham sido os traços mais fortes na atuação do misto de empresário e político que se chama Magalhães Pinto. "Um pessedista nos métodos e um udenista nos princípios", conforme o velho amigo e companheiro de lutas, José Monteiro de Castro, que foi o secretário de Segurança Pública, do Interior e de Justiça no seu período de governo em Minas. Ou simplesmente "um bacharel sem colega de turma", segundo o adversário Tancredo Neves.

Hoje com 83 anos, morando no Rio de Janeiro, o antigo signatário do lendário "Manifesto dos Mineiros" está afastado da atividade pública e empresarial há dez anos. Teve um distúrbio circulatório, mas se mantém lúcido. Sua primeira vocação, fiel à origem rural, era para a iniciativa privada. Com pouco mais de 20 anos já ocupava a presidência da Associação Comercial de Minas e do então poderoso Banco da Lavoura, onde ingressara como contínuo. Seu nome no Manifesto custou-lhe o cargo no Banco, exigência da ditadura de Vargas. Fundou o Banco Nacional, em pouco tempo transformado em verdadeiro império econômico.

A segunda vocação - a política - haveria de predominar, acompanhando-o ao longo da vida, onde o sentimento público se sobrepôs ao interesse do empresário. Foi constituinte de 46 e secretário da Fazenda no de Mílton Campos. À sombra do mito da vassoura de Jânio e da divisão dos adversários mineiros - conseqüência de negociações que comandou pessoalmente - Magalhães conquista o Palácio da Liberdade, derrotando Tancredo Neves. O governador Bias Fortes e o presidente JK apoiavam ostensivamente Tancredo.

Em 1964, o empresário e negociador não coloca em risco apenas uma carreira política ainda nascente, como ocorrera na assinatura do "Manifesto dos Mineiros". O governador do Estado considerado politicamente o mais importante do País passa à conspiração aberta para derrubar o presidente João Goulart, constitucionalmente empossado após a renuncia de Jânio. Expunha, naquela opção, o mandato de governador, o futuro de centenas de seguidores e o império econômico e financeiro que havia conseguido criar.

Magalhães chegou a ser advertido pelo seu secretário de Interior e Justiça: "Não temos condições militares de ganhar uma revolução", disse-lhe José Monteiro de Castro. "Temos condições morais e isto vai sensibilizar a Nação", foi a resposta. Jogou tudo na aventura e os riscos não entraram em sua avaliação.

Seu objetivo, embora não declaradamente colocado, era chegar à Presidência da República. Foi engolido pela revolução que liderou. Se com o "Manifesto de 43" sofreu conseqüências pessoais, de 64 guardou decepções políticas. E sem colega de turma à vista: para as festas de diplomação a partir daquele 31 de março, eram imprescindíveis o uniforme verde e algumas estrelas bem diferentes das que Magalhães se acostumara a ver no céu enluarado da pequena cidade onde nasceu.

(*) **Roberto Elisio,** diretor de redação do Estado de Minas.

"As virtudes de Minas são permanentes. Podem ser esquecidas por algum tempo, mas acabam voltando. A audácia não impede o retorno à análise e à razão."

OS MINEIROS DO MANIFESTO

As assinaturas que ousaram desafiar a ditadura Vargas

O Manifesto dos Mineiros é um texto de dez páginas, com um total de 350 linhas. Odilon Braga redigiu a primeira versão do Manifesto, retocada em seguida por Afonso Arinos. Dario de Almeida Magalhães preparou uma segunda versão; Virgílio de Melo Franco, uma terceira. Milton Campos e Pedro Aleixo fundiram esses três textos, cabendo a Afonso Arinos chegar à forma final.

Na etapa seguinte, os articuladores do Manifesto buscaram assinaturas de mineiros representativos e decididos a enfrentar a ditadura Vargas, a lutar por democracia e liberdade. Na primeira rodada, conseguiram 76 signatários; numa segunda rodada, outros 16. Houve mais assinaturas (entre elas a de Antônio Carlos Carvalho, avô do atual governador de Minas, Hélio Garcia), mas não apareceram na relação oficial de 92 nomes levada para impressão numa gráfica de Barbacena.

Denso e equilibrado, o texto do Manifesto dos Mineiros apontava com firmeza os erros e abusos que desvirtuaram a Revolução de 30. Teve uma tiragem inicial de 50 mil exemplares, distribuídos de mão em mão, de porta em porta, nas principais cidades brasileiras. Representou, sem dúvida, o primeiro desafio formal à ditadura Vargas.

A seguir, em ordem alfabética, a relação oficial dos 92 nomes que constam da primeira impressão do Manifesto dos Mineiros.

A 1) Adauto Lúcio Cardoso 2) Adolfo Bergamini 3) Afonso Arinos de Melo Franco 4) Afonso Pena Júnior 5) Agenor de Oliveira 6) Alaor Prata 7) Alberto Deodato 8) Alfredo Carneiro Viriato Catão 9) Alfredo Martins de Lima Castelo Branco 10) Aloísio Ferreira de Sales 11) Alvaro Mendes Pimentel 12) André Faria Pereira 13) Antônio Carlos Vieira Christo 14) Antônio Neder 15) Aquiles Maia 16) Arocira Neves 17) Artur Bernardes 18) Artur Bernardes Filho 19) Artur Soares de Moura 20) Astolpho Rezende 21) Augusto Couto 22) Augusto de Lima Júnior

B 23) Belmiro Medeiros da Silva 24) Bilac Pinto 25) Brasil Araújo 26) Bueno Brandão

C 27) Caio Mário Silva Pereira 28) Caio Nelson de Senna 29) Cândido Naves 30) Carlos Sampaio 31) Carlos Faria Tavares 32) Carlos Horta Pereira 33) Carmelindo Pinto Coelho 34) Cincinato de Noronha Guarani 35) Clenarvan Faria Alvim

D 36) Dalmo Pinheiro Chagas 37) Daniel de Carvalho 38) Dario de Almeida Magalhães 39) Darci Bessoni de Oliveira Andrade 40) Dilermano Cruz

E 41) Edgard de Oliveira Lima 42) Edmundo Menezes Dantas

F 43) F. Mendes Pimentel 44) Fausto Alvim 45) Feliciano de Oliveira Pena 46) Flávio Barbosa Melo Santos 47) Francisco de Assis Magalhães Gomes

G 48) Galba Moss Veloso 49) Geraldo Rezende 50) Geraldo Teixeira da Costa 51) Gilberto Alves da Silva Dolabela 52) Gudesteu Pires

H 53) Heitor Lima

J 54) J. Sandoval Babo 55) João do Amaral Castro 56) João Edmundo Caldeira Brant 57) João Franzen de Lima 58) João de Rezende Costa 59) João Romero 60) Joaquim de Salles 61)Jonas Barcelos Corrêia 62) José Bonifácio Lafaiete de Andrada 63) José de Magalhães Pinto 64) José Maria Lopes Cançado 65) José Mário Leão 66) José Urbano Baeta Alvim 67) José do Vale Ferreira

L 68) Lair Resende de Paleta Tostes 69) Lincoln Prates 70) Luiz Camilo de Oliveira Neto

M 71) Mário Brant 72) Maurício Limpo de Abreu 73) Miguel Baptista 74) Mílton Soares Campos 75) Múcio Continentino

N 76) Nelson de Sena

O 77) Octávio Murgel de Rezendo 78) Odilon Braga 79) Orlando Bonfim 80) Ovídio de Andrade

P 81) Paulo Pinheiro Chagas 82) Pedro Aleixo 83) Pedro Baptista Martins 84) Pedro da Silva Nava

R 85) Raul de Faria 86) Ronan Rodrigues Borges

S 87) Salomão de Vasconcelos 88) Sílvio Barbosa 89) Sílvio Marinho

T 90) Teófilo Ribeiro da Costa Cruz 91) Tristão da Cunha

V 92) Virgílio A. de Melo Franco.

DIA 21
DE JANEIRO
NO TEATRO
RUTH ESCOBAR
ESTRÉIA O MAIS
DIVERTIDO MUSICAL
ALMANAQUE BRASIL
MoRRa De RiR CaNTaNDo!!

APOIO:

RÁDIO Trianon AM 740

PERDIGÃO
QUALIDADE QUE SE PROVA

Express
Loja de conveniência

GOVERNO DE SÃO PAULO
CONSTRUINDO UM FUTURO MELHOR

SORRENTINO
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

UNICOLOR
Studio Gráfico e Editora Ltda.

PRODUÇÃO:
JOINT+ABC

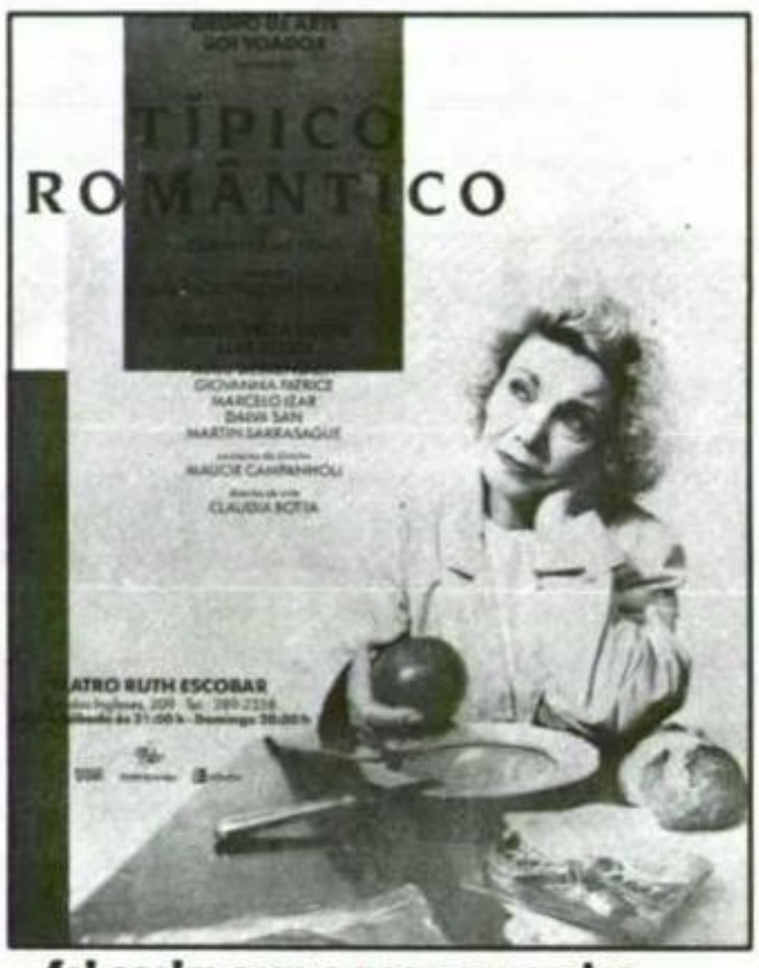


O diretor de redação da Folha de S. Paulo *revela o novo palco de sua verve afiada*



RICARDO HANTZSCHEL

Ele escreve teatro só na madrugada:...



...foi assim com a peça em cartaz

Otavinho, 35, o teatrólogo

Dramaturgia de Frias Filho ganha primeira montagem

por Jairo Arco e Flexa

Se depender da crítica publicada em diário pertencente à empresa que é sua maior concorrente no mercado de Imprensa, o jornalista e agora também autor teatral Otavio Frias Filho tem uma promissora carreira de dramaturgo pela frente. Em seu comentário sobre *Típico Romântico*, peça de estréia de Frias Filho, diretor de redação e herdeiro de um dos mais importantes jornais do país, a *Folha de S.Paulo*, o crítico Alberto Guzik, do *Jornal da Tarde*, garantiu: "Otavio Frias Filho é uma promessa para a dramaturgia brasileira." Depois de defini-lo como um autor "que arrisca, ousa, evita o fácil" e até mesmo compará-lo a Nelson Rodrigues, o crítico do *JT* conclui afirmando que "a revelação do teatro de Otavio Frias Filho exige atenção".

O *Jornal da Tarde*, não custa lembrar, é o irmão caçula de *O Estado de S.Paulo*, o grande rival da *Folha*. O tema central da campanha publicitária que a *Folha* alimenta contra o *Estadão*, aliás, repete insistentemente a frase "A circulação da *Folha* é 50% maior que a do concorrente". Curiosamente, em matéria publicada no mesmo dia que a do *JT*, o crítico da *Folha*, Nelson de Sá, foi bem mais severo, dizendo que o texto de Frias Filho "não é um teatro para os tempos que correm. O tempo dele já passou".

Acima do exemplar espírito de isenção que caracteriza o julgamento favorável impresso nas páginas de um concorrente ou da surpreendente alfinetada que o responsável pela seção de teatro da *Folha* aplicou na peça de seu patrão, porém, o que mais chama a atenção nessas matérias é a demora da Imprensa diária em manifestar seu juízo crítico sobre o espetáculo. Trata-se de uma inércia imperdoável.

Óbvio ululante — Afinal, o aspecto mais marcante de *Típico Romântico* — em cartaz desde 2 de outubro na sala Gil Vicente do teatro Ruth Escobar, em São Paulo, com uma criativa direção de Maurício Paroni de Castro e um belo desempenho da veterana Maria Della Costa no papel central — está no fato de representar a estréia como autor do diretor de um veículo com a envergadura da *Folha*. Como se isso não bastasse, Otavio Frias Filho e seu jornal estão entre os grandes catalisadores do movimento que culminou com o impeachment do presidente Collor. Conclusão: a estréia de Frias Filho como autor, além disso numa peça que marca a volta ao palco de Maria Della Costa depois de uma ausência de quatro anos é, como notícia, o óbvio ululante, a novidade em si, em suma, *news*, na feliz síntese que o termo oferece em inglês.

Por outro lado, notícia e novidade perdem tal característica depois de certo tempo. No caso de *Típico Romântico*, os diários mais rápidos levaram uma semana para comentar o espetáculo. Quanto ao semanário *Visão*, nem ao menos colocou na pauta alguma crítica sobre a peça. É muito descaso. Fica difícil para um profissional imaginar acontecimento com tanta força para virar notícia como a incursão do diretor da *Folha* no mundo do palco — e a avaliação dessa experiência. Só mesmo algo tão inesperado como a apresentação de uma sinfonia de Beethoven sob a regência do cardiologista Euryclides Zerbini ou o lançamento de uma coleção de telas pintadas — com as mãos e não com o mágico pé esquerdo — pelo atacante Neto do Corinthians.

Uma produção de custo médio (12 mil dólares) do grupo Boi Voador, *Típico Romântico* deve ficar em cartaz até 20 de dezembro, e Otavio Frias Filho não imagina que os 10% que lhe cabem de direitos autorais aumentem significativamente seu saldo bancário: "No Brasil são muito raros os escritores que vivem só de sua atividade autoral", ele comenta com voz pausada e calma. Ao dar uma entrevista, mesmo se for para responder à mais inesperada das perguntas, esse paulistano solteiro de 35 anos, 16 de jornalismo, raramente vacila. Ao contrário, como já observaram amigos ou desafetos ligados à Imprensa, Frias Filho quase sempre dá a impressão de falar como quem está editando um texto. Força do hábito, cer-

tamente. Em 1979, aos 22 anos, ele já escrevia editoriais para a *Folha*, função que exerceu até 1982, ao mesmo tempo em que ia se familiarizando com todos os aspectos ligados à feitura de um jornal.

Terra arrasada — O jovem mas já veterano jornalista e agora teatrólogo admite que, em relação às duas atividades, assume uma atitude "algo esquizofrênica". O jornalista Frias Filho habitualmente deixa a redação em torno das 21h30, 22 horas, vai para casa e por volta da meia-noite cede lugar ao dramaturgo Frias Filho, que dá vida às suas fictícias personagens, dedilhando as teclas de um computador. A jornada de trabalho costuma terminar entre 3h e 4h da madrugada, quando o dublê de jornalista e teatrólogo vai dormir. Não deixa de ser uma ironia que, na redação inteiramente informatizada da *Folha*, Frias Filho seja talvez o único jornalista a usar uma máquina de escrever, devido a alguma incompatibilidade que ele mesmo não sabe explicar em relação ao sistema de computação adotado na casa. Já o fato de redigir suas peças em computador talvez seja uma forma de compensar o aspecto de "arte num certo sentido muito obsoleta", que a seu ver caracteriza o teatro.

Na década de 70, quando a maioria dos críticos ainda o consideravam um ótimo cineasta, o americano Peter Bogdanovich (*A Última Sessão de Cinema*) gostava de dizer que todos os grandes filmes já haviam sido feitos. Se em relação ao teatro Otavio Frias Filho não arrisca um veredicto tão radical, ele pondera que, tratando-se de uma forma de expressão artística tão antiga, na qual já se empregaram tantos gêneros e estilos, escrever para o palco é um pouco como trabalhar diante de uma terra arrasada. "Com isso o autor ganha uma certa liberdade que não se encontra no cinema, que está sempre submetido a injunções de mercado. Elas também existem no teatro, mas em escala muito menor."

Numa série de artigos em que polemizava com o filósofo José Arthur Gianotti, publicados pela *Folha* em 1985, Otavio Frias Filho definiu o fato jornalístico como uma espécie de "deslize" que se manifesta no tecido dos fenômenos sociais. Segundo Frias, é essa alteração num todo relativamente homogêneo que caracteriza a notícia, aquilo que merece ser publicado pela Imprensa. De acordo com o jornalista-dramaturgo, depois de 25 séculos de arte teatral, o que merece ser levado ao palco seria o equivalente cênico a esse deslize. "O teatro é uma arte muito esgotada; assim, é preciso explorar temas e ritmos que ainda não foram tratados, algo muito difícil. Em minhas peças tento mostrar coisas um pouco na contra-luz, procurar o avesso de tudo que já foi feito."

Coerentes com tal proposta, as cinco peças



O crítico do Jornal da Tarde *elogiou o texto de* Típico Romântico. *O da* Folha, *não gostou*



DIVULGAÇÃO



Maria Della Costa (acima) marca sua volta aos palcos no papel central de uma das peças de Otavinho, que tem mais quatro textos. Três deles reunidos em Tutankaton (ao lado)

que Otavio Frias Filho considera prontas (*Típico Romântico*, de 1991, é a terceira) não poderiam estar mais na contra luz. Nelas prevalece o insólito: tema, tratamento e personagens sugerem um mundo bizarro. Mais que simplesmente estranhas, sua estranheza tem algo de peculiar. À primeira vista, é tentador classificá-las como obras deliberadamente irreais, ou vinculadas ao teatro do absurdo que celebrizou autores como Samuel Beckett ou Eugene Ionesco. Mas elas são sinuosas, escorregadias, revelando, sobretudo nos diálogos, facetas quase naturalistas em que tudo parece familiar e, de um momento para o outro, enveredando por trilhas que deixam perplexos leitor e espectador (*ver box*). Quem tomar contato com as peças de Otavio Frias Filho sem ter a menor idéia de quem seja o autor, dificilmente acreditará que elas provêm do mesmo cidadão que, 365 vezes por ano, edita um jornal com uma tiragem média de 400 mil exemplares cuja matéria-prima é a realidade cotidiana.

Tom farsesco — Talvez o único ponto em comum que as peças de Frias Filho tenha com o jornalismo seja a diversidade de assuntos que abordam. *Pavilhão Japonês*, de 1987, a primeira peça, passa-se num local que tanto pode ser um parque de diversões como as ruínas de uma cidade destruída por uma bomba nuclear. A segunda, *Tutankaton*, de 1990,

TRECHOS

TÍPICO ROMÂNTICO

Cena 1 – Uma mesa de jantar

Mãe: *Me leva com você?*
Bárbara: *Você não pode sair, mamãe.*
Mãe: *Me leva. Você vai num baile?*
Bárbara: *Você tem que ficar boa logo pra poder sair.*
Mãe (em voz baixa): *Eu descobri um tesouro. Eu pensei em pôr num banco. Mas podem roubar.*
Bárbara: *Onde você descobriu?*
Mãe: *No quintal.*
Bárbara: *Que tem nesse tesouro?*
Mãe: *Diamantes. Pérolas.*
Bárbara: *Que bom. Onde você guardou?*
Mãe: *Enterrei de novo no quintal. Eu não posso falar onde.* (Indica Lurdinha, a outra filha.) *Depois eu te conto. Se você me levar no baile.*
Bárbara: *Não tem baile, mãe.*
Lurdinha: *Mãe, você não quer deitar um pouco?*
Mãe (para Lurdinha): *Eu não gosto de você.* (Para Bárbara) *Eu vou deixar ele enterrado lá até ela* (indica Lurdinha) *morrer. Senão, ela rouba.* (Pausa curta) *Seu pai tem uma filha da sua idade com outra mulher. Eu sei. Ela me manda cartas.*
Lurdinha: *Mãe.*
Mãe: *Ela me manda cartas. Ela não gosta do seu pai. Ela faz ameaças para o seu pai. Seu pai sabe que eu sei.*
Bárbara: *Você tirou isso da imaginação. É uma espécie de sonho que você teve.*
Mãe: *Seu pai quer me matar com remédio de rato. Eu só finjo que tomo, mas eu não tomo.*
Lurdinha: *Não fala assim, mãe.*
Mãe: *Quando o seu pai vai com o milho, eu já estou voltando com o fubá.* (Pausa) *Eu vou me matar.*

TUTANKATON

Cena 3 – Alojamentos da corte no vale do Reis

Fei (juiz da corte): *Medidas drásticas são excelentes para resolver problemas ordinários, meu amigo. Mas quando a situação é complexa a ponto de a ação humana não poder desembaraçá-la, aí então o tempo é o melhor remédio. Não procures obstruir o caminho das águas, deixa que elas escoem naturalmente. Verás que, enquanto passas a noite entregue a horríveis preocupações, o torvelinho se desfaz e de manhã tudo ressurge simples e desempedido.*
Horemeb (comandante do exército egípcio): *Pois acho que já se passou tempo demais e cada manhã nasce mais sombria que a anterior.*
Fei: *Estão prontos os decretos das novas execuções?*
Horemeb: *Trouxe-os comigo, falta apenas o selo do rei. A maior parte das ordens não poderá ser cumprida: os culpados se refugiam nos lugares santos, onde as leis do asilo proíbem meus soldados de entrar. De que adianta tu, como juiz da corte, condenares os arruaceiros à morte se estou impedido pelo próprio rei de fazer cumprir a pena? (...) Melhor não punir do que expedir sentenças de morte que não se realizam. Quando a multidão se faz de corajosa é que o governo se tornou covarde.*

RANCOR

Cena 8 – Sala de Dadá na redação do Nacional

Miranda: *Vim aqui te pedir uma coisa.*
Dadá: *Você não pede, você manda, Miranda.*
Miranda: *Eu queria te pedir... em nome da amizade do Nestor, queria te pedir pra omitir que... pra omitir a preferência sexual dele.*
Dadá: *Entendo a tua preocupação, mas... você sabe, os leitores querem saber toda a verdade num caso como esse. As circunstâncias ainda não estão bem esclarecidas.*
Miranda: *Tem gente falando com os editores dos outros jornais. Ninguém vai publicar. (...)*
Miranda (saindo): *Lembra do que eu te falei sobre o Nestor, tá?*
Dadá: *Pode deixar.* (Aponta a própria cabeça.) Tá guardado aqui, não vou esquecer.
Miranda: Trate ele com o carinho que ele merecia. Tchau. (Sai.)
Dadá (depois de fazer adeusinho com uma mão): *Vagabunda, filhinha-de-papai nojenta!* (Pega o telefone, diz enquanto disca:) *Com todo esse nariz empinado, só faltou dar pro porteiro da Biblioteca Municipal — alô, Winston? Miranda, ex-Berucci, a boazuda de óculos, a herdeira dada às letras, vai casar! Na batata! (...) Acabou de sair daqui fantasiada de Shirley Temple, eu quero essa foto na edição de amanhã, ouviu bem? Ah, outra coisa: Nestor era viado. Fonte segura, pode dar com destaque.*

bem que poderia chamar-se *Retrato do Jovem Tutankamon Antes de Tornar-se a Múmia Mais Célebre da História*: ambientada no Vale do Nilo, pouco depois da invenção dos utensílios de ferro, seu protagonista é o faraó egípcio na época em que era chamado de Tutankaton. *Típico Romântico* desmente de forma cruel seu título: numa praia deserta, uma viúva de meia-idade mas ainda atraente, cujo casamento jamais conheceu paixão, conta às filhas adolescentes que finalmente descobriu o amor, na pessoa de seu psiquiatra. Antes que termine a peça, além de descobrir que o psiquiatra nada quer com ela, a patética viúva fica sabendo que o objeto de sua paixão tem um caso amoroso com as duas garotas. Estas três peças foram reunidas no livro *Tutankaton*, publicado pela editora *Iluminuras* no ano passado.

Neste ano, em meio ao ritmo frenético que agitou as redações de todo o país com o processo de impeachment — e especialmente a da *Folha*, primeiro órgão de Imprensa a adotar uma postura extremamente crítica em relação ao governo Collor —, o diretor do jornal ainda arranjou tempo e disposição para escrever mais duas peças. *Rosa-Choque*, classificada como comédia, apresenta em tom quase farsesco uma história de amor entre duas jovens. A terceira personagem mais importante, depois da dupla de enamoradas, é uma fada. Enfim, *Rancor*, em que Frias Filho estava dando os últimos retoques às vésperas de estrear *Típico Romântico*, faz jus ao título: a peça traça um sarcástico retrato da vida cultural de um país dos trópicos assolado por constantes terremotos. Mais assustador que os tremores de terra, porém, é a índole vingativa dos três personagens centrais, um velho crítico de arte, seu discípulo e o editor de cultura de um grande jornal, que parecem disputar um campeonato para ver quem é mais mau-caráter.

O diretor Jayme Compri já articula a montagem de *Rancor*, que deverá estrear logo depois do carnaval no teatro Faap de São Paulo, tendo no elenco, entre outros, a ex-musa de Gerald Thomas, Bete Coelho e Renato Borghi, um dos fundadores do Oficina. E as incursões teatrais de Frias Filho não devem parar por aí: surpreendentemente, ele até admite que, se tivesse liberdade ideal de escolha entre dirigir uma redação e escrever para o palco, é provável que optasse apenas por escrever. Mas Otavio Frias Filho, melhor que ninguém, sabe que tal opção é impossível. "Entrei no jornalismo por circunstâncias familiares e tenho muito apreço pela profissão. É a minha tarefa." De qualquer forma, mesmo que seu expediente só comece depois da meia-noite, o dramaturgo Otavio Frias Filho chegou para ficar.

DE SEMPE NHO.

UMA PALAVRA COM MUITOS SIGNIFICADOS PARA A OAS.

oas

Para a Construtora OAS, a palavra desempenho traduz mais de 15 anos de muito trabalho e determinação com um sistema de administração descentralizada, participação nos resultados para todos os seus profissionais e atenção à qualidade e pontualidade na prestação de serviços.
Atuando em quase todos os segmentos da Engenharia, constrói obras portuárias, de saneamento básico, de infra-estrutura, ferroviárias, rodoviárias, shopping centers, edifícios comerciais e residenciais.
Com forte atuação no segmento da iniciativa privada, permite, ano após ano, o ingresso de milhares de pessoas no mercado de trabalho.


ИЗВЕСТИЯ

ПАДЕНИЕ КУРСА РУБЛЯ ПРОДОЛЖАЕТСЯ, ЭТО СТАВИТ ПОД УГРОЗУ РЕФОРМЫ В РОССИИ



REPRODUÇÕES

O *Izvestia* e o desenho do cartunista Agaev, do *Pravda*: "Defendamos a liberdade de Imprensa!!"

Sai a censura, entra a inflação

A Imprensa russa ainda vive dias difíceis

por Paula Vianna, de Moscou

No centro de Moscou, ou mesmo nas mais distantes estações do metrô, é fácil encontrar um quiosque ou um camelô apregoando gêneros alimentícios, ao mesmo tempo em que oferece publicações para todos os gostos. Na verdade, mesmo debatendo-se numa grave crise econômica, os russos nunca abdicaram de seu histórico hábito da leitura — hábito este, aliás, forjado nos tempos da economia estatizada e da onipresença do Partido Comunista, quando os custos de produção de jornais e revistas eram baixíssimos e a conta das edições era paga exclusivamente com o dinheiro arrecadado das assinaturas.

A tenra liberdade de Imprensa na ex-URSS, no entanto, permitiu um reforço desse saudável costume. Mesmo sob o espectro da hiperinflação, os postos informais de venda de jornais e as agências de correio (onde os interessados fazem suas assinaturas) estão sempre cheios e — um fenômeno comum em Moscou — com longas filas nos horários de pico. Os jornais mais tradicionais como *Komsomolskaia Pravda* (13,5 milhões/dia), *Trud* (12,5 milhões), *Izvestia* (3,2 milhões) e *Pravda* (1,1 milhão) quase não são encontrados nos quiosques. Para essas publicações, quem não garantiu sua assinatura até o final do ano passado ficará sem seu jornal preferido durante todo o ano de 1993.

Mas não é só a Imprensa tradicional que faz sucesso em Moscou: uma impressionante quantidade de diários e semanários de todo tipo e qualidade também vai conquistando o seu espaço, embora, no geral, sejam bastante ideologizados e de forte caráter analítico e opinativo. Por isso, os diários russos são mais lentos que a Imprensa ocidental no acompanhamento dos fatos. Aqui, os furos de reportagem são uma raridade.

Primeiros passos — É em meio às essas bruscas transformações na sociedade russa que surgem novas publicações que buscam contemplar as mais diversas ansiedades do leitor. Em resumo: a Imprensa russa está descobrindo a segmentação. Para os homens de negócio, por exemplo, já há várias publicações disponíveis. O *Kurant*, com uma tiragem média de 300 mil exemplares/dia, é indicado aos leitores menos exigentes; já os mais sofisticados dispõem do semanário *Komersant* (500 mil exemplares) ou uma versão em russo do *The New York Times*, editada semanalmente pela redação de *Moscovsky Novosti*. Mas a grande sensação por aqui é o semanário independente *Argument y Fakt*, de edição muito simples e estruturada na forma de perguntas e respostas. *Argument y Fakt* caiu no gosto do grande público e já chegou a vender 3,3 milhões de exemplares.

Todas essas grandes tiragens, isoladamente, não refletem inteiramente a atual situação da Imprensa russa. Com a abertura econômica e o fim dos subsídios, o grande problema que atazana as publicações daqui é como conseguir dinheiro para pagar os custos de produção. Só agora os periódicos começam a tatear a via das receitas publicitárias. Mas o pouco preparo para as novas condições de mercado não é um problema apenas subjetivo dessas publicações, e sim uma deficiência estrutural da ainda frágil


ALEJANDRO PAKHOMOV

Jornalistas do *Pravda* em frente...


VLADISLAV PARADNYA

Duas leitoras atentas, na festa...



...à sede do jornal, em Moscou



...de 80 anos, no Parque Gorky





REPRODUÇÕES

O primeiro número do *Pravda* (*esq.*); e uma edição atual com a manchete "Para onde vão os russos?"

economia russa. Os anunciantes potenciais ainda são tímidos e geralmente de pequeno porte, o que confere à propaganda um status — tanto na forma como no preço — de anúncios classificados. Os anunciantes maiores, de seu lado, têm interesse por uma fatia muito restrita de consumidores e, para atingi-la, utilizam-se de veículos específicos, no mais das vezes publicações em língua estrangeira.

A criação publicitária é incipiente e quase limitada à mídia eletrônica. A maioria do material veiculado na Rússia é produzido no exterior, já que os maiores anunciantes estão fora do país ou, na melhor das hipóteses, associados em regime de *joint ventures* com empresas locais. Por enquanto, as incursões nessa área ainda estão na pré-história, se comparadas com o desenvolvimento dessa atividade em boa parte do mundo. Quase não existem agências de publicidade e a maioria dos jornais e revistas não tem departamentos comerciais nem pessoal minimamente especializado para cumprir essas funções. Assim, é comum encontrar os próprios jornalistas redigindo anúncios.

O fato é que a Imprensa russa padece dos efeitos colaterais do seu próprio remédio — a economia de mercado — e está diante do desafio de aproveitar seu prestígio junto aos leitores para encontrar uma saída economicamente viável, ainda que isso signifique assimilar, em meia década, as experiências e avanços da comunicação em meio século. É nesta encruzilhada que se encontra o mais famoso diário russo, o *Pravda*, o mais antigo de Moscou, criado por Lênin em 1912 como órgão oficial do Partido Comunista da União Soviética, e que só agora ensaia os primeiros passos para sair de uma grave crise financeira. Com a tradição que lhe valeu alcançar, em 1985, uma circulação diária de 11 milhões de exemplares, a crise obrigou o *Pravda* a suspender sua circulação por três semanas seguidas, entre janeiro e fevereiro do ano passado.

Perspectiva nebulosa — Na avaliação de Guonadi Celiesnev, editor-chefe do jornal, a crise do *Pravda* está diretamente ligada à crise do país. "Até janeiro de 1992 nossas edições eram financiadas com o dinheiro das assinaturas e da venda direta", diz Celiesnev. "Os gastos com papel, impressão e salários eram relativamente baixos, mas, com a liberação de preços, tudo disparou. Ao mesmo tempo, os assinantes também se retraíram em função do alto preço por exemplar e das despesas de postagem." Em conseqüência disso, o *Pravda* passou a ser publicado apenas três vezes por semana, diminuiu o número de páginas, reduziu seu pessoal e passou a vender espaço publicitário. Em maio, comemorou 80 anos com uma enorme quermesse no Parque Gorky para arrecadação de fundos. Ainda assim, Celiesnev acredita que por algum tempo a tiragem do *Pravda* não ultrapassará os atuais 500 mil exemplares diários.

Em situação menos dramática está *Izvestia*, o mais respeitado e influente diário da Rússia, com 74 anos de vida e antigo órgão oficial do Soviete Supremo da ex-URSS. Desde os anos 60, o *Izvestia* mantém a reputação de independência. Em 1990 esse processo foi freado quando o partido designou um editor conservador para controlar a redação. Em agosto daquele ano, quando da tentativa de golpe militar contra Mikhail Gorbatchev, a junta golpista que assumiu temporariamente o poder proibiu a veiculação de qualquer publicação, menos o *Izvestia*. Ainda assim, no dia 19 daquele mês o jornal não circulou, em função de uma rebelião iniciada pelos gráficos, que se negaram a trabalhar até que se publicasse a convocatória de Boris Yeltsin à resistência.

Nos meses seguintes à tentativa de golpe, os jornalistas do *Izvestia* elegeram Igor Golembiovsky como editor-chefe, aprovaram um estatuto e abandonaram a chamada "Proletários de todo mundo, uni-vos". Desde então o jornal baseia sua conduta editorial em princípios liberais. "Nós sabemos que o *Izvestia* é lido por pessoas que tomam decisões em diferentes níveis de órgãos de poder", orgulha-se Golembiovsky. Mesmo assim, o *Izvestia* trabalha com um prognóstico de perdas de 400 a 700 milhões de

rublos em 1992.

Os motivos desse prejuízo são os mesmos que atormentam o *Pravda*: a inflação e a incapacidade de se adaptar à nova realidade de mercado com seus próprios recursos. "Em janeiro do ano passado, imprimir três milhões de exemplares custava 18 milhões de rublos; em agosto, esse custo subiu para 168 milhões", calcula Golembiovsky.

Izvestia já publica anúncios há três anos. As receitas de publicidade cobrem os gastos dos 12 escritórios de correspondentes no exterior e 60% das despesas da matriz. A esperança de Golembiovsky é conseguir com o governo os 40% restantes. Ele também vê uma perspectiva nebulosa para a Imprensa na ex-URSS. "Nem um só periódico vai ampliar o número de seus leitores", acredita. "Para 1993 teremos sorte se conservarmos 30% de nossa circulação".

Imprensa livre — Mas não é só o mercado que atropela a Imprensa russa. Pela contramão vêm os parlamentares conservadores, com uma série de projetos de lei cujo objetivo é restabelecer o controle estatal sobre os meios de comunicação. Os conservadores fizeram tramitar no Parlamento um pacote de medidas sobre a Imprensa, consolidado em três propostas. Uma delas previa pena de até três anos de prisão para o jornalista que publicasse matéria considerada "desleal" pelos funcionários do governo. Uma outra propunha instalar em cada redação um "observador" que, na prática, funcionaria como um censor. E a terceira proposta sugeria o fim da independência do *Izvestia*, requisitando-lhe o prédio, a gráfica e o direito ao uso do nome.



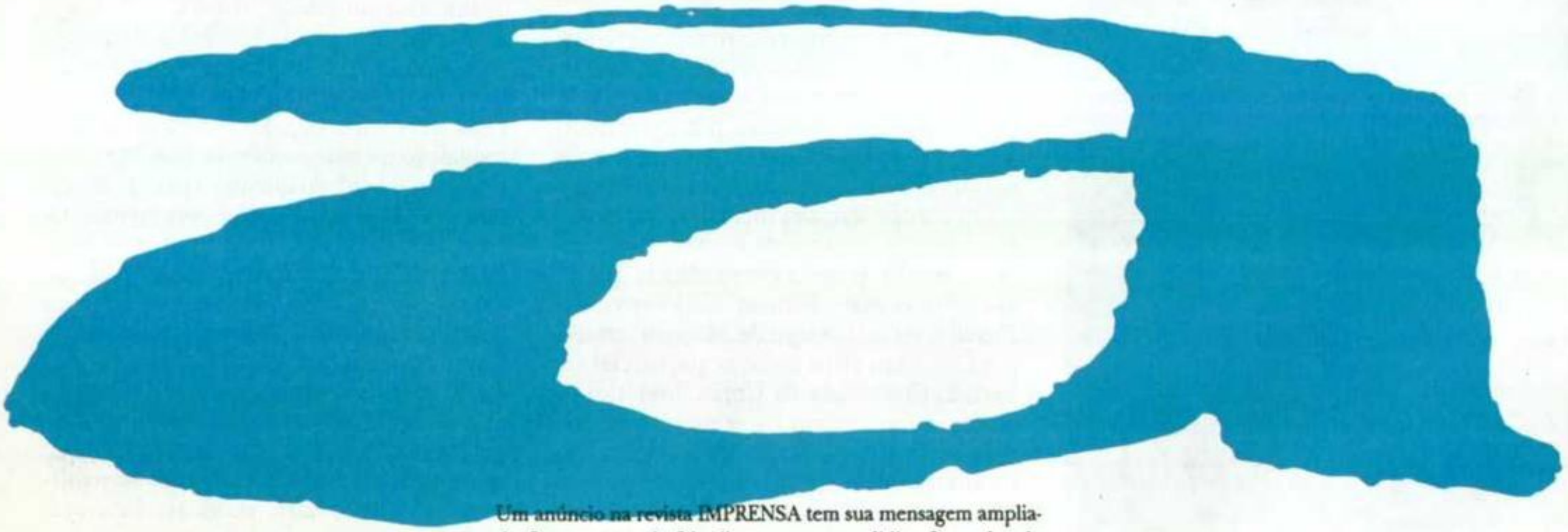
ARQUIVO DO PRAVDA

A primeira sede moscovita do *Pravda*, fundado por Lênin em 1912

Esses projetos foram apreciados em julho passado. Os dois primeiros não foram aprovados, embora tenha sido feita uma alteração no que se refere ao tal "observador", restringindo sua presença apenas à televisão. Esta proposta foi novamente apreciada pelo Parlamento e, finalmente, aprovada na sessão de 17 de julho passado. O presidente Boris Yeltsin, no entanto, anulou a decisão por decreto do Executivo. Os deputados conservadores, agora, questionam a legalidade desse decreto.

Este conflito se converteu no centro de uma disputa entre Yeltsin e o Parlamento, o que não significa que estejam muito preocupados com os problemas que afetam a Imprensa na ex-URSS. Pelo menos na Rússia, as chances de sobrevivência de uma Imprensa livre estão mais condicionadas às limitações econômicas do que à liberdade política. ✗

Alargue sua mensagem.



Um anúncio na revista IMPRENSA tem sua mensagem ampliada. Isso porque ela fala diretamente ao público formador de opinião, que não só recebe a mensagem, como também discute e analisa seu conteúdo, alargando seus limites. Dê uma esticadinha no seu anúncio, anunciando na revista IMPRENSA. Ligue para o Departamento Comercial da revista IMPRENSA: (011) 262-6405. Fax: (011) 263-8574

IMPRENSA
jornalismo e comunicação

Feeling Editorial Ltda.
Rua Livreiro Saraiva, 137
CEP 01237-020 – São Paulo – SP









***Verhaftet*, *Neues Deutschland*, *Junge Welt* e *Berliner Zeitung*: boa circulação na ex-RDA**

O choque da liberdade

A Imprensa da ex-Alemanha Oriental descobre o mercado

por Marion Strussmann, de Berlim

No auge da Guerra Fria, quando o Muro de Berlim oficializou a divisão da Alemanha em dois blocos, ergueu-se no lado leste o chamado "Novo Modelo de Imprensa". Foi sob este nome que o Partido da Unidade Socialista — o Partido Comunista da República Democrática da Alemanha, a ex-Alemanha Oriental — passou a utilizar os meios de comunicação como porta-vozes do poder.

Através do monopólio da informação, a supremacia dos governantes comunistas estava garantida. Para se publicar um jornal na RDA era preciso ter uma licença do Estado. A autorização era fornecida somente àqueles que atendessem às normas de um estatuto elaborado pelo Departamento de Imprensa do partido, intitulado "Fundamentos da Produção e Elaboração de Periódicos de Acordo com o Novo Modelo de Imprensa". Essa permissão, se conquistada, podia ser por tempo determinado ou não. Em ambos os casos, não havia garantias: sob qualquer pretexto a licença podia ser cassada.



A presença estatal na produção jornalística era exercida também na distribuição dos exemplares. A circulação passava pelos serviços dos Correios — que, por sua vez, eram também controlados pelo Estado. Só circulavam os jornais que constassem numa tal "Lista dos Correios", administrada pelo partido. Isto é, se uma empresa tivesse licença para editar jornais, isso não queria dizer necessariamente que tivesse licença para distribuí-los. Era fácil, portanto, suspender imediatamente a circulação de qualquer publicação. Foi o que ocorreu, aliás, com o mensário *Sputnik*, que em 1987 publicou uma matéria sob o título "A história do comunismo e sua evolução". O partido, sentindo-se atacado, interveio na hora.

Resultado surpreendente — O controle sobre a Imprensa era tão rígido que até a distribuição do papel para a impressão dos jornais ficava sob a alçada do governo. Como todo papel usado na RDA era importado, o Estado praticava um severo racionamento das cotas distribuídas aos veículos impressos. Os editores, em determinadas épocas, tiveram que se contentar em publicar no máximo oito páginas. Em 1975 os diários foram forçados a cortar seus suplementos de domingo por falta de matéria-prima. Em 1983 a tiragem global dos jornais alemães orientais foi sensivelmente reduzida.

Oficialmente, a ex-RDA chegou a possuir 1.770 tipos de publicações. Os jornais de maior circulação eram *Junge Welt* (1,6 milhão de exemplares/dia), *Neues Deutschland* (1,2 milhão/dia), *Tribüne* (400 mil/dia), *Berliner Zeitung* (400 mil/dia), *Sportecho* (200 mil/dia), *Bauern-Echo* (100 mil/dia) e *Der Morgen* (80 mil/dia), conforme dados de abril de 1991. Após a reunificação, ocorreu uma espécie de "divisão do bolo". Separados em generosas fatias, 70% dos jornais foram abocanhados por cinco grandes editoras da Alemanha Ocidental. A partir daí, começaram as transformações: os mais identificados com o regime, como o *Bauern-Echo* e *Neuer Tag*, trocaram de nome e passaram a se chamar *Deutsches Landblatt* e *Märkische Oderzeitung*, respectivamente. Outros se fundiram, alguns foram renovados (o *Berliner Kurier*, por exemplo, que tinha edição noturna passou a circular pela manhã) e muitos desapareceram — tanto que, entre dezembro de 1989 e julho de 1990, o número de títulos diminuiu em 28,2%.

Um exemplo curioso foi o que ocorreu com o jornal *National Zeitung*. Em 1989 passou a ser editado com o nome de *Berliner Allgemeine*. Em 1990 se uniu ao *Der Morgen* e os dois só sobreviveram até 11 de julho de 1991, data da última edição. É difícil apurar todas as causas de tantas mudanças. A memória, informações e exemplares antigos desapareceram junto com a empresa jornalística. Mas o que se pode apurar é que esse processo de reestruturação ainda perdura e é instável.

De portas abertas para o mundo, a Imprensa da ex-Alemanha Oriental finalmente descobriu o mercado. O primeiro jornal a conquistar um cliente foi o *Junge Welt*, que em dezembro de 1989 publicou um anúncio de página inteira sobre o Natal. No mesmo dia, seu editorial conclamava anunciantes sob o slogan "Nós somos a fonte para outras fontes". Poucos dias depois, seu maior concorrente, o *Neues Deutschland*, publicou o anúncio de uma agência de turismo interessada em contratar guias. "O sucesso foi tão grande que recebemos mais de mil chamadas em 48 horas", conta Gerda Völkl, chefe do recém-criado departamento de publicidade do *Neues Deutschland*. É bom lembrar que até a reunificação os anúncios se restringiam às trocas, até porque o interesse comercial não era permitido. "Hoje temos lista de espera para anunciantes e descobrimos também um filão nos comunicados de falecimento, nascimento e institucionais", comemora Gerda.

E como reage o leitor do lado oriental diante dessas mudanças? Atrás dessa resposta, o Instituto Allensbach realizou uma pesquisa


DIE ZEIT

soll ein Recht dem Zeitgeist weichen?

Vom Drachenthron


stern


DER SPIEGEL

HARTE MARK

Sprengsatz für Europa


1. Deutscher auf elektrischen Stuhl

Aids im Klingelbeutel: Alle kriegen Kondome

Bild KÖLN

Wahnsinn, diese Preise!

EUROCUP 2:1

Die Zeit, Stern, Der Spiegel e *Bild*: o sucesso do oeste não se repetiu no leste

o jornal *Die Zeit* não foram bem-aceitos. Até mesmo o diário sensacionalista *Bild*, que lidera o ranking da circulação e é sucesso no oeste do país, viu suas vendas caírem no lado oriental, um mercado que seus editores consideravam promissor.

Barreiras culturais — O fato é que leitor alemão oriental ainda permanece apegado ao antigo estilo de jornalismo praticado no país a partir da hegemonia do Partido Comunista e, por isso, prefere continuar comprando publicações locais já conhecidas. Apesar desse apoio, a Imprensa oriental sempre teve a fama de ser retrógrada e conservadora, a começar pela formação acadêmica oferecida aos seus jornalistas. Durante todo o período de separação das duas Alemanhas, o Roten Kloster (mosteiro vermelho), incorporado à Universidade Karl-Marx na cidade de Lepzig, era a única escola superior de Comunicação Social existente na RDA. O currículo se baseava na filosofia de Marx, Lenin e Engels e se encarregava também de transmitir as idéias do partido. Não havia espaço para o desenvolvimento do texto fora dos padrões ditados pelo partido, incentivar a criatividade ou estudar a fundo as teorias do jornalismo. O bom jornalista era aquele capaz de divulgar e assegurar a manutenção do regime vigente. E, é claro, ser filiado ao partido.

Hoje, a escola de Roten Kloster procura novos caminhos. Isso apesar da desistência de muitos alunos, decepcionados com as mudanças. O jovem Rainer Totze, um dos que abandonaram a escola, resume, indignado, sua posição: "Eu não quero mais ser jornalista porque não posso me imaginar como um idiota correndo atrás de uma boa matéria apenas para ganhar dinheiro", diz. "O jornalismo era o partido e isso acabou." De todo modo, o corpo docente do Roten Kloster atualmente passa por um processo de renovação, entabulou-se o intercâmbio com outras faculdades e seu currículo tornou-se mais democrático e pedagógico. Nesses dois anos, o resultado dessas transformações foi positivo: para o próximo semestre há 280 interessados em preencher as 120 vagas oferecidas no curso de jornalismo.

Brigada feminina invade as redações

Elas são maioria nos jornais do leste



Um estudo realizado em 1990 pela Deutsche Journalistinnenbund (União Alemã das Jornalistas) revelou que, dos 9.100 jornalistas da ex-Alemanha Oriental, 5.800 eram mulheres. Esta média de mais de 60% de mão-de-obra feminina na Imprensa era diametralmente oposta à que se verificava na Alemanha Ocidental, onde apenas 30% dos profissionais de Imprensa eram do sexo feminino. As razões que explicam a supremacia das mulheres no leste, no entanto, estão longe de representar algum motivo de orgulho. Na ex-Alemanha Oriental, o jornalismo não era considerado uma profissão, e por isso não havia necessidade de qualificação. Não havia, ainda, nenhuma possibilidade de fazer carreira, já que os cargos de direção eram dados somente à pessoas de confiança do governo. Por isso, apesar de serem maioria, as mulheres que ocupavam cargos de chefia não passavam de dez. Por fim, a aptidão e o bom texto não eram valorizados: nas redações controladas pelo partido o trabalho se resumia em copidescar ou reproduzir idéias preestabelecidas.

Mesmo em maioria, não era fácil às mulheres conseguir trabalhar em algum jornal da RDA. Isso porque, preferencialmente, elas deviam ser solteiras. Se casadas, não podiam ter mais de um filho, deveriam contar com o consentimento do marido e garantir que o trabalho fora de casa não interferiria nas obrigações domésticas.

Mesmo oprimidas, muitas jornalistas encaravam a profissão a sério na RDA e até se rebelavam contra a situação. Frieda Jentzmann, uma das raras mulheres a ocupar um cargo de redatora-chefe, conta que na época da Imprensa controlada tentou publicar uma matéria na revista Für Dich, onde trabalhava, intitulada "As mulheres como chefes". Além de ter sua reportagem censurada, Frieda recebeu, pela ousadia, duas advertências: uma da própria revista e outra do partido. Depois da queda do Muro e com a reunificação, as jornalistas alemãs (e especialmente as da ex-RDA) têm outros problemas a enfrentar. Se, por um lado, muitas delas vêem à sua frente a possibilidade de finalmente poder exercer a profissão com uma liberdade nunca antes permitida, por outro temem a concorrência ocidental, a invasão de seus cargos por profissionais qualificados e a força do capitalismo e do mundo masculino. "Duvido que nosso esforço em provar que somos boas jornalistas seja questão primordial na cabeça dos empresários", desabafa Frieda Jentzmann. "Infelizmente, outros interesses estarão sempre à nossa frente."

para saber qual o perfil e comportamento do consumidor da antiga RDA. O resultado não deixa de ser surpreendente: das publicações ocidentais que invadiram as bancas do lado oriental, fazem sucesso apenas as revistas eróticas, e as de moda e decoração que retratam o estilo de vida capitalista. Publicações mais analíticas como *Der Spiegel*, *Stern* ou mesmo

Se pelo aspecto acadêmico o jornalismo da ex-Alemanha Oriental está bem-encaminhado, o mesmo não se pode dizer acerca do relacionamento entre os profissionais de Imprensa do leste e do oeste alemão. Já em 1990, quando as entidades de classe dos dois países resolveram promover um encontro com a finalidade de trocar experiências, o resultado foi desastroso. Tudo acabou numa grande briga ideológica e de poder. Ainda hoje, apesar da convivência civilizada de jornalistas de cá e de lá numa mesma redação, existe um clima de competição, de rivalidade. Stefan Pannen, por exemplo, que escreveu uma matéria relatando sua passagem por redações do leste, fulmina:

— Sendo bem claro e objetivo: eu conheço bem aqueles jornalistas. São minuciosos e influenciáveis. Não têm iniciativa nenhuma. Falta-lhes objetividade e ousadia. Se houver interesse, um dia eles alcançarão nosso grau de profissionalismo.

Em pouco mais de três anos, a reviravolta na Imprensa alemã foi enorme. Porém, ainda existem muitos muros a serem derrubados. Sua demolição possibilitará a queda de barreiras culturais, a maior conquista de mercado, adaptação de estilos, integração de conceitos e idéias e, principalmente, a chance de os habitantes do leste do país hoje unificado perceberem que a Imprensa, mais uma vez, está fazendo história.

Cinco pérolas da censura comunista

Um elogio à burrice e à desinformação

Se a censura ainda está presente mesmo em algumas democracias, o que dizer sobre sua ação à época do regime de poder absoluto reinante na antiga RDA? O governo da Alemanha unificada tornou público um arquivo recheado de "recadinhos" e "lembretes" emitidos pelos censores do partido aos chefes de redação. Eis algumas dessas recomendações:

12/03/81 — *Repetimos nosso pedido de não usarem expressões como "casa velha" ou "construção antiga" nos textos. Os moradores de tais habitações não devem se sentir pessoas de 2ª classe. Até ordem contrária, não precisamos abordar o tema sobre a construção de novos jardins de infância ou escolas.*

17/09/82 — *O jornal* Liberal-demokratischen *publicou uma receita de cenoura com amêndoas. Atenção, redações: isso é inadmissível! Com atitudes como essa, nós só provocamos perguntas e atiçamos o desejo da população.*

15/10/82 — *Lembramos mais uma vez que o tema "Proteção ao meio ambiente" deve ser evitado. Não ajudamos em nada o leitor, por exemplo, contando sobre a poluição do ar, pois não há nada que possamos fazer para deter o problema. Por isso fica proibido falar também sobre energia solar.*

23/10/83 — *A mudança ortográfica da língua alemã não será discutida em nossos jornais. A todos os chefes de redação pedimos destaque de página inteira sobre o plano governamental de restauração de prédios.*

20/11/83 — *Com relação à política externa, comunicamos: a) não faremos nenhuma especulação sobre a eventual chegada de novas armas no oeste europeu; b) não divulgamos nada sobre o controle de saúde em crianças de até um ano de idade nem citaremos nada a respeito do avanço dos métodos de controle de açúcar no sangue, desenvolvidos no exterior.*

LANÇAMENTO EM DOSE DUPLA!



FORA COLLOR
de Chico Caruso

ASSIM CAMINHA A MODERNIDADE
de Paulo Caruso



EDITORA GLOBO

JÁ NAS LIVRARIAS

Depois de ler a revista e ver o programa, agora ouça:

Imprensa no rádio.

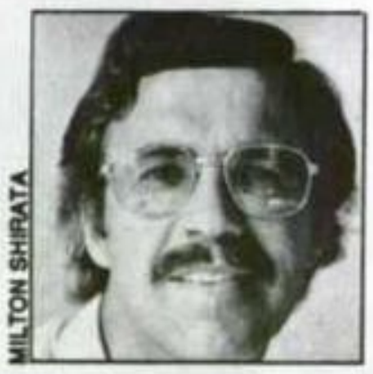
A partir do dia 17 de setembro, a imprensa chega ao rádio para agitar as suas noites. Com a apresentação de Moacyr Japiassu, o programa Imprensa no rádio traz os grandes nomes do jornalismo e propaganda brasileiros, que falam dos bastidores da comunicação. Em meio a entrevistas e descontraídos bate-papos, Moacyr Japiassu compõe o perfil do entrevistado, resgatando a aventura de ser jornalista. Tudo o que você lia ou assistia sobre a imprensa, agora, você também ouve no programa Imprensa no rádio todas as quintas e sextas-feiras, das 21h30 às 22h, e aos sábados, das 22h às 23h. Sintonize Rádio CBN 780-AM, SP, e 1180-AM, RJ.

feeling [fii'ling]
EDITORIAL LTDA

As surpresas graciosas da etimologia



Os estudos indicam que os veados não são tão frescos assim



por Josué Machado

O veado, símbolo de virilidade em países do hemisfério norte, tornou-se no Brasil mais ou menos o contrário disso: como sabemos todos, veado por aqui, na linguagem de rua e das redações malcomportadas, significa homossexual masculino passivo, que o Caldas Aulete chama rudemente de pederasta passivo, também conhecido como uranista. Urano, na mitologia grega, é o nome do deus que se tornou impotente, mutilado pelo filho rebelde Crono, um dos Titãs. Depois vieram Zeus, filho de Crono, Collor, Maluf, Kércia, ACM etc. O resto a gente já sabe.

De onde teria surgido a ligação entre veado e homossexual?, pergunta o leitor Emílio Maciel Torres, de São Paulo, tendo o cuidado de dizer que ele próprio é "normal". Seria da delicadeza e da timidez características do veloz quadrúpede ruminante? O belíssimo desenho-animado *Bambi*, de Walt Disney, que acentua a delicadeza saltitante do bichinho, poderia sugerir isso. De fato o veado jovem é um bichinho — não bichinha — gracioso. Mas há muitos bichinhos graciosos e nem por isso os homossexuais são chamados de coelhos ou esquilos. O professor Tenório D'Albuquerque explica a acepção pouco ortodoxa em seu livro *Atentados à Gramática*. Diz ele que o dr. Hirsch, um médico apologista da dupla sexualidade, em Frankfurt, na Alemanha pré-Hitler, teria demonstrado que o "cruzamento" entre judeus e alemães produzia casos freqüentes de *homens-mulheres* e *mulheres-homens*. Hirsch considerava seres superiores os andróginos, como chamava essas pessoas e a si mesmo. Acontece que Hirsch, em alemão, quer dizer *veado*. Daí a extensão de veado a homossexual.

Explicação estranha, baseada em autores discutíveis como Chandant, o preconceituoso narrador crítico das teorias de Hirsch. Além disso não confere com a imagem do veado de quatro patas acima do Equador: lá, macho dos bons e sempre caçado por seus inimigos naturais, pobrezinho. E cá, o de duas pernas, nem sempre tímido e muitas vezes caçador insistente, embora não agressivo.

Quanto a bicha, outra forma desrespeitosa de tratar homossexuais, talvez seja tradução livre do francês biche, corça, fêmea do cervo, nome com que antigamente se brindavam no Brasil os quase sempre simpáticos e sensíveis homossexuais. Quase sempre.

O homem que faz chover — A palavra *normal*, que Emílio utiliza para situar-se como integrante da maioria das preferências sexuais (será maioria?) é discutível nesse contexto. Pelo menos de acordo com o vocabulário da patota do "politicamente correto". De acordo com ele, os baixotes não podem ser chamados nem de baixotes nem de anões nem de baixinhos, mas de "prejudicados verticalmente". *Preju*, para os íntimos. Não importa. Voltemos a *normal*. Os jornais, revistas e até livros atropelam essa palavra a todo momento. Os jornais radiofônicos e televisivos também. Lemos e ouvimos a cada instante coisas como "um carro tranqüilo (sic), para ser dirigido por motoristas normais". Motoristas *normais*. Lêem-se também afirmações assim: "Ela está grávida, mas ainda pode usar roupas normais." Roupas *normais*.

Numa entrevista à *Playboy*, Paulo Coelho, o mago vendedor de livros que ensina as pessoas a ser felizes, disse que "uma pessoa normal pode fazer o que faço". O que faz ele? Diz que separa nuvens com a força da mente, faz chover (canivetes?), pára o tempo, fica invisível, coisinhas assim. Será ele anormal em comparação com as pessoas que chama de normais? Dizem que sim. Um *anormal* espertíssimo. Mas com certeza se referia a pessoas comuns.

Há também os coleguinhas que chamam de *normais* os jogadores de futebol de hoje, comparados a Pelé e a Garrincha. Verdade que os dois tinham talento excepcional, mas não eram propriamente anormais, porque jogavam com apenas duas pernas. Se bem que os atuais, quase todos, às vezes parecem jogar com uma só, cega. Verdade também que o Garrincha, na inconsciência dele, não era nenhum modelo de normalidade psicológica.

Gravidez anormal — Quanto ao "motorista normal", como serão os não-normais ou anormais? Tarados? Babam na gravata? Dirigem de costas para a direção? Há motoristas que de fato dirigem como anormais e deveriam ser recolhidos, embora seja óbvio que o autor das bem-traçadas linhas automobilísticas estava se referindo a motoristas comuns, que dirigem modestamente, comparados aos artistas do volante, os habilíssimos sennas, os pimpões incomuns, que fazem do carro instrumento de prazer, extensão de suas próprias personalidades. Nada de mal nisso, se não fizerem estragos.

E os vestidos das mulheres grávidas? Serão anormais? A gravidez pode não ser o estado comum das mulheres, mas com certeza não é anormal. Será anormal se o bebê estiver aninhado no baço ou no pâncreas, como castigo dos céus por eventuais excessos na tentativa de engravidar ou de evitar a gravidez.

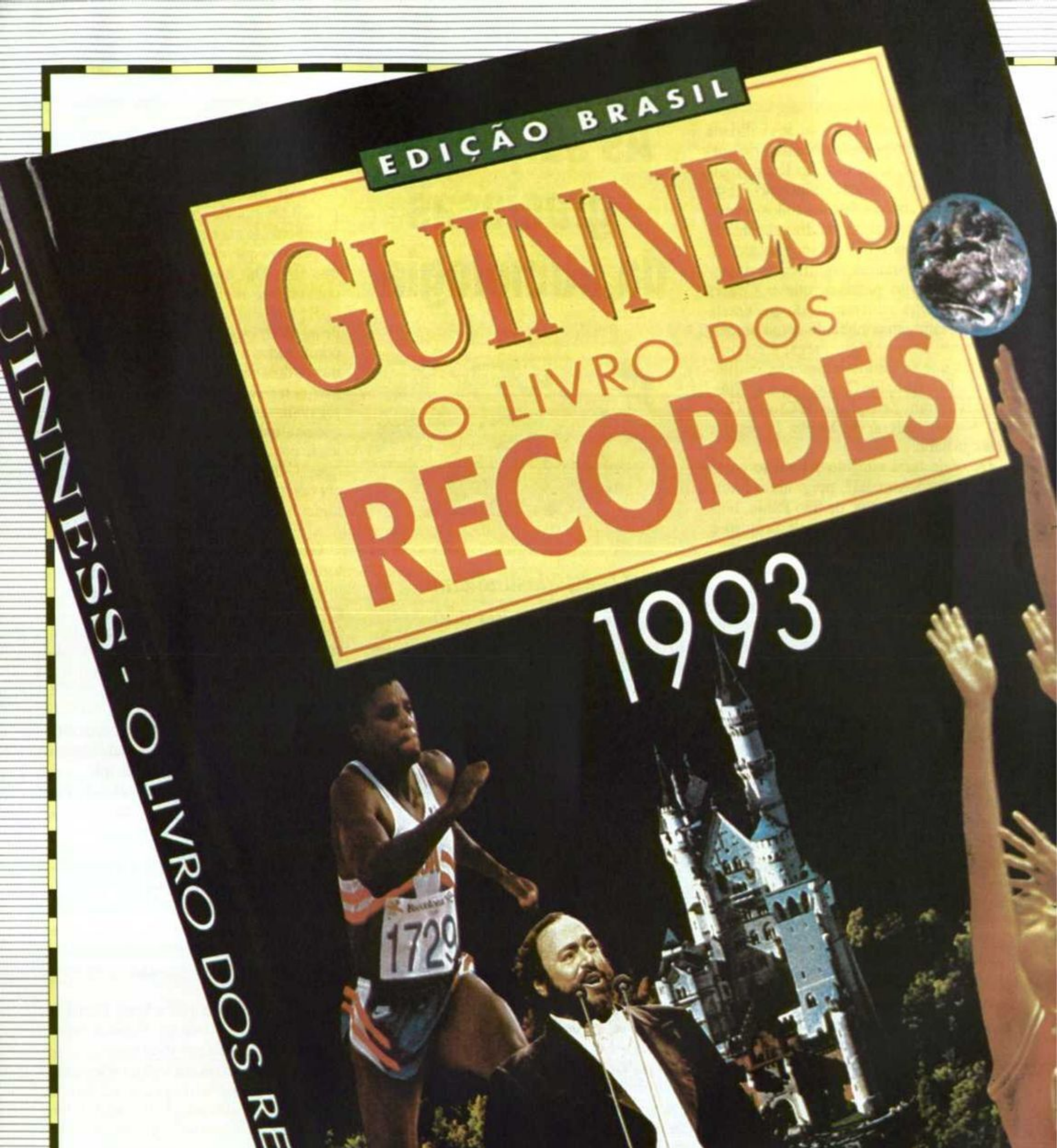
Normal, convém relembrar, significa, de acordo com a norma, *natural*, como registram os melhores dicionários. E *comum* é o que pertence a todos ou a muitos igualmente. Pode-se dizer que a diferença entre as duas palavras, de tão sutil, talvez não exista, mas é difícil ignorar que *anormal*, antônimo de *normal*, contém certa carga patológica, inconveniente nesses casos em que se discute o fato comum. *Normal*, portanto, nem sempre pode ser considerado sinônimo de *comum*, embora *comum* quase sempre seja sinônimo de *normal*. Por exemplo: nem todos os nossos prefeitos, governadores e presidentes foram *normais*. Havia — ou há — neles claros traços patológicos. Mas foram ou haverão de ser internados.

EDIÇÃO BRASIL

GUINNESS O LIVRO DOS RECORDES

1993

GUINNESS - O LIVRO DOS RECORDES 1993



AGORA NO BRASIL

GUINNESS
O LIVRO DOS
RECORDES



72 Milhões de exemplares vendidos em todo o mundo.

EDITORA TRÊS

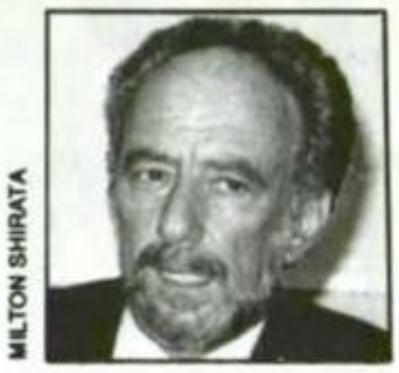
LICENCIADA EXCLUSIVA PARA O BRASIL

Nas Bancas!

Desse jeito, o meio ambiente vai pra cucuia



Tudo muito bom, tudo muito bem, mas cadê a política ambiental?



MILTON SHIRATA

por Washington Novaes

Com a criação do Ministério do Meio Ambiente pelo presidente Itamar Franco, entramos na quarta administração nessa área num mesmo período presidencial (após Lutzenberger, Goldemberg e Perri), ou melhor, em dois anos e meio. E reinstalam-se as discussões administrativas e políticas: reflorestamento, pesca e borracha devem ficar no Ibama ou no Ministério da Agricultura? O Ibama deve ser reestruturado ou extinto? Qual é a política em relação à Amazônia? Como compatibilizar os poderes do Ibama com os dos governos estaduais e municipais? E por aí.

Fica, no fundo, uma sensação penosa, uma certeza angustiante: não temos *política* para o meio ambiente. Mais precisamente, não temos *políticas* para as questões ambientais. Continuamos a trabalhar apenas no varejo, apagando incêndios aqui, apreendendo caminhões de madeira ali, multando caçadores acolá. Num plano maior, nada ou quase nada. Se não, vejamos.

Saímos da Eco-92 arrotando nossa competência para organizá-la e realizá-la, como se fôssemos bacanas de Primeiro Mundo. Alardeamos nossa decisão quanto às grandes questões ambientais, sendo os primeiros signatários tanto da convenção sobre mudanças climáticas como da convenção sobre proteção da biodiversidade, aderindo aos programas da Agenda 21 e externando nossa crença inabalável no "desenvolvimento sustentado" como único caminho da salvação.



Boca cheia — Muito que bem. Passados tantos meses, pode-se perguntar: qual é a nossa política em relação ao problema das mudanças climáticas? Qual é o programa *brasileiro* que nos permita ter uma visão *local* da questão e ações concretas? Que se está fazendo para recuperar a rede meteorológica nacional, em parte fechada, em parte sucateada, em parte inútil porque situada em áreas densamente urbanizadas, onde ocorreram desmatamento e mudanças de temperatura, impedindo avaliar se estas são conseqüências de transformações localizadas ou fruto de mudanças climáticas mais amplas? Que programa se tem para trazer de volta os 90% dos meteorologistas brasileiros que estão trabalhando no exterior por falta de mercado aqui?

Qual a nossa política para proteger a biodiversidade? Que ações concretas estamos empreendendo? Qual a posição da área ambiental e de cientistas do governo em relação ao projeto de código da propriedade industrial mandado ao Congresso pelo governo Collor, e que pode anular as conquistas históricas da convenção da biodiversidade, assim como pode nos colocar em posição extremamente incômoda no campo das biotecnologias, dos cultivares e do patenteamento de organismos vivos? Quem está tentando compatibilizar a convenção e o código com o capítulo sobre patenteamento em discussão no âmbito do GATT (Acordo Geral de Tarifas e Comércio)? Mais ainda: qual é a política para proteção da biodiversidade no cerrado, nosso segundo maior bioma (2 milhões de quilômetros quadrados), que está sendo devastado em altíssima velocidade (em 20 anos, 36% desse bioma já desapareceram e em outros 57% há alguma forma de manejo econômico, sem cuidados ambientais)?

Qual é a política brasileira para cumprir *aqui* as centenas de páginas de programas concretos da Agenda 21, aos quais demos nossa adesão formal?

Vivemos falando de boca cheia no desenvolvimento sustentado. Mas quem é de dizer no concreto, na prática, o que ele é? Quem é capaz de afirmar sem medo de erro que este ou aquele projeto é sustentável, no sentido de que atende à atual geração sem comprometer as possibilidades das gerações futuras? E como vamos sabê-lo, se o grupo de estudo da contabilidade ambiental, que reunia técnicos do Meio Ambiente e da Fazenda, está desativado?



Palavras vãs — Na verdade, não temos política nenhuma para os grandes problemas ambientais brasileiros. Quem pode dizer qual é a política da área ambiental para o maior de todos os problemas, que é o saneamento básico? Temos 90 milhões de pessoas cujas residências não estão ligadas às redes de esgotos; 50 milhões não têm água em casa ou só a recebem em condições precárias; do esgoto coletado de 40% da população, só 10% têm *alguma forma* de tratamento (isto é, 4% dos efluentes totais). Isso está acabando com os nossos recursos hídricos e gerando problemas gravíssimos de saúde — 60% das internações hospitalares se devem a doenças veiculadas pela água.

Que pensamos fazer com esse gigantesco problema da limpeza urbana, quando já devemos estar gerando, só de lixo doméstico, no mínimo 50 mil toneladas por dia? Os grandes centros já não dispõem de áreas para seus aterros sanitários. Quando dispõem, as comunidades próximas tentam impedir que sejam utilizadas com essa finalidade — porque a sociedade tem horror de saber o que acontece com seus dejetos, de pensar nesse assunto; acha que é problema do governo, que tem de tirá-los de perto dela, sociedade, e ponto final.

Não bastasse isso tudo, que políticas temos para a educação ambiental e a informação da sociedade? Enquanto estas perguntas não começarem a ser respondidas, continuaremos no reino dos fogos de artifício, das palavras ocas e vãs.

Botânica e lazer vivem juntos, em novas cores, em novos ares.

Curitiba ganhou o Museu Botânico Municipal.

Dois mil metros quadrados de área construída e capacidade para abrigar 155 mil exemplares de plantas acondicionadas em herbário.

Uma obra que possibilita a divulgação das espécies vegetais catalogadas e permite que a população tenha acesso à visitação deste material até então restrito a estudiosos.

Mais do que isso, o Museu Botânico Municipal é o reconhecimento do trabalho do professor Gert Hatschbach, cujo acervo representa 95% da flora do Paraná, com levantamento totalmente concluído e mais de mil espécies já desaparecidas ou em vias de extinção.

O Museu Botânico Municipal, único do País administrado por uma Prefeitura, é o segundo em tamanho dos Estados do Sul, e o quinto do País.

Além de seu trabalho científico, o Museu desempenha também seu lado social, auxiliando a Secretaria Municipal da Saúde no preparo de amostra de plantas medicinais que são distribuídas para a população carente da cidade.

Curitiba, mais uma vez, inovou conceitos para alterar comportamentos.

Ao reconhecer o trabalho do professor Gert Hatschbach, dá o exemplo de uma vida apaixonada por nossa flora.

Ajuda na preservação de nossas plantas, repassa informações até então restritas a especialistas, motiva os jovens a seguirem este belo exemplo.

E permite a toda a população um lazer perfeito: renovado em novas cores, em novos ares.

CURITIBA
PREFEITURA MUNICIPAL

DE TANTO EN
COM A IM
A GENTE
VIRANDO

O programa Imprensa na TV mudou de canal. A partir de 19 de novembro, você vai ligar na Rede Manchete para saber tudo o que acontece no mundo do jornalismo. As mesmas análises, críticas e comentários do Imprensa na TV agora contam com a tradição do jornalismo da Manchete. Nada melhor que discutir os bastidores

VOLVIMENTO PRENSA, ACABOU MANCHETE.

da imprensa na emissora que reconhecidamente tem uma das melhores programações jornalísticas. Quem vive fazendo manchetes também merece virar manchete.

Imprensa na TV. Todas as quintas-feiras, à meia-noite e meia, logo depois do programa Noite e Dia. Na Rede Manchete.

IMPRENSA NA TV

feeling-(fil'ing) sensação; emoção

Um milagre impresso em papel-jornal



Imprensa maranhense agora planeja fazer paralítico andar


FRANCISCO ESTRELA

por Moacir Japiassu

Obra-prima de *O Estado do Maranhão*: *Surdos-mudos cantam e recebem bênção do Sumo Pontífice*. O miraculoso título estava, obviamente, errado; os surdos-mudos *tocavam*, numa banda, em homenagem à Sua Santidade.

O *Jornal do Brasil*, em reportagens do caderno *Idéias*, sobre as formas de se vencer as neuroses: "(...) Depois do equilíbrio interno, todo o grupo conseguiu deixar os ovos em pé." Janistraquis comentou: "Considerado, esse negócio de ovo só é aceitável nos suplementos agrícolas; num tablóide chamado *Idéias* soa, obrigatoriamente, como abominável indecência."

Saiu na apreciada coluna da Joyce Pascowitch, na *Folha de S.Paulo*: "Enquanto prepara sua próxima exposição, o artista plástico Miro clica a campanha que vai comemorar os 500 anos da Coca-Cola no Brasil." Janistraquis não perdoou: "Considerado, foi por isso que Cabral, depois de se aliviar sob aquele sol carioca, declarou — *é isso aí*!!!"

O leitor Roberto Lourenço Cardoso enviou matéria publicada no *Jornal da Barra*, de Barra Bonita, interior de São Paulo. Título: *Cesp investirá 92 milhões em obras de preservação ambiental*. O texto: "A Cesp vai investir este ano recursos no valor de US$ 19,2 milhões em obras (...)." Janistraquis leu, fez as contas em tudo quanto é moeda, chegou a ressuscitar o cruzado, mas não foi possível saber qual o câmbio que transformou US$ 19,2 milhões em 92 milhões. É, realmente, tarefa para rigoroso inquérito.

Foi uma reles alfinctada do revisor de plantão, mas soou esquisito na coluna do Zózimo, no *Jornal do Brasil*: "Será escolhida esta semana, em concorrência púbica, a corretora que fará com exclusividade..." *Concorrência púbica*! Janistraquis, num átimo de depravação, cutucou: "Considerado, certamente levou a melhor o corretor mais bem-dotado... no mau sentido."

Do nosso arquivo recente Janistraquis extraiu esta pérola carnavalesca publicada no jornal paraibano *O Norte*, enviado pelo leitor Valdi de Andrade Vaz, nosso "correspondente" na cidade de Maranguape: "O maestro Jobim diz que, se a Mangueira for campeã, fará o percurso todo do sambódromo andando a pé." Janistraquis se empolgou: "Considerado, o maestro prometeu ir *andando a pé* ou o redator de *O Norte* carnavalizou o texto?" Boa pergunta.

A revista *Querida*, especializada nas artes de Cupido, segundo Janistraquis, resolveu ilustrar sua vocação e perpetrou extensa matéria sobre esse esporte olímpico chamado arco-e-flecha. Errou o alvo e não era para menos. "As flechas pesam no máximo 28 quilos", dizia o "olho"; a pesada informação estava repetida no texto. Meu secretário teorizou: "Considerado, *Querida* deu o máximo e esqueceu o mínimo. Afinal, arco-e-flecha não pode ser praticado somente pelos Rambos dessa vida!!!"

Caderno de esportes do *Estadão* pisando feio na bola. *Alemão é expulso e quer fabricar queijo*, dizia o intrigante título. Janistraquis foi ler e leu: "Alemão, que participou da Copa do Mundo de 1990 pelo Brasil, resolveu jogar só mais uma temporada pelo Atalanta, da Itália, para depois encerrar a carreira e dirigir a fábrica de queijos que ele montou na cidade de Lavras, em Minas. Convertido ao protestantismo...", e o texto foi derrapando aqui, tropeçando ali, caindo acolá, até o redator contar que o craque havia sido expulso na última partida. Meu secretário ficou mais catatônico que eleitor do PT em São Paulo. "Considerado", grunhiu, "pensei que o protestante Alemão tivesse decidido partir pro queijo só porque fora expulso, numa espécie de estranhíssima autopunição". Eu também.

Página de filmes na TV do jornal *O Fluminense*, de Niterói: "*Morte em Veneza* — produção italiana de 1971, dirigida por Lucchino Visconti, um dos mais maiores cineastas do seu país (...)." Janistraquis se divertiu: "Considerado, um dos mais maiores diretores, louvado por um dos mais menores redatores..."

Assustador título na *Revista da Folha*: *Hoje o assunto é ferro*. Não é, porém, o que o considerado leitor está pensando; a matéria era sobre mesas, cadeiras, revisteiras, tudo em ferro. Ah! Tinha também lixeira.

Deu na revista *Programa*, do *Jornal do Brasil*, especializadíssima em assuntos televisivos: "Na edição de *Hebe Camargo* desta terça-feira, às 22 horas, na *TV Bandeirantes* (...)". Quem ligou na *Bandeirantes* dançou; Hebe, afinal, tem programa no *SBT!*

Titulaço da *Folha Ilustrada*, uma das pérolas do nosso arquivo: *Jarman metaforiza paranóia homófoba*. Por mais espantoso que pareça, era tão-somente uma crítica de cinema.

Capa do caderno de *Turismo* da *Folha de S.Paulo* estampou esta manchete: *Cruzeiros são quase perfeitos, mas acabam*. Depois da leitura, Janistraquis era a imagem da decepção: "Considerado, sempre pensei que os cruzeiros durassem eternamente", declarou, mais cabisbaixo que o PC Farias.

Titulão da página de turfe de *O Estado de S.Paulo*: *King of Hush possue pai famoso*. Janistraquis detectou duas barbaridades — no verbo, com grafia anterior à reforma ortográfica, e no enunciado. É que, mesmo sendo um cavalo, não fica bem expor a público certas depravações.

DISPARIDADES REGIONAIS

A Federação mutilada

Precisamos evitar a desagregação social e a desintegração territorial



- A deformação na representação parlamentar atinge a estrutura federalista e a essência da democracia
- Manipulação política dos recursos federais põe em risco a integração nacional
- Práticas que enterraram o presidencialismo serão ainda mais nefastas no parlamentarismo

A SEMENTE DA DESINTEGRAÇÃO

Quando, após as memoráveis campanhas cívicas de 1984 e 1985, as forças da resistência democrática deste país derrotaram a ditadura no Colégio Eleitoral, seu derradeiro reduto, julgaram haver varrido de forma definitiva o legado funesto do autoritarismo. Volvida quase uma década, constata-se, no entanto, que não se esgotou a herança iníqua do arbítrio. Dispositivos urdidos nas sombras da noite tenebrosa do regime discricionário continuam a conviver, em conúbio espúrio, com normas legitimadas pela reconquista da plenitude do Estado de Direito.

Nada é mais eloqüente acerca dessa perversa distorção do que as afrontas que se perenizam contra o equilíbrio do sistema federativo e a proporcionalidade da representação dos estados no Congresso Nacional. É através dessa distorção que minorias, desvinculadas do interesse popular, conseguem apropriar-se dos mecanismos de decisão política, contrariando frontalmente os fundamentos do próprio regime democrático, por excelência o regime da maioria.

"Que igualdade é essa que exige para eleger um deputado 9.128 votos em Roraima e 183.866 no Rio Grande?"

Jamais questionou o Rio Grande a conveniência de transferir parte de sua renda para financiar o desenvolvimento de regiões mais carentes da nação. O que verbera, contudo, é a dilapidação desses recursos por elites que, ressalvadas honrosas exceções, encarnam os piores vícios de oligarquias retrógradas. O que condena é o processo espoliativo que arrebata dotações orçamentárias de um

Sul que se vai empobrecendo para um Nordeste, um Norte e um Centro-Oeste onde acabam malbaratadas. É uma situação inaceitável, ainda mais quando se percebe que esse quadro discriminatório resulta de um atropelo ao mandamento constitucional que determina a igualdade do voto. Que igualdade será essa, se para eleger-se um deputado por Roraima são necessários 9.128 votos, enquanto no Rio Grande do Sul o quociente é de 183.866 votos por deputado? Que equanimidade haverá em uma Comissão Mista de Planos, Orçamentos Públicos e Fiscalização, se esta é composta em 67,5% por representantes do Norte, Nordeste e Centro-Oeste e em apenas 32,5% pelos do Sul e do Sudeste?

Espelham-se, nesses dados e números, como em muitíssimos outros do documento que ora ofereço à reflexão da sociedade brasileira, anomalias escandalosas e aberrantes que se impõe eliminar pela raiz, já que oriundas das maquinações mesquinhas dos que num passado recente autonomearam-se tutores da pátria. Já não pode haver lugar para elas à luz do pluralismo democrático em que hoje convive um povo que alcançou extraordinária maturidade política.

Não pretende este trabalho ser mero brado de denúncia. Não há em suas páginas qualquer intenção de desapreço a nossos irmãos de outras regiões deste país de tão notáveis potencialidades materiais e humanas. Ao contrário,seu propósito maior e mais nobre é o de colocar-nos lado a lado com o povo nordestino e suas lideranças mais conscientes e progressistas, na luta contra uma elite egoísta e demagógica, que espolia aqueles que com seu trabalho produzem a verdadeira riqueza do país. O que estamos fazendo é uma conclamação a todos os brasileiros para repensar esta nação em termos de eqüidade e de justiça, para que as desigualdades e os desequilíbrios não terminem por colocar em risco a estabilidade de nossas instituições.

"É urgente repensar a questão dos desequilíbrios para evitar riscos à estabilidade das instituições."

ALCEU COLLARES
Governador do Estado do Rio Grande do Sul

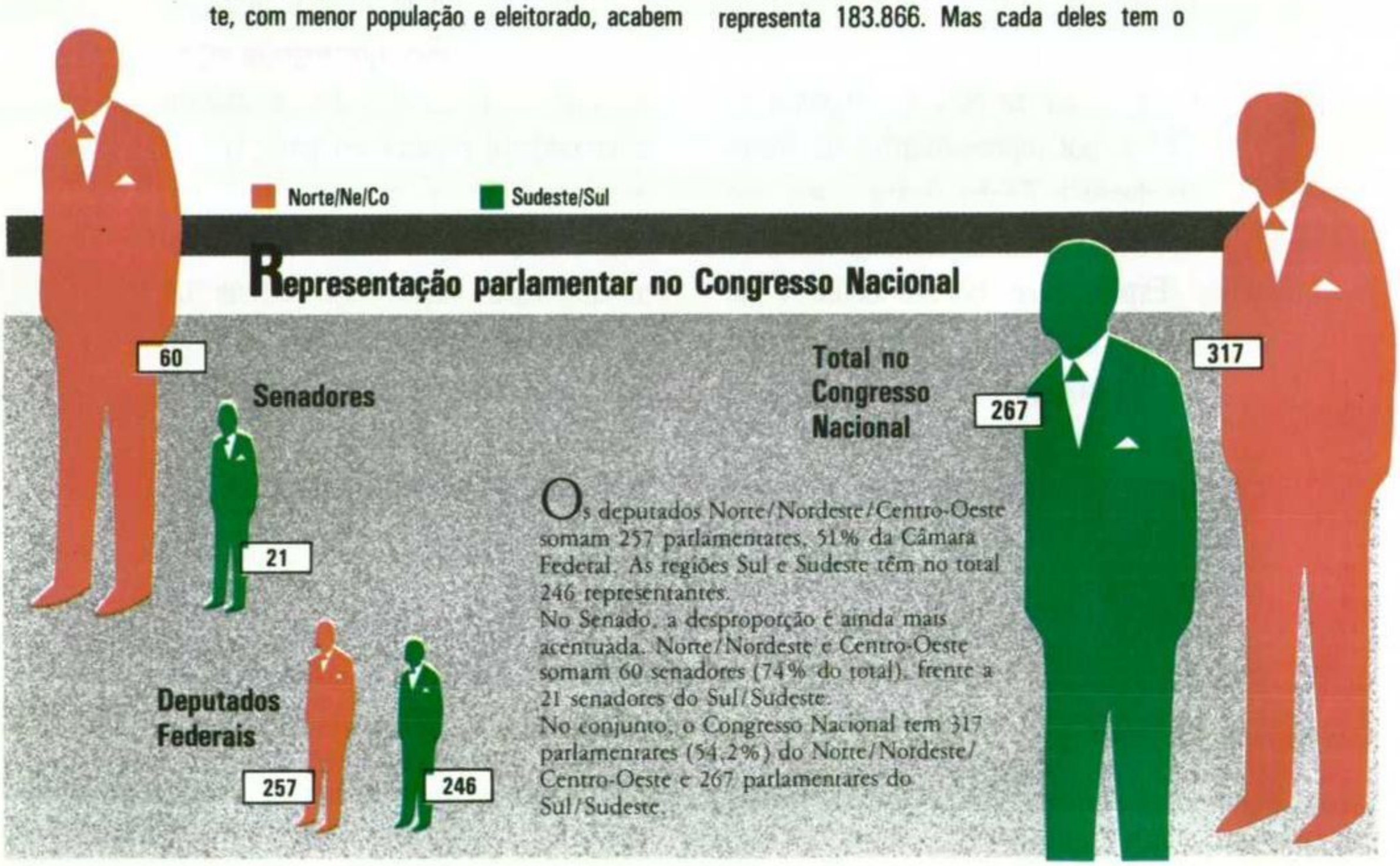
UMA REGRA PERVERSA MUTILA O FEDERALISMO

Deformação antiga atinge princípios fundamentais do sistema representativo

Pelo artigo 45, parágrafo 1º da Constituição, nenhuma unidade da federação brasileira pode ter menos de oito ou mais de 70 representantes na Câmara de Deputados. A intenção destes limites é garantir uma representação mínima aos estados menores e impedir uma predominância excessiva dos estados maiores.

Na prática, porém, esta regra introduz uma grave deformacão no sistema representativo, comprometendo o equilíbrio e a eqüidade no convívio federativo entre os estados. Faz com que as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, com menor população e eleitorado, acabem tendo uma representação maior do que as regiões Sudeste e Sul, mais populosas e com eleitorado maior.

Essa distorção do sistema representativo agride não apenas o princípio da igualdade do voto entre os cidadãos de diferentes estados, mas também o da eqüidade quanto ao valor do voto na federação, entre os estados. "A soberania popular será exercida pelo sufrágio universal e pelo voto direto e secreto, com valor igual para todos", diz a Constituição em vigor. No entanto, um deputado do Amapá representa 14.768 votos. Um de São Paulo representa 308.350 votos e um do Rio Grande do Sul representa 183.866. Mas cada deles tem o



mesmo peso de um voto nas decisões da Câmara.

Mais impressionante é que esta situação não é nova. Foi introduzida na Constituição de 1934 e não foi mais substancialmente alterada. Manteve-se em 1946, foi oportunisticamente reforçada nas cartas do regime militar e permaneceu quase intacta na Constituição de 1988. É um círculo de ferro, pois a decisão de mudar esse sistema depende dos votos da maioria que é justamente beneficiada por ele.

INFLUÊNCIA

Na prática política brasileira, a representação na Câmara determina o poder de influência de cada Estado nas decisões governamentais - na composição dos ministérios, na direção que devem tomar as verbas orçamentárias e os investimentos públicos. A distorção na representatividade das regiões projeta, assim, uma distorção também na composição das comissões técnicas e na redistribuição dos recursos que a União faz entre os estados e regiões.

Cristalizadas ao longo de muitas décadas, estas práticas utilizadas por uma elite atenta apenas aos seus interesses particulares produziram no país resultados opostos ao que pretendiam: não promoveram o desenvolvimento das regiões para onde foram canalizados os capitais públicos, não impediram a concentração econômica no Sudeste e ainda causaram enormes estragos nos três estados do Extremo Sul.

Pelo poderio, o Sudeste atrai capitais e influi decisivamente nos projetos do governo federal, além de obter consideráveis acréscimos de receita tributária (ICMS) pela distribuição dos produtos de suas indústrias a todas as regiões, compensando assim as suas perdas. O Norte/Nordeste, pelo poderio eleitoral, obtêm compensações através da influência na destinação das verbas federais. Sem estas possibilidades, o Sul acaba pagando a sua conta, cada vez maior, dos chamados "mecanismos compensatórios".

Há, porém, uma conseqüência mais grave desta deformação: os efeitos da distorção representativa não penalizam só os estados sub-representados, como bem observa o cientista político Glaucio Ary Dillon: "Ao aumentar artificialmente a representação política de uma cultura política tradicional atrasada, dominada por líderes locais, freqüentemente latifundiários, fazendeiros, coronéis de todo o tipo, ou por pessoas de sua escolha, o sistema eleitoral terminou por prejudicar a maioria da população dessas áreas. Ao aumentar o poder político da elite dirigente dessa cultura política rural, tradicional e pré-ideológica, super-representando no Congresso e no Senado essa área econômica, social e politicamente subdesenvolvida, a legislação diminuiu as probabilidades de aprovação, pelas duas Câmaras, de reformas que beneficiariam a maioria da população rural que habita principalmente nessas áreas subdesenvolvidas".

Este problema tem sido denunciado no Congresso Nacional pelos próprios representantes do Nordeste, como fez o senador Beni Veras, do PSDB do Ceará, ao discursar na instalação da Comissão Mista incumbida de estudar o problema do desequilíbrio regional, da qual é relator. Disse o senador Veras: "Desejo mencionar o papel nefasto das elites atrasadas do Nordeste, as quais detêm um grande poder político. Por isso, boa parte dos representantes que o Nordeste manda ao Congresso Nacional não representa a grande maioria da população da região, mas as elites tradicionais, motivo pelo qual fazem aqui um pacto com a mediocridade que defende seus pequenos interesses, não sobrando espaço para defender os interesses do povo da região. Como exemplo, cito aqui a situação da Comissão de Orçamento do Congresso, cheia de nordestinos, cada qual defendendo o pior pleito. Ao gastar suas energias na defesa de pequenos interesses, os representantes das elites nordestinas no Congresso Nacional deixam de lado os interesses maiores". Segundo Veras, dentro de uma nova idéia de federação ativa, o Nordeste deve propor suas próprias estratégias de desenvolvimento, declarando sua maioridade, abafando o discurso de choradeira das elites retrógradas interessadas

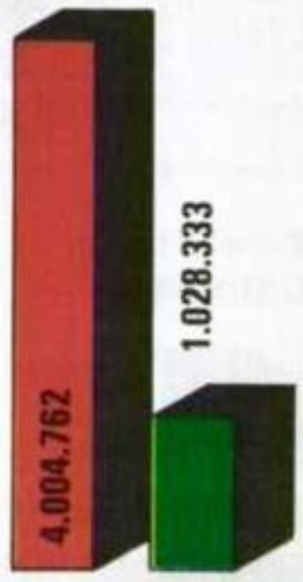
REPRESENTAÇÃO PARLAMENTAR DAS REGIÕES

Sul/Sudeste

Norte/Nordeste/ Centro-Oeste



Hab/Dep



Hab/Sen

Cada deputado do Sul/Sudeste representa 341.870 habitantes. No Norte/Nordeste/ Centro-Oeste, cada deputado equivale a 240.078 habitantes.
No Senado, a desproporção na representatividade é ainda maior: no Sul/Sudeste a relação é um senador por 4.004.762 habitantes. No Norte/Nordeste/ Centro-Oeste é de um senador por 1.028.333 habitantes.

na manutenção do clientelismo, do paternalismo e dos cartórios...

REGRA PERVERSA

As constituições de 1934 e de 1946 atribuíam a cada Estado um deputado por 150 mil habitantes, até 20 deputados. A partir daí, isto é, acima dos 3 milhões de habitantes, a relação era de um deputado federal para 250 mil habitantes. A Constituição de 1967 estabelecia 300 mil habitantes com quociente eleitoral para um deputado federal, até 25 deputados. A partir daí, estabelecia um deputado a cada milhão de habitante.

> "A DEFORMAÇÃO NA REPRESENTAÇÃO POLÍTICA DAS REGIÕES É A CAUSA DO DESEQUILÍBRIO NA DISTRIBUIÇÃO DAS VERBAS FEDERAIS"

Esse preceito implicava em estratificar a população de cada um dos estados, do ponto de vista de seu volume absoluto, em dois intervalos de frequência, sub-representando aquela parcela da população situada no intervalo superior. As três constituições estabeleciam igualmente um número mínimo de representantes para cada Estado, que as constituições de 1946 e 1967 fixaram em sete deputados.

A Constituição de 1969 estratificou o eleitorado de cada Estado, do ponto de vista da sua magnitude, em quatro intervalos de frequência, sub-representando progressivamente cada parcela do eleitorado que se encontrava num intervalo superior frente àquelas que se encontravam nos intervalos inferiores (art. 39, p.2). A Emenda Constitucional número 8, de 1977(Pacote de Abril), a Emenda número 22, de 1982 e, finalmente, a Constituição de 1988 estabeleceram um número mínimo e um máximo de deputados federais por Estado. Um mínimo de 8 e um máximo de 70, pela Constituição em vigor. A Emenda número 8 previa dois deputados por território, elevando-se este número para quatro com a Emenda número 22 e a atual Constituição.

Tanto o preceito que estratifica a população ou o eleitorado de cada um dos estados, quanto o que estabelece um número mínimo e um máximo de representantes para todos os estados, possuem a propriedade de subdimensionar a representação política dos estados mais populosos ou com maiores corpos eleitorais, superdimensionando aquela dos estados menos populosos ou com menores corpos eleitorais.

Definida a representação na Câmara segundo o eleitorado de 1989 e o número atual de deputados por estados, constata-se que foram necessários, na atual legislatura, apenas 9.125 e 14.768 votos, respectivamente, para eleger um deputado federal por Roraima e pelo Amapá, enquando um deputado federal por São Paulo representa 308.350 votos e um pelo Rio Grande do Sul representa 183.886 votos.

Por outro lado, com a conversão em estados dos territórios de Roraima e do Amapá e com a criação do Estado de Tocantins, os novos estados passaram a contar também com oito representantes cada um, recrudescendo intoleravelmente a desproporção entre regiões e entre estados quanto à representação na Câmara de Deputados.

Acresce, finalmente, que em virtude da regra constitucional da representação paritária no Senado, cada um daqueles três estados conquistou imediatamente três senadores, elevando ainda mais a sobre-representação do Norte, Nordeste e Centro-Oeste no Congresso como um todo.

COMPOSIÇÃO DA COMISSÃO QUE AVALIA OS DESEQUILÍBRIOS

Sul/Sudeste

Norte/Nordeste/ Centro-Oeste



Parlamentares

As disparidades econômicas entre as regiões estão sendo estudadas por uma comissão mista, formada no Congresso em abril de 92. Ela vai propor forma de corrigir as desigualdades. Quase 80 dos seus integrantes são do Norte/Nordeste/ Centro-Oeste.

COMPOSIÇÃO DA COMISSÃO DE ORÇAMENTOS

Sul/Sudeste

Norte/Nordeste/ Centro-Oeste



Membros titulares

A Comissão do Congresso que analisa o Orçamento da União reflete a distorção na representação parlamentar: dois terços dos seus integrantes são do Norte/Nordeste/ Centro-Oeste.

Representação por estados

População, eleitorado e representação, por estados na Câmara dos Deputados - Legislatura de 1990

Estado	População	Eleitorado de 1989	Número de deputados na Câmara
RORAIMA	132.986	73.001	8
ACRE	423.243	182.797	8
AMAPÁ	262.944	118.144	8
RONDÔNIA	1.072.704	557.781	8
TOCANTINS	995.053	485.048	8
AMAZONAS	2.177.316	842.083	8
DISTRITO FEDERAL	1.803.478	857.330	8
SERGIPE	1.472.133	776.071	8
MATO GROSSO DO SUL	1.827.700	1.002.232	8
MATO GROSSO	2.023.560	1.027.972	8
RIO GRANDE DO NORTE	2.393.127	1.298.088	8
ALAGOAS	2.465.245	1.210.797	9
PIAUÍ	2.728.008	1.334.282	10
ESPÍRITO SANTO	2.566.590	1.407.759	10
PARAÍBA	3.350.485	1.756.417	12
SANTA CATARINA	4.501.011	2.729.916	16
GOIÁS	4.184.284	2.178.977	17
PARÁ	5.192.444	2.186.852	17
MARANHÃO	5.202.445	2.144.352	18
CEARÁ	6.532.749	3.351.606	22
PERNAMBUCO	7.451.535	3.764.143	25
PARANÁ	9.253.964	5.045.626	30
RIO GRANDE DO SUL	**9.356.486**	**5.700.461**	**31**
BAHIA	11.897.734	5.893.861	39
RIO DE JANEIRO	13.969.946	8.166.547	46
MINAS GERAIS	16.455.067	9.432.524	53
SÃO PAULO	33.096.435	18.500.980	60
TOTAL	152.788.672	82.025.647	503

Fonte: População e número de deputados, Boletim Eleitoral do TSE.

QUEM ESTÁ PAGANDO A CONTA DO DESEQUILÍBRIO

Em nome do equilíbrio, o governo federal concentra verbas e poder político. Mas o desequilíbrio só aumenta

A tese de que as regiões mais desenvolvidas devem contribuir para o crescimento equilibrado do país, transferindo parte de suas rendas para as regiões mais carentes, está presente em todos os programas de desenvolvimento postos em prática no país, pelo menos desde 1930.

É um princípio consagrado, unanimemente aceito e é dele que derivam os chamados "mecanismos compensatórios". Os resultados de sua aplicação, no entanto, são cada vez mais questionáveis. As maciças transferências de recursos, que nunca cessaram ao longo de quase sete décadas, não lograram resolver os problemas crônicos das regiões beneficiadas, ao mesmo tempo em que oneram, de forma cada vez mais desgastante, as áreas mais desenvolvidas. A opinião dominante entre os planejadores brasileiros é de que, na verdade, a questão das disparidades regionais não mereceu até hoje, nos muitos programas desenvolvimentistas formulados pelo poder central, um tratamento adequado. Foi sempre uma idéia marginal no contexto de programas de alcance nacional. Essa "escassa prioridade" conferida pelo poder central ao planejamento nacional, explica em parte, na visão dos planejadores,os resultados flagrantemente insatisfatórios - os limitados avanços obtidos no Nordeste e os prejuízos, não menos flagrantes, produzidos no Sul, por exemplo.

Não há dúvida, porém, que o fator principal do fracasso dos mecanismos compensatórios é a sua manipulação por representações políticas que se assenhoreiam das instituições que deveriam planejar e orientar o desenvolvimento regional, colocando-as a serviço do interesse de elites minoritárias. A Sudene é, provavelmente, o melhor exemplo disso.

INSTABILIDADE

O Rio Grande do Sul, apesar de tudo, não questionou este caminho. Ao contrário, quando as forças conservadoras se levantaram para bloquear a criação da Sudene em 1959, os representantes gaúchos se alinharam decididamente ao Rômulo de Almeida, Celso Furtado e todos os que defendiam a Sudene como um instrumento para promover a transformação das arcaicas estruturas econômicas e sociais que mantinham o Nordeste na estagnação e no atraso.(3)

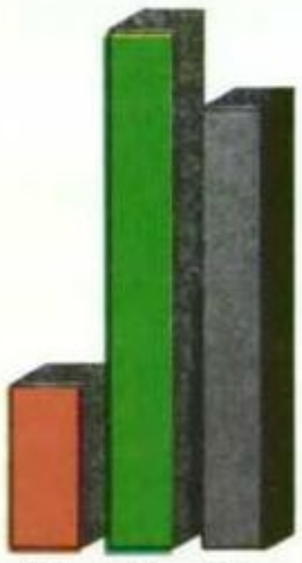
E este não é um exemplo isolado. Os governantes e as lideranças empresariais do Rio Grande do Sul sempre reconheceram como fundamental para a estabilidade da vida nacional um desenvolvimento harmônico entre as regiões brasileiras e sempre aceitaram como válido o mecanismo das compensações distributivas exercidas pelo poder federal.(4)

ESPOLIAÇÃO

O que o Rio Grande do Sul, em vários momentos da sua história, tem questionado - e nesse momento o faz com maior veemência - é o caráter verdadeiramente espoliativo que esse processo adquire em determinadas circunstâncias, em especial nos períodos de aguda crise econômica, como a que atravessamos.

Neste momento, o mecanismo das transferências, ainda respaldado na louvável pretensão de amenizar as disparidades, é causa de uma

RECURSOS DESTINADOS PELO MINISTÉRIO DA AÇÃO SOCIAL



Recursos para abastecimento de água no orçamento de 1992 pelo Ministério da Ação Social. A parcela destinada ao Rio Grande do Sul é duas vezes e meia menor do que a de Pernambuco e três vezes menor do que a de Minas.

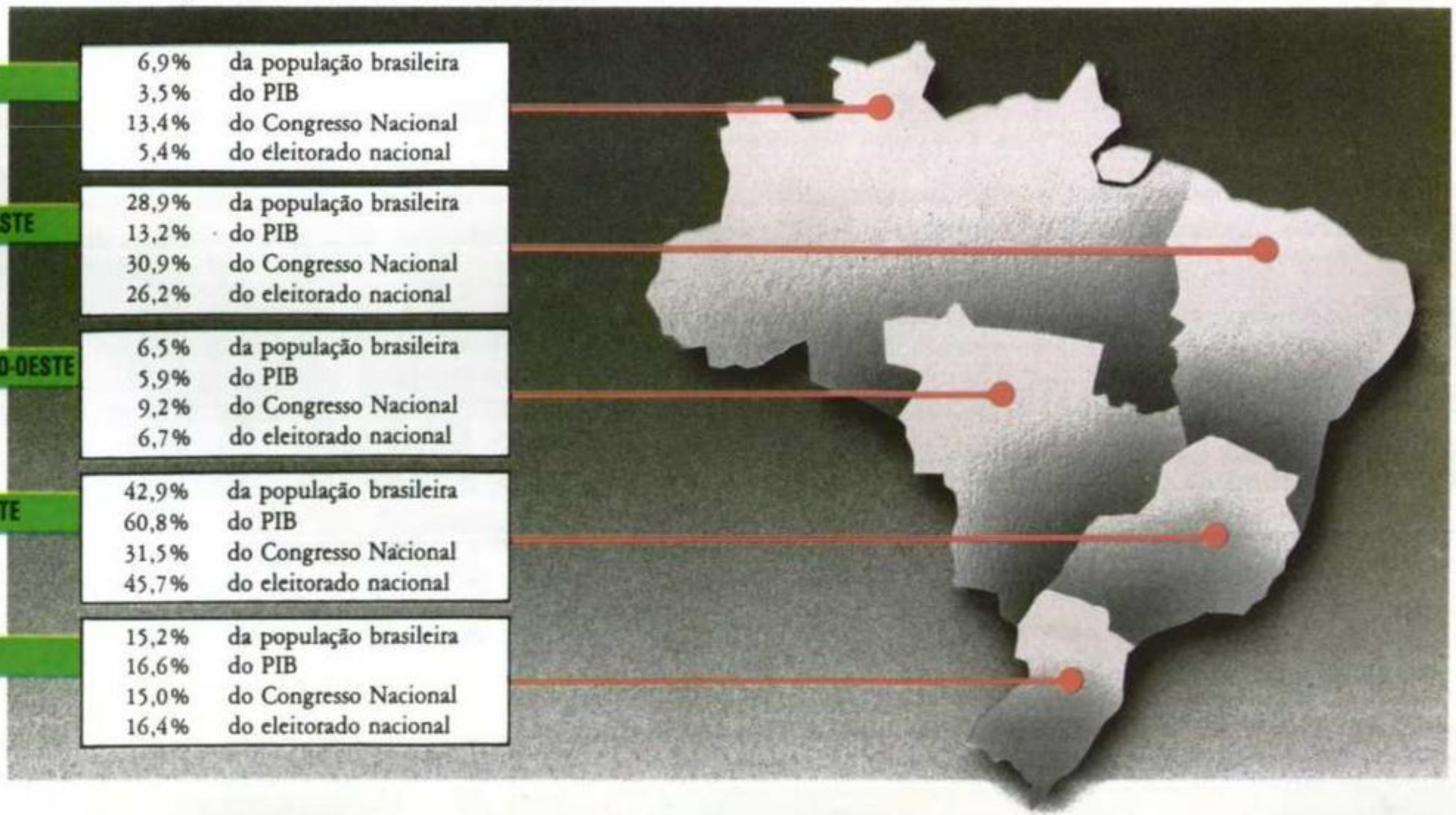
danosa erosão nas bases da economia do Estado. Está dilapidado um patrimônio público construído ao longo de muitas décadas e ao custo do esforço de várias gerações de gaúchos. Está tirando do poder público estadual condições de conter a deterioração acelerada das condições de vida de parcelas significativas da sua população.

SEPARATISMO

Uma das conseqüências mais visíveis deste processo de espoliação e marginalização do Rio Grande do Sul na localização de projetos e destinação de verbas públicas é o inquietante crescimento de movimentos separatistas, que hoje se verifica no Estado, alimentando-se do descontentamento que se dissemina nas áreas mais carentes, pois, ante a escassez de recursos, as disparidades intra-regionais também se acentuam. São movimentos minoritários, mas que adquirem gradativamente a simpatia popular ao explorarem deficiências que o poder local não consegue atender. Até pouco tempo, estas organizações radicais eram vistas como grupos isolados sem significação, motivo de brincadeiras pelo seu caráter quase "folclórico". Hoje, adquirem espaço na mídia, agem com desenvoltura, conquistam um status de "movimentos políticos". Se nada for feito para contrapor a sua pregação deletéria e perigosa, em pouco tempo, eles poderão patrocinar uma situação, por todas as suas características, indesejável para a democracia e a unidade nacionais.

> "O RIO GRANDE DO SUL NÃO QUESTIONA A IDÉIA DA TRANSFERÊNCIA DE RECURSOS PARA O NORDESTE. MAS, NÃO SE CONFORMA COM SUA MANIPULAÇÃO PELAS OLIGARQUIAS"

O peso político e econômico das regiões



Perdas acumuladas

União leva do Rio Grande do Sul US$ 1,2 bilhão em média por ano

Em 1991, a União arrecadou no Rio Grande do Sul Cr$ 1,34 trilhões, equivalentes a 2,9% do total da sua receita naquele exercício. Suas despesas no Estado somaram Cr$ 834 bilhões, equivalendo a apenas 1,82% da sua despesa total. Em São Paulo, no mesmo ano, as receitas federais foram Cr$ 10 trilhões (21,8% do total). As despesas foram de Cr$ 2,55 trilhões, isto é, 5,57% das despesas totais da União. O Paraná contribuiu com 2,42% das receitas, recebeu de volta 1,7%.

Mas com Alagoas foi diferente. A União recolheu lá Cr$ 74,2 bilhões e gastou Cr$ 223,2 bilhões. Em percentuais: obteve lá 0,16% das suas receitas e dispendeu 0,49% de seus gastos, ou seja, três vezes mais. O Maranhão e a Paraíba geraram, respectivamente, 0,20 e 0,22% das receitas da União e receberam 0,74 e 0,62%, também em torno de três vezes mais.

A situação não é nova. A Secretaria da Fazenda do Rio Grande do Sul calcula que nos últimos 20 anos a União recolheu no Estado Cr$ 20,4 bilhões a mais do que gastou, o que dá, em média, uma remessa líquida de recursos de Cr$ 1,2 bilhão por ano, quase 6% do PIB gaúcho.

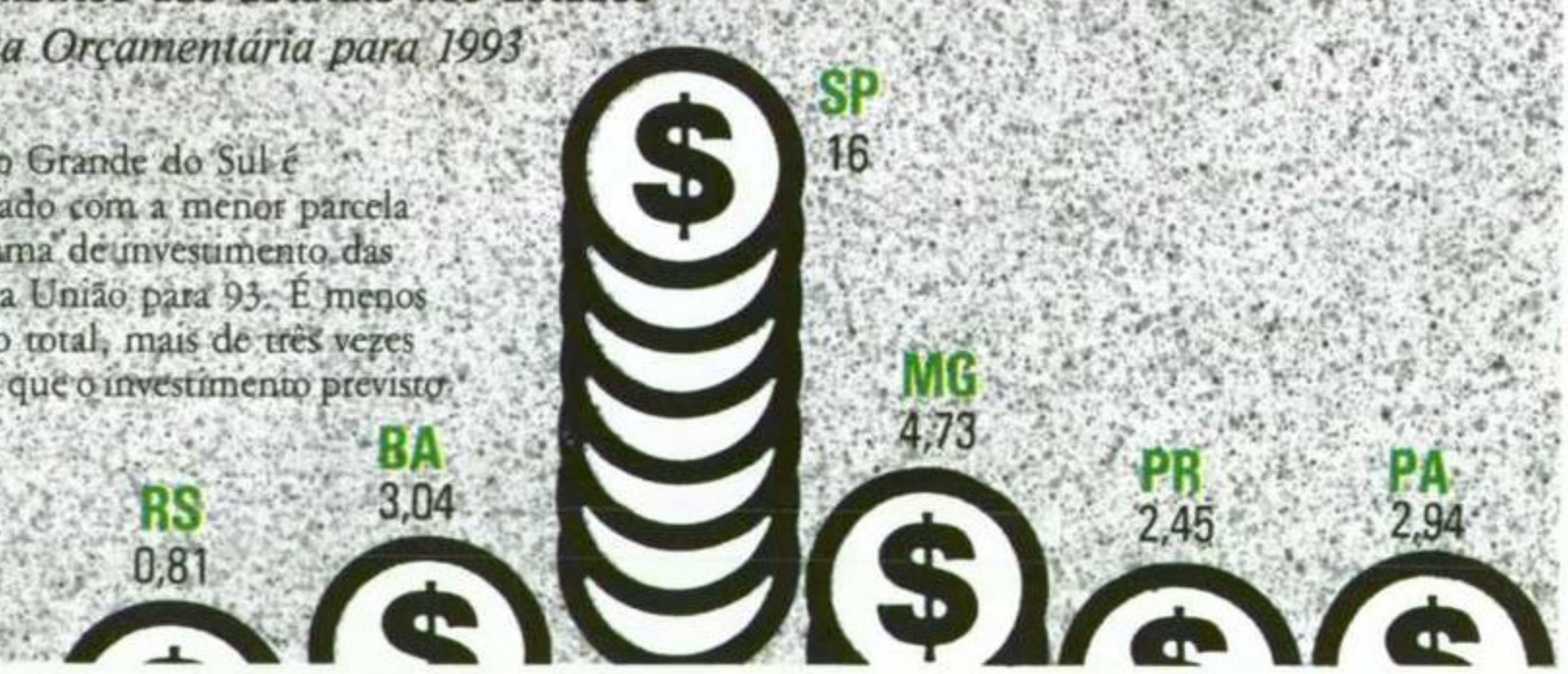
Outro exemplo: no orçamento da União para 1992, o Rio Grande do Sul, que gera quase 8% do PIB nacional e tem 6% da população brasileira, foi contemplado na rubrica dos investimentos com apenas 3%. A previsão inicial, na proposta encaminhada ao Congresso, destinava recursos ainda menores para investimentos no Estado. A mobilização da representação estadual na Câmara é que conseguiu elevar de 2 para 3% a participação gaúcha.

No orçamento para 1993, encaminhado ao Congresso pelo governo Collor, a discriminação do Estado na distribuição dos recursos voltou a se verificar e só foi alterada na revisão proposta pelo governo Itamar Franco por força de mobilização e denúncias do governo gaúcho e da ação dos representantes gaúchos no Congresso Nacional.

Investimentos das Estatais nos Estados

Proposta Orçamentária para 1993

O Rio Grande do Sul é contemplado com a menor parcela no programa de investimento das Estatais da União para 93. É menos de 1% do total, mais de três vezes menos do que o investimento previsto no Pará.



Fora dos grandes projetos

Rio Grande do Sul cresceu à margem das verbas federais e do capital estrangeiro

O Rio Grande do Sul se incorporou tardiamente à economia brasileira, pois até meados do século XVIII não era mais do que uma extensa área despovoada e de interesse apenas militar para a Coroa Portuguesa. Mesmo assim, explorando as condições excepcionais do seu ambiente para as atividades pastoris, tornou-se rapidamente um centro produtivo importante para a economia brasileira.

Talvez esteja nessa circunstância a raiz da histórica posição em que o Estado foi mantido em quase todos os projetos e programas impulsionados pelo poder central, para promover o desenvolvimento nacional. Por sua posição geográfica, distante dos principais mercados e do centro das decisões nacionais, o Estado não contou, também, em todo o seu processo de desenvolvimento, com a presença significativa de capitais estrangeiros. Seu processo de industrialização, nas últimas quatro décadas, foi árduo, e sustentado basicamente com os excedentes da sua produção agrícola.

Nada disso, porém, impediu que o Rio Grande do Sul alcançasse um estágio econômico e social desenvolvido no contexto da vida brasileira, com uma agricultura eficiente e um parque industrial moderno a sustentarem indicadores sociais satisfatórios para os padrões nacionais.

Essas características da formação econômica gaúcha tornam ainda mais contundente o atual processo de deterioração que atinge as duras conquistas obtidas pelo esforço da sua população. E, quando se percebe que as maciças transferências de recursos para outras regiões não resultaram em melhorias significativas nas condições de vida de suas populações, o caráter perverso dessa situação ganha ainda mais nitidez.

RAÍZES NA HISTÓRIA

A disposição do Rio Grande do Sul para um autêntico federalismo tem raízes na história. Em

Investimentos previstos no orçamento fiscal e de seguridade-1993

Distribuição de recursos por estados

A proposta encaminhada ao Congresso (retirada pelo governo Itamar Franco para revisão) mostra a distorção. Os recursos para o Rio Grande do Sul representam US$ 6,05 por habitante. Para a Bahia representam US$ 24,02 por habitante.

Estado	Pop. (1.000)	Cr$1,000,000	US$1.000	Part.%	US$/hab
MG	15.831	942.302	397.914	5,40	25,14
BA	11.738	667.004	282.000	3,82	24,02
PE	7.361	382.088	161.347	2,19	21,92
GO	4.943	203.088	87.759	1,19	17,75
RJ	14.133	217.171	91.716	1,24	6,49
ES	2.524	90.244	38.108	0,52	15,10
RS	9.163	131.029	55.399	0,75	6,05

Preços de abril/92 US$ 1,00 = Cr$ 2.368,10



1845, os gaúchos pegaram em armas e sustentaram uma guerra de 10 anos contra o Império, que de um lado aumentava os impostos sobre a carne, principal produto da economia estadual, e de outro diminuía os níveis de retorno dos tributos arrecadados no Estado.

A historiografia brasileira, consensualmente, reconhece que, diante do desafio da Regência, os líderes da revolta Farroupilha queriam acima de tudo relações mais justas entre a Província e o poder central. Não queriam separar-se do Brasil.

Antes, durante e depois daquela década de guerra, o que efetivamente buscou o Rio Grande do Sul foi a autonomia constitucional nos moldes de um regime federativo.

Esta mesma questão uniu o Rio Grande do Sul também em 1930. As duas facções políticas do Estado, que há pouco tempo se haviam enfrentado num conflito armado, formaram a Frente Única Gaúcha, reivindicando, sob a liderança do presidente do Estado, Getúlio Vargas, um programa de modernização da política brasileira que incluía no seu núcleo a verdade eleitoral e a justiça da representação parlamentar. Hoje, novamente as distorções do centralismo colocam lado a lado as lideranças de todas as tendências e de todos os setores do Estado, para reverter uma situação que já é insustentável.

"AS TRANSFERÊNCIAS PENALIZAM O SUL E O SUDESTE, MAS NÃO SE CONVERTEM EM BENEFÍCIOS ÀS POPULAÇÕES CARENTES DO NORTE, NORDESTE E CENTRO-OESTE"

EFEITO CONTRÁRIO

Desde 1930, pelo menos a idéia dos mecanismos compensatórios, de transferir recursos para alcançar um crescimento harmônico, produzem resultados contrários ao que pretendiam em termos de equilíbrio regional. Longe de serem atenuadas, como esperavam os planejadores, as disparidades entre as regiões se acentuaram.

No primeiro ciclo de industrialização,a concentração de recursos no Centro Sul, especialmente São Paulo, atraiu para lá os capitais e investimentos, inclusive os das regiões periféricas, à procura de maior rentabilidade. A melhoria dos transportes facilitou a colocação dos produtos das fábricas paulistas nas regiões mais distantes, dizimando a incipiente indústria local. Facilitou, também, a importação de mão-de-obra barata para o trabalho nas fábricas. São Paulo era uma locomotiva puxando 20 vagões vazios, como diziam os paulistas em 32.

Essa tendência de concentração da riqueza se aprofundaria ainda mais a partir dos anos 50.

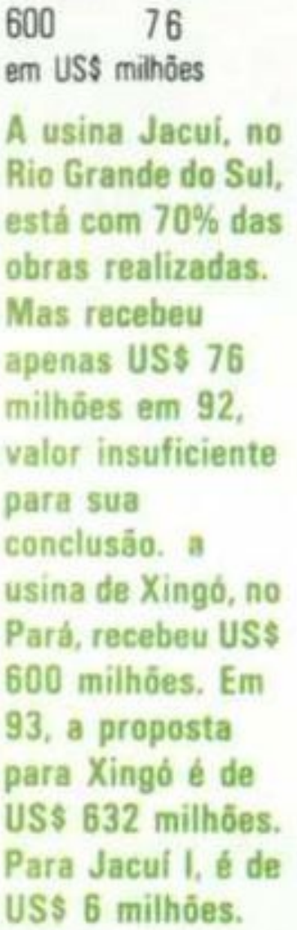
UM NOVO NORDESTE

O jornalista maranhense Franklin de Oliveira escreveu um livro que se tornou clássico para o estudo das disparidades regionais no Brasil: "Rio Grande do Sul, Um Novo Nordeste", resultado de suas pesquisas e andanças pelo Estado em setembro de 1960.

Em seu trabalho, Franklin de Oliveira, na época repórter do jornal carioca Correio da Manhã, mostrou os devastadores efeitos que os planos desenvolvimentistas a partir de 1950 produziram sobre a economia do Rio Grande do Sul.

Iniciados com Getúlio Vargas e continuados com o famoso Plano de Metas, de Juscelino Kubitschek, estes programas tinham um princípio comum: criar um pólo dinâmico industrializado, a partir do qual o desenvolvimento se espalharia por todo o país. Por isso, os investimentos maciços foram concentrados na re-

RECURSOS DESTINADOS A USINAS (1992 - setor energético)



A usina Jacuí, no Rio Grande do Sul, está com 70% das obras realizadas. Mas recebeu apenas US$ 76 milhões em 92, valor insuficiente para sua conclusão. a usina de Xingó, no Pará, recebeu US$ 600 milhões. Em 93, a proposta para Xingó é de US$ 632 milhões. Para Jacuí I, é de US$ 6 milhões.

gião Sudeste (São Paulo, Rio e Minas). Um exemplo clássico desse período: em 1960, através da Instrução 113, da extinta Superintendência da Moeda e do Crédito, o governo federal permitiu a importação de bens de capital (equipamentos) para a indústria, sem cobertura cambial. Entraram US$ 450 milhões em equipamentos, 95% destinados a empresas localizadas em São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro.

"Ao permitir a entrada de capitais sem cobertura cambial para localizá-los nos centros industriais mais adiantados, o governo assegurou praticamente todo o território nacional com mercado exclusivo às novas indústrias, que em sua maioria pertenciam a entidades estrangeiras. Essas indústrias que se instalavam em dispêndio de divisa, gozando de múltiplos favores governamentais, ficavam em situação excepcional para competir com as demais indústrias localizadas em outras áreas do território nacional, as quais, por não terem usufruído das mesmas regalias, não tinham meios para se reequiparem e enfrentarem a concorrência das novas empresas."

Mas isto é apenas um exemplo. O principal instrumento desse período de industrialização, o BNDE (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico), foi criado em 1952. Nos primeiros dez anos, 90% de todos os financiamentos com prazos e juros especiais concedidos pelo banco foram para São Paulo, Rio e Minas. Aos três estados do Extremo Sul não coube mais do que 5% dos financiamentos.

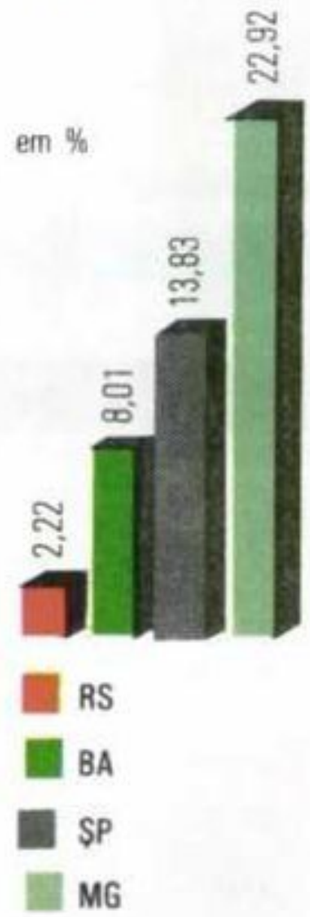
Os principais efeitos desse processo na economia gaúcha foram registrados por Franklin de Oliveira em seu livro: 1) Evasão de capitais que não encontram rentabilidade nem segurança para aplicação em investimentos produtivos; 2) Situação desfavorável na relação de trocas com o Sudeste; 3) Divisas geradas pelas exportações do Estado transferidas para o Sudeste; 4) Alta margem de desemprego e subemprego nas zonas urbanas; 5) Índice de crescimento da população marginal maior do que o da população... E assim por diante, num total de 20 itens. "Para completar o quadro de nordestização da economia gaúcha não falta sequer o traço de exportação de camponeses que está se verificando em larga escala para o Oeste de Santa Catarina e Sudoeste do Paraná", registrou o autor.

> "BOA PARTE DOS REPRESENTANTES QUE O NORDESTE MANDA PARA O CONGRESSO NÃO REPRESENTA A MAIORIA DA POPULAÇÃO MAS ELITES ATRASADAS"
>
> Senador Beni Veras, do Ceará, relator da Comissão dos Desequilíbrios Regionais no Congresso Nacional.

O BRASIL POTÊNCIA

Os militares assumiram o poder em 1964 dispostos a criar condições para colocar o país no Primeiro Mundo antes da virada do século. O planejamento centralizado recrudesceu com a manutenção da mesma concepção dos períodos anteriores - de concentrar os investimentos no centro dinâmico da economia para "otimizar" os seus resultados. O Nordeste, onde será necessário apaziguar a questão social, acirrada pelas Ligas Camponesas e pelo aumento da pobreza, mereceu atenção especial através da Sudene, que recebeu maciças transferências dos recursos acatados nos programas de incentivos. Mas o Rio Grande do Sul foi praticamente esquecido. Apenas um exemplo: de 1964 a 1970, quando foi gestado o período conhecido como "milagre brasileiro", o Conselho de Desenvolvimento Industrial (CDI) aprovou 2.120 projetos de financiamento para instalação de plantas industriais no país. Desse total não chegou a 50 o número de projetos aprovados

DISTRIBUIÇÃO DOS RECURSOS DO DNER (1993-Projeto de Lei)



Embora tenha em seu território mais de 10 por cento da malha rodoviária federal, na previsão orçamentária para 93, o Rio Grande do Sul é contemplado com apenas 2,2% das verbas para conservação.

para o Rio Grande do Sul. Claro, não foi só o Rio Grande do Sul que ficou à margem dessas inversões. Toda a região Sul foi preterida pelo programa de desenvolvimento industrial patrocinado por esses recursos, com o argumento de que "por ser a região mais desenvolvida do país, não requereria esforços governamentias de vulto para que se impulsionassem as atividades econômicas", conforme consta até de um estudo oficial.

Mas, seguramente, foi o Rio Grande do Sul o Estado que pagou o preço mais alto por ter alcançado um relativo grau de desenvolvimento econômico.

INCENTIVOS FISCAIS

A política de incentivos fiscais foi o poderoso mecanismo de alocação de recursos para investimento em setores produtivos adotado pelo regime implantado a partir de 1964. A principal fonte desses programas foi a dedução do imposto de renda de pessoas jurídicas, que permitia a qualquer empresa deduzir do montante do imposto de renda a ser pago uma parcela que podia chegar a 50% e depositá-la à disposição das instituições que operavam o programa, entre as principais, a SUDENE e a SUDAM. "A Sudene gozou por muitos anos de tais benefícios isoladamente e foi certamente beneficiada pela ausência de opções. E mesmo depois, com a extinção de estímulos à Amazônia, o Nordeste continuou recebendo maior influxo de recursos, já que aí eram mais numerosas as oportunidades, além de haver a possibilidade de se instalarem indústrias com vistas ao mercado da região Centro-Sul", diz o documento já mencionado.

Além dos incentivos para formação do capital das empresas, as já instaladas gozavam de isenção de 50% do imposto de renda a ser pago por cinco anos e as empresas novas estavam totalmente isentas do imposto de renda por dez anos, podendo, conforme o caso, ser ampliado para 15 anos. Além de gerar empreendimentos que iriam se tornar concorrentes das indústrias do Sul, estes programas ainda drenaram considerável soma de recursos das empresas da região para área alcançada pelos incentivos.

Transferências liberadas pelos ministérios para os estados - jan a nov 1991

Comparativo entre os estados por volume de recursos (em Cr$ milhões)

ESTADO	MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E REF. AGRÁRIA	MINISTÉRIO DA AÇÃO SOCIAL	MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO	MINISTÉRIO DA SAÚDE	TOTAL
ALAGOAS	1.105	1.032	646	3.873	6.658
BAHIA	55.000	5.884	2.074	3.769	66.728
CEARA	55.100	902	1.655	1.720	59.377
GOIÁS	151.600	260	761	1.253	153.875
MARANHÃO	1.092		3.801	1.462	6.356
MINAS GERAIS	2.084	310	1.204	1.928	5.349
PARAIBA	569	144	836	820	2.338
PARANÁ	148	663	1.143	2.971	4.926
RIO G. NORTE	5.661	805	434	776	7.678
RIO G. SUL	5.037	267	1.026	1.026	7.356
SERGIPE	295	197	173	1.214	1.880

DISTORÇÃO PREJUDICA O SUL E O SUDESTE

Além das transferências, região Sul perdeu incentivos constitucionais

O principal mecanismo de transferência de recursos do Sul e do Sudeste para o Norte, Nordeste e Centro-Oeste está inscrito na Constituição, no artigo 159, que destina a estas regiões 3% do produto da arrecadação do Imposto de Renda e do Imposto Sobre Produtos Industrializados.

A região Sul tem sido equivocadamente comparada à região Sudeste em termos de desenvolvimento. Sem ser uma área problema, como o Norte e Nordeste, ou nova fronteira, como o Centro-Oeste, o Sul está num estágio de desenvolvimento intermediário, com acentuado desnível em relação ao Sudeste. Foi, no entanto, excluído do acesso aos recursos constitucionais em programas de financiamento para o seu setor produtivo.

Reza o artigo 159:

A União entregará:

I - do produto da arrecadação dos Impostos sobre Renda e Proventos de qualquer natureza e sobre Produtos Industrializados, quarenta e sete por cento na seguinte forma:

a) Vinte e um inteiros e cinco décimos por cento ao Fundo de Participação dos Estados e do Distrito Federal;

b) Vinte e dois inteiros e cinco décimos por cento ao Fundo de Participação dos Municípios;

c) Três por cento para aplicação em programas de financiamento ao setor produtivo das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, através de suas instituições financeiras de caráter

Menos investimentos para o Sul



No Plano Plurianual de Investimentos (1993/95), a região Sul foi contemplada com apenas 8% do total

regional, de acordo com os planos regionais de desenvolvimento, ficando assegurada ao semi-árido do Nordeste a metade dos recursos destinados à região, na forma que a lei estabelecer.

INVESTIMENTOS

A proposta de orçamento para 1993, encaminhada ao Congresso Nacional pelo governo Fernando Collor, consagrava o esquecimento da região Sul na distribuição das verbas da União. Ao revisar esta proposta, o governo Itamar Franco, diante das denúncias, principalmente do governo do Rio Grande do Sul, corrigiu um pouco esta distorção, destinando uma parcela maior para investimentos nos três estados do Sul.

Para a região foram acrescidos mais US$ 90 milhões, significando aumento de 38,85% da proposta Itamar sobre a proposta Collor.

Todavia, os recursos do Orçamento da União em investimentos destinados aos três estados do Sul são sob qualquer aspecto muito inferiores à participação destes estados na economia nacional.

É visível na maior parte dos ministérios a ausência de qualquer critério norteando a distribuição dos investimentos. Embora, ressalte-se, tenha havido algum esforço neste sentido, principalmente no Ministério do Bem-Estar Social, onde os projetos/atividades foram discriminados por Estado, segundo a proporção da população e inverso da renda per capita, conforme informações do governo.

De forma geral, adotando-se o critério da distribuição em US$/habitante, o Rio Grande do Sul e o Paraná apresentam os menores índices - respectivamente, US$ 9,86/hab e US$ 7,78/hab, enquanto para Santa Catarina o índice é de US$ 17,05/habitante.

Pelos indicadores, a proposta Itamar atenua um pouco o desequilíbrio na repartição dos investimentos. Minas Gerais e Bahia, por exemplo, na proposta Collor apresentavam, respectivamente, US$ 25,14/hab e US$ 24,18/hab. Na atual proposta, estes estados receberam US$ 16,02/hab e US$18,78/hab.

Contudo, a Bahia recebe por habitante 2,41 vezes os recursos para investimentos destinados para o RS e 2,45 vezes para o Paraná. No DNER encontram-se as maiores aberrações na repartição dos investimentos federais. Para o Paraná e Rio Grande do Sul são destinados 2,71% e 2,22% dos investimentos globais para rodovias. O Rio Grande do Sul, em particular, não recebeu nenhum centavo para restauração e construção de rodovias.

O Orçamento de Investimentos das Estatais espelha a marginalização da região Sul nos investimentos federais: embora contribua com 17,69% do Produto Nacional, recebe tão somente 5,92% dos investimentos do setor estatal.

Projetos estão parados

Até o ano 2000, a região Sul terá um acréscimo de 5 milhões de pessoas na sua população. Requer, de acordo com avaliações dos governos dos três estados, de investimentos da ordem de US$ 10 bilhões.
Há dois anos, porém, com a extinção da Superintendência de Desenvolvimento da Região Sul (Sudesul), decretada pelo governo federal, a região ficou sem o único órgão de planejamento e orientação de investimentos governamentais.
Em 1989, com a intervenção do Banco Central no BRDE, a região já perdera o principal agente financiador dos seus projetos. O resultado é que foram paralisados todos os programas de interesse estratégico para o crescimento regional.

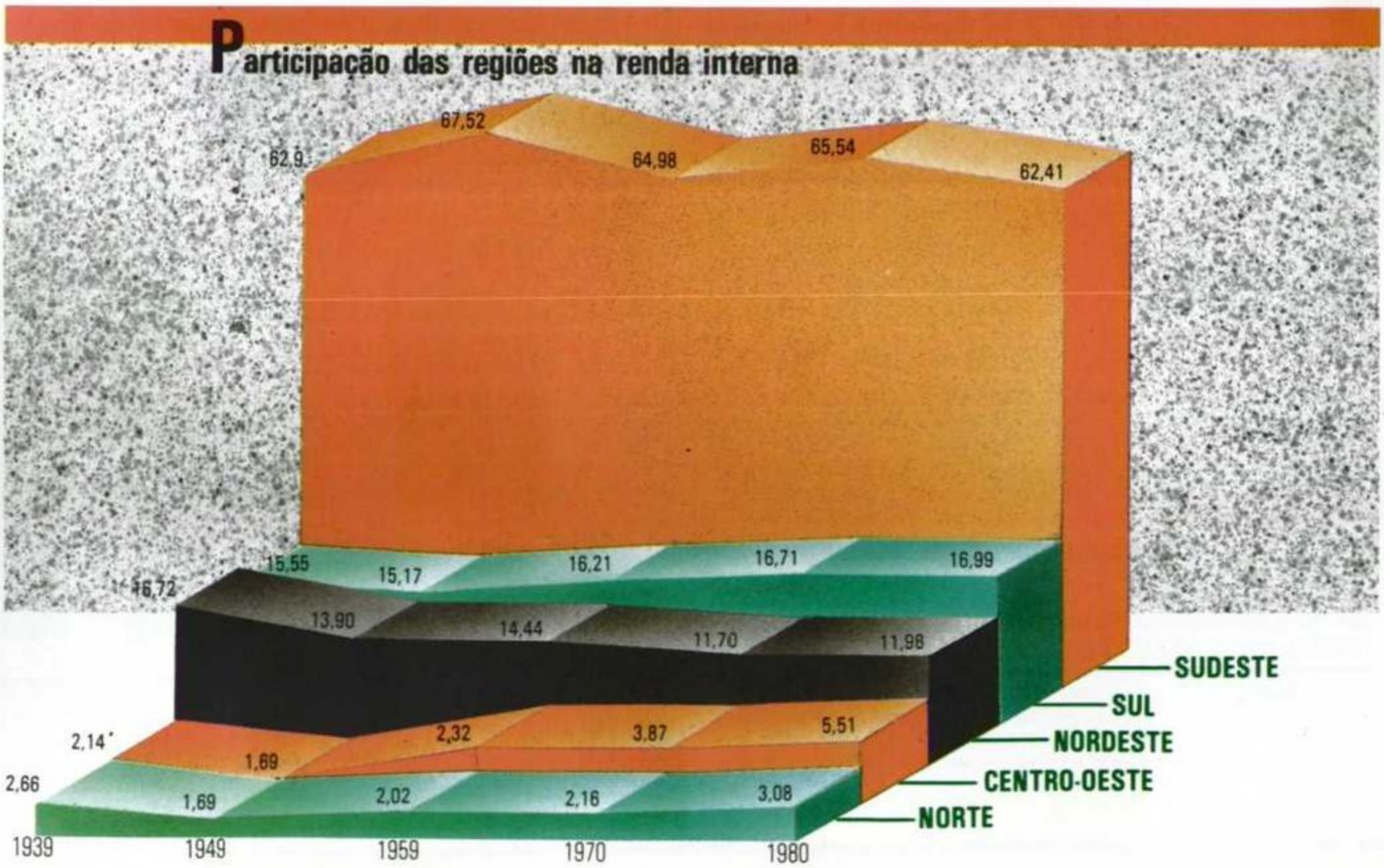
- Programa de Insumos Básicos
- Programa de Modernização do Sistema de Transporte
- Programa Energético Regional
- Programa de Desenvolvimento da Lagoa Mirim
- Programa de Controle da Erosão do Solo
- Programa de Construção de Poços e Açudes
- Programa de Desenvolvimento da Bacia do Mampituba
- Programa de Desenvolvimento do Alto Uruguai

Uma história exemplar

A luta da Região Sul por uma compensação para suas perdas

O Brasil havia assinado em 1955 o primeiro dos Acordos do Trigo com os Estados Unidos. Por adquirir excedentes do trigo americano, onde havia superprodução, o governo brasileiro recebia, como compensação, empréstimos em condições favorecidas. Com parte deste empréstimo pagava o trigo comprado e o restante, pelo menos 70%, aplicava em projetos de desenvolvimento econômico. Para a região Sul, produtora de trigo, este acordo implicava prejuízos, principalmente para o Rio Grande do Sul, onde a lavoura era importante pelo volume da produção e por ser fator de equilíbrio na mesma propriedade. Para compensar as perdas estabeleceu-se, quando foi assinado o terceiro acordo, em 1960, que pelo menos 10% destes empréstimos seriam canalizados para a região. Mas, por exigência dos Estados Unidos, os recursos teriam que ser vinculados a projetos específicos. Daí a idéia de um banco regional, (o Banco Regional de Desenvolvimento Econômico - BRDE) que financiasse os projetos e fosse o canal para a entrada desses recursos. Brizola, Celso Ramos, governador de Santa Catarina, e Ney Braga, do Paraná, convenceram Jânio Quadros da idéia em 1961, mas só em 62, quando o vice João Goulart ocupava a presidência, foi assinado o decreto da sua criação. Os recursos iniciais deveriam provir dos estados (1% da receita tributária de cada um), mas só o Rio Grande do Sul pagou a sua contribuição regularmente.(9)

O tão almejado dinheiro dos Acordos do Trigo só chegaria ao banco em 1964, quando



Brizola, o governador do Rio Grande do Sul que mais lutara por ele, já estava no exílio.

Em 27 anos de atuação, o BRDE canalizou cerca de US$ 9 bilhões para projetos nos três estados, metade dos quais para o Rio Grande do Sul. Durante este período, o BRDE foi o principal agente da modernização de produção agrícola e do parque industrial na região. Em 1989, foi liquidado por desvio de função: em vez de financiar o desenvolvimento, tornara-se o principal fornecedor de empréstimos aos governos estaduais, cujas dívidas já haviam se tornado impagáveis.

O NOVO DESAFIO

O governo do Rio Grande do Sul retoma hoje, com muita ênfase, a questão do desenvolvimento regional porque ela se torna um imperativo. Um imperativo não apenas para a defesa da economia e das conquistas que asseguram o padrão de vida alcançado pelas populações do Sul, mas, principalmente, para a inserção desta região no novo patamar de desenvolvimento que já se delinea com a integração econômica do Mercosul.

O Rio Grande do Sul e os estados vizinhos precisam preparar a sua economia, precisam viabilizar projetos urgentes em áreas de infra-estrutura, precisam investir na modernização dos setores vitais da sua indústria, precisam elevar a produtividade da sua agricultura, precisam melhorar o padrão de renda das suas populações para que sejam efetivamente parceiros na integração. Para que no contexto do amplo mercado que se formará com a eliminação das barreiras comerciais entre Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai não sejam os estados do Sul levados à mera condição de corredores de passagem na troca de mercadorias entre estes países e o Sudeste brasileiro.

Os projetos paralisados hoje no âmbito da Sudesul envolvem a necessidade de US$ 10 bilhões, conforme estudos técnicos recentes. É uma soma considerável de recursos. Mas - e esse é um dado exemplar - é apenas a metade do saldo líquido (despesas menos receitas) que a União obteve na sua relação com o Rio Grande do Sul nos últimos 20 anos, conforme demonstram as estimativas da Secretaria da Fazenda do Estado.

Distribuição dos recursos do DNER 1993 - Projeto de Lei US$ 1.000

Estado	Constr.	%	Conserv.	%	Restaur.	%	Total	%
CENTRO-OESTE			17.904	10,03	39.875	14,37	57.778	9,55
NORTE	6.071	4,07	57.008	31,94	22.018	7,93	85.097	14,06
NORDESTE			41.108	23,03	93.245	33,60	134.353	22,20
SUL			29.432	16,49	33.281	11,89	62.713	10,36
SUDESTE	143.152	95,93	33.022	18,50	89.118	32,11	265.292	43,83
TOTAL	149.223	100,00	178.474	100,00	277.537	100,00	605.234	100,00

Orçamento de investimento (Estatais) - 1993 - Regionalização

	Proposta	Distr. %
Região Norte	1.757.097.829	6,58
Região Nordeste	4.893.203.887	18,35
Região Sul	1.578.372.463	5,92
Região Centro-Oeste	1.147.790.528	4,30
TOTAL	26.672.328.977	100,00

PROPOSTA PARA MUDAR

A posição do governo do Rio Grande do Sul sobre a deformação que o artigo 45 da Constituição hoje introduz no sistema representativo do país pode ser sintetizada nas seguintes conclusões:

1. A desproporção da representação na Câmara dos Deputados dos diferentes estados desfigura a federação, comprometendo-lhe o equilíbrio e a coesão, pois transgride o princípio da eqüidade entre os estados quanto ao valor do voto na definição da composição da Câmara.

2. Essa desproporção compromete também a essência da democracia representativa, pois introduz a desigualdade quanto ao valor do voto entre cidadãos de estados diferentes.

3. A representação paritária dos estados no Senado agrava essa distorção representativa. Entretanto, embora a representação proporcional seja colidente com a lógica da representação dos estados no Senado, inerente ao bicameralismo federal, é possível pensar, em termos de reforma constitucional, num modelo de representação política na câmara alta que estratifique os estados em grupos segundo a magnitude da população de cada um, atribuindo-lhe um número de representantes adequado ao grupo a que pertence, como estabelece a Constituição da República Federal da Alemanha para o Conselho Federal. Tal modelo reduziria, no limite compatível com a natureza do bicameralismo federal, a sobre-representação dos estados menos populosos no Senado Federal.

4. A desproporção no sistema representativo da federação tem sido responsável pela disparidade na relação extração fiscal e despesa pública da União, incluído o investimento também entre os diferentes estados e em prejuízo dos estados do sul.

5. Essa deformação representativa reproduz-se invariavelmente na composição de todas as comissões da Câmara e do Senado, e das comissões mistas do Congresso, incluídas a do Orçamento Público e Fiscalização e aquela que examina os desequilíbrios econômicos inter-regionais, nas quais a representação dos estados do Sul tende à irrelevância e à marginalidade.

6. Finalmente, essa deformação, que já compromete o adequado funcionamento do regime presidencial, será particularmente desastrosa com a adoção do sistema parlamentar de governo, para o qual parece tender a nação, no qual caberá precisamente à Câmara dos Deputados a faculdade de nomear e destituir permanentemente o Conselho de Ministros.

> "DEVEM INGRESSAR NA AGENDA NACIONAL OS PRINCÍPIOS DA DESCENTRALIZAÇÃO POLÍTICA E DA DESCONCENTRAÇÃO ECONÔMICA, COM A EFETIVA E PERMANENTE PARTICIPAÇÃO DO POVO"

Com o propósito de instituir a representação verdadeiramente proporcional na Câmara dos Deputados , prevista no *caput* do artigo 45 da Constituição, o governo do Estado do Rio Grande do Sul recorrerá à via judicial, que consistirá na ação de inconstitucionalidade contra aquele texto, junto ao Supremo Tribunal Federal.

Pois o federalismo está igualmente edificado sobre o controle, pelo poder judiciário, da constitucionalidade das leis federais e estaduais e mesmo daqueles preceitos particulares da Constituição que violam inequivocamente os principios básicos que superordenam a Constituição, entre os quais a própria federação, a igualdade do voto entre os cidadãos de diferentes estados na república federativa e a representação proporcional, inscrita no *caput* do artigo 45 da Constituição.

Referências bibliográficas: Desenvolvimento Regional - Um problema político, Otomar de Carvalho, Editora Campus/A História do BRDE, Pedro Dutra Fonseca, edição BRDE/A Economia Gaúcha e os Anos 80, vários autores, FEE/Estratégia do Desenvolvimento Brasileiro, Cibilis da Rocha Viana, Civilização Brasileira/Crise Regional e Planejamento, Amélia Cohn, Editora Perspectiva/Análise Governamental de Projetos de Desenvolvimento, vários autores, edição IPEA/O Regionalismo Gaúcho, Joseph Love, Editora Perspectiva.

Confiança na Comissão

Em nome do povo gaúcho, quero expressar a confiança na seriedade com que a Comissão Especial Mista que estuda os desequilíbrios regionais realiza seu trabalho.

Temos a convicção de que a responsabilidade e o espírito público dos parlamentares que formam a Comissão, que tem como presidente o senador Élcio Alvares e como relator o senador Beni Veras, levará, sem dúvida nenhuma, à fixação de diretrizes capazes de permitir um planejamento que estabeleça as bases de um desenvolvimento harmônico para todas as regiões do país.

Não podemos desconhecer que os desequilíbrios sociais e regionais, as deformações e mutilações institucionais e políticas são a semente dos movimentos separatistas.

O risco de desagregação social e de desintegração territorial existe, e só medidas eficientes e competentes, como as que a Comissão certamente indicará, podem evitar conseqüências danosas à unidade nacional.

ALCEU COLLARES
Governador do Estado do Rio Grande do Sul

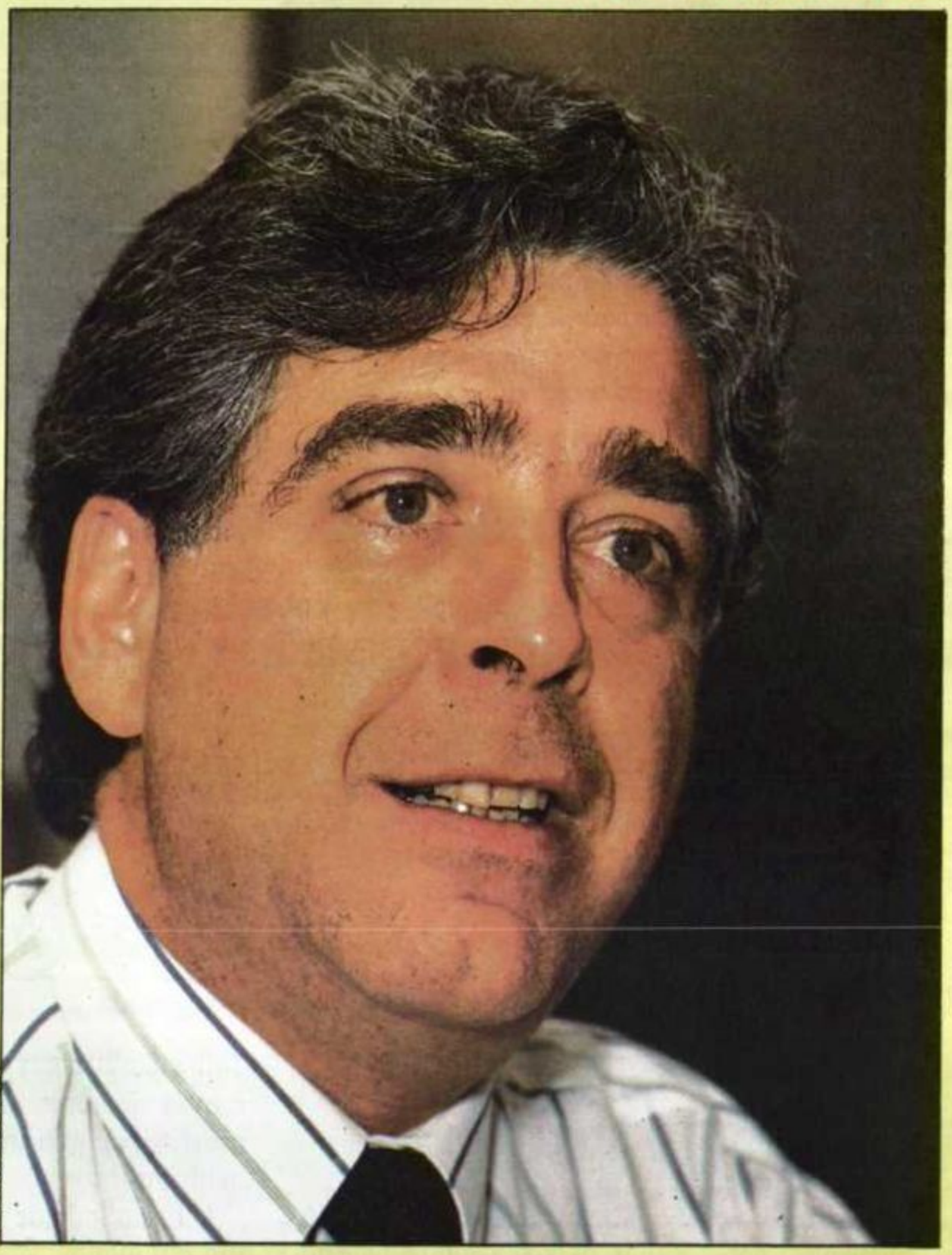
O BANCO FORTE
DOS GAÚCHOS
banrisul
BANCO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL, S. A.

GOVERNO
DO ESTADO
A FORÇA QUE VEM DO POVO

Suplemento de IMPRENSA nº 64

CADERNO DE MÍDIA

O JORNALISMO DA PROPAGANDA



FRANCISCO ESTRELA

No dia do sequestro

O Caderno de Mídia conversou com Geraldo Alonso Filho



Dois anos de bom trabalho

Em grande estilo, Ana Carmen Longobardi está terminando seu mandato como presidente do Clube de Criação de São Paulo com o lançamento do *17º Anuário de Criação*. Mesmo em tempos de crise, o Clube produziu um anuário de excelente qualidade. "Pela primeira vez pudemos contar com um diretor de arte, o Paschoal Fraba Neto, e dois produtores gráficos", festeja Ana Carmen. Outra novidade é que a edição de 1992 foi lançada no mesmo ano em que os trabalhos foram julgados e premiados. Além do anuário, o Clube de Criação também trabalhou na segunda edição do concurso Caça-Talento, para estudantes de publicidade, e no Ponha a Boca no Microfone, dedicado a revelar novos nomes na locução publicitária.

Após dois anos de gestão, Ana Carmen não pensa em se candidatar à reeleição. "É preciso dar oportunidade a outras pessoas", explica. Para o novo presidente, que assumirá o Clube em março, Ana Camen dá uma dica: "O primeiro ano é de familiarização, para, no segundo, poder implantar novos projetos."



FRANCISCO ESTRELA

Ana Carmen: um *Anuário* classe A

Olhos postos no firmamento

José Alves, 52 anos e 30 de profissão, diretor de mídia da *Denison-SP*, adora olhar para o céu. Há 15 anos ele começou a se interessar por astronomia e, desde então, estudou muito e passou a acompanhar os fenômenos do universo. "Hoje tenho me dedicado pouco à astronomia, mas é só uma fase", diz Alves. "Acho que já vi tudo que podia ver, embora esteja sempre atento às novas descobertas dos cientistas."

Entre suas observações, ele destaca os eclipses dos satélites de Júpiter, os anéis de Saturno, estrelas duplas e triplas e o cometa Halley. "Fui uma das poucas pessoas de São Paulo que viram o cometa bonito e não precisei de equipamentos sofisticados para isso: só um binóculo", gaba-se. "Eu sabia o dia, o local e a hora certa para a observação", explica. Aliás, essa é a sugestão que Alves dá aos iniciantes: não são necessários muitos instrumentos para ver coisas interessantes: só um pouco de estudo.



FRANCISCO ESTRELA

José Alves: 15 anos olhando o céu

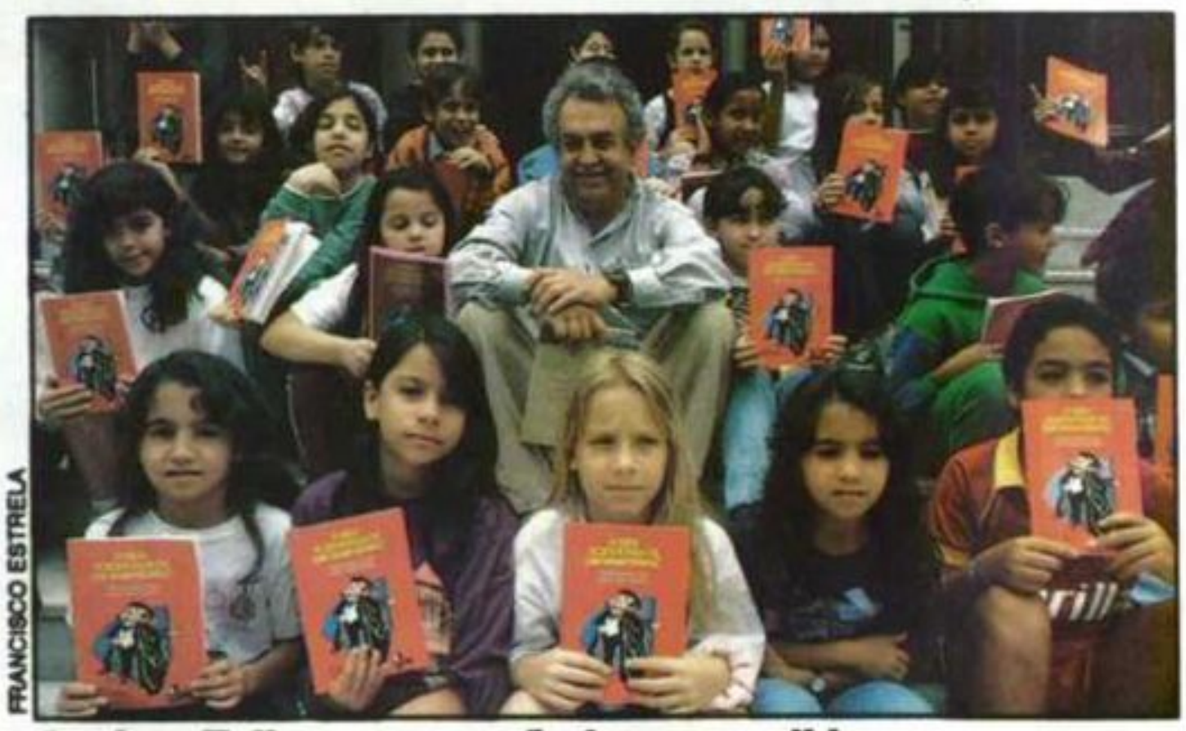


Um dinheirinho mais que bem-vindo

Em 1984 Antonio Luiz Accioly, ex-chefe do departamento de publicidade do *Jornal do Brasil*, foi demitido e processou o *JB* na Justiça do Trabalho. No final do ano passado veio a decisão: vai receber 313 mil dólares de indenização. De olho na bolada, Accioly comemora: "Nada mais justo."

Welcome to Rio de Janeiro

As Associações de Produtores de Comerciais, Brasileira de Propaganda e Comercial do Rio de Janeiro criaram o *Bureau de Cinema, Vídeo e Televisão*. Seu projeto é racionalizar os custos e atrair para o Rio a produção de comerciais e programas de TV.



FRANCISCO ESTRELA

Queiroz Telles: uma opção bem-sucedida

Em paz com a literatura

Carlos Queiroz Telles, 56 anos, deixou a publicidade no fim dos anos 70 para se dedicar à literatura. O começo foi difícil, "mas hoje essa é a minha atividade principal, e meu sustento vem dos livros que escrevo", afirma. No campo da literatura infanto-juvenil, Telles tem 20 obras publicadas e mais dez com lançamento previsto para este ano — todas muito utilizadas nas escolas.

O outro lado de seu trabalho é o humor: sua publicação de maior sucesso, *Manual do Cara de Pau*, já está na 6ª edição. Nessa área, Telles acaba de lançar *Homem, Manual da Proprietária* e *Mulher, Manual do Proprietário.*

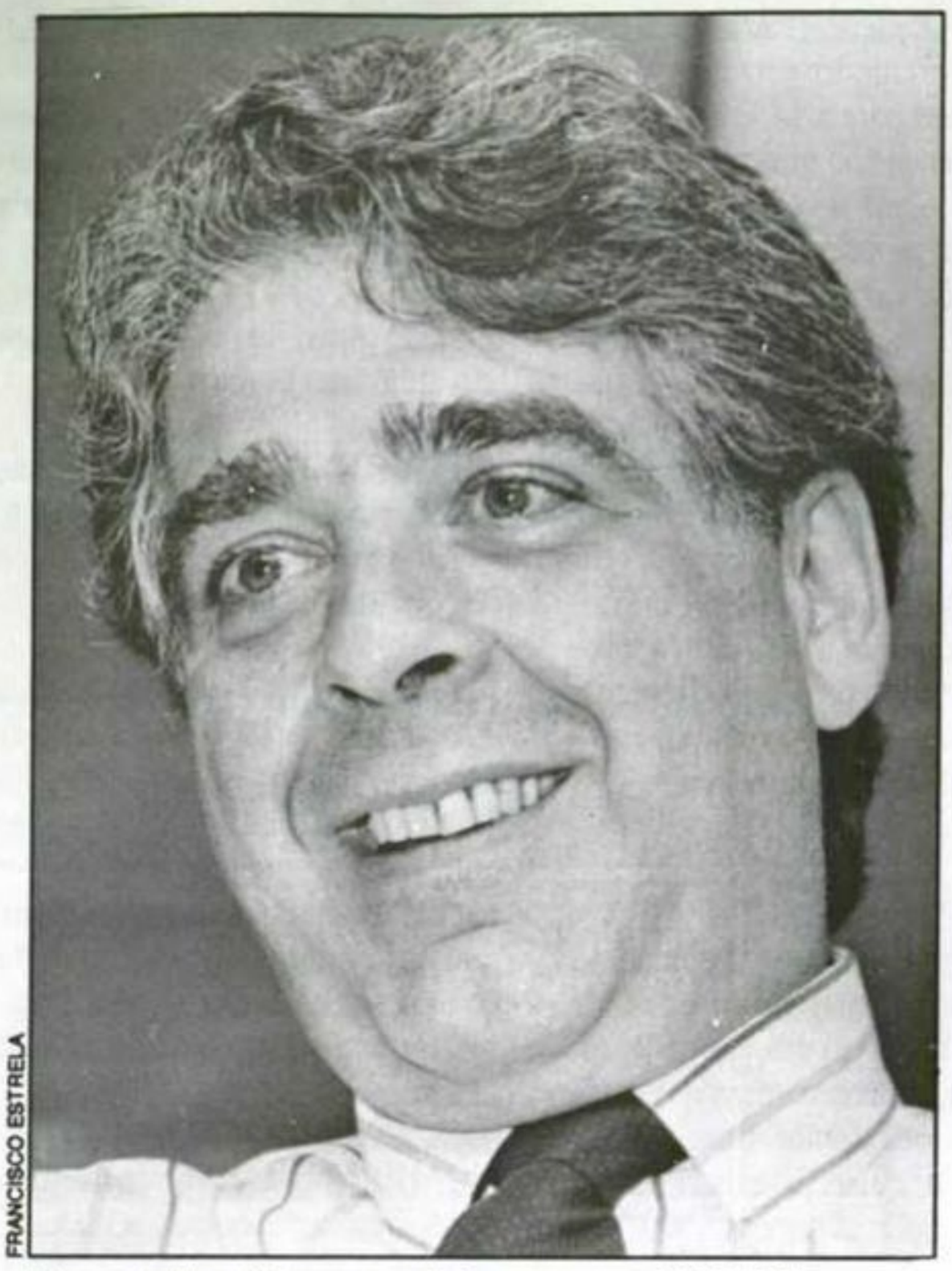
Ponha sua mensagem onde todo mundo vê.

Ag. da C.

CLUBE DE CRIAÇÃO LANÇA SEU MANUAL DE REDAÇÃO.

Vem aí o 18º Anuário do Clube de Criação de São Paulo.
Inscreva suas peças até 26 de fevereiro.
Você vai descobrir onde foi que você acertou e onde foi que nós erramos.
Maiores informações com a Vera: (011) 251-0766.

CCSP.



FRANCISCO ESTRELA

Alonso Filho: "Assumo minha responsabilidade"

Seis horas antes do sequestro

O Caderno de Mídia entrevistou Geraldo Alonso Filho

por Gerson Sintoni

Passava pouco das duas horas da tarde de 8 de dezembro, quando Geraldo Alonso Filho, 44 anos, recebeu a reportagem do **Caderno de Mídia** *para esta entrevista em uma ampla sala de reuniões, no 10º andar da Norton, uma das dez maiores agências do país, da qual é presidente desde 1988. Extrovertido e bem-humorado, Alonso Filho falou por mais de uma hora sobre vários dos seus planos - principalmente, daqueles ligados à* International Advertising Association (IAA), *da qual acaba de ser reeleito presidente. Seis horas depois, ele era levado da porta de sua casa, no Morumbi, por sequestradores. Esta é sua última entrevista desde então.*

IMPRENSA — A questão da sucessão na *Norton*, quando da morte de seu pai há quatro anos, foi resolvida sem grandes entraves. A profissionalização da agência, desde então, já estava resolvida?

Alonso Filho — Meu pai morreu de maneira inesperada, mas a *Norton*, do ponto de vista diretivo, já era profissionalizada. Todos os cargos diretivos da agência eram e são ocupados por profissionais. Raras vezes a agência se caracterizou como uma empresa familiar. Os dois únicos profissionais da família eram meu pai e eu. A profissionalização e mesmo a sucessão foram feitas sem traumas porque já existiam.

IMPRENSA — Quais foram as mudanças que você imprimiu à *Norton* ao assumir sua direção?

Alonso Filho — Basicamente, a *Norton* ganhou um novo desenho diretivo. Tornei-me presidente e o cargo que ocupava, o de vice-presidente-executivo, foi extinto. Criamos também as direções das agências em São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre. E meu irmão, que não trabalhava na agência, assumiu a vice-presidência administrativo-financeira.

IMPRENSA — Você acaba de ser reeleito para o segundo mandato à frente do capítulo brasileiro da *International Advertising Association* (*IAA*)...

Alonso Filho — É meu segundo mandato e, por mudança de estatuto comandada por mim, será o último.

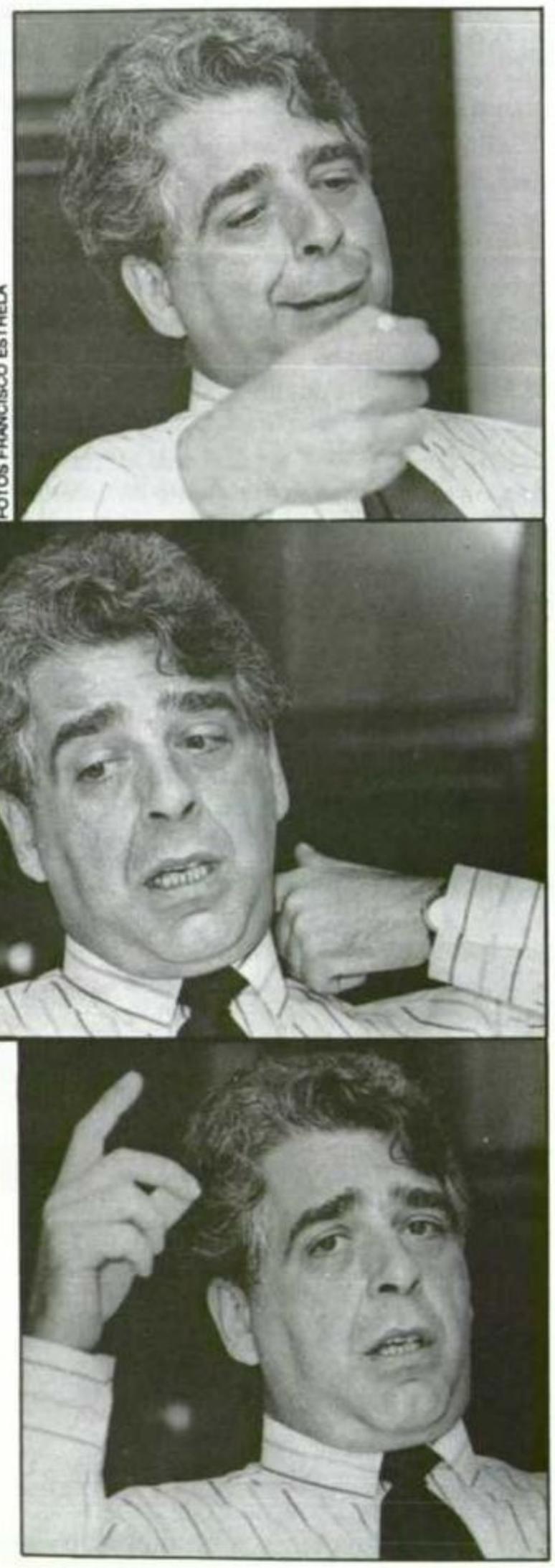
IMPRENSA — Por quê?

Alonso Filho — No final de 1990, fui convidado a assumir a presidência do *IAA* que, por força de circunstância, havia perdido força. Nosso esforço nesses dois anos foi o de resgatar o quadro associativo, menos do ponto de vista quantitativo e mais do ponto de vista qualitativo. E fazer com que a *IAA* começasse a se reunir novamente. O nosso quadro diretivo tinha nomes importantes como o dr. Roberto Marinho, Roberto Civita, entre outros, gente que não dispunha de tempo para reuniões. Fiz questão de preservar determinados papas como membros do Conselho Superior, mas constituí uma diretoria atuante. E fico feliz porque, hoje, coincidentemente, os presidentes das principais entidades que reúnem o nosso negócio fazem parte da diretoria da *IAA*.

IMPRENSA — Você ainda não respondeu o porquê da reeleição.

Alonso Filho — Nesses dois anos, fizemos um trabalho ainda pouco visível de reorganização, de redefinição da nossa missão, coisa que nos tomou muito tempo. Lançamos também as sementes de um trabalho muito importante, que ainda está em gestação. Estamos coordenando o primeiro banco de dados lati-

"É da natureza da comercialização de idéias uma certa intangibilidade. Conseqüentemente, a propaganda precisa de algum tipo de regulamentação"



FOTOS FRANCISCO ESTRELA

no-americano de publicidade. Essa idéia surgiu a partir da seguinte constatação: era muito difícil conseguir novos sócios para a *IAA*, na medida em que ela, efetivamente, não prestava serviços aos seus associados. Com o banco de dados, esperamos quebrar essa rotina. Por tudo isso, achei extemporâneo deixar agora a *IAA*.

IMPRENSA — E que informações existem nesse banco de dados?

Alonso Filho — Teremos desde informações genéricas, como renda *per capita*, população dos países latino-americanos, até informações mais detalhadas do tipo principais agências, jornais, TVs, anunciantes, premiações locais, códigos de defesa do consumidor, sistemas de auto-regulamentação, legislação, entre muitas outras coisas.

IMPRENSA — A partir de quando esse serviço estará funcionando?

Alonso Filho — Estamos ainda coletando e organizando os dados. Imagino que, a partir do ano que vem, o banco já esteja operando. Nossa idéia é implantar um sistema que também seja capaz de armazenar imagens. Se alguém, por exemplo, quiser conhecer os dez filmes mexicanos mais criativos de 1992, poderá obter uma cópia pelo computador.

IMPRENSA — Há pouco você se referiu a uma mudança no estatuto da *IAA*. O que foi mudado, afinal?

Alonso Filho — Descobrimos que o nosso estatuto não estava adequado ao da matriz da *IAA*, em Nova York. Lá o vice-presidente de uma gestão torna-se automaticamente o presidente da gestão seguinte — o que assegura um processo de continuidade muito importante para a entidade. O capítulo brasileiro agora funciona assim. A outra coisa que fiz questão de estabelecer foi um limite para a presidência. O presidente só pode exercer dois mandatos. Enquanto a associação existir seus estatutos garantem sua renovação.

IMPRENSA — Você é favorável à revisão da Lei nº 4.680?

Alonso Filho — O negócio da propaganda é algo muito frágil, na medida em que o nosso produto são idéias. Quanto custa uma idéia? Quando a idéia nasce tem um valor. Se funciona, tem outro e, se não funciona, perde o valor. Faz parte da natureza da comercialização de idéias essa intangibilidade. Conseqüentemente, o nosso negócio necessita de algum tipo de regulamentação, que é o caso da Lei nº 4.680. Se a lei está velha, se necessita ser alterada, então vamos revisá-la. O grande problema é que, circunstancialmente, estamos vivendo um quadro político complicado. Ainda estamos discutindo quando o impeachment vai ser analisado, não sabemos ainda qual é o presidente legal do país. Ao discutir a lei da propaganda num momento como esse, corremos o risco de piorá-la

IMPRENSA — Esse argumento também vai na linha de que o momento recessivo pelo qual o mercado passa não é o mais indicado a uma reforma da lei.

Alonso Filho — Bem, desse ponto vista eu diria até que o mercado já se adaptou. Mas eu não acho isso bom.

IMPRENSA — O que você quer dizer com "se adaptou"?

Alonso Filho — Que já aconteceram negociações abaixo dos 20%.

IMPRENSA — Nesse caso, as agências que cumprem a lei estão em desvantagem, não é mesmo?

Alonso Filho — Veja, a lei não proíbe outros sistemas de remuneração como o sistema misto, ou o *fee*. Na *Norton* temos clientes que nos remuneram por *fee*. Isso está absolutamente dentro da lei. A verdade é que o mercado já opera com algumas fórmulas mistas dentro da lei.

IMPRENSA — Quem se coloca ao lado da lei argumenta que a sua inexistência acabou dilapidando o mercado publicitário. O exemplo notório seria a Argentina. Mas ninguém fala dos Estados Unidos, por exemplo.

Alonso Filho — Nos EUA realmente não existe uma lei federal como aqui. O que existe são usos e costumes. Mas não sei informar se existem leis estaduais regulamentando o negócio publicitário. Mas a questão americana é diferente. O americano, quando começa qualquer negócio, já reserva uma parte de sua verba para marketing e para propaganda. Tenho um amigo americano microempresário que tem uma fábrica de fundo de quintal. E não importa se são 100 dólares. Todo mês ele investe em propaganda. Ou seja, diferentemente do brasileiro, o empresário americano é *communication oriented*. Por isso, tenho minhas dúvidas quando dizem que o brasileiro é bom de marketing. O Brasil, por exemplo, é o maior produtor de café do mundo. Mas hoje o café de melhor imagem é o da Colômbia. Os produtores colombianos gastam cerca de US$ 100 milhões para promover seu café. O Brasil não gasta um tostão.

IMPRENSA — O que a *Norton* fez para enfrentar o mercado recessivo?

Alonso Filho — A *Norton* nunca teve gorduras extraordinárias, por força de formação. Nunca tivemos chofer de diretoria, esse tipo de mordomia burra. Nos últimos três anos diminuímos o número de profissionais, mas foi um processo bastante lento. E isso aconteceu porque introduzimos o computador em nosso sistema de trabalho, de maneira a otimizá-lo. Nesse período, investimos mais de 500 mil dólares em máquinas, softwares e treina-

mento. Outro coisa que adotamos foi a terceirização. Áreas tradicionais na *Norton*, como estúdio fotográfico, promoção, relações públicas, foram inteiramente terceirizadas.

IMPRENSA — Existe no mercado uma teoria pregando que as agências devem se concentrar no seu negócio-fim — a propaganda — e deixar as atividades paralelas na mão de terceiros. A *Norton* estaria indo nessa direção?

Alonso Filho — Essa é a realidade do mercado, por força da recessão e também por uma certa falta de visão. Mas não concordo com ela. Nosso negócio não é apenas o anúncio, o filme de televisão. Nosso negócio é comunicação. Se a solução de comunicação do cliente é um projeto de relações públicas ou uma promoção, ou marketing direto, isso faz parte do nosso negócio. Não querer entendê-lo em sua complexidade é um erro.

IMPRENSA — Isso significa que a agência deva ter departamentos estuturados para atender a essa eventual necessidade do cliente ou não?

Alonso Filho — A *Norton*, pelo menos, está se preparando para isso. Uma coisa é operar com departamentos próprios, o que não é obrigatório. O problema é que existe um desconhecimento generalizado de agências e clientes em torno de áreas específicas da comunicação. Nós, por exemplo, havíamos estruturado um departamento de comunicação dirigida e tivemos de encerrá-lo quando a recessão começou a apertar. Mas essa idéia continua nos parecendo extremamente adequada.

IMPRENSA — Como a *Norton* está fechando o ano?

Alonso Filho — Em meio aos solavancos e incertezas, o resultado final até novembro nos dá um crescimento real de 8% em dólar. O que eu reputo excepcional. Mas foi um crescimento muito sofrido, nem deu pra curtir. O nosso objetivo para 1992 era repetir o desempenho do ano passado. Teremos um crescimento real na receita. Mas, seguramente, o crescimento na despesa é muito alto. O que significa dizer que a nossa rentabilidade baixou a níveis perto de zero. A rentabilidade da propaganda — excluindo receita financeira — é bastante baixa.

IMPRENSA — E quais as perspectivas para o ano que vem?

Alonso Filho — O ano que vem, teoricamente, tende a ser igual ou um pouco melhor do que 1992. Do ponto de vista de coerência, atitude, mesmo com todas as críticas que possam ser feitas ao Itamar, acho que o seu governo corre o risco de resgatar algo fundamental: a dívida social. Quando o presidente diz, por exemplo, para a Eletrobrás aumentar seus preços abaixo da inflação, ele, na verdade, está pedindo que a empresa se ajuste à sua estrutura. O Joelmir Beting costuma dizer que o Brasil não tem uma inflação de demanda, de oferta; tem uma inflação de custo. Nós estamos desalinhados internacionalmente porque temos imposto demais, somos improdutivos, somos o país mais perdulário do mundo em todos os negócios. Dentro dessa ótica, acho que a mineirice do Itamar pode ser mais adequada do que o Jardim da Dinda.

IMPRENSA — Qual seria o compromisso da propaganda no resgate dessa dívida social?

Alonso Filho — O problema do país é de todos e não só da propaganda. Só sairemos do buraco no dia em que cada um de nós assumir sua responsabilidade. Uma pesquisa recente do *DataFolha* mostra que o jornalista e o jornalismo, o publicitário e a publicidade estão entre as dez atividades mais respeitadas e críveis, segundo a população brasileira. Só isso mostra que temos muito a ver. Somos parte de uma elite de profissionais em quem as pessoas acreditam. De minha parte, ao aceitar a presidência do *IAA*, ao fazer uma campanha gratuita, ao fazer palestras em faculdades, estou dando a minha contribuição, porque acredito que o país vai melhorar.

IMPRENSA — O *Instituto Geraldo Alonso* teria o objetivo de contribuir nesse sentido?

Alonso Filho — O *Instituto* foi criado em 1988, depois que o meu pai morreu, com dois objetivos. Primeiro, a vertente do passado, que é tentar resgatar a memória da *Norton* e da propaganda brasileira. A outra vertende é a do futuro. Estar cada vez mais próximo do jovem. Se o país tem alguma chance, seguramente a chance passa pela juventude.

IMPRENSA — Mas parece que o *Instituto* andou inativo em 1992.

Alonso Filho — Por um motivo simples: com a extinção da Lei Sarney e quase nenhum incentivo para uma entidade sem fins lucrativos, o *Instituto* hoje depende fundamentalmente de doações e da *Norton*. Mas agora, no final do ano, voltamos a contratar uma pessoa que está coordenando a organização de documentos.

IMPRENSA — Qual é o segredo da *Norton* para abocanhar sistematicamente as contas de governo?

Alonso Filho — Profissionalismo. Sempre tratamos as contas do governo como se fossem da iniciativa privada. Tivemos, por exemplo, por dez anos a conta do Banespa. Passamos por cinco ou seis diferentes presidentes do banco, porque sempre fizemos um trabalho bom, sério e profissional.

IMPRENSA — Como vai a *Nort-West*, a segunda agência que vocês criaram em 1990?

Alonso Filho — Ela teve um desempenho excepcional esse ano. Deve ter um crescimento em torno de 20%, 30% em relação a 1991, e está fazendo um trabalho de alta qualidade.



"A propaganda está entre as dez atividades nas quais a população mais acredita. Nossa responsabilidade, portanto, é grande no trabalho de fazer o país sair do buraco"

O peso da fatura pendurada

No negócio publicitário, os mais afobados quase sempre comem cru


FRANCISCO ESTRELA

por Wladir Dupont

Há poucas semanas o jornalista conheceu o caso de uma grande agência e a luta de sua equipe na tentativa, durante acirrada concorrência, de ganhar uma determinada conta. Ao longo de um mês, a agência investiu recursos — dinheiro e gente — para montar sua apresentação, incluindo sério diagnóstico da situação da empresa no mercado, um trabalho próprio de consultorias de marketing. Campanha apresentada, relatório circulado entre os executivos, a tal agência acabou perdendo a concorrência. Perdeu para outra agência, mais flexível, digamos assim, na hora de negociar os termos da conta. A perdedora investiu ao redor de 50 mil dólares e, claro, não viu um centavo de retorno, além de amargar a derrota diante de um adversário mais ousado comercialmente. Isso é o que se chama, muito generosamente no mercado, de campanha especulativa.

Força de cliente

Caso recente no mercado indica tendência que vai surgindo, fortalecendo o papel do cliente em sua relação com a agência: empresa fez questão de escolher executivo de atendimento para cuidar da conta. A agência concordou e saiu no mercado à caça desse profissional, com cacife para ganhar no mínimo 8 mil dólares/mês. Concordou porque se trata de cliente importante, dono de gordas verbas publicitárias. Dizem reputados executivos do setor de atendimento que o caso, embora incomum, pode marcar novo caminho nessa sempre complexa relação cliente-agência.



Gente feliz, muito feliz

Perguntinha aos criadores de comerciais: que bancos são esses, mostrados na televisão, nos quais os funcionários, gerentes e caixas incluídos, sorriem amavelmente aos clientes, mostrando-se prestimosos e eficientes? Tudo bem, sabemos, a propaganda é, pela própria natureza, atividade otimista, para a frente, mas não se deve exagerar nesse tratamento róseo de uma realidade diária bem diferente, conhecida dos clientes de bancos. Os tempos não estimulam sorrisos e cortesias especiais, sobretudo na área bancária, onde os salários são baixos — para não dizer obscenos. Ainda nessa seara, me pergunto, intrigado, se de fato existem funcionários tão dedicados e apaixonados pelo seu trabalho e pela empresa, como aqueles de uma tradicional fábrica de refrigeradores. No comercial eles aparecem encantados e orgulhosos com sua atividade. A agência fez, é claro, sua pesquisa de campo e concluiu por esse clima "somos uma família unida e feliz". Mas a coisa, no final, soa um pouco falsa. Matéria de reflexão.


FRANCISCO ESTRELA

Nizan Guanaes

Campanha de dar inveja

Divergências à parte, incluindo críticas sobre métodos de trabalho e estilo pessoal, vários publicitários de São Paulo concordam numa coisa sobre Nizan Guanaes, da DM-9: a campanha da Sharp é o tipo do trabalho que eles gostariam de ter assinado. Brilhante, divertida, oportuna, com escolha feliz e certa de atores, produtora, texto, luz e montagem. Foi uma das grandes campanhas do final de ano, e certamente deve ter aquecido as vendas do cliente, num ramo no qual a concorrência é forte. O conhecido naturalismo dos atores globais, um dos fatores de sucesso das novelas, aqui funciona muito bem, dando um toque de espontaneidade ultimamente raro em comerciais. Com exceção, claro, da imbatível campanha da Brastemp, da Talent. Esta da Sharp chega muito perto, e confirma uma tendência já detectada na propaganda brasileira: a DM-9 é a agência com a cara dos anos 90. Agora é só saber administrar o sucesso.



O desafio de Loducca

A contratação de Celso Loducca, 34 anos, como vice-presidente de criação da *FCB* (Foot Cone & Belding)/*Siboney*, depois de carreira meteórica em outras agências de prestígio em São Paulo, merece considerações um pouco além da pura notícia. Loducca, há quatro anos "paquerado" pela agência, só topou o desafio agora porque, finalmente, suas condições de trabalho teriam sido aceitas pelos donos do negócio — entre elas, carta branca para montar sua própria equipe e mudar, nesse processo, estrutura e mentalidades internas, dando uma cara mais criativa à agência. Aí talvez esteja o problema maior — fato, aliás, não ignorado pelo próprio profissional. Todo o barulho de agora foi igual ao de tempos atrás, quando a casa recrutou outro executivo de prestígio, João Dória Jr. Ele durou pouco, pois logo sentiu pisar em campo minado, cheio de vícios locais e interferências externas. Impossível trabalhar assim. Como reagirá a tudo isso Loducca, profissional brilhante, extrovertido, acostumado a criar com autonomia, sem preocupações menores, coisas do tipo "não pode comprar clips nem apontador de lápis"? Conseguirá de fato, com recursos limitados, dar essa virada criativa? O máximo que o mercado pode fazer, imprensa incluída, é torcer pelo seu sucesso. Se não acertar, então é porque a *FCB/Siboney* não quer mesmo mudar nada.



RP à toda velocidade

Registro de fenômeno curioso nesta atividade de jornalista publicitário: de junho até o final do ano, duas empresas de RP, a Madia & Associados e a RP Consult, esta do experiente Nemércio Nogueira, trabalharam intensamente na tentativa de convencer a Imprensa das virtudes e qualidades de seus clientes. Nem sempre conseguiram isso, é verdade, mas o importante é ressaltar a qualidade do material de comunicação e sobretudo a seriedade desse trabalho contínuo — nem sempre bem compreendido pelos jornalistas. Às vezes, os profissionais de RP e assessoria de Imprensa são insistentes nesse corpo-a-corpo com os jornalistas, mas bastaria que estes tivessem um pouco mais de paciência e menos preguiça para descobrir, em meio a boa dose de abobrinhas pomposas, gente e fatos interessantes.

Parceria confiável

Ainda no setor de RP e assessoria de Imprensa, outra boa novidade: a segunda edição da newsletter *Parceria*, editada pela *LVBA Comunicação*, fundada pelo saudoso jornalista Valentim Lorenzetti e hoje tocada por Flávio Valsani e equipe — incluindo a filha de Valentim, Gisela, diretora de atendimento. Dirigida a clientes e fornecedores, a bem-editada publicação bimestral trata de problemas da moderna comunicação, com ênfase excessiva, pelo menos neste número 2, nos benefícios prestados pela empresa a seus clientes. Ou seja, no lugar de matérias técnicas, de enfoque mais ambicioso, entram textos institucionais em estilo laudatório, mais adequados a folheto de mala direta para vender serviços. Problema de enfoque pode e deve ser corrigido, pois é conhecida a seriedade e a competência da LVBA no mercado da comunicação de marketing.

Enfim, uma promoção séria

É da empresa pernambucana Cia. de Produtos Pilar, fabricante de biscoito, massas e café, e de sua agência, a *Propeg Nordeste*: em vez de sortearem entre os consumidores carros, casas, conjuntos de som e outros bens de consumo, dão ao sorteado o privilégio de escolher o que ele gostaria de ganhar para montar seu próprio negócio — um táxi, um mercadinho, um carro. Em sua primeira fase, a campanha, denominada "Negócio da minha vida", distribuiu 240 mil dólares entre seis sorteados, contribuindo dessa forma para a geração de impostos, empregos e o fortalecimento da economia regional (Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas e Sergipe).

Cenas de agência



ARQUIVO

Mauro Salles

Houve tempo, anos 70, em que as agências de propaganda eram obrigadas, por cortesia e até por questões de sobrevivência, a agüentar bravamente a interferência de executivos americanos mandados pelas grandes multinacionais, das matrizes dos clientes aqui no Brasil. Há, nessa área, episódios fantásticos, alguns hilariantes, outros patéticos, mas todos, sempre, trazendo aquele travo amargo da presença do estrangeiro com mentalidade de colonizador. No caminho, o gringo encontrava, muito raramente, alguma resistência digna e competente do nativo. Alguns conselhos dados pelos homens tinham consistência, outros eram um transplante precário de técnicas comprovadas na terra deles. O dia em que Mauro Salles, o maior conhecedor desses episódios — pois viveu muitos deles, sempre driblando com malícia e inteligência as tais visitas incômodas —, decidir contar essas histórias terá nascido um forte e ilustrativo capítulo da propaganda brasileira nos últimos 50 anos.



Da memória

Palmeirense fanático questiona crítica sobre as novas camisas dos clubes brasileiros, em nossa opinião todas maculadas pela presença de marcas comerciais em letras enormes. Para o leitor, a nova camisa do Palmeiras, encomendada pelo patrocinador italiano, é muito mais bonita e moderna que as anteriores. Como se trata aqui de questão de gosto pessoal, e em nenhum momento consideramos as implicações comerciais do assunto, não há como continuar discutindo. O fato é que a camisa verde garrafa de antes, com o P de Palmeiras em branco, dentro de um círculo, tinha, para os torcedores, um forte apelo emocional. Daí o nome carinhoso de "Verdão" dado ao clube. Mas há casos mais mutiladores do que o do Palmeiras nesse problema das camisas dos jogadores. Voltaremos a criticar.



FRANCISCO ESTRELA

Geraldo Alonso Filho

Pobres meninos de rua

Há alguns anos a Norton vem colaborando, gratuitamente, com a Associação Cristã de Moços (ACM), de São Paulo, cuidando das campanhas institucionais da entidade. Até aí nenhuma novidade, pois outras agências também dão esse tipo de contribuição social. O novo e interessante no trabalho da Norton é, no caso da campanha mais recente da ACM, o toque pessoal do próprio Geraldo Alonso Filho, presidente da agência, que se envolveu diretamente com a criação, elaborando o conceito da campanha e que dá título ao melhor e mais contundente dos três anúncios veiculados agora na Imprensa paulistana — "Espécie em extinção. Espécie em Expansão." Ou seja, enquanto muita gente se preocupa com as espécies animais em extinção nas florestas brasileiras, cresce, por toda a área urbana do país, o número de pixotes, pivetes, trombadinhas, os chamados meninos de rua. Pena que jornais e revistas, alegando dificuldades de momento, não abriram maior espaço para a campanha, feita sem nenhum custo de veiculação. As peças têm redação de Carlos Fonseca e Wagner Solano, direção de arte de Bira de Assis.

IMPRESSA

O tesouro que pouca gente vê



O mapa da mina passa pelos segmentos que o mídia despreza


FRANCISCO ESTRELA

por Adélia Franceschini

"A classe média baixa do Brasil *não consome*. Nadinha, nadinha." Isto é o que parecem pensar os pernósticos anunciantes do país, já que não colocam um tostão em mídia popular voltada aos segmentos C e D. A grande evidência dessa falsa e até impossível premissa foi a dificuldade do *SBT* em comercializar seus espaços no programa que foi por anos a fio o líder de audiência aos domingos.

Regra geral — Entre os jornais e revistas voltados para esses segmentos, a luta é mais intensa que na mídia eletrônica popular. Imagino os anunciantes dos mais variados produtos sublimando o perfil dos respectivos consumidores: "De classe AB, bonitos e sofisticados que só vêem *Globo*." A definição do *target* talvez seja mais uma projeção do que o anunciante gostaria que fosse que o retrato verdadeiro do público. Há, talvez, um pouco de desvio dos mídias na programação dos anúncios de um grande rol de produtos. Mas, de qualquer forma, é o anunciante que aprova o plano de mídia.

No Brasil, tal como caracteriza o brilhante João Ubaldo Ribeiro, a chamada elite não gosta de ver a cara do povo e muito menos não se dispõe a participar de mídias populares.

O jornal *O Dia*, do Rio de Janeiro, tem uma das melhores performances do país, com quase 500 mil exemplares de circulação auditados pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC). Mesmo assim, o mercado anunciante hesita em reconhecer sua importância, mesmo três anos depois da grande alteração editorial e gráfica do jornal. O *Diário Popular* e *A Gazeta Esportiva*, ambos de São Paulo, sofrem a mesma discriminação. Mesmo quando *A Gazeta Esportiva* apresentava circulação altíssima para padrões paulistas, não se registrava o número de inserções publicitárias proporcional ao seu desempenho. Contudo, vê-se anúncio de caderneta de poupança na *Gazeta Mercantil*. Sem comentários.

Pelo novo critério de classificação social da Abipeme, 57% da população brasileira são de classe C e D, contra 1% de classe A e 9% de B. Na Grande São Paulo e no Grande Rio, a proporção de classes C e D é ainda maior. Essa grande concentração — que o próprio bom senso nos avaliza — acaba por gerar enorme potencial de consumo nesses segmentos, mesmo que individualmente a classe AB consuma várias vezes mais.

Esse raciocínio não é regra geral para toda sorte de produtos, mas para a maioria deles. De cerveja a pneus, de snacks a brinquedos, não há como a reduzida classe AB bater o volume absorvido pelos segmentos médios. Dá para pensar.

ELETRÔNICA

Um belo gol da Cultura



A emissora pública paulista invade área do gosto popular


FRANCISCO ESTRELA

por Neyza Furgler

Numa pesquisa qualitativa coordenada recentemente pelo Escritório de Decisão, foram realizadas discussões em grupo com vários tipos de público — crianças, jovens, mulheres e homens, de Ribeirão Preto e São Paulo, para avaliar a programação da *TV Cultura*. Verificou-se, nas entrevistas, que a emissora agora procura alternativas para todos os segmentos sociais.

Os entrevistados constatam uma mudança qualitativa na programação da *TV Cultura*, que tornou-se uma emissora mais moderna, deixou de ser maçante e, por isso, passou a fazer parte do leque de opções na escolha dos telespectadores.

Quanto maior o nível sócio-econômico e o grau de instrução dos entrevistados, melhor a *Cultura* é avaliada e assistida. O programa jornalístico do meio-dia, *Sessenta Minutos*, costuma ser assistido principalmente pelas pessoas do interior, que mesmo trabalhando fora têm o hábito de almoçar em casa.

Os programas infantis *Ra-Tim-Bum* e *Glub-Glub*, por entreter e divertir enquanto ensinam, são muito valorizados por todos os entrevistados. As mães se preocupam em que os filhos assistam a uma boa programação pela TV e gostam quando a emissora escolhida é a *TV Cultura*. Essas mães conhecem bem toda a programação infantil, pois, em geral, a televisão funciona como um pano de fundo (simulando o rádio) para seus afazeres domésticos.

Os adolescentes entrevistados procuram assistir ao programa *Mundo da Lua*, que tem apresentado excelentes índices de audiência; entretanto, têm de enfrentar, no mesmo horário, a concorrência dos noticiários das outras emissoras, que atraem a audiência dos adultos da família.

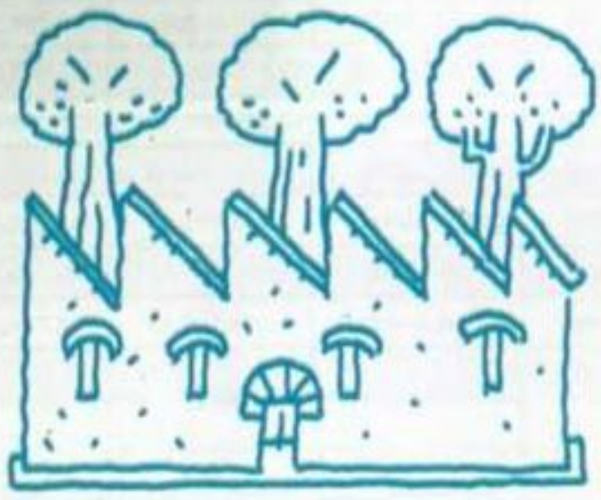
Horário nobre — O público jovem é o que se considera menos privilegiado, pela programação das emissoras de televisão. A exceção é o *Programa Livre*, do *SBT* — que, aliás, teve sua origem no *Matéria-Prima*, da *TV Cultura*, com o mesmo apresentador. Para esse segmento, a *TV Cultura* lançou pouco antes da pesquisa o *Fanzine*, programa de entrevistas, que já estava sendo muito apreciado e comentado pelos jovens entrevistados. A crítica ao programa referia-se ao pouco tempo de duração, o que demonstra o interesse dos jovens pelo *Fanzine*.

As mulheres ressentem-se da falta de programas mais inteligentes voltados para elas. Apesar da farta gama de novelas lacrimosas apresentadas no horário nobre, elas gostariam de ver reeditados programas de variedades dirigidos a uma mulher moderna e que atendessem a todos os papéis que desempenham na sociedade, não apenas à mãe/dona de casa.

Dos diversos segmentos pesquisados, os homens parecem sentir-se os mais privilegiados pelas diversas emissoras, principalmente devido à programação esportiva e aos noticiários.

Grupo Simão aposta no meio ambiente

Um acidente suscitou um plano de ação premiado e eficiente



por Cristina Mira

O meio ambiente não é mais assunto para meia dúzia de sonhadores abnegados, tal como ocorria há dez anos. Hoje, o assunto ganhou importância estratégica nas políticas empresariais e demonstrou, na prática, que é economicamente viável.

A história tem demonstrado que as empresas brasileiras geralmente acordam para a questão ambiental quando forçadas pela ocorrência de acidentes ou pela forte pressão da opinião pública. Foi o que aconteceu com as Indústrias de Papel Simão. Desde 1972 a empresa vinha investindo cerca de 20 milhões de dólares na melhoria dos seus equipamentos de controle ambiental, mas foi um acidente que mostrou à Simão que o grupo também precisava investir em comunicação.

O tal acidente ocorreu no inverno de 1990, na unidade de Jacareí, responsável pela produção de toda celulose consumida pelo grupo, durante a instalação de um incinerador de gases. Como, na época, a região sofria o fenômeno da inversão térmica, os gases emitidos pela fábrica demoravam a se dispersar, causando mau cheiro e protestos de moradores da vizinhança, ambientalistas e lideranças comunitárias. Imediatamente um plano de ação emergencial foi criado para restabelecer o diálogo com a comunidade e reparar os danos causados à imagem da empresa.

Roberto Barbosa Oliveira, gerente do Departamento de Relações Públicas da Simão, conta que esse primeiro plano de trabalho pretendia atingir diversos públicos, "desde a comunidade vizinha à fábrica até lideranças ambientalistas, políticas e comunitárias" — além da Imprensa, a diretoria e os 5.800 funcionários do grupo. "Não adianta projetar a imagem da empresa para o público externo, se não houver uma cultura interna que valorize o meio ambiente", diz Fernando Antônio da Silva, diretor de Qualidade Organizacional da Simão. "Essa questão transcende os muros da organização para chegar à casa dos indivíduos."

"Contribuição ambiental" — Logo depois do acidente, a Simão contratou a *Rushell e Associados Marketing Ecológico* para divulgar os valores ambientais na empresa. Rogério Rushell, diretor da *Rushell*, cercou-se de biólogos do movimento ecológico SOS Mata Atlântica e proferiu dezenas de palestras em todos os escalões da empresa: "A Simão investiu na educação ambiental e o resultado foi muito positivo", avalia.

Esse plano evoluiu dentro da organização e foi batizado de PCMA — Programa de Comunicação e Meio Ambiente. Sua primeira etapa projetou ações institucionais de impacto, como a edição de um folheto informativo das atividades ambientais da empresa, a edição de um livro de resgate histórico da comunidade, realização de uma campanha institucional regional e a criação de um programa *open-house* para os familiares dos funcionários.

A segunda etapa teve caráter preventivo e contemplou atividades técnicas e educacionais, entre as quais a implantação das Cima's — Comissões Internas do Meio Ambiente, realização de cursos e campanhas internas de conscientização ambiental, edição de cartilhas e jogos infantis. Após o primeiro ano de atividade, o PCMA foi implantado nas demais empresas do Grupo Simão e incluído na carta de princípios e valores da organização.

O sucesso do programa foi reconhecido publicamente quando a Simão, por sua atuação na área de Comunicação e Meio Ambiente, recebeu o Prêmio Opinião Pública 92, concedido pelo Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas (Conrerp). João Alberto Ianhez, presidente do Conrerp, diz que a entidade "tem procurado sempre incentivar ações desse tipo". Hoje, a Simão é a empresa com a maior visibilidade positiva na região do Vale do Paraíba, onde atua há decadas, e a que obteve o maior índice no quesito "contribuição ambiental" em relação às demais corporações presentes na região.

Programa avançado — Todo esse esforço não parou por aí. A Simão agora está lançando um jogo ecológico — *Uma Aventura na Mata Atlântica* —, que está prestes a receber o selo "Aprovado para Educação Ambiental" da Secretaria de Meio Ambiente do Estado de São Paulo. Renata de Andrade, da Coordenadoria de Educação Ambiental da secretaria, diz que a Simão é a única empresa a investir em jogos ecológicos dentro do Projeto Brinquedo. "O jogo é muito eficiente e tem um aspecto lúdico, sem o caráter da educação formal", explica.



Fernando Antônio: para além dos muros da empresa



Roberto: "Atingir públicos diversos"

Rogério Rushell, também responsável pela idealização do jogo, explica a opção pelo tema Mata Atlântica: "Trata-se de uma área muito rica em termos de biodiversidade. O jogo mostra às crianças aspectos da flora e da fauna, além de informações culturais, históricas e geográficas da região."

Em resumo: um projeto que pretendia apenas administrar uma crise emergencial transformou-se num avançado programa de relações públicas. A natureza agradece.

O MAPA DA MÍDIA — TELEVISÃO

Programação (São Paulo)

Gênero	Horário	Programa	Emissora	Exibição	Total Min. Semanal	Audiência	Público	Custo 30" Cr$	Custo 1% GRP (Cr$)	Custo por mil
Noticiário	07:00/07:30	Bom Dia Brasil	Globo	2a/6aF	150	4	140.000	9.379.000,00	2.344.750,00	66.992,86
	07:30/08:00	Bom Dia São Paulo	Globo	2a/6aF	150	6	252.000	9.379.000,00	1.563.166,67	37.218,25
	07:30/08:00	Brasil 07:30	Manchete	2a/6aF	150	*	11.000	701.400,00	-	63.727,27
	12:00/12:30	Acontece	Bandeirantes	2a/6aF	150	2	71.000	3.745.000,00	1.872.500,00	52.746,48
	12:00/13:00	Jornal da Cultura 60 Minutos	Cultura	2a/Sáb.	360	3	110.000	-	0,00	-
	12:00/13:00	Record em Notícias	Record	2a/6aF	300	2	84.000	2.844.631,00	1.422.315,50	33.864,65
	12:00/13:00	Gazeta Meio-Dia	Gazeta	2a/6aF	300	2	76.000	1.912.703,00	956.351,50	25.167,14
	12:45/13:25	São Paulo Já - 1a.Edição	Globo	2a/Sáb.	240	21	846.000	18.758.000,00	893.238,10	22.172,58
	13:00/13:30	Edição da Tarde	Manchete	2a/Sáb.	180	1	41.000	984.200,00	984.200,00	24.004,88
	18:30/19:00	Jornal da Record - Regional	Record	2a/6aF	150	2	97.000	7.671.106,00	3.835.553,00	79.083,57
	18:30/19:30	Aqui Agora	TVS	2a/Sáb.	360	16	647.000	40.205.400,00	2.512.837,50	62.141,27
	19:00/20:00	Jornal da Record - Nacional	Record	2a/6aF	300	3	106.000	13.395.480,00	4.465.160,00	126.372,45
	19:00/19:30	São Paulo em Manchete	Manchete	2a/Sáb.	180	1	34.000	3.039.100,00	3.039.100,00	89.385,29
	19:00/19:10	Jornal da OM	Gazeta	2a/4aF e Sáb.	50	1	53.000	22.583.000,00	22.583.000,00	426.094,34
	19:05/19:30	Jornal de São Paulo	Bandeirantes	2a/Sáb.	210	1	47.000	9.570.000,00	9.570.000,00	203.617,02
	19:30/20:30	Jornal Bandeirantes	Bandeirantes	2a/Sáb.	240	1	47.000	10.629.000,00	10.629.000,00	226.148,94
	19:30/20:30	TJ Brasil	TVS	2a/Sáb.	360	10	388.000	53.607.500,00	5.360.750,00	138.163,66
	20:30/21:30	Jornal da Manchete	Manchete	2a/Sáb.	360	3	103.000	13.658.800,00	4.552.933,33	132.609,71
	19:45/20:00	São Paulo Já - 2a.Edição	Globo	2a/Sáb.	90	43	1.705.000	85.676.000,00	1.992.465,12	50.249,85
	20:00/20:30	Jornal Nacional	Globo	2a/Sáb.	180	49	1.963.000	93.792.000,00	1.914.122,45	47.779,93
	20:15/20:25	Repórter Cultura	Cultura	2a/6aF	50	2	66.000	-	0,00	-
	22:00/22:30	Jornal da Cultura	Cultura	2a/6aF	150	3	104.000	-	0,00	-
	22:00/22:30	Jornal da Cultura - Domingo	Cultura	Domingo	30	2	75.000	-	0,00	-
	23:15/00:10	Jornal da OM	Gazeta	2a/6aF	275	3	121.000	16.938.000,00	5.646.000,00	139.983,47
	00:10/00:50	Noite e Dia	Manchete	2a/6aF	225	2	62.000	2.610.200,00	1.305.100,00	42.100,00
	00:30/01:00	Jornal da Globo	Globo	2a/6aF	150	11	443.000	18.758.000,00	1.705.272,73	42.343,12
	23:20/23:30	Jornal do SBT - 1a. Edição	TVS	2a/6aF	50	10	380.000	40.205.400,00	4.020.540,00	105.803,68
	23:30/00:00	Jornal da Noite	Bandeirantes	2a/6aF	150	2	77.000	3.210.000,00	1.605.000,00	41.688,31
	00:45/01:00	Jornal do SBT - 2a. Edição	TVS	2a/6aF	25	4	169.000	16.082.400,00	4.020.600,00	95.162,13
Entrevista	21:00/22:30	Roda-Viva	Cultura	2aF	90	2	86.000	-	0,00	-
	23:15/00:15	Cara a Cara	Bandeirantes	Domingo	55	2	62.000	11.446.000,00	5.723.000,00	184.612,90
	23:30/00:45	Jô Onze e Meia	TVS	2a/6aF	375	7	291.000	40.205.400,00	5.743.628,57	138.162,89
	00:30/	Crítica e Autocrítica	Bandeirantes	Domingo	75	1	29.000	3.210.000,00	-	110.689,66
Negócios	00:25/01:25	Vamos Sair da Crise	Gazeta	2a/6aF	300	1	33.000	5.836.834,00	-	176.873,76
Jornalismo/ Entretenimento	20:00/22:00	Fantástico	Globo	Domingo	120	28	1.125.000	78.117.000,00	2.789.892,86	69.437,33
	21:30/22:30	Globo Repórter	Globo	6aF	60	36	1.449.000	54.622.000,00	1.517.277,78	37.696,34
	22:30/23:00	Metrópolis	Cultura	2a/6aF	450	2	64.000	-	0,00	-
	00:10/01:10	Manchete Especial	Manchete	6aF	60	10	383.000	8.202.700,00	820.270,00	21.416,97
	00:30/01:30	Imprensa na TV	Manchete	5aF	60	*	6.000	604.400,00	ERR	100.733,33
	00:15/	Programa Goulart de Andrade	TVS	Sábado	-	8	333.000	10.737.900,00	1.342.237,50	32.245,95
Rural	07:00/07:30	Realidade Rural	Bandeirantes	2a/6aF	150	*	9.000	1.671.000,00	-	185.666,67
	08:30/09:25	Globo Rural	Globo	Domingo	60	12	493.000	20.172.000,00	1.681.000,00	-
	09:30/10:30	Manchete Rural	Manchete	Domingo	60	1	29.000	748.000,00	748.000,00	25.793,10
	18:10/18:40	São Paulo Rural	Cultura	6aF	30	1	43.000	-	-	-
	19:00/19:05	Agrojornal	Bandeirantes	2a/6aF	25	1	46.000	9.570.000,00	9.570.000,00	208.043,48
Ecologia	07:35/08:00	Globo Ecologia	Globo	Domingo	30	5	215.000	8.008.000,00	1.601.600,00	37.246,51
	17:30/18:30	Planeta Terra	Cultura	5aF	60	2	94.000	-	0,00	-

Fonte: Tabela de Preços: Dezembro/92
IBOPE/Divisão Audi-Mídia
SP: ADP/IQ - Sem. 46/92 (16/11 a 22/11/92)

— Nenhum registro de audiência
* Audiência inferior a 0.5%
** Audiência não disponível no período pesquisado

DEPOIS DE LER A REVISTA E VER O PROGRAMA, AGORA OUÇA:

IMPRENSA NO RÁDIO

CBN 780 AM SP — CBN 1180 AM RJ

feeling [fii'ling]
EDITORIAL LTDA.

O MAPA DA MÍDIA — TELEVISÃO

Programação (Rio de Janeiro)

Gênero	Horário	Programa	Emissora	Exibição	Total Min. Semanal	Audiência	Público	Custo 30" Cr$	Custo 1% GRP (Cr$)	Custo por mil
Noticiário	07:00/07:30	Bom Dia Brasil	Globo	2a/6aF	150	5	112.000	4.754.000,00	950.800,00	42.446,43
	07:30/08:00	Bom Dia Rio	Globo	2a/6aF	150	6	130.000	4.754.000,00	792.333,33	36.569,23
	07:30/08:00	Brasil 07:30	Manchete	2a/6aF	150	1	18.000	546.000,00	546.000,00	30.333,33
	12:00/12:30	Acontece	Bandeirantes	2a/6aF	150	1	34.000	2.426.000,00	2.426.000,00	71.352,94
	12:00/12:30	Rede Brasil - Ed.Tarde	Educativa	2a/6aF	150	**	**	-	-	-
	13:00/13:30	Edição da Tarde	Manchete	2a/Sáb.	180	2	43.000	726.000,00	363.000,00	16.883,72
	13:00/13:25	Jornal Hoje	Globo	2a/Sáb.	150	30	697.000	7.940.000,00	264.666,67	11.391,68
	18:30/19:30	Aqui Agora	TVS	2a/Sáb.	360	4	95.000	8.077.700,00	2.019.425,00	85.028,42
	18:30/18:45	Seis e Meia	Educativa	2a/Sáb.	90	**	**	-	-	-
	19:00/19:30	Rio em Manchete	Manchete	2a/Sáb.	180	2	51.000	1.619.600,00	809.800,00	31.756,86
	19:05/19:30	Jornal do Rio	Bandeirantes	2a/Sáb.	210	2	38.000	6.200.000,00	3.100.000,00	163.157,89
	19:30/20:30	Jornal Bandeirantes	Bandeirantes	2a/Sáb.	480	2	41.000	6.887.000,00	3.443.500,00	167.975,61
	19:30/20:30	TJ Brasil	TVS	2a/Sáb.	360	2	58.000	10.770.400,00	5.385.200,00	185.696,55
	20:30/21:30	Jornal da Manchete	Manchete	2a/Sáb.	360	3	79.000	9.190.900,00	3.063.633,33	116.340,51
	19:45/20:00	RJ TV - 2a Edição	Globo	2a/Sáb.	90	51	1.198.000	43.671.000,00	856.294,12	36.453,26
	20:00/20:30	Jornal Nacional	Globo	2a/Sáb.	180	52	1.221.000	54.220.000,00	1.042.692,31	44.406,22
	22:00/22:30	Rede Brasil - Ed.Noite	Educativa	2a/Sáb.	180	**	**	-	-	-
	00:10/00:50	Noite e Dia	Manchete	2a/6aF	225	3	61.000	1.370.500,00	456.833,33	22.467,21
	23:20/23:30	Jornal do SBT - 1a. Edição	TVS	2a/6aF	50	4	94.000	8.077.700,00	2.019.425,00	85.932,98
	23:30/00:00	Jornal da Noite	Bandeirantes	2a/6aF	150	1	23.000	2.080.000,00	2.080.000,00	90.434,78
	00:45/	Jornal do SBT - 2a. Edição	TVS	2a/6aF	75	2	50.000	3.230.900,00	1.615.450,00	64.618,00
	01:10/01:40	Jornal da Globo	Globo	2a/6aF	180	10	238.000	10.275.000,00	1.027.500,00	43.172,27
Debate	16:00/18:30	Sem Censura	Educativa	2a/6aF	750	**	**	-	-	-
Entrevista	08:30/09:30	E de Manhã	Educativa	2a/6aF	300	**	**	-	-	-
	23:15/00:15	Cara a Cara	Bandeirantes	Domingo	60	1	30.000	7.416.000,00	7.416.000,00	247.200,00
	23:30/00:45	Jô Onze e Meia	TVS	2a/6aF	375	4	86.000	8.077.700,00	2.019.425,00	93.926,74
	00:30/	Crítica e Autocrítica	Bandeirantes	Domingo	75	1	22.000	2.080.000,00	-	94.545,45
Jornalismo / Entretenimento	20:00/22:00	Fantástico	Globo	Domingo	120	39	912.000	36.428.000,00	934.051,28	39.942,98
	22:10/23:10	Globo Repórter	Globo	6aF	60	26	606.000	28.763.000,00	1.106.269,23	47.463,70
	00:10/01:10	Manchete Especial	Manchete	6aF	60	6	141.000	5.742.100,00	957.016,67	40.724,11
	00:30/01:30	Imprensa na TV	Manchete	5aF	60	*	7.000	475.200,00	ERR	67.885,71
	00:15/	Comando da Madrugada	TVS	Sábado	-	3	66.000	2.194.900,00	731.633,33	33.256,06
Rural	07:00/07:30	Realidade Rural	Bandeirantes	2a/6aF	150	1	17.000	1.083.000,00	-	63.705,88
	08:30/09:25	Globo Rural	Globo	Domingo	60	8	180.000	9.782.000,00	1.222.750,00	-
	09:30/10:30	Manchete Rural	Manchete	Domingo	60	2	39.000	416.900,00	208.450,00	10.689,74
	19:00/19:05	Agrojornal	Bandeirantes	2a/6aF	25	1	30.000	6.200.000,00	6.200.000,00	206.666,67
Ecologia	07:30/08:00	Globo Ecologia	Globo	Domingo	30	5	121.000	3.258.000,00	651.600,00	26.925,62

Fontes: Tabela de Preços: Dezembro/92
IBOPE/Divisão Audi-Mídia
RJ: ADP/IQ - Sem.41/92 (12.10 a 18.10.92)

— Nenhum registro de audiência
* Audiência inferior a 0.5%
** Audiência não disponível no período pesquisado

Para o seu comercial ficar bem falado no Ceará
A Verdinha fala com 33 mil* ouvintes por minuto.
SVM
810 verdinha
A rádio do meu coração

O MAPA DA MÍDIA — JORNAIS

Os Principais Diários

CIDADE SEDE	UF	TÍTULO	EDITORA	CIRCULAÇÃO			PREÇO CM x COL - Cr$			IMPRESSÃO	FORMATO	
				DOM.	2ª	3ª/SÁB.	DOM.	SEG.	3ª/SÁB.		ALT CM	Nº COL
São Paulo	SP	O Estado de S.Paulo	S/A O Estado de São Paulo	401.929	229.034	234.432	2.628.500,00	1.817.300,00	1.817.300,00	NYLON PRINT	53	6
		Jornal da Tarde	S/A O Estado de São Paulo	-	99.889	90.860	-	1.148.400,00	1.608.000,00	OFF-SET	53	6
		Folha de S.Paulo	Empresa Folha da Manhã S/A	538.065	374.926	387.003	3.058.400,00	2.083.700,00	2.083.700,00	OFF-SET	53	6
		Folha da Tarde	Empresa Folha da Manhã S/A	-	*	*	-	572.800,00	476.300,00	OFF-SET	53	6
		Notícias Populares	Empresa Folha da Manhã S/A	63.182	77.257	71.548	286.000,00	286.000,00	286.000,00	OFF-SET	53	6
		Diário Popular	Empresa Jornal.Diário Popular Ltda.	123.569	101.735	105.928	1.308.000,00	1.141.000,00	1.141.000,00	LETTERPRESS	53	6
		DCI	DCI-Editora Jornalística S/A	-	*	*	-	1.135.000,00	1.135.000,00	OFF-SET	53	6
		Gazeta Mercantil	Gazeta Mercantil Jornal S/A	-	70.227	70.071	-	1.356.000,00	1.356.000,00	OFF-SET	54	8
		A Gazeta	Fundação Cásper Líbero	*	*	*	513.600,00	641.900,00	513.600,00	OFF-SET	53	6
		A Gazeta Esportiva	Fundação Cásper Líbero	*	*	*	513.600,00	641.900,00	513.600,00	OFF-SET	53	6
		Diário do Comércio	Assoc.Comercial de São Paulo	-	*	*	-	294.335,00	294.335,00	NYLON PRINT	54	8
		Diário do Grande ABC	Diário do Grande ABC S/A	*	*	*	1.113.065,00	602.404,00	602.404,00	OFF-SET	54	6
Rio de Janeiro	RJ	Jornal do Brasil	Jornal do Brasil S/A	212.744	123.268	144.276	1.245.100,00	801.900,00	801.900,00	LETTERPRESS	53	6
		O Globo	O Globo-Empr.Jornal.Brasileira Ltda.	513.253	263.214	263.237	1.328.685,00	805.264,00	805.264,00	OFF-SET	53	6
		O Dia	Editora O Dia Ltda.	384.416	194.318	222.749	1.194.495,00	773.278,00	773.278,00	OFF-SET	51	6
		Jornal do Commercio	Graf.Edit.Jornal do Commercio S/A	*	-	*	800.000,00	-	640.000,00	OFF-SET	53	8
		Tribuna da Imprensa	S/A Tribuna da Imprensa	-	*	*	-	1.573.365,00	1.573.365,00	OFF-SET	53	6
Belo Horizonte	MG	Diário da Tarde	S/A Estado de Minas	-	55.740	24.961	-	306.000,00	157.500,00	OFF-SET	54	9
		Diário de Minas	S/A Jornal de Minas	*	-	*	*	-	*	OFF-SET	54	9
		Diário do Comércio	Diário do Comércio Empr.Jornal.Ltda.	-	-	*	598.786,00	-	401.028,00	OFF-SET	54	9
		Estado de Minas	S/A Estado de Minas	130.391	-	59.632	900.000,00	-	675.000,00	OFF-SET	54	9
		Jornal Hoje em Dia	Ediminas S/A - Edit.Graf.e Ind.MG	*	*	*	423.784,00	325.980,00	325.980,00	OFF-SET	54	9
Vitória	ES	A Gazeta	S/A A Gazeta	57.943	27.416	29.088	148.018,00	81.150,00	81.150,00	OFF-SET	54	8
		A Tribuna	Nassau Edit.de Rádio e TV Ltda.	13.397	-	11.968	118.177,00	-	62.485,00	OFF-SET	34	6
Porto Alegre	RS	Zero Hora	Zero Hora Editora Jornal. S/A	219.092	99.340	98.427	397.747,00	276.924,00	235.139,00	OFF-SET	36	5
		Jornal do Comércio	Cia.Jornal.D.C.Jarros	-	*	*	-	143.828,00	166.336,00	OFF-SET	36	6
		Correio do Povo	Empresa Jornal.Caldas Jr.	*	*	164.493	425.000,00	317.500,00	317.500,00	D'YLITO	33	6
Florianópolis	SC	Diário Catarinense	Zero Hora Editora Jornal. S/A	47.413	29.001	28.292	226.174,00	181.076,00	181.076,00	OFF-SET	36	6
		O Estado	Empr.Editora O Estado Ltda.	*	-	*	221.514,00	-	178.560,00	OFF-SET	51	8
Joinville	SC	A Notícia	A Notícia S.A - Empresa Jornalística	23.931	21.691	21.580	210.000,00	-	175.000,00	OFF-SET	54	6
Curitiba	PR	Gazeta do Povo	Editora Gazeta do Povo Ltda.	104.486	31.301	32.178	211.766,00	145.413,00	145.413,00	OFF-SET	53	6
		Correio de Notícias	Editora Correio de Notícias Ltda.	*	-	*	178.426,00	-	123.523,00	OFF-SET	53	6
		Curitiba Hoje	Karina Publicidade Ltda.	*	-	*	165.000,00	-	121.000,00	OFF-SET	36	6
		Diário Popular	Editora Diário Popular Ltda.	*	-	*	187.451,00	-	129.832,00	OFF-SET	53	6
		Indústria e Comércio	Empresa Jornal. I & C Ltda.	-	*	*	-	155.592,00	155.592,00	OFF-SET	54	8
		Jornal do Estado	Editora Jornal do Estado Ltda.	*	-	*	121.376,00	-	109.742,00	OFF-SET	54	8
		O Estado do Paraná	Editora O Estado do Paraná S/A	*	-	*	158.455,00	-	108.816,00	OFF-SET	53	6
		Tribuna do Paraná	Editora O Estado do Paraná S/A	-	*	*	-	158.455,00	108.816,00	OFF-SET	53	6
Londrina	PR	Folha de Londrina	Empr.Jornal.Folha de Londrina Ltda.	*	-	*	181.702,00	-	150.214,00	OFF-SET	53	6
		Jornal de Londrina	Editora Jornal de Londrina S/A	4.499	5.212	4.410	74.234,00	59.390,00	59.390,00	OFF-SET	53	6
Brasília	DF	Correio Braziliense	S/A Correio Braziliense	62.835	23.570	30.680	561.400,00	401.000,00	401.000,00	OFF-SET	54	8
		Jornal de Brasília	J.Camara e Irmãos S/A	*	-	*	383.711,00	-	277.100,00	OFF-SET	54	6
Goiânia	GO	O Popular	J.Camara e Irmãos S/A	47.766	-	31.663	188.817,00	-	134.499,00	OFF-SET	53	6
		Diário da Manhã	Unigraf Editora Ltda.	*	*	*	197.400,00	140.500,00	140.500,00	OFF-SET	53	6
Cuiabá	MT	Diário de Cuiabá	Empr.Jornal.Diário de Cuiabá S/A	*	-	*	467.444,00	-	359.573,00	OFF-SET	53	6
		O Estado de Mato Grosso	Editora de Cuiabá Ltda.	*	-	*	167.118,00	-	127.190,00	OFF-SET	53	8
		A Gazeta de Cuiabá	Editora Graf.Centro Oeste Ltda.	*	-	*	138.000,00	-	110.000,00	OFF-SET	54	6

SISTEMA GLOBO DE RÁDIO

RIO DE JANEIRO - Tel.: (021) 205-8282 • SÃO PAULO - Tel.: (011) 825-0022
BELO HORIZONTE - Tel.: (031) 261-2930 • BRASÍLIA - Tel.: (061) 321-3185
RECIFE - Tel.: (081) 224-2729

LIDERANÇA E CREDIBILIDAD

O MAPA DA MÍDIA — JORNAIS

Os Principais Diários

CIDADE SEDE	UF	TÍTULO	EDITORA	CIRCULAÇÃO			PREÇO CM x COL - Cr$			IMPRESSÃO	FORMATO	
				DOM.	2ª	3ª/SÁB.	DOM.	2ª	3ª/SÁB.		ALT CM	Nº COL.
Campo Grande	MS	Diário da Serra	S/A Correio Braziliense	*	-	*	48.750,00	-	40.625,00	OFF-SET	54	8
		Correio do Estado	Empr.Rad.Jor.Matogrossense Ltda.	-	*	*	-	93.000,00	72.000,00	OFF-SET	53	6
Macció	AL	Gazeta de Alagoas	Jornal Gazeta de Alagoas Ltda.	*	*	*	440.000,00	291.000,00	291.000,00	OFF-SET	58	8
		Jornal de Alagoas	Empresa Jornal de Alagoas S/A	3.059	-	2.598	461.000,00	290.000,00	*	OFF-SET	54	8
Salvador	BA	A Tarde	Empresa Editora A Tarde S/A	110.257	60.956	63.101	325.900,00	325.900,00	325.900,00	OFF-SET	54	9
		Jornal da Bahia	Editora Jornal da Bahia S/A	-	*	*	-	158.060,00	158.080,00	OFF-SET	54	9
		Tribuna da Bahia	Edisa Editora da Bahia S/A	*	*	*	*	*	*	OFF-SET	54	9
		Correio da Bahia	Empresa Bahiana de Jornalismo S/A	-	*	*	-	241.269,00	241.269,00	OFF-SET	54	9
		Informe do Empresário	Editora Informe do Empresário Ltda.	-	*	*	-	151.000,00	151.000,00	OFF-SET	30	5
Fortaleza	CE	O Povo	Empresa Jornal.O Povo S/A	22.047	17.576	18.866	268.600,00	244.200,00	244.200,00	OFF-SET	53	9
		Tribuna do Ceará	Editora Tribuna do Ceará Ltda.	-	*	*	-	*	*	OFF-SET	53	9
		Diário do Nordeste	Editora Verdes Mares Ltda.	29.748	21.577	21.793	287.506,00	261.374,00	261.374,00	OFF-SET	53	9
São Luís	MA	O Imparcial	Empresa Pacotilha Ltda.	*	*	*	300.000,00	220.000,00	220.000,00	OFF-SET	54	8
João Pessoa	PB	Correio da Paraíba	Jornal Correio da Paraíba Ltda.	*	-	*	198.900,00	-	151.600,00	OFF-SET	53	9
		O Norte	S/A O Norte	*	*	*	168.750,00	131.250,00	131.250,00	OFF-SET	54	8
		União	A União Sup. de Imprensa e Edi.ora	*	-	*	*	*	*	OFF-SET	50	8
Recife	PE	Diário de Pernambuco	Diário de Pernambuco S/A	67.264	29.954	31.959	484.000,00	375.000,00	375.000,00	OFF-SET	54	10
		Jornal do Commercio	Editora Jornal do Commercio S/A	52.854	39.629	38.819	416.860,00	374.320,00	374.320,00	OFF-SET	53	9
		Diário da Manhã	Gráfica e Editora Imperador Ltda.	*	-	*	408.650,00	-	371.300,00	TIPOGRÁFICA	54	8
Teresina	PI	O Dia	Empresa O Dia Ltda.	6.129	-	4.067	212.940,00	-	171.990,00	OFF-SET	54	9
		O Estado	Editora O Estado Ltda.	*	-	*	*	-	*	OFF-SET	54	8
		Jornal da Manhã	Editora Gráfica Elijora Ltda.	*	*	*	168.937,00	131.531,00	131.531,00	OFF-SET	52	8
		Diário do Povo	Gráfica e Edit.do Povo Ltda.	*	-	*	212.000,00	-	146.000,00	OFF-SET	54	8
Natal	RN	Tribuna do Norte	Empr.Jornal.Tribuna do Norte Ltda.	*	-	*	121.519,00	-	94.090,00	OFF-SET	54	8
		Diário de Natal	Editora O Diário S/A	-	-	6.693	-	-	104.000,00	OFF-SET	54	8
		O Poti	Editora O Diário S/A	11.939	-	-	130.000,00	-	-	OFF-SET	54	8
Aracaju	SE	Jornal de Sergipe	Empresa Jornal.de Sergipe Ltda.	*	-	-	-	-	-	OFF-SET	42	7
		Gazeta de Sergipe	Gazeta de Sergipe S/A	*	-	*	55.900,00	-	43.000,00	OFF-SET	50	8
		Jornal da Cidade	Empr.Gráfica Jornal Cidade Ltda.	*	*	*	60.000,00	43.500,00	43.500,00	OFF-SET	53	8
		Jornal da Manhã	Ind.Graf.Trib.de Aracaju Ltda.	*	-	*	185.920,00	-	153.000,00	OFF-SET	42	7
Rio Branco	AC	A Gazeta do Acre	Repiquete Serv.Edit.Ltda.	*	-	*	102.343,00	-	85.682,00	OFF-SET	54	8
		O Rio Branco	O Rio Branco Ltda.	*	-	*	42.656,00	-	35.750,00	OFF-SET	42	7
Macapá	AP	Jornal do Dia	Editora Gráfica O Dia Ltda.	*	-	*	276.484,00	-	237.815,00	OFF-SET	42	7
Manaus	AM	A Crítica	Empresa de Jornais Calderaro Ltda.	*	*	*	341.161,00	265.147,00	265.147,00	OFF-SET	54	8
		Amazonas em Tempo	Norte Editora Ltda.	*	-	*	307.044,00	-	251.889,00	OFF-SET	54	6
		Diário do Amazonas	Editora Ana Cássia Ltda.	*	*	*	281.200,00	218.700,00	218.700,00	OFF-SET	54	8
Belém	PA	A Província do Pará	Empresa A Província do Pará Ltda.	*	-	*	539.559,00	-	431.510,00	OFF-SET	54	8
		O Liberal	Delta Publicidade Ltda.	64.359	31.678	31.691	539.559,00	431.510,00	431.510,00	OFF-SET	54	8
		Diário do Pará	Empr.Edit.Gráfica de Bauru Ltda.	*	*	*	483.397,00	410.156,00	410.156,00	OFF-SET	54	8
Porto Velho	RO	Alto Madeira	Empresa Alto Madeira Ltda.	*	-	*	58.209,00	-	38.674,00	OFF-SET	52	8
		O Estadão	Empresa Jornal.Estadão Ltda.	*	-	*	86.000,00	-	66.000,00	OFF-SET	54	10
Boa Vista	RR	O Estado de Roraima	Editora Jornal.Estado de Roraima	*	-	*	58.112,00	-	47.643,00	OFF-SET	46	7
Palmas	TO	Jornal de Tocantins	J.Camara e Irmãos S/A	-	-	*	-	-	56.081,00	OFF-SET	53	6

Fonte: Tabela de Preços: Dezembro/92
IVC: Setembro/92
* Consultar o Editor
- Não Circula

Em 91 deu Diário
de novo na Marplan.

DIÁRIO
DO NORDESTE
O jornal mais lido do Ceará

As Maiores do Mercado

	Título	Editora	Periodicidade	Circulação	Tiragem	Preço 1 página - Cr$		Custo por mil		Preço de capa	Cr$ Assinatura	Material	Formato cm
						P&B	4 cores	P&B	4 cores				
Atual.	Veja	Abril	Semanal	749.535	841.686	268.600.000,00	426.800.000,00	358.355,51	569.419,71	50.000,00	2.340.000,00	Fot/Rot	27.4X20.8
	IstoÉ	Três	Semanal	216.425	295.520	184.795.000,00	246.582.000,00	853.852,37	1.139.341,57	50.000,00	1.508.000,00	Fot/Rot	27.4X20.8
	Manchete	Bloch	Semanal	74.612	100.226	129.500.000,00	161.800.000,00	1.735.645,74	2.168.551,98	45.000,00	2.340.000,00	Fotolito	31.5X24.0
Economia	Exame	Abril	Quinzenal	116.459	147.402	184.149.500,00	245.532.700,00	1.581.238,89	2.108.318,81	40.000,00	819.000,00	Fot/Rot	27.4X20.8
	Visão	Visão	Semanal	*	*	75.200.000,00	117.900.000,00	-	-	40.000,00	1.468.800,00	Fotolito	27.4X20.5
	Tendência	Bloch	Mensal	*	*	50.400.000,00	79.800.000,00	-	-	40.000,00	480.000,00	Fotolito	29.0X21.5
	Conjuntura Econômica	F.G.V.	Mensal	*	*	41.300.000,00	55.000.000,00	-	-	34.000,00	476.000,00	Fotolito	28.0X21.0
	Peq.Empr./Gdes.Negócios	Globo	Mensal	79.269	116.860	132.315.300,00	165.394.800,00	1.669.189,72	2.086.500,40	35.000,00	570.000,00	Fotolito	27.4X20.8
Rural	Globo Rural	Globo	Mensal	145.230	171.190	115.070.600,00	153.427.500,00	792.333,54	1.056.444,95	38.000,00	570.000,00	Fotolito	27.4X20.8
	Manchete Rural	Bloch	Mensal	*	*	44.000.000,00	61.700.000,00	-	-	32.000,00	384.000,00	Fot/Rot	29.5X21.5
	DBO Rural	D.B.O.	Mensal	*	*	25.000.000,00	34.000.000,00	-	-	40.000,00	330.000,00	Fotolito	24.5X18.7
Masc.	Playboy	Abril	Mensal	219.022	244.588	289.456.900,00	289.456.900,00	1.321.588,24	1.321.588,24	50.000,00	600.000,00	Fot/Rot	27.4X20.8
	Ele Ela	Bloch	Mensal	97.563	117.600	73.000.000,00	109.200.000,00	748.234,47	1.119.276,78	40.000,00	480.000,00	Fot/Rot	29.5X21.5
Femininas	Cláudia	Abril	Mensal	239.720	314.006	313.906.800,00	313.906.800,00	1.309.472,72	1.309.472,72	43.000,00	464.400,00	Fot/Rot	27.4X20.8
	Nova	Abril	Mensal	164.431	218.380	255.052.300,00	255.052.300,00	1.551.120,53	1.551.120,53	37.000,00	444.000,00	Fot/Rot	27.4X20.8
	Desfile	Bloch	Mensal	58.563	81.100	91.600.000,00	127.700.000,00	1.564.127,52	2.180.557,69	40.000,00	480.000,00	Fot/Rot	29.5X21.5
	Mulher de Hoje	Bloch	Mensal	54.239	70.500	47.400.000,00	66.800.000,00	873.909,92	1.231.586,13	38.000,00	456.000,00	Rotofilme	31.5X24.0
	Vogue	Carta	Mensal	*	*	122.300.000,00	122.300.000,00	-	-	60.000,00	720.000,00	Fotolito	30.2X23.5
	Elle	Abril	Mensal	44.911	88.015	213.138.900,00	213.138.900,00	4.745.806,15	4.745.806,15	46.000,00	496.800,00	Fotolito	29.9X23.7
	Marie Claire	Globo	Mensal	91.579	115.456	112.354.400,00	140.443.000,00	1.226.857,69	1.533.572,11	40.000,00	570.000,00	Fotolito	31.0X23.8
	Pais & Filhos	Bloch	Mensal	74.767	97.200	60.400.000,00	95.500.000,00	807.843,03	1.277.301,48	40.000,00	480.000,00	Fotolito	29.5X21.5
	Máxima	Abril	Mensal	101.228	167.090	179.336.300,00	179.336.300,00	1.771.607,66	1.771.607,66	16.500,00	198.000,00	Fotolito	27.4X20.8
	Criativa	Globo	Mensal	168.806	199.285	110.061.000,00	137.576.300,00	651.996,97	814.996,50	39.000,00	570.000,00	Fotolito	27.4X20.8
	Faça Fácil	Globo	Mensal	128.229	139.180	56.461.200,00	70.576.500,00	440.315,37	550.394,22	27.000,00	570.000,00	Fotolito	27.4X20.8
Moda	Manequim	Abril	Mensal	227.287	293.220	182.152.400,00	182.152.400,00	801.420,23	801.420,23	34.000,00	367.200,00	Fot/Rot	27.4X20.8
	Mon Tricot	Abril	10 Edições Ano	*	*	85.933.500,00	85.933.500,00	-	-	35.000,00	385.000,00	Fotolito	27.4X20.8
	Moda Moldes	Globo	Mensal	135.995	149.545	64.120.200,00	80.150.300,00	471.489,39	589.362,11	26.000,00	570.000,00	Fotolito	27.4X20.8
TV	Contigo	Azul	Semanal	73.941	116.162	88.924.000,00	131.177.000,00	1.202.634,53	1.774.076,63	33.000,00	-	Fot/Rot	29.9X22.7
	Amiga	Bloch	Semanal	*	*	41.100.000,00	66.900.000,00	-	-	30.000,00	*	Fot/Rot	31.5X24.0
Adolesc.	Carinho	Bloch	Mensal	*	*	18.500.000,00	27.600.000,00	-	-	18.000,00	216.000,00	Fot/Rot	20.0X14.0
	Capricho	Abril	Mensal	156.153	211.574	229.189.900,00	229.189.900,00	1.467.726,52	1.467.726,52	34.000,00	408.000,00	Fot/Rot	27.4X20.8
	Carícia	Azul	Mensal	131.904	154.326	99.298.000,00	110.334.000,00	752.805,07	836.471,98	20.000,00	-	Fotolito	19.0X13.4
	Querida	Globo	Mensal	108.139	116.076	34.695.400,00	49.564.900,00	320.840,77	458.344,35	19.000,00	285.000,00	Fotolito	20.8X13.4
	Destino	Globo	Mensal	95.497	116.159	22.693.500,00	32.419.300,00	237.635,74	339.479,77	14.000,00	285.000,00	Fotolito	20.8X13.4
Decoração	Casa Cláudia	Abril	Mensal	117.316	139.873	228.298.000,00	228.298.000,00	1.946.009,07	1.946.009,07	50.000,00	540.000,00	Fot/Rot	27.4X20.8
	Casa & Jardim	Efecê	Mensal	*	*	74.600.000,00	142.500.000,00	-	-	38.000,00	456.000,00	Fotolito	27.5X21.0
	Casa Vogue	Carta	Bimestral	*	*	122.300.000,00	122.300.000,00	-	-	60.000,00	360.000,00	Fotolito	30.2X23.4
	Design e Interiores	R.A.L.	Bimestral	*	*	US$ 5,217	US$ 7,423	-	-	58.000,00	310.000,00	Fotolito	21.0X28.0
	Moveleiro Móveis e Design	Interiores	Mensal	*	*	32.619.263,00	49.700.091,00	-	-	17.000,00	185.000,00	Fotolito	22.3X30.0
Interesse Geral	Superinteressante	Abril	Mensal	244.231	287.921	211.321.900,00	211.321.900,00	865.254,21	865.254,21	39.000,00	468.000,00	Fotolito	27.4X20.8
	Hippus	Três	Mensal	*	*	51.190.000,00	68.225.000,00	-	-	45.000,00	540.000,00	Fotolito	27.4X20.8
	Cães e Cia.	Flash	Mensal	*	*	15.948.700,00	15.948.700,00	-	-	39.000,00	468.000,00	Fotolito	21.0X28.0
	Geo Universal	Bloch	Mensal	*	*	49.000.000,00	73.000.000,00	-	-	60.000,00	720.000,00	Fot/Rot	26.5X17.7
	Horizonte Geo	Audichomo	Bimestral	*	*	108.400.000,00	108.400.000,00	-	-	40.000,00	240.000,00	Fotolito	28.0X21.0
	Planeta	Três	Mensal	*	*	24.655.000,00	33.380.000,00	-	-	40.000,00	480.000,00	Fotolito	27.4X20.8
	Interview	AR&T	Mensal	*	*	90.578.000,00	113.222.000,00	-	-	35.000,00	-	Fotolito	30.3X23.3
	Brasil Service	Afko	Mensal	*	*	-	124.000.000,00	-	-	44.000,00	440.000,00	Fotolito	27.5X20.5
	Boa Forma	Azul	Mensal	34.017	49.802	159.012.000,00	143.273.000,00	4.674.486,29	4.211.805,86	40.000,00	432.000,00	Rotoset	27.4X20.8
	Saúde	Azul	Mensal	67.751	88.691	99.810.000,00	110.899.000,00	1.473.188,59	1.636.861,45	32.000,00	326.400,00	Fot/Rot	19.0X13.4
	Sítios e Jardins	Europa	Mensal	*	*	56.600.000,00	79.000.000,00	-	-	40.000,00	432.000,00	Fotolito	20.5X27.5
	Ventura	Spala	Trimestral	*	*	60.150.000,00	60.150.000,00	-	-	100.000,00	400.000,00	Off-set	29.7X21.0
	Corpo a Corpo	Símbolo	Mensal	*	*	76.100.000,00	102.300.000,00	-	-	29.500,00	354.000,00	Fot/Rot	31.5X24.0
Internac.	Time	Time	Semanal	*	*	76.120.000,00	116.130.000,00	-	-	33.000,00	1.200.000,00	Fotolito	27.6X20.8
	News Week	Newsweek	Semanal	*	*	US$ 1,435	US$ 2,440	-	-	30.000,00	470.000,00	Fotolito	27.6X20.8
	The Economist	Econom.N.	Semanal	*	*	US$ 26050	US$ 44950	-	-	US$ 7.54	US$ 384.75	Fotolito	27.8X20.9
Esportes	Trip	Trip	Bimestral	*	*	38.307.012,00	45.026.185,00	-	-	35.000,00	210.000,00	Fotolito	31.0X23.0
	Hardcore	Buster Wild	Mensal	*	*	66.432.556,00	88.576.741,00	-	-	27.000,00	-	Fotolito	27.4X20.7
	Match/Point	Match/Point	Mensal	*	*	-	100.462.000,00	-	-	30.000,00	300.000,00	Fotolito	28.0X21.0
	Fluir	Azul	Mensal	27.818	47.949	161.327.000,00	179.253.000,00	5.799.374,51	6.443.777,41	42.000,00	428.400,00	Rotofilme	27.4X20.8
	Magnum	Magnum	Bimestral	*	*	80.791.637,00	98.122.402,00	-	-	55.000,00	330.000,00	Fotolito	27.5X20.7
	Náutica	Gru o 1	Mensal	*	*	96.000.000,00	154.000.000,00	-	-	32.000,00	384.000,00	Fotolito	27.4X20.8
	Bicisport	Plaus	Mensal	*	*	29.000.000,00	38.400.000,00	-	-	25.000,00	300.000,00	Fotolito	28.0X21.0

O MAPA DA MÍDIA — REVISTAS

	Título	Editora	Periodicidade	Circulação	Tiragem	Preço 1 página - Cr$		Custo por mil		Preço de capa	Cr$ Assinatura	Material	Formato cm
						P&B	4 cores	P&B	4 cores				
Esp.	Placar	Abril	Mensal	42.105	77.404	*	*	-	-	-	-	Rotoset	27.4X20.8
	Auto Esporte	Efecê	Mensal	*	*	51.400.000,00	90.400.000,00	-	-	32.000,00	384.000,00	Fotolito	27.5X20.3
Auto/Moto	Quatro Rodas	Abril	Mensal	185.640	231.917	264.217.000,00	264.217.000,00	1.423.276,23	1.423.276,23	50.000,00	600.000,00	Fot/Rot	27.4X20.8
	Duas Rodas	Sigla	Mensal	*	*	39.251.000,00	70.411.000,00	-	-	34.900,00	335.000,00	Fotolito	27.4X20.8
	Moto Show	Três	Mensal	16.848	26.545	56.300.000,00	74.000.000,00	3.341.642,92	4.392.212,73	45.000,00	540.000,00	Fotolito	27.4X20.8
Música/Imagem	IrisFoto	Iris	Mensal	*	*	75.000.000,00	113.000.000,00	-	-	42.000,00	504.000,00	Fotolito	28.0X21.0
	Bizz	Azul	Mensal	53.738	80.063	165.039.000,00	193.733.000,00	3.071.178,68	3.605.139,75	38.000,00	410.400,00	Fotolito	27.4X20.8
	Rock Brigade	Rock Brigade Ltda.	Mensal	*	*	23.500.000,00	33.000.000,00	-	-	21.000,00	160.000,00	Fotolito	20.5X27.5
	Set	Azul	Mensal	38.306	57.000	120.240.000,00	130.000.000,00	3.138.933,85	3.393.724,22	40.000,00	432.000,00	Fotolito	27.4X20.8
	Vídeo News	Sigla	Mensal	*	*	46.982.000,00	85.177.000,00	-	-	38.000,00	456.000,00	Fotolito	28.0X21.0
	Áudio News	Sigla	Bimensal	*	*	53.865.000,00	94.266.000,00	-	-	39.900,00	478.800,00	Fotolito	28.0X21.0
Quadrinhos	Mônica	Globo	Mensal	234.534	251.510	-	70.960.000,00	-	302.557,41	8.500,00	(1)	Fot/Rot	19.0X13.4
	Cebolinha	Globo	Mensal	181.823	197.712	-	63.287.600,00	-	348.072,58	8.500,00	(1)	Fot/Rot	19.0X13.4
	Chico Bento	Globo	Quinzenal	156.901	186.050	-	57.533.100,00	-	366.684,09	8.500,00	(1)	Fot/Rot	19.0X13.4
	Cascão	Globo	Quinzenal	147.361	175.950	-	57.507.000,00	-	390.245,72	8.500,00	(1)	Fot/Rot	19.0X13.4
	Magali	Globo	Quinzenal	119.707	142.262	-	49.861.100,00	-	416.526,18	8.500,00	(1)	Fot/Rot	19.0X13.4
	Xuxa	Globo	Mensal	75.595	80.900	-	21.179.900,00	-	280.175,94	9.500,00	-	Fot/Rot	19.0X13.4
	Chaves	Globo	Mensal	33.324	56.400	-	17.585.900,00	-	527.724,76	9.500,00	-	Fot/Rot	19.0X13.4
	Fantasma	Globo	Mensal	*	*	-	5.523.400,00	-	-	12.000,00	-	Fot/Rot	19.0X13.4
	Tex	Globo	Mensal	*	*	-	11.765.500,00	-	-	12.000,00	-	Fot/Rot	17.5X13.5
	Almanaque Disney	Abril	Mensal	*	*	-	(3)	-	-	18.500,00	-	Fot/Rot	19.0X13.4
	Tio Patinhas	Abril	Mensal	*	*	-	(3)	-	-	12.500,00	-	Fot/Rot	19.0X13.4
	Margarida	Abril	Quinzenal	*	*	-	(3)	-	-	7.000,00	-	Fot/Rot	19.0X13.4
	Pato Donald	Abril	Semanal	*	*	-	(3)	-	-	7.000,00	-	Fot/Rot	19.0X13.4
	Mickey	Abril	Mensal	*	*	-	(3)	-	-	11.000,00	-	Fot/Rot	19.0X13.4
	Zé Carioca	Abril	Quinzenal	*	*	-	(3)	-	-	7.000,00	-	Fot/Rot	19.0X13.4
	Luluzinha	Abril	Mensal	*	*	-	(3)	-	-	7.000,00	-	Fot/Rot	19.0X13.4
	Homem Aranha	Abril	Mensal	*	*	-	(3)	-	-	13.000,00	-	Fot/Rot	19.0X13.4
	Conan	Abril	Mensal	*	*	-	(3)	-	-	13.000,00	-	Fot/Rot	27.4X20.8
Jorn./Prop.	Marketing	Referência	Mensal	*	*	38.158.100,00	60.758.100,00	-	-	36.000,00	346.000,00	Fotolito	27.4X20.7
	Propaganda	Referência	Mensal	*	*	38.158.100,00	60.758.100,00	-	-	36.000,00	346.000,00	Fotolito	27.4X20.7
	Imprensa	Feeling	Mensal	*	*	57.250.000,00	71.250.000,00	-	-	42.000,00	504.000,00	Fotolito	27.4X20.8
	Meio & Mensagem	Ed.M&M	Semanal	*	*	56.968.000,00	96.847.000,00	-	-	17.900,00	895.000,00	Fotolito	41.5X28.0
	Meio de Comunicação	MC Edit.	Mensal	*	*	76.721.000,00	117.600.000,00	-	-	14.400,00	172.000,00	Fotolito	36.0X28.0
Bordo	Viaje Bem	Spagat	Bimestral	*	*	202.000.000,00	204.000.000,00	-	-	-	-	Fotolito	28.0X21.0
	Ícaro	Ícaro	Mensal	*	*	123.000.000,00	133.000.000,00	-	-	49.000,00	588.000,00	Fotolito	28.0X21.0
	Classe	J.S.J.	Bimestral	*	*	185.000.000,00	190.000.000,00	-	-	-	-	Fotolito	28.0X21.0
	Circuito	RV Editorial	Bimestral	*	*	105.000.000,00	120.000.000,00	-	-	-	-	Fotolito	28.0X21.0
	Líder Magazine	Afko	Bimestral	*	*	-	*	-	-	-	-	Fotolito	27.5X20.5
	Ponte Aérea (2)	Copy Desk	Mensal	*	*	-	247.000.000,00	-	-	-	-	Fotolito	28.0X21.0

Fonte: Tabela de Preços: Dezembro/92
IVC (Total da Circulação Paga): Julho/92
* Consultar o Editor

(1) Pacote Turma da Mônica: Cr$ 850.000,00
(2) A revista Ponte Aérea é distribuída nas salas de embarque e salas Vip dos aeroportos.
(3) As assinaturas das revistas da Abril Jovem estão suspensas temporariamente.

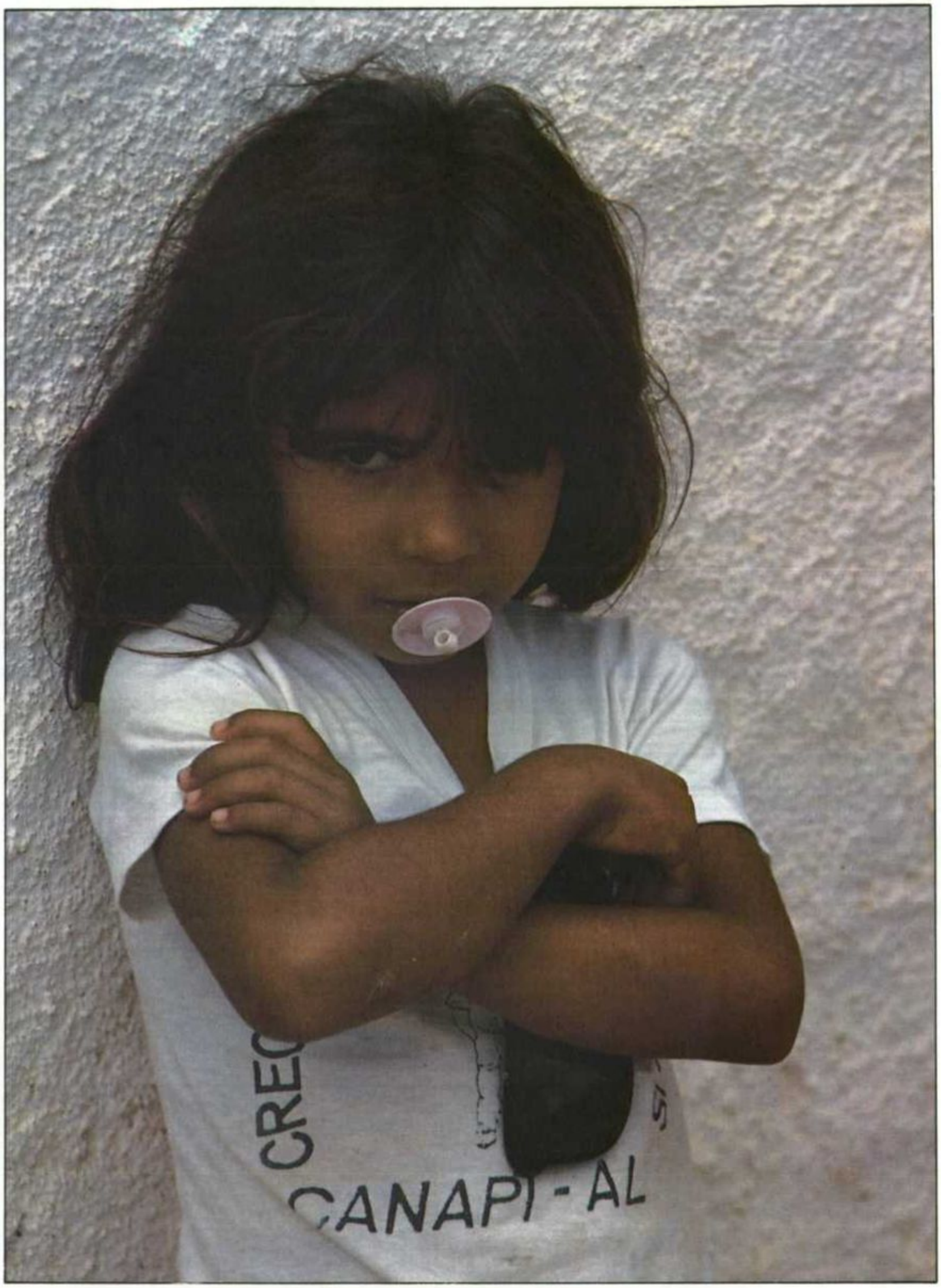
OUTDOOR

Cidade	Número de tabuletas	Locais	Custo indeterm.	Custo tabuletas determ.	Custo local determ.
São Paulo	5.398	1.813	-	5.102.300,00	4.735.100,00
Rio de Janeiro	2.260	848	-	5.102.300,00	4.735.100,00
Salvador	990	467	-	-	3.327.600,00
Recife	1.508	485	3.073.400,00	-	3.327.600,00
Porto Alegre	1.350	435	2.956.500,00	-	3.255.000,00

Cidade	Número de tabuletas	Locais	Custo indeterm.	Custo tabuletas determ.	Custo local determ.
Curitiba	1.031	378	2.956.500,00	-	3.255.000,00
Fortaleza	996	344	2.956.500,00	-	3.255.000,00
Belo Horizonte	1.248	690	2.956.500,00	-	3.255.000,00
Goiânia	462	184	2.561.400,00	-	3.073.400,00
Brasília	243	97	2.561.400,00	-	3.073.400,00

Fonte: Central de Outdoor
Tabela de Preços: Dezembro/92

Custo: Cartaz/Quinzena (Cr$)
- Não tem custo.



A primeira-dama

Aluna de uma escola de Canapi (AL) espera até hoje pelo dinheiro prometido pela LBA.

Foto de Ronaldo Kotscho, 42 anos e 25 de profissão, repórter-fotográfico free lancer

NÃO DEIXE O INOBJETO PARA AMANHÃ.



INOBJETO

O MÓVEL INTELIGENTE

SP - Av. Brig. Faria Lima, 960 - Fone:(011)212-1603•SP - Av. Brig. Faria Lima, 679 - Fone:(011)813-1388•SP - Lar Center - Lojas: 101/102/103- Fone:(011)299-5266•SP - Shopping Ibirapuera - Lojas 52/53 - Fone:(011)543-8500•Campinas - Av. Júlio de Mesquita, 666 - Fone:(0192)51-2277•Brasília - CLS 302 Bloco C Lojas 25/33 - Fone:(061)226-2258•Belo Horizonte - (031)223-4122•Campo Grande - (067)726-1300•Cuiabá - (065)624-3856•Curitiba - (041)243-3583•Florianópolis - (0482)23-4700•Goiânia - (062)225-0333•João Pessoa - (083)225-1588•Maceió - (082)221-2175•Manaus - (092)234-1426•Natal - (084)222-1323•Recife - (081)326-1977•Ribeirão Preto - (016)636-6346•Rio de Janeiro - (021)325-0666•Salvador - (071)358-5895•Santos - (0132)4-5682•S.J.Campos - (0123)21-5511•São Luis - (098)227-0576•Barra Mansa - (0243)22-3488•Belém - (091)224-3276•Fortaleza - (085)261-3185•Foz do Iguaçú - (0455)73-4669•Porto Alegre - (051)334-0839•Teresina - (086)223-9696•Vitória - (027)225-4009•Bauru - (0142)23-0909



NADA SUPERA A SUA VONTADE DE CRESCER.

Aposte na sua capacidade de trabalho, renove suas idéias, descubra oportunidades. Por mais que os tempos sejam difíceis, existe alguém com força suficiente para mudar de vida: você. Comece hoje mesmo. O que você acha de dar impulso a seus projetos, levantar o astral da sua empresa ou agilizar seu dia-a-dia? Você é mais forte que qualquer crise. Pense nisso. E, como sempre, conte com o apoio do Banespa, um banco que trabalha para você. Venha crescer com a gente.

VENHA CRESCER

banespa