

Cartas

SOJA FALSA

Sr. Editor:

Com referência ao artigo "TV: Soja falsa e 12 demissões", publicado na última edição deste órgão, cumpre-nos informar a V. Sas. a veracidade dos fatos.

O documentário apresentado pela TV Gaúcha e suas geradoras do interior do Estado, sobre soja, incluiu imagens de um filme cedido pelo Consulado Americano exclusivamente para suprir a falta de filmes locais que deveriam ter sido providenciados pelo sr. Osmar Trindade, então chefe de reportagem desta emissora, e produtor do programa Campo e Lavoura. Ocorre que o sr. Trindade, encarregado pela Gerência de Programação da TV Gaúcha da produção deste especial, com uma antecedência superior a 30 dias, omitiu-se totalmente das providências necessárias.

Suas "ponderações" de que a produção deste programa estaria "fora das atribuições do pessoal, além de ser um programa vendido para um cliente, ou seja, nitidamente comercial", são bastante estranhas: qualquer programa jornalístico produzido por uma emissora de TV é, e só poderia ser, de responsabilidade de seu Departamento de Telejornalismo. E uma emissora comercial vive da receita de veiculação de publicidade.

Aliás, todos os programas jornalísticos da TV Gaúcha são comercializados (os diversos quadros do Jornal do Almoço, o Globinho, o Jornal Nacional, o telejornal Amanhã, o Globo Repórter e o Campo e Lavoura são patrocinados).

A Gerência de Programação não poderia entender como justa a remuneração extra reivindicada para repórteres e cinegrafistas que executariam o trabalho, pois o mesmo estaria dentro de suas atribuições, e seria feito durante sua jornada normal de serviço.

Posteriormente, entretanto, como a produção foi feita à última hora, o que obrigou a 3 funcionários excederem sua jornada normal de trabalho, resolveu espontaneamente, pagar a estes profissionais uma gratificação muitas vezes superior ao que seria devido em horas extras.

A demissão do sr. Osmar Trindade do quadro de funcionários da TV Gaúcha foi baseada em razões disciplinares internas, muito mais que o episódio acima descrito.

A demissão de 11 outros funcionários do Telejornalismo foi motivada por um manifesto por estes subscrito contendo, antes de sugestões ou reivindicações, afirmativas falsas, imposições e interferências na política administrativa da empresa, em termos que nunca poderiam ser aceitos.

Com referência, por exemplo, à utilização de filmes estrangeiros no Campo e Lavoura, o objetivo da TV Gaúcha sempre foi o de mostrar ao agricultor e pecuarista do Rio Grande do Sul, em uma das seções especializadas do programa, técnicas usadas em outros países para aumentar ou racionalizar a produção. Nunca houve qualquer imposição para que estes filmes fossem exibidos.

Entretanto, o antigo responsável pelo Campo e Lavoura — segundo consta do próprio manifesto subscrito pelos então seus subordinados — se recusava sumariamente, e sem qualquer análise do seu conteúdo, a programar sequer trechos destes filmes, com inegáveis prejuízos para os objetivos do programa e, principalmente para o público a que o mesmo se destina.

Nunca houve, também, qualquer preocupação da TV Gaúcha quanto à elevação dos custos deste programa. Tanto que contratou, por sugestão do próprio sr. Trindade, um assessor técnico para o mesmo, e nunca vetou qualquer viagem, por mais longa e onerosa que pudesse ser, solicitada pela produção.

Quanto ao assunto das "diárias para a Grande Porto Alegre, fixadas em 15 cruzeiros", cabe-nos esclarecer que, na época, a diária para o interior do Estado era de Cr\$ 130,00. A importância contida em seu artigo refere-se à ajuda de custo para um "lanche", quando o funcionário atravessa determinados horários em serviço.

Cabe-nos lembrar, ainda, que a entrega do referido manifesto foi desaconselhada por vários líderes legítimos dos jornalistas do Rio Grande do Sul, que não viram no seu teor o caráter reivindicatório, e sim o impositivo, não deixando outra caminho à Direção da Empresa.

Finalmente, desejamos esclarecer que a TV Gaúcha sempre esteve preocupada em ampliar e valorizar o mercado de trabalho para os profissionais de jornalismo, pagando salários bem acima da média das demais emissoras do Estado, e oferecendo condições de trabalho e equipamentos ao nível dos maiores centros.

Esta ampliação de mercado pode ser comprovada por iniciativas pioneiras como o Jornal do Almoço, o Campo e Lavoura, a parte local do Fantástico, o Globinho ao vivo, programas que não existem em outros Estados, em emissoras filiadas à Globo ou a qualquer outra Rede. E, a partir deste mês, irão ao ar mensalmente programas jornalísticos especiais (programados e em fase de planejamento de produção desde fevereiro), com uma hora de duração, exibidos em horário nobre.

Tudo isto porque entendemos que mesmo numa programação em Rede Nacional, uma emissora deve manter um estreito vínculo com a comunidade. E a melhor forma de se alcançar este objetivo é através de bons programas jornalísticos.

Concluindo, estranhamos que o Coojornal, cujos objetivos primeiros nos entusiasmaram, e que congrega em seu corpo editorial os mais brilhantes profissionais de imprensa do Rio Grande do Sul, tenha dado colhida à matéria em referência, desinformada e sobretudo, que espelha apenas o ponto de vista de um dos lados da questão.

Creemos, entretanto, que o reparo que pretendemos seja publicado possa fazer com que este órgão de classe retorne à confiança que nele queremos depositar.

Atenciosamente

RÁDIO E TELEVISÃO GAÚCHA S/A

FERNANDO MIRANDA
Gerente Executivo TV

Mais cartas na página 11.

- Uma briga tirou o futebol da Tv
- Um novo jornal em Pelotas
- O chuncho e a imprensa do Paraná
- Estudantes não se entendem na hora da prática
- Uma redação com 35 feministas
- A opinião dos jornalistas sobre seus jornais
- Renner, a imagem depois do incêndio.

COOJORNAL

BOLETIM DA COOPERATIVA DOS JORNALISTAS DE PORTO ALEGRE

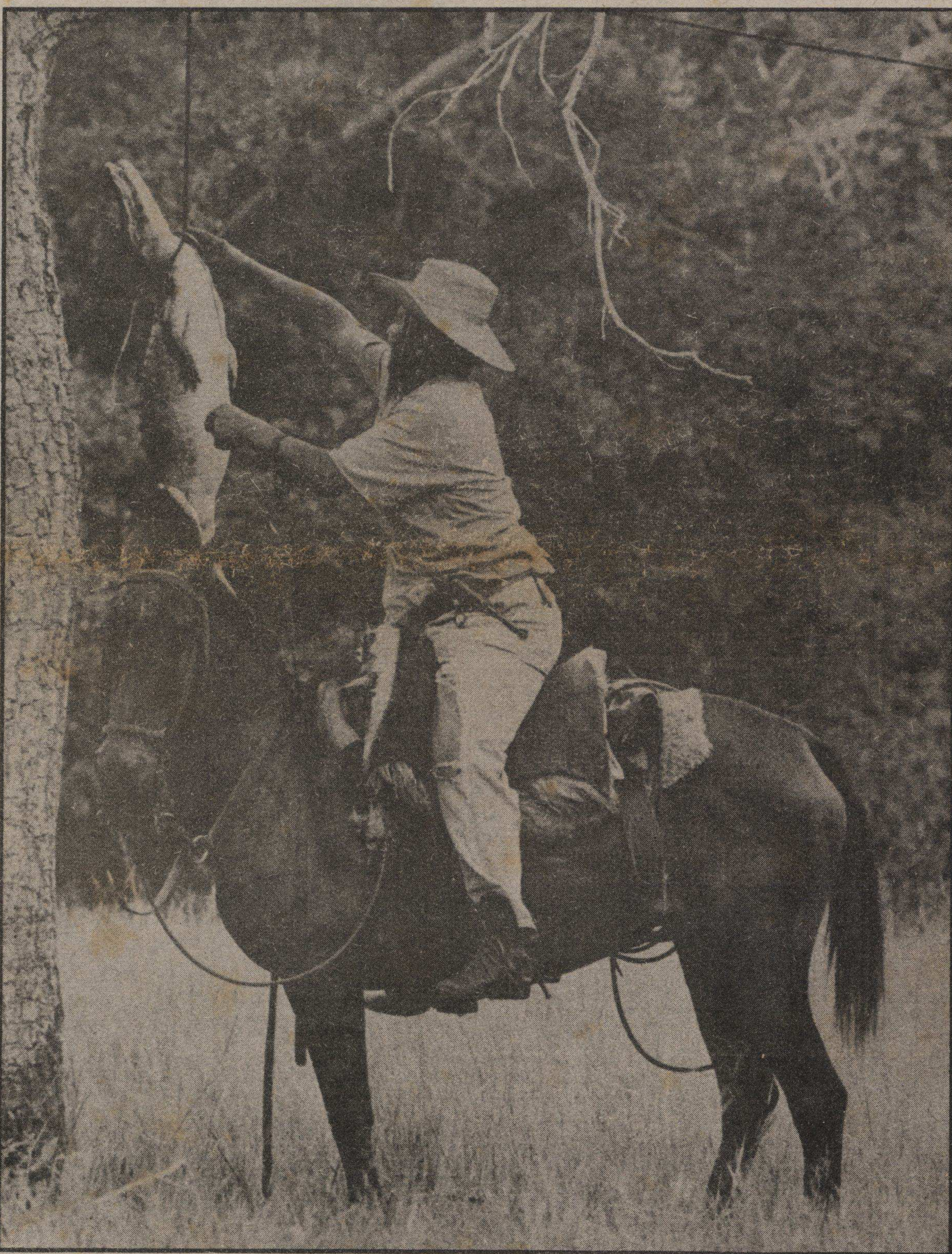


Foto de Fernando Bueno. Máquina Nikon F2. Tele 300mm. Velocidade 1000 Diafragma 5.6

Os fotógrafos e
a fotografia
nos nossos jornais

COOJORNAL
BOLETIM DA COOPERATIVA DOS JORNALISTAS DE PORTO ALEGRE

É livre a transcrição de textos. Em caso de matérias assinadas, pede-se reproduzir o nome do autor.

DIRETORIA
Presidente: José Antônio Vieira da Cunha
Vice-Presidente: Luís Cláudio Cunha
Secretária: Rejane Baeta

CONSELHO ADMINISTRATIVO
Carlos Henrique Bastos
Danilo da Silva Ucha
Jorge Olavo de Carvalho Leite
Suplentes:
José Félix Valente
Victor Hugo Sperb
Sérgio Caparelli

CONSELHO FISCAL
Antônio Brito Filho
Luís Francisco Terra Júnior
Érico Valduga
Suplentes:
João Borges de Souza
Tomás Irineo Pereira
Carlos Fernando Karnas

DIRETOR-EXECUTIVO
Jorge Polydoro

CONSELHO EDITORIAL
Elmar Bones da Costa
Gerson Schirmer
Jorge Polydoro
Luís Cláudio Cunha
Rosvita Saueressig

ADMINISTRAÇÃO: Eládio Dios V. da Cunha (gerente administrativo), Iná Terezinha Novo (secretária).

DEPARTAMENTO COMERCIAL: Gabriel Matias.

EDITOR RESPONSÁVEL: Elmar Bones da Costa.

REDAÇÃO: Adélia Yates Porto da Silva, Ademar Vargas de Freitas, Affonso Ritter, Angela Beatriz Zydan Riccardi, Antônio Brito Filho, Antônio Dreon Peres, Arthur Monteiro, Carlos Kolecza, Carlos Henrique Bastos, Carlos Urbim, Carlos Mosmann, Celson Antônio da Rosa, Claiton Selistre, Clarice Aquistapace da Silva, Cláudio Barcelos, Danilo Ucha, Delmar Marques, Fernando Albrecht, Érico Valduga, Erni Quaresma, Euclides Torres, Floriano Soares, Gládis Ibarra, Imara Stalbaum, Jandira Maria César, João Borges de Souza, Jorge Olavo de Carvalho Leite, José Antônio Vieira da Cunha, José Antônio Ribeiro, José Félix Valente, Licínio de Azevedo, Luís Carlos Merten, Luiz Cláudio Cunha, Luiz F. Terra Júnior, Luiz Gonçalves da Fonseca, Maria Angélica de Moraes, Maria Wagner, Marina Wodke Abujamra, Mário Marcos de Souza, Marques Leonam Cunha, Nirce Goymann, Osmar Trindade, Otacílio Grivot, Paulo de Tarso Riccardi, Paulo Gerson de Oliveira, Pedro Maciel, Regina Vasquez, Renato Pinto da Silva, Rosvita Saueressig, Sérgio Moita, Silmar Müller, Tomas Irineo Pereira, Walter Molina, Hermelindo Macedo, Clóvis Malta, Omar de Barros Filho, João Carlos Ferreira da Silva, Lenora Maria Vargas, Divino Fonseca, Eva Maria de Castro, Maristela Baires, Luiz Vitello, Telmo Cunha Zanini, Iara Bendati, Afonso Licks, Rogério Mendelski, Victor Hugo Sperb, Ana Amélia de Lemos, José Onofre, Alberto André, Alberto Blum, Flávio Vieira Dutra, Jorge Roberto Martins Freitas, Renan Antunes de Oliveira, Antônio Gonzalez, Mário Villas-Boas da Rocha, João Batista Aveline, Dorival Pacheco, José Lauro Dieckman Siqueira, Rejane Baeta, Fernando Lemos Goulart, Paulo Burd, Agnese Schifino, Carlos Salzano, Laila Pinheiro, Marinória Schilling Osório, Hélio Gama, Geraldo Hasse, Gilberto Pauletti, Jorge Escosteguy, Luiz Matzenbacher, Olyr Vasaschi, Flávio Porcello, Virson Holderbaum, Carlos Fehlberg, Jussara Cecília Coelho, Luiz Paulo Pilla Vares, Paulo Maciel, Luiz Afonso Franz, André Pereira, Eugênio Bortolon, Mário Luiz Madureira, Roberto Manera, José Antônio Simch da Silva, Sérgio Caparelli, Lauro Quadros, Marcelo Oscar Lopes, Antônio de Oliveira, José Antônio Pinheiro Machado, Sílvia de Souza Costa, Judith Martins Costa, Sérgio Toniello, Sérgio Becker, Roberto Alves D'Azevedo, José Erasmo Nascente, Edgar Lisboa, Edson Chaves Filho, Carlos Karnas, Valdir Paz, Ivan Pinheiro Machado, Maroni João da Silva, Vera Regina Monteiro, Amauri Mari de Melo, Paulo Garcia de Macedo, Marco Antônio Schuster, Otília Goulart, Roberto Appel, Ivon Egon Stigger, Elaine Lerner, Alda Suzete Souza, Carla Irigaray, Tânia Barros, Tânia Jamardo Failiace, Santa Irene da Rosa, Paulo Denis Pereira, Ayrton Kanitz, Pedro Garcia de Macedo, Terezinha Tellini Figueiredo, Iraporam Müller, Zélia Dambrowski Leal, Luiz Alberto Arache, Neusa Maria Ribeiro, Marcos Antônio Baggio, Edna Dela Nina, Armindo Antônio Ranzolin, Vilmo Medeiros, Paulo Poli, André Jockyman, Jayme Copstein, Raul Rübenich, Cintia Nabra Leal, Leonardo Berlese Dourado, João Paulo Lacerda, Luiz Fernando Silva, Verlaíne Silveira, Adroaldo Spindola Correa, Vera Barcelos, Sibylla Loureiro dos Santos, Maria da Graça Seligman, Humberto Andreatta, Christa Kusnick, Luiz Carlos Melo, Gabriel Matias, Wladimir Ungaretti, Danilo Miralles, José Luiz Chiarelli, Fernando Dibe Pinto, Floriano Correa, Milton Saldanha Machado, Miriam Chagas de Moura, Paulo Antônio Fogaça e Severino de Araujo Goes, Fernando Ruffoni Guedes, Neltair Rebes Abreu, Edson Kosminski, Maria da Graça da Silva, Walmaro Paz, Ana Elusa Rech, Milton Fernando Wels, Maria Helena Brancher, Maria Luiza Paim Teixeira, Julio Tadeu Sortica, Ana Maria Lopes de Almeida.

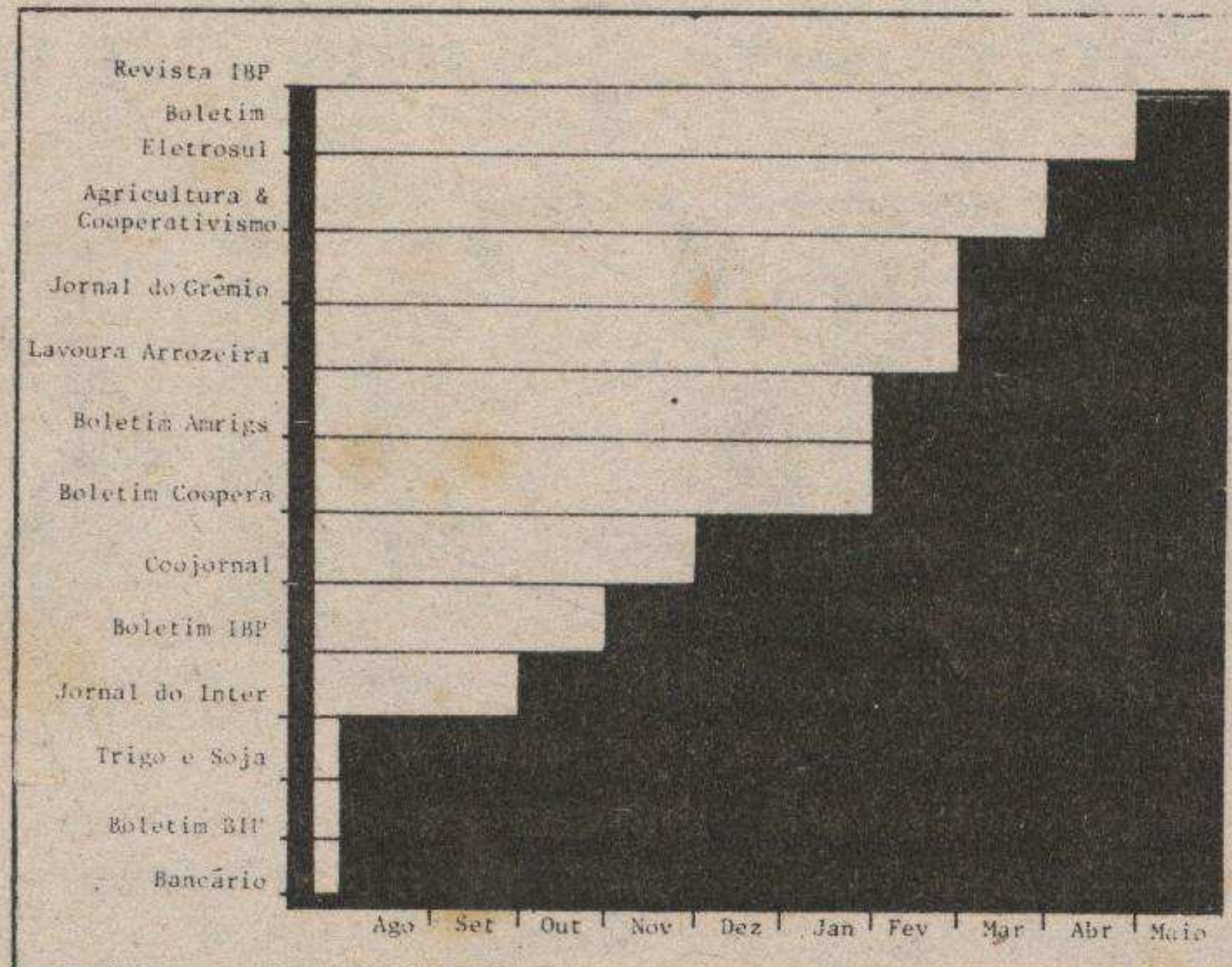
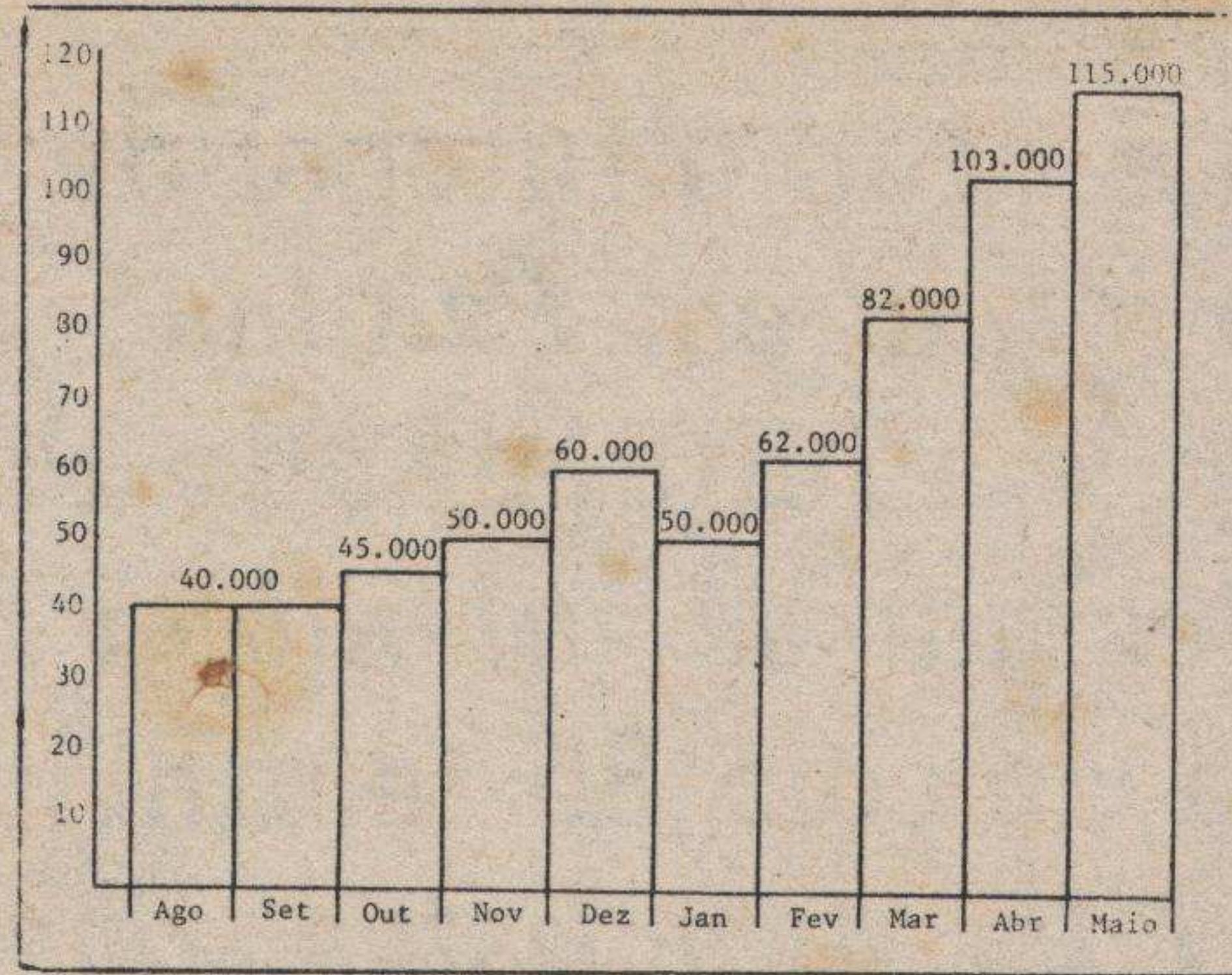
FOTOGRAFIA: Ricardo Chaves, Leonid Strelariys B. Scalco, Carlos Rodrigues, Jaime Klintonitz, Sílvio Ferreira, Gerson Schirmer, Olívio Lamas, Sérgio Arnould, Luís Abreu, Edgar Planella, Assis Hofmann, Antônio Carlos Mafalda, Maria Enaida Serrano, Jacqueline Jone, Afonso Abraham Lheurex, Fernando Augusto Bueno, e Hipólito Pereira.

ARTE: Ronaldo Westermann, Julieta Nunes Pereira, Leo Tavejnhansky, Ademir Fontoura, Maria da Graça Guindani, Maria Inês Burger Marques, Lilian Bem David, Nilson Figueiredo, Jane Peters, Bigi Polydoro, Neusa Tasca e Carlos Milton de Goz Rios.

CARTUNS: Edgar Vasques, José Guaraci Fraga, Claudio Levitan, Sérgio Batsow.

COLABORADORES: José Teófilo Abu-Jamra (economista), Gumerindo Coitinho (advogado) e Francisco Lopes (médico).

Correspondência para Rua Comendador Coruja, 372 (fone 24-0951), Porto Alegre, RS.



Cooperativa em assembleia: seis meses depois, trezentos por cento maior

110 000 exemplares por mês

Um crescimento de 300% no curto período de seis meses é um índice que poucas empresas deste país podem apresentar aos seus associados. E o caso da COOJORNAL que, como mostrou a prestação de contas feita por sua diretoria na última assembleia geral, realizada no dia 24 de abril passado na sede do Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Porto Alegre, cresceu mais de três vezes quanto ao número global de exemplares editados mensalmente.

Em outubro de 1975, data penúltima assembleia geral, as quatro publicações até então editadas representavam 31 mil exemplares, números que seis meses depois pularam para treze publicações, num total de 110 mil exemplares por mês. Munido de gráficos e números, o diretor-executivo da Cooperativa dos Jornalistas, Jorge Polydoro, fez uma exposição aos 42 associados (de um total de 219) presentes sobre o desenvolvimento da COOJORNAL em seu terceiro ano de vida. "O chamado ponto de equilíbrio entre receita e despesa, meta que toda e qualquer empresa alcança somente depois de um determinado período de existência, foi atingido apenas no primeiro trimestre deste ano", completou Polydoro, "e a solução gradativa dos problemas de organização interna, junto com as perspectivas de desenvolvimento cada vez mais amplas de nosso mercado, já nos dão uma certa tranquilidade em relação aos próximos passos da cooperativa".

Um destes passos — o lançamento do nosso semanário — foi definido e previsto pelo presidente da COOJORNAL; José Antonio Vieira da Cunha: "A cooperativa foi criada em 1974 com o objetivo determinado de ampliar o mercado de trabalho na imprensa da Grande Porto Alegre, E, em

busca desta meta, planejamos o lançamento do nosso semanário, um jornal feito e administrado por jornalistas. E esse continua a ser o nosso objetivo fundamental, mas agora estamos conscientes também de que o lançamento do semanário deverá acontecer em cima de uma estrutura sólida que nos permita absorver os prejuízos que qualquer publicação, inevitavelmente, sofre em seus primeiros meses. Este foi um assunto discutido exaustivamente pelas pessoas que trabalham e dirigem a cooperativa e todas concordam com esta posição". Colocada em discussão, a assembleia apoiou e aprovou assim, a decisão de subordinar o lançamento de nosso jornal a um período mais conveniente dentro da vida da cooperativa, mediante manifestação de assembleia.

Todo o esforço em busca da consolidação, no entanto, não impede que a Coojornal cumpra, desde agora, o seu compromisso de oferecer maiores oportunidades de trabalho: 25 profissionais são contratados fixos e outros 30 colaboram eventualmente em publicações editadas pela cooperativa. Vieira da Cunha lembrou, ainda, que os entendimentos necessários para dotar a COOJORNAL de uma estrutura gráfica capaz de elevar a eficiência, a qualidade e a remuneração de nossos trabalhos foram canalizados para o Banco Nacional de Crédito Cooperativo (BNCC), que deverá liberar uma linha de crédito de aproximadamente 500 mil cruzeiros para a aquisição de máquinas para composição e fotolitagem.

INVESTIMENTO

O capital proveniente da subscrição de novas cotas, que originalmente deveria ser aplicado no lançamento do semanário, foi

investido numa corretora local cujo rendimento reduzido (juros de 2,4% ao mês), segundo Vieira da Cunha, "está bem abaixo do percentual da inflação e, por isso, nosso dinheiro se desvaloriza". Com o auxílio do associado Tomás Irineo Pereira, membro do Conselho Fiscal, a diretoria submeteu a plenário um plano de aplicação deste capital na compra de um imóvel: "Com o índice atual de valorização de 40% ao ano no mercado imobiliário, um imóvel comprado agora pela cooperativa estará valendo, daqui a cinco anos, oito a dez vezes mais, com a vantagem adicional de que a COOJORNAL estará isenta de aluguel e enriquecerá o seu patrimônio", argumentou Pereira. Aprovada a proposição, a tarefa de selecionar o imóvel para compra foi delegada ao Conselho de Administração.

Logo após o plenário votou e aprovou, também por unanimidade, a alteração do artigo 13 dos estatutos que trata do desconto que todo associado sofre sobre a remuneração de seu trabalho produzido através da cooperativa: o desconto passou de dez para cinco por cento. E para elevar a participação dos associados nas decisões da diretoria, o plenário aprovou (por sugestão do presidente) a ampliação do número de membros, titulares e suplentes, dos Conselhos de Administração e Fiscal, que passaram de três para cinco.

(1) — "O Bancário" (jornal, mensal), "Trigo e Soja" (boletim, mensal), "BIU" (boletim, bimestral), "Agricultura e Cooperativismo" (revista, mensal), "Eletrônico" (boletim, bimestral), "IBP" (boletim, mensal), "IBP" (revista, três edições anuais), "AMRIGS" (boletim, mensal), "Lavoura Arrozeira" (revista, bimestral), "Coopera" (boletim, mensal), "Jornal do Grêmio" (mensal), "Jornal do Inter" (quinzenal) e o "Coojornal" (boletim, mensal).

Os novos associados

Nas últimas reuniões do Conselho de Administração foram admitidos os seguintes novos cooperativados: Najar José Godoy Tubino, Marise de Martini Fetter, Luís Antônio Kozminski, Jurandir Souza da Silveira, Alfredo Carlos Fedrizzi, Carlos Roberto dos Santos Dornelles, Ricardo Morem Schmitt, Carmen Maria Laviaguerra Silveira e José Emanuel Gomes de Matos.

CONTATOS

O Departamento Comercial da Coojornal precisa de contatos de publicidade. Exige experiência e oferece ajuda de custo e comissões. Tratar com Mathias, pela manhã na Comendador Coruja, 372.

Vem aí os Cadernos Coojornal

Um caderno especial de 12 páginas, com uma análise do Programa Nacional de Desenvolvimento Cooperativo e da situação atual do cooperativismo no Brasil será o primeiro de uma série de trabalhos especiais que a Coojornal começará a editar a partir do próximo mês. O caderno circulará encartado no boletim Coojornal de junho e em alguns jornais ligados a cooperativas. Quem tiver interesse especial na aquisição de exemplares (a tiragem será de 10 mil exemplares) deve comunicar-se com a Coojornal, rua Comendador Coruja, 372, Porto Alegre.

Planos na Tv, redução no jornal

TV Piratini e Rádio Farroupilha com grandes planos prometendo para o fim do mês de junho 20 empregos novos e dentro de mais ou menos três meses, mais uns 15 ou 20. Mas o supervisor, João Batista de Melo Filho, afirma que não está fácil conseguir tantos jornalistas:

— Não estamos pensando nos salários. Garanto salário alto. Por exemplo, para um chefe de reportagem que seja também coordenador de telejornalismo, em horário integral, acho que vamos pagar Cr\$ 10 mil. O problema é achar gente boa e que não seja chapa-branca. Aqui não trabalha chapa-branca. E quantos jornalistas, aqui em Porto Alegre, podem dizer que não são chapas-branca?

A programação também vai mudar: serão produzidos telejornais, programas de debates, rurais e de esportes. A conta publicitária está com a Marca Propaganda, que fará a promoção. Além disso, Batista garante que o novo equipamento para cor já está no porto e "logo será retirado". Junto virá um caminhão de externas e quatro mini vídeo-tape (aparelho de vt portátil que pode transmitir direto da rua ao gerador e substitui a câmera filmadora).

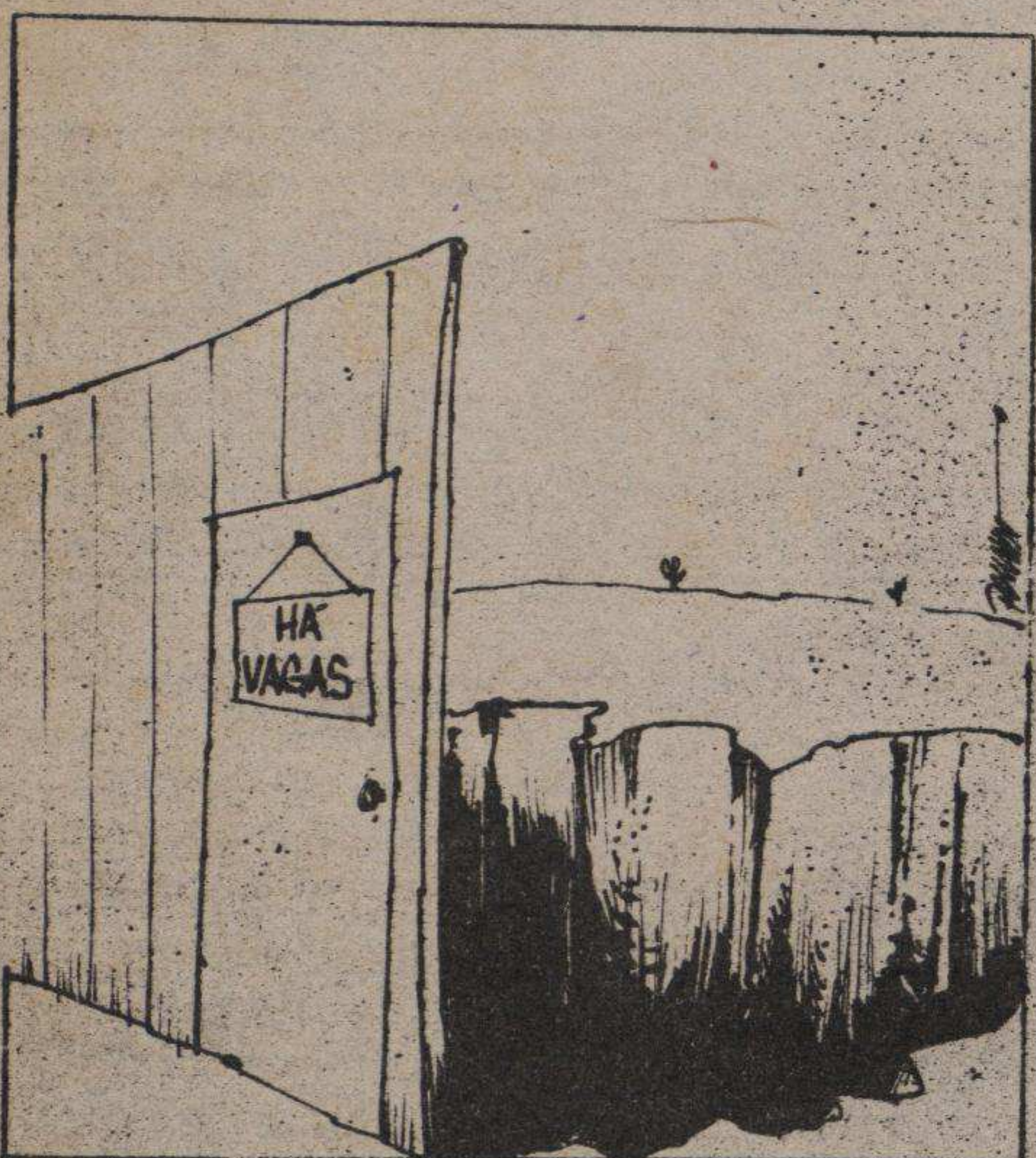
Promessas e planos nunca faltarão aos Diários e Emissoras Associados. Mas desta vez, Batista assegura que a Rede Tupi vai investir para fazer programas de "opinião, personalidade e instantaneidade, com muita seriedade. A Tupi tem interesse porque o Rio Grande do Sul, é o único lugar onde ela não ocupa o segundo lugar em audiência".

A nova programação deverá ir ao ar dia 14 de junho. Um dos apresentadores já está acertado: será Cláudio Andara, que atualmente está no Canal 12. Na parte técnica, a Piratini contratou Oswaldo Leonardo, responsável pela instalação dos novos equipamentos das tevês Globo, Tupi e Gaúcha.

ENCARTE

O caderno especial que saía encartado no Diário de Notícias com 12 páginas nos dias de semana e 16 páginas aos domingos, sofre uma severa transformação, diminuindo para apenas uma página interna do único caderno que o Diário tem agora.

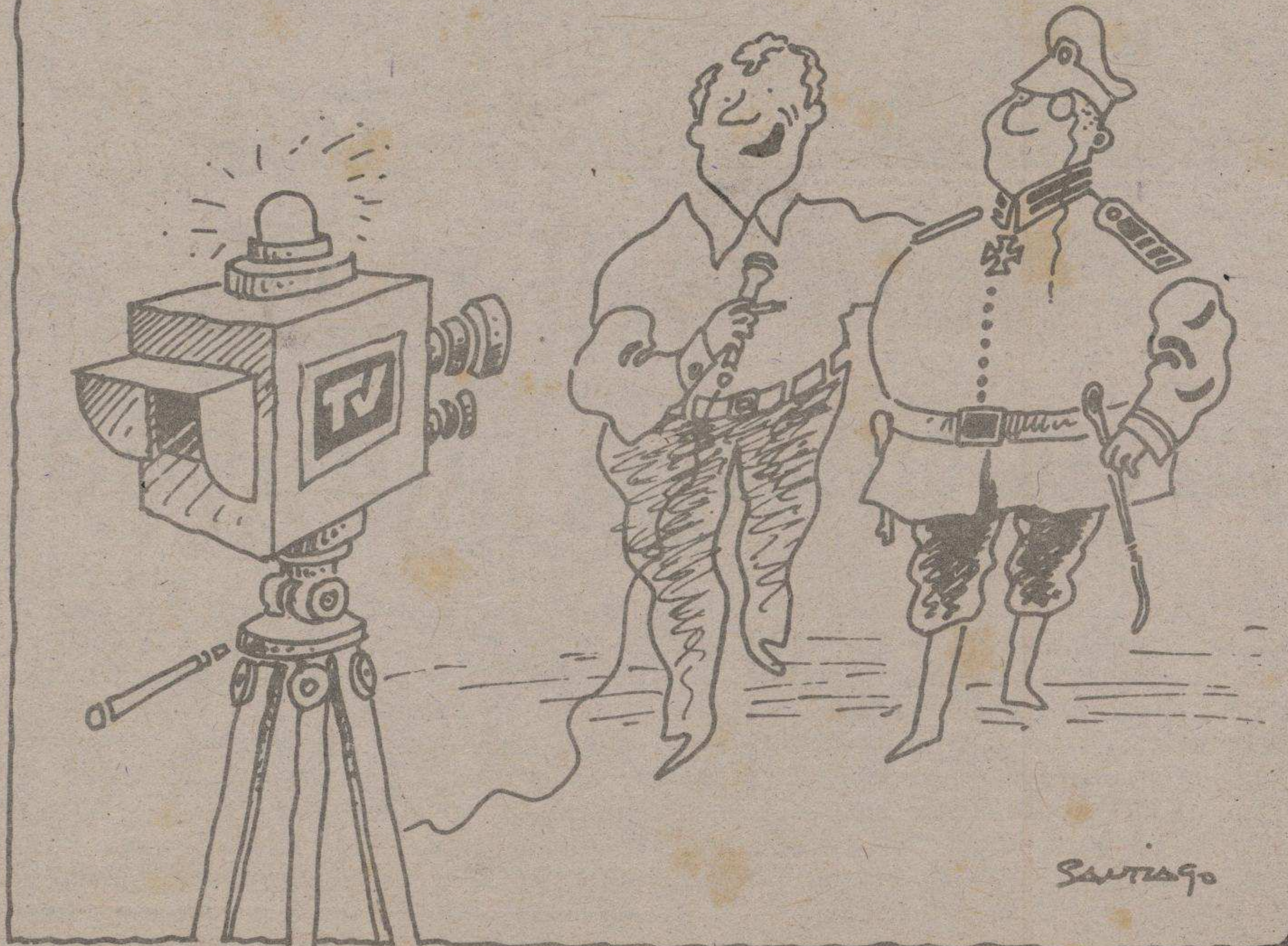
Em consequência foram demitidos quatro repórteres e dois diagramadores. O diretor administrativo do Diário, Eduardo Vieira, expicou aos demitidos que não havia condições de manter o caderno uma vez que o "deficit mensal andava por volta de 150 mil cruzeiros".



André mais dois anos na Ari

Alberto André, foi reeleito presidente da Associação Riograndense de Imprensa. Nas entrevistas e nos pronunciamentos que fez voltou a salientar as dificuldades que os homens de imprensa enfrentam hoje para exercer a sua profissão. E prometeu, ao final deste mandato de dois anos, afastar-se da direção da entidade que dirige há 18 anos.

...e já está entre nós um cidadão europeu com longo "Know-how" em áreas cercadas



Só nos falta uma cerca...

Apenas cinco das 80 vilas onde vivem 120 mil pessoas em Porto Alegre tem serviço sanitário preventivo, segundo informações da chefe da Assistência Materno-Infantil da Secretaria da Saúde, Hebe Coutinho (FM 10/5/76). Isso significa que não há assistência às mães, os serviços de vacinação são precários não há suprimento de água potável suficiente, não há esgotos e que o resultado é um elevado índice de mortalidade infantil por desnutrição e infecções.

A dificuldade em enfrentar essa situação tem uma única causa, segundo a mesma Hebe Coutinho: a falta de dinheiro. O mesmo dinheiro que, segundo anunciou o governador recentemente, falta para equipar o Corpo de Bombeiros.

Pois bem, numa cidade com esses problemas os jornais decidiram encampar a idéia tola, importada da Europa, de cercar o

Parque da Redenção, obra que deverá custar alguns milhões de cruzeiros. Os argumentos: à noite não há segurança na Redenção, ao contrário do que ocorre em alguns países civilizados onde os parques são fechados.

Só esquecem algumas coisinhas: 1) Porto Alegre não será mais segura à noite com o parque fechado; 2) Londres é mais segura, não porque os parques são fechados, mas porque tem um índice menor de marginalidade, decorrente de uma situação social menos desigual; 3) Há maneiras mais simples e mais baratas de dar maior segurança à Redenção. 4) Por que se o caso é macaquear-se, em vez de lembrar que o Hyde Park é fechado, não se lembra que Londres tem 100% de esgotos, 100% de água, assistência médica excelente, bom sistema de transportes etc...?

(E.B.C)

• Quem acompanhou, há pouco mais de ano, a gigantesca e brava campanha dos jornais de Porto Alegre contra o mau cheiro da Borregaard deve andar desconfiando do próprio nariz. Sim, porque se esse cheiro intenso e forte que em certos dias enche as narinas de todos, especialmente dos que vivem na zona sul, fosse mesmo da Borregaard a gente saberia pelos jornais no dia seguinte, pois isso era uma recomendação da direção das empresas. Como há dez meses as notícias sobre esse assunto praticamente desapareceram, devemos estar sendo vítimas de uma ilusão de olfato.

Aliás devem ter-se enganado também os jornais de fora que noticiaram estar a empresa enfrentando dificuldades para colocar a celulose que produz no mercado internacional. Com exceção da FM, os chamados órgãos locais não constataram isso.

• O industrial Paulo Vellinho, presidente da Springer, pediu numa reunião de empresários dia 13/05 "uma atitude de solidariedade e compreensão para com os 100 milhões de brasileiros, sem poder de decisão, que assistem ao que de certo e errado o governo e nós empresários fazemos nesta conjuntura difícil porque passa o país". E um apelo que estaria também muito bem endereçado se fosse feito às empresas jornalísticas do país.

• Apesar de ter conseguido manter a grande imprensa praticamente calada a respeito do operário (ou operários?) que caiu no tanque de xarope no Rio de Janeiro, a Coca-Cola está sentindo o abraço. Vem aí com uma gigantesca campanha de publicidade, programando inclusive jornal, coisa que ela não fazia. E o cala-boca final.

COOJORNAL

BOLETIM DA COOPERATIVA DOS JORNALISTAS DE PORTO ALEGRE

Coojornal: todos os que quiserem receber o Coojornal, devem dirigir-se à Cooperativa, fornecendo o nome (pessoa e/ou entidade), endereço e nº de exemplares que deseja. Coojornal fala de jornalismo, publicidade, comunicação.

• Manchete da página policial da FT, dia 13/5, sobre o incêndio no terminal da Cotrijui, em Rio Grande: "Sete estão hospitalizados.

Parou a exportação de trigo". Tá certo, não se exige que a editoria de polícia entenda também de economia. Mas chegar ao ponto de exportar trigo é demais.

(E.B.C)

Aproximações perigosas

No dia 25/4, Alberto Dines escreveu na sua coluna **Jornal dos Jornais**, publicada aos domingos na Folha de São Paulo a seguinte nota:

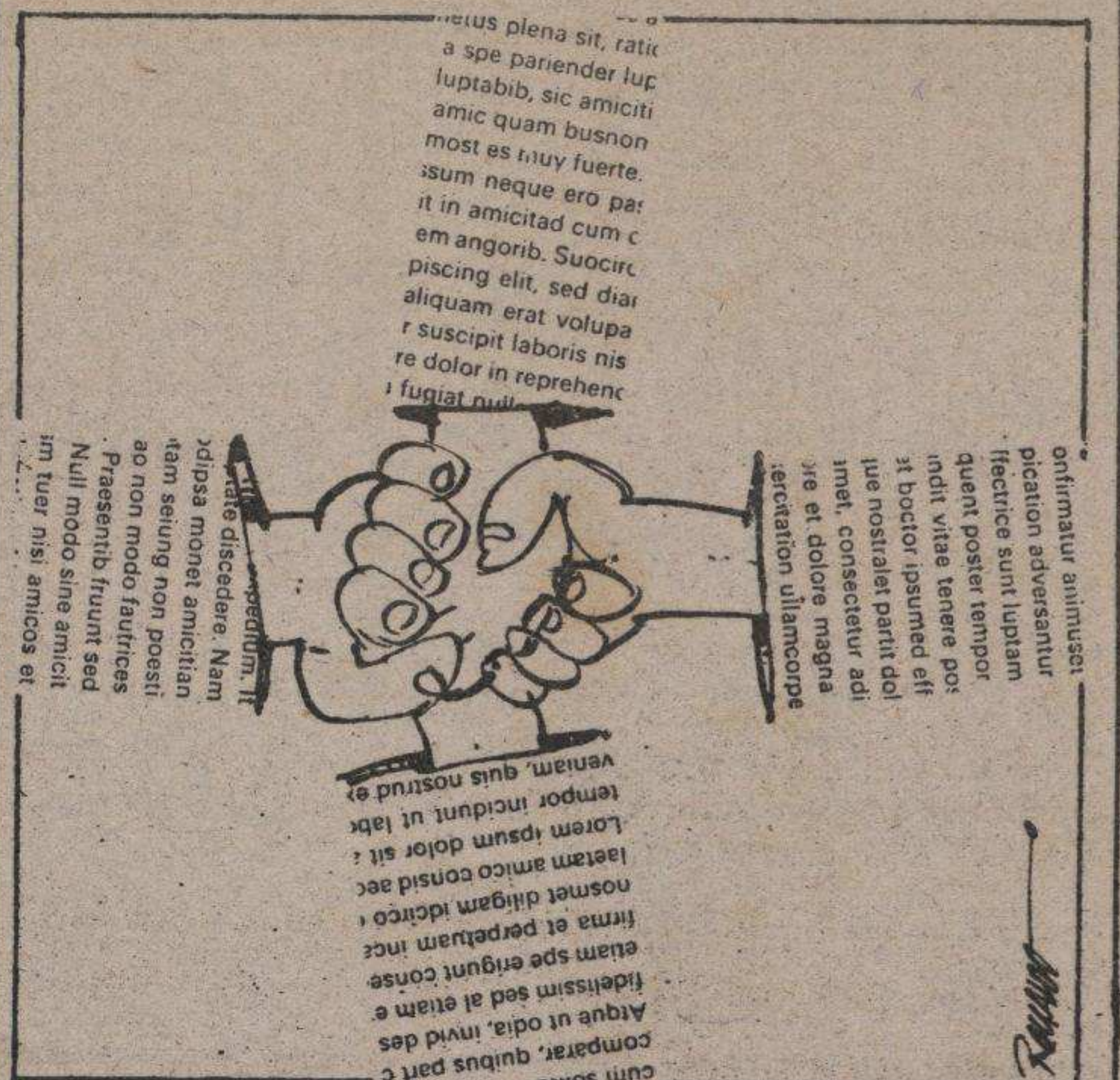
"O lançamento nos EUA do novo livro da dupla de repórteres Woodward-Bernstein, "Final Days", e a estréia, simultânea, da versão cinematográfica da primeira obra, "Al the Presidents Men", traz à baila não apenas o rumoroso caso que levou à renúncia de Nixon, mas o problema da competição entre jornais.

Como se sabe, os dois jovens repórteres pertencem aos quadros do "Washington Post", mas isto não impede que o principal concorrente desse jornal, o "The New York Times", dedique colunas e mais colunas aos trabalhos dos dois jornalistas, o filme inclusive, centrado na redação do "Post" é uma espécie de consagração visual deste jornal. O que não impede ao rival nova-iorquino de ocupar-se elogiosamente do cenário, da obra e personagens.

Este exemplo deveria ser meditado pelos empresários brasileiros de jornal divididos em feudos pessoais passionais e desnecessariamente. Jornais devem brigar pela informação melhor, na banca, junto aos leitores. O "gelo" em que cada um dos nossos veículos mantém, os demais torna o já debilitado poder da imprensa mais combatido ainda.

É preciso, porém, que não se leve o diálogo ao extremo oposto visando o controle do noticiário, como aconteceu recentemente em Porto Alegre, quando os dois principais jornais acertaram diminuir ao máximo o primeiro noticiário referente a um dramático episódio envolvendo figura de um deles. Não fosse "Veja" e uma pequena nota do "Jornal do Brasil", o assunto seria totalmente surripado da opinião pública. Como a não-publicação pode beneficiar alguns dos envolvidos, por pior e mais triste que sejam as circunstâncias do episódio, não se pode deixar de informar tudo. Com disciplina, sem sensacionalismos, com honestidade.

O personalismo desenfreado leva jornais a lutar e desgastar-se; um excesso de aproximação entre veículos pode levar ao controle de distorções de informações".



Atenção para as notícias locais

O novo esquema de programação posto em prática pela Rede Globo desde março reduziu e enfraqueceu sensivelmente a cobertura dos fatos locais no canal 12, que já se ressentia de uma queda na audiência. E a Difusora já está pensando em dinamizar o seu telejornalismo para entrar no vazio com bons informativos locais. Mas, por enquanto, tudo está na parte das intenções, embora algumas mudanças já tenham sido providenciadas pelo canal 10. Será introduzido, por exemplo, um comentário de Newton Carlos, sobre política internacional no Câmera 10, foi contratado um novo chefe de reportagem, Fernando Guedes, e a cobertura política foi entregue a Airton Fagundes, que saiu da Gaúcha. Se a Difusora souber aproveitar a chance poderá conseguir o que a TV Randerirantes conseguiu em São Paulo, onde com uma programação à base de bons filmes e bons telejornais, com grande cobertura dos fatos da cidade, consegue bater a Globo com suas novelas e todo o seu aparato em muitos horários.

Uma vitória contra censura

Há alguns anos, uma carta de um desavisado leitor paulista ao Jornal da Tarde, expunha sua inconformidade com o estilo editorial adotado pelo vespertino. "Por que é que vocês não publicam — perguntava o leitor — notícias sobre o ensino, por exemplo, em vez de insistir tanto em receitas culinárias?"

A resposta do jornal talvez tenha esclarecido alguma coisa. "É melhor deixarmos para outra vez — dizia o JT — sob pena de transformarmos sua carta e nossa resposta num apetitoso stroganoff ao molho champignons."

Mas a resposta foi dada agora pela Justiça: a censura aos jornais O Estado de São Paulo e Jornal da Tarde, durante o governo Médici, acabou sendo condenada pelos incompreensíveis cortes a que submeteu matéria de capa dos dois jornais nos dias 10 e 11 de maio de 1973. Naquela oportunidade, a manchete "Médici nomeia um novo ministro" (saía Cirne Lima da Agricultura) estava sobreposta a um grande anúncio da rádio Eldorado onde sobressaía o título "Agora é Samba".

"O Estado de São Paulo" recorreu à Justiça, contra a União. No dia 28 de março passado, o "Estado" publicava, no mesmo espaço censurado alguns anos antes, as ponderações do juiz Luiz Rondon Teixeira Guimarães, titular da 1ª Vara da Justiça Federal: "Não encontrei Ato Complementar ou decisão do Presidente da República decretando a censura geral da imprensa, como ocorre com o semanário "Opinião", ou determinando a censura nos jornais ESP JT ... Isso significa que o ato do censor foi ilegal e que, nos expressos termos do art. 107 da Emenda Constitucional nº 1, de 17 de outubro de 1969, a ré (a União) deve responder pelos danos efetivamente causados por ele à autora".

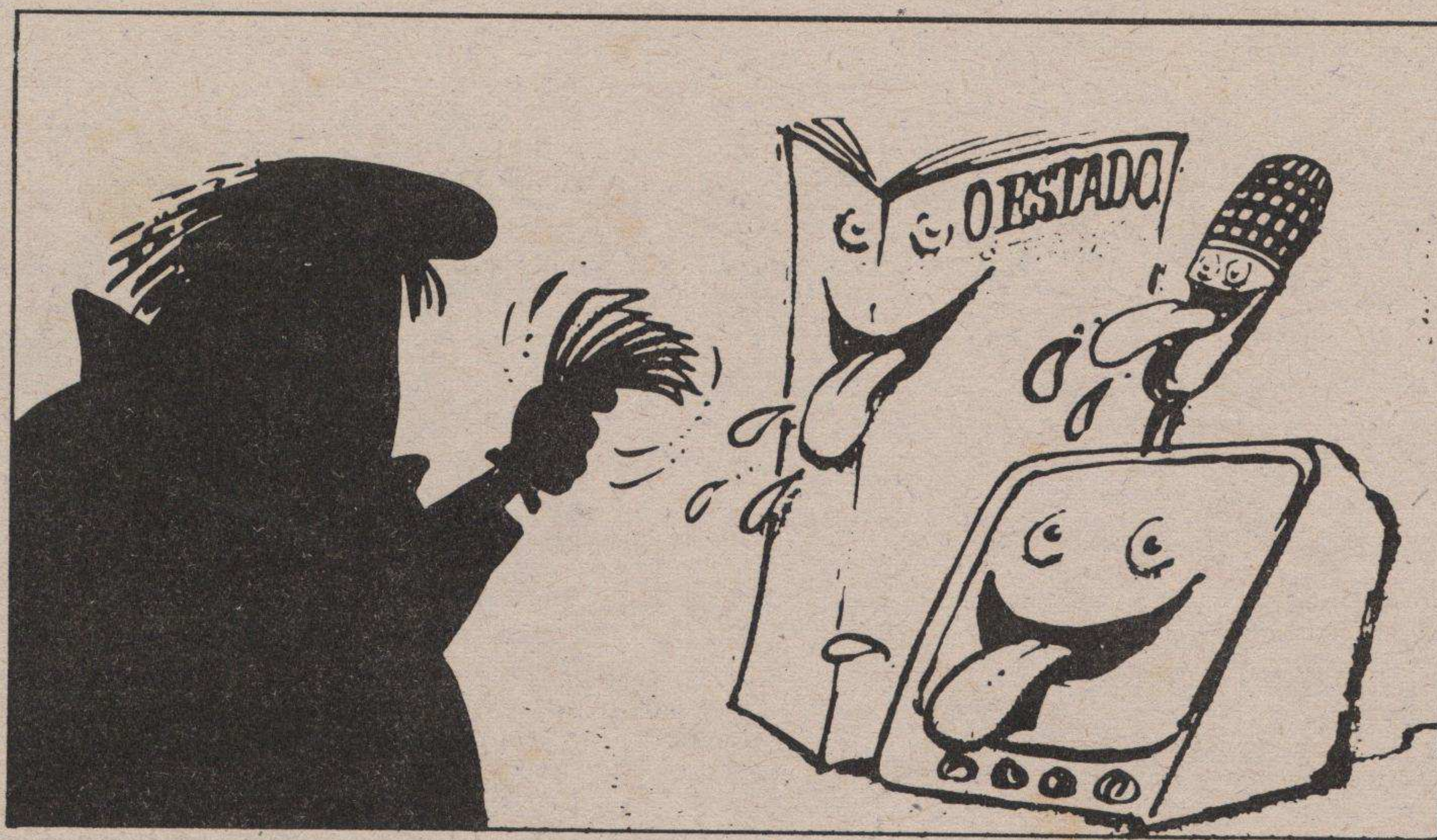
Segundo matéria divulgada no Boletim da ABI e retirada do mesmo despacho, a Fazenda Federal deverá pagar à empresa proprietária dos dois jornais, por "perdas e danos, que decorrem do não aproveitamento do material jornalístico censurado nos dias 10 e 11 de maio de 1973, correção monetária na indenização; custos; honorários dos advogados, e juros do mora".



13 conferências num livro

Aparentemente a publicação "Anais do 4º Curso de Alto Nível para Jornalistas" apenas reproduz, em suas 150 páginas, as 13 conferências proferidas durante a promoção, realizada na capital em outubro e novembro de 1974. No entanto, o livro editado pela Associação Riograndense de Imprensa e distribuindo de graça cumpre outra finalidade: a de preencher o vazio existente na bibliografia referente à comunicação. Além disso, todos os conferencistas — Juarez Bahia, Paulo Patarra, Carlos Chagas e Evandro Carlos de Andrade, entre outros — tiveram a oportunidade de corrigir ou acrescentar alguma coisa no texto resultante da gravação de seus pronunciamentos. O que provocou e justificou o atraso da edição, concluída somente em março.

Abraçante como foi o curso, o livro apresenta o tema geral "Situação e Perspectivas da Comunicação" no qual estão abordados desde as possibilidades futuras das comunicações brasileiras, sugeridas pelo representante do ministério das comunicações Nassib Chehab, até a relatividade da debilitada liberdade de imprensa, proposta no depoimento do diretor de jornalismo do "Globo", Evandro Carlos de Andrade.



Uma CPI para investigar o chuncho

No Paraná, a palavra **chuncho** identifica aquilo que os gaúchos chamam de **toco**, e os paulistas chamam de **trambique**: as propinas, subvenções ou qualquer espécie de cala-boca financeiro que jornalistas e jornais recebem do governo ou de empresas. Dizem alguns jornalistas que o **chuncho** nasceu com o primeiro jornal paranaense, o 19 de Dezembro, que vivia de subvenções oficiais no tempo em que a região não era um estado, mas uma província de São Paulo.

O certo é que hoje o **Chuncho** é uma instituição tão ampla e tão arraigada, que é muito difícil dizer-se quantos jornais paranaenses sobreviveriam sem ele.

Uma prova disso é o que está ocorrendo em consequência da briga política que se desenrola no Estado entre as facções lideradas pelo ministro da Educação, Ney Braga, e o ex-governador Paulo Pimentel. Os partidários de Ney Braga, hoje ocupando o governo, cortavam as verbas oficiais destinadas às empresas jornalísticas de Paulo Pimentel (três jornais, três televisões e uma estação de rádio), que atualmente atravessam sérias dificuldades, trazendo insegurança para um grande número de profissionais.

Pimentel começou a montar seu pequeno império quando estava no Palácio Iguazu e agora, confiando nas eleições diretas em 78, pretendia usá-lo para retornar ao governo.

Em fins de março, o governador Jayme Canet Jr. concedeu uma entrevista reconhecendo a existência de subvenções estatais à imprensa e determinando suspensão imediata. Cada jornal, segundo informou Canet Jr., recebia 70 mil cruzeiros mensais e cada emissora de televisão, 100 mil. Mas o corte das verbas, de acordo com as alegações de Pimentel, só atingiu suas empresas, que, além disso, foram abaladas por outro golpe: em abril, inexplicavelmente a rede Globo retirou toda a sua programação das emissoras de Paulo Pimentel, a Tv Iguazu, de Curitiba, e a Tv Tibagi, no interior.

Os programas de maior audiência no Estado os da Globo agora passam na Tv Paraná de Curitiba e no Canal 13 de Londrina, que pertenciam ao grupo Associados e que foram compradas por um grupo ligado aos neystas. Assim, além das verbas oficiais é de se prever que também os anúncios das empresas privadas fujam dos veículos de Pimentel, o que abre perspectivas pouco animadoras para um grande número de profissionais.

A única providência, por enquanto, para esclarecer a situação é uma comissão parlamentar de inquérito formada por iniciativa do MDB e conhecida em Curitiba como a CPI do chuncho que pretende identificar corruptos e corruptores. Se conseguirá, ninguém sabe.

Uma Gazeta em Pelotas

A gráfica Independente, do grupo Fonseca Júnior, de Pelotas, espera apenas a impressora rotativa Goss Community (quatro unidades, 14 mil exemplares por hora, a cores), comprada nos Estados Unidos, para editar a **Gazeta Pelotense** — um tablóide diário, vespertino com 24 a 32 páginas e tiragem prevista de 10 mil exemplares, para ser vendido a Cr\$ 2,00.

A **Gazeta** será lançada com a intenção de concorrer com um dos jornais mais antigos do Estado — o **Diário Popular**. Mas para o grupo Fonseca Júnior, não será, propriamente, uma estréia na área da comunicação social. Embora dedicando-se principalmente ao setor de transportes (domina as principais linhas de ônibus da Zona Sul do Estado) e comércio, é também proprietário de duas emissoras de rádio: a **Pelotense**, de Pelotas, e a **Minuano**, de Rio Grande.

Toda a equipe responsável pela produção do jornal (36 profissionais entre repórteres, fotógrafos, editores, diagramadores e ilustradores) já está contratada. O diretor superintendente, jornalista Aldyr Garcia Schlle, que começou sua atividade profissional na Última Hora, de Porto Alegre formou a equipe da **Gazeta Pelotense** recrutando repórteres, redatores e editores nos veículos da cidade e no Curso de

Comunicação Social da Universidade Católica de Pelotas. Ele espera que o jornal esteja em condições de circular trinta dias após a instalação da rotativa (ela é esperada para os próximos 15 dias), pois quer contar com o prazo de um mês para a edição de alguns números-pilotos.

GAZETA RIOGRANDINA

A **Gazeta Pelotense** terá correspondentes em 11 cidades da Zona Sul do Estado e uma sucursal em Rio Grande, estando nos planos da empresa a criação de outras duas, em Porto Alegre e Brasília. A de Rio Grande, dependendo da receptividade que tenha o jornal naquela cidade, poderá ser reestruturada para a edição da **Gazeta de Rio Grande**, também vespertina.

O jornal já contratou os serviços internacionais da Agência France Press e nacional da Agência Estado. Esta última fornecerá, também, um resumo do noticiário do Jornal da Tarde e do New York Times.

Com exceção da impressora, todo o equipamento já está em Pelotas. Redação e oficinas estão instaladas em prédio construído na rua General Neto, 171. Com dois andares com uma área de 800 metros quadrados.

As críticas serão premiadas?

A partir deste ano (matérias publicadas até 31 de outubro) o Prêmio Fiergs (Federação das Indústrias) de Jornalismo foi reformulado: as inscrições serão automáticas (uma comissão se encarregará de selecionar os trabalhos) e, além da reportagem, a cobertura de setores também concorre a prêmio.

Na reunião em que a reformulação foi anunciada, o presidente do Sindicato dos Jornalistas, João Borges de Souza, pediu uma providência para eliminar o principal vício deste tipo de concurso jornalístico: que as reportagens contendo análise crítica do setor industrial também sejam consideradas no momento da premiação. Atualmente, exceção do prêmio ARI, todos os demais prêmios jornalísticos no RS pecam pelo mesmo defeito: as matérias são feitas para ganhar concurso e as que contêm críticas jamais são premiadas.

DIRETOR DE EMPRESA ENTREGANDO UM PRÊMIO DE JORNALISMO À UM COLEGUINHA



Porque não vemos futebol na Tv

Como sempre acontece em brigas entre a Federação Gaúcha de Futebol e as empresas jornalísticas, quem sai perdendo é o público.

Desta vez não foi diferente. As emissoras de televisão estão proibidas de passar os videotapes dos jogos pelo Campeonato Regional porque a FGF exigiu que em cada "espetáculo" — classificação dada pelo presidente Rubens Hoffmeister aos jogos de futebol — fosse paga uma taxa pré-fixada. Mas não explicou se o dinheiro iria para os "artistas" ou para a própria Federação.

Baseados em uma lei federal que regulamenta as transmissões de espetáculos e partidas, os três canais de televisão descobriram que poderiam passar três minutos de cada jogo, sem depender do consentimento da FGF e do pagamento de qualquer taxa.

Por lei esses três minutos são considerados reportagem e de caráter informativo. Assim, todas as transmissões dos jogos regionais, entre lances e gols, não podem e não estão ultrapassando esse tempo.

O chefe de programação da Tv Difusora Gilberto Claro afirma que não sabe o preço exigido porque "isto foi tratado diretamente entre as direções das três emissoras e a Federação". Já o chefe de programação da Gaúcha, Clóvis Prates, não diz qual foi o preço exigido, mas esclarece que o problema não foi o valor e sim no "precedente que seria aberto". Prates diz que "nas transmissões ao vivo podem ser cobradas mas nunca aquelas que são passadas em final de programação".

O supervisor João Batista de Melo Filho, da Tv Piratini, adianta que os Associados conseguiram novamente, com exclusividade, a transmissão das finais da Taça Libertadores e passarão também os jogos do Campeonato Nacional. Nos jogos do Grêmio e do Internacional a transmissão será direta.

Por enquanto as três emissoras não pretendem mudar o esquema de esportes com a proibição da Federação.

Aos amigos editores, redatores-chefes, secretários, editorialistas, colunistas, redatores, repórteres, copydesks, chargistas, fotógrafos, diagramadores, focas e estagiários desta praça...

Duas ou três dicas Samrig para refrescar a cuca e descontrair o papo depois de um dia de batalha.

CANAPÉ DE LÍNGUA

Corte fatias de pão de centeio no formato que preferir. Passe nelas uma camada de Margarina Primor e arrume, em cima de cada fatia, pedaços finos de língua em lata. Pingue umas gotas de molho inglês ou qualquer outro molho picante.

ALEXANDER

1/3 de gim, 1/3 de creme de cacau, 1/3 de creme de leite. Misture tudo na coqueteleira.

NEGRONI

1/3 de gim, 1/3 de vermute tinto, 1/3 de Campari. Prepare tudo num copo de Campari. Decore com uma casca de laranja.

RUSSIAN

1/3 de Vodka, 1/3 de creme de cacau e 1/3 de gim. Prepare na coqueteleira.

BLOODY MARY

1/4 de Vodka, 3/4 de suco de tomate, duas ou três gotas de limão, duas ou três gotas de molho inglês. Pode-se adicionar sal e pimenta, se o suco não vier temperado. Prepare tudo no copo.

CROSTINI DE QUEIJO

Faça algumas torradinhas com Margarina Primor. Depois de frias, passe uma mistura, 2 colheres de parmesão ralado, 2 de Margarina Primor e uma pitada de pimenta-do-reino branca.

SANGRIA

7/10 de vinho tinto, 1/10 de suco de abacaxi, 1/10 de pêssego, 2/10 de licor Grand Marnier, espiral de laranja, espiral de limão, açúcar à vontade. Misture tudo numa jarra e sirva.

SANDUÍCHE DE OVO

Corte um pão preto (centeio) em fatias finas, passe levemente Margarina Primor sobre cada fatia. Prepare num pires um molho de vinagre, salsa picadinha e pimenta-do-reino. Corte o ovo duro em rodela, deixando-as alguns minutos no molho. Ponha uma rodela em cada sanduíche e enfeite com petits-pois ou com pedacinhos de pimentão-vermelho.

UÍSQUE SOUR

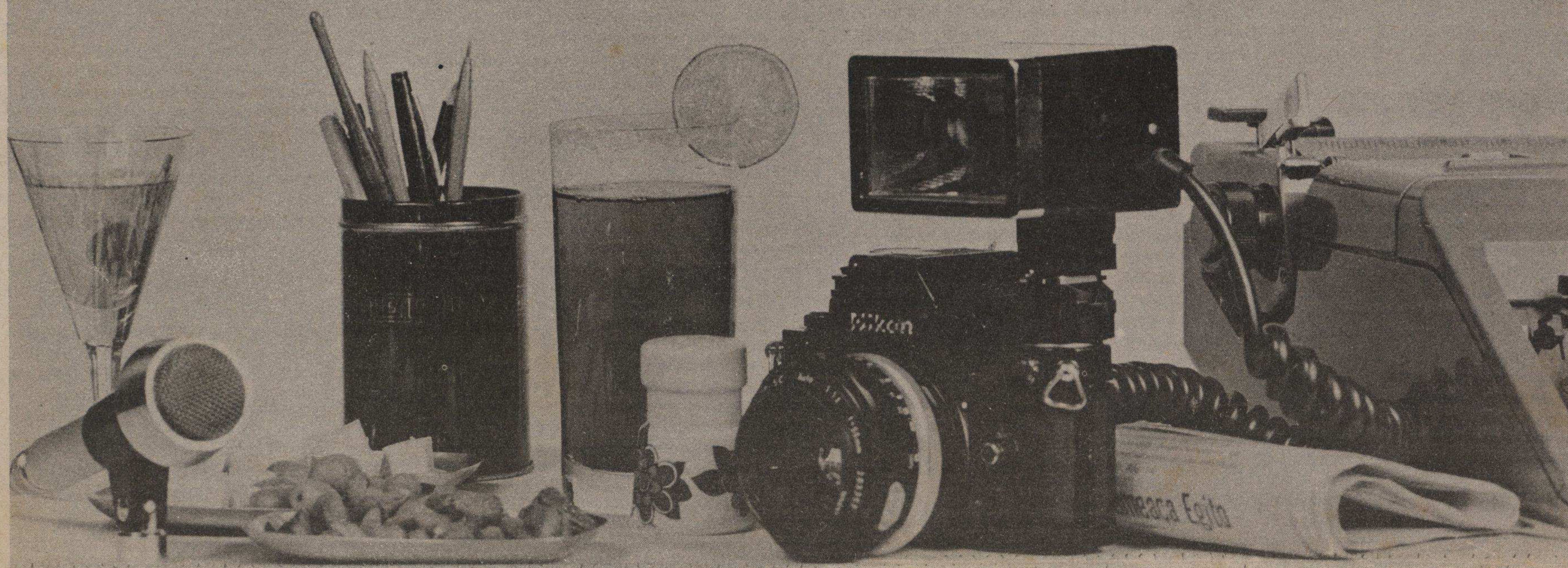
7/10 de uísque, 1/10 de suco de limão, 1 colher (de chá) de açúcar. Prepare na coqueteleira e sirva com açúcar na borda do copo.

Algumas doses de L'Express, Time, The Economist, Status, Risco, Veja, Cachaça Serra Grande & quejandos não fazem mal a ninguém.



Em tempo: pastel só com óleo Primor.

mpm



Real não tem mais o Carrinho

Carrinho, um jornal tablete de responsabilidade da Editora Milha Ltda., parou mas não fechou, informa um de seus diretores, Anibal Bendatti, que, junto com os jornalistas Luiz Fernando Veríssimo, Iara Bendatti (editora), Elizabeth Botini e Ana Maria Pacheco de Almeida, formavam a equipe fixa da publicação.

Carrinho foi lançado em outubro de 1973, com o patrocínio dos Supermercados Real, como um jornal de consumo e circulação dirigida. Além das matérias específicas sobre consumo, o jornal publicava reportagens de interesse geral, cartuns, variedades e esporte.

Apesar da receptividade encontrada pelo Carrinho entre seus leitores (tiragens quinzenais de 30 mil exemplares), os Supermercados Real retiraram seu patrocínio, alegando que o custo industrial do jornal estava cada vez mais alto, sem ser compensado pela publicidade. Agora a Editora Milha está à procura de um novo patrocinador, porque o "Carrinho deve voltar".

Versus, com 17 mil exemplares

As vésperas do quarto número, a revista bimestral de cultura Versus já não conta só com o entusiasmo da aguerrida equipe que a fez. A receptividade dos três primeiros números encorajaram o editor e fundador Marcos Faerman a aumentar a tiragem de 12 para 17 mil exemplares; a distribuição, pelo menos em São Paulo, já não precisará ser feita pelo próprio pessoal de redação; e se prevê para breve, a possibilidade de remunerar os que colaboram e trabalham na revista.

O número quatro sairá em junho e deverá chegar a todas as capitais importantes, vencendo assim uma das principais barreiras à penetração de Versus. As dificuldades financeiras ainda não foram superadas, mas em relação ao início, a situação hoje é animadora, segundo um de seus editores, Omar de Barros Filho. O primeiro número nasceu com uma dívida de 40 mil cruzeiros (custou 50 mil e o único capital eram 10 mil retirados do 13º salário de Faerman e foi distribuído pelo próprio editor/fundador que colocou os exemplares no carro e foi levar às bancas.

Versus se inspira na argentina Crisis, pelo que ela tem de preocupação com as raízes e a cultura latino-americana e entra no vazio deixado pelos grandes cadernos literários extintos dos jornais brasileiros. Na equipe, além do Marcão, estão três gaúchos que se radicaram há poucos meses em São Paulo: o citado Omar, Licínio Azevedo e Caco Barcelos. Tão unidos que o pessoal da imprensa já apelidou o grupo de "Gaúcho e os novos Marcões".

Nova revista para a Classe A

Uma nova revista para a classe A já está nas bancas: "Isto É", definida por seu editor Mino Carta como "uma revista de crítica aos costumes e crítica social, tribuna livre, de texto e peças de pensamento", e que custa 15 cruzeiros o exemplar. Tiragem de 100 mil exemplares, 164 páginas (60 de anúncios) e um grande número de colunistas: Luis Fernando Veríssimo (televisão), Plínio Marcos (cinema), Rolf Kuntz (Economia), Vilas-Boas Correa (política), Elio Gaspari (livros) e outros. A revista é de propriedade da Encontro Editorial formada por Mino, seu irmão Luis Carta e Domingo Alzugaray e pode vir a aderir ao sistema cooperativo: dependendo do sucesso, Mino pretende dividir a sua parte com os outros sete integrantes fijos da redação.

Dois nanicos gaúchos: "Lampião" e "O Terço"



O Terço: 4 páginas de crônicas esportivas ao preço de um cruzeiro

"Aqui não há vedetes, todo o mundo é contínuo, todo o mundo é diretor". Palavras do humorista Marco Aurélio idealizador e um dos donos de O Terço, um jornal singular feito só de crônicas e charges de dos colunistas de maior nome do jornalismo esportivo gaúcho (1) Tablóide, com quatro páginas o Terço tem sua força de venda no fato de reunir nomes famosos entre o público esportivo e no preço — um cruzeiro. Vai completar três meses e está com a tiragem em torno dos 14 mil exemplares Nesta entrevista a Marina Abu-jamra, Ibsen Pinheiro explica o jornal e seus objetivos:

Pergunta — A que se propõe o jornal?
Ibsen — Ele vende opinião. Opinião porque a crônica esportiva tem um modo peculiar de se relacionar com o objeto do seu trabalho. A crônica esportiva não reflete apenas a realidade, mas a integra. Os cronistas participam do fenômeno que é o futebol, ao contrário dos caras que cobrem outros setores como política, polícia, etc. Nós participamos do fenômeno de massa que é o futebol. Os nomes são id. identificados pelo público por essa vivência.

Pergunta — Este é o único objetivo dele?
Ibsen — Inicialmente pensamos em colocar entrevistas, informações que os colunistas tem mas não divulgam. Porém, decidimos não abandonar a idéia original enquanto ela não estivesse inteiramente testada.

Fundamentalmente nos reunimos para fazer alguma coisa, outra coisa fora do feijão-com-arroz. É verdade, porém, que isso pode tornar-se um bom negócio.

Pergunta — Como é que está essa parte do dinheiro?
Ibsen — O custo é inferior ao preço da capa porque não temos folha de pagamento. Só pagamos o diagramador por tarefa, o resto do que recebemos é repartido entre os 12 que são donos do jornal. Ainda não deu para enriquecer ninguém, mas está saindo alguma coisa. Mas nós não estamos fundamentalmente preocupados com isso.

Pergunta — E a publicidade como é que vocês conseguem?
Ibsen — Assim como em algumas grandes empresas, o nosso negócio funciona na base das relações públicas. Telefonamos para nossos amigos e eles nos garantem um anúncio. O cliente, ao contrário dos jornais não anuncia por página, mas por cronista, em rodapé.

Pergunta — Não é um desperdício que caras como vocês, com o nome que tem este-jam gastando energia assim?
Ibsen — olha, o negócio não é bem assim. Há uma deformação ao considerar o esporte como o ópio do povo. Ele pode ser o ópio do povo, mas não só o esporte. O jornalismo, por exemplo, pode ser considerado como uma manifestação dessa natureza. O jornal pode ser voltado unicamente para suas próprias necessidades e tornar-se um ópio pelo menos para os jornalistas. Antes de sermos jornalistas ou cronistas, somos pessoas e nos envolvemos em todas as questões que se referem a pessoas. Como já disse alguém, nada que seja humano nos será estranho. Olha até a guerrilha, o amor e o trabalho podem tornar-se um ópio. O que importa é o modo como as pessoas fazem as coisas e não o que fazem.

(1) - Fazem O Terço: Cid Pinheiro Cabral, Ibsen Pinheiro, Ivo Correa Pires, Jesus Afonso, Lauro Quadros, Paulo Santana, Rui Carlos Ostermann, Marco Aurélio, Ronaldo Westermann, Sampaolo, Carlos Nobre, Luis Fernando Veríssimo, Antonio Oliveira, Batsow, Mauro Toralles.



Lampião: depois de várias tentativas, circula entre universitários

Fortemente crítico, uma única folha tamanho standart impressa dos dois lados, cinco mil de tiragem e preço de um cruzeiro. É Lampião, feito por um grupo de universitários e explicado aqui por Marcelo Oscar Lopes, um dos editores.

Pergunta — Quem faz o Lampião?
Resposta — Um grupo que se formou dentro da UFRGS, na área de Comunicação Social. Foi há um ano e meio e depois começamos a tentar vincular o jornal com agências de emprego, clubes de bairros e com setores do MDB. Nenhum desses contatos deu certo. O jornal tem um núcleo de sete pessoas e essas pessoas orientam, discutem e decidem a linha editorial. Em torno desse núcleo, tem os colaboradores, 36. O grupo é heterogêneo e por isso não se conseguiu chegar a um projeto social ou coisa que valha. Temos apenas uma tendência genérica de oposição em função de uma realidade nacional que satisfaz cada vez menos número de pessoas.

P. — Para que público é feito o Lampião?
R. — Num primeiro momento, aos universitários. A aceitação tem sido boa, apesar de ter sido lançado sem promoção. Nós o distribuímos na UFRGS, Unisinos e PUC.

P. — E quanto a circulação?
R. — Ai está o nosso ponto de estrangulamento. Não conseguimos ainda superar essa falha.

P. E o jornal está dando lucro?
R. — Os dois primeiros números foram terríveis, o terceiro deu para empatar e o quarto já deu um lucro pequeno. Nesse número atribuímos tarefas específicas a cada um, racionalizando o trabalho. Nosso processo foi inverso dos outros jornais: o nosso primeiro número deu prejuízo, mas foi crescendo. É gozado mas parece que estamos fazendo mais sucesso fora do que dentro do Rio Grande do Sul.

P. — A que se propõe o jornal?
R. — Olha, a gente quer fazer um jornal antes de tudo regional, de coisas nossas. Deixar assuntos de fora, só quando forem muito importantes.

P. — Vocês têm sofrido alguma espécie de pressão pelo tipo de jornal que estão fazendo?

R. — Olha, e as pressões vem de todos os lados, embora a censura ainda não nos tenha incomodado. Elas vêm mais dos lados que a gente menos espera: amigos, família, colegas. Tem sempre alguém fazendo uma piadinha do tipo: "Ainda não deu nada?". "Pode deixar que eu vou levar cigarros". O que é mais incrível que dá para sentir um clima de terror que existe em toda a comunidade.

P. Onde é feito o jornal?
R. — A redação funciona uma vez na casa de cada um, num esquema para atrair mais pessoas para o Lampião e não fechar esse trabalho só num grupo. Nós queremos que todos participem, embora tenha gente que ainda não tenha recebido um centavo. Dentro do nosso esquema, não queremos trabalho de graça.

P. — Qual é o núcleo do Lampião?
R. — Gerson, Ana, Marona, Marcelo, Betty Portugal, Alberto Magno e Marcelo Lopez.

Na redação, 35 feministas

Um novo jornal, em regime cooperativo, foi lançado em São Paulo, Nós Mulheres, feito por 35 jornalistas que se dizem feministas. "Isso em linhas gerais, porque achamos que a mulher brasileira se define através do seu sexo. Elas têm medo de dizer que são feministas, pois esse ainda é um termo pejorativo e elas negam essa condição com medo de serem ridicularizadas. Queremos acabar - e esta é uma de nossas metas - que a mulher brasileira não sinta vergonha de acusar a discriminação que sofre de maneira silenciosa".

O jornal é feito por um grupo jovem em que cada uma contribui com Cr\$ 50,00 e elas lutam pela "emancipação da sociedade como um todo, porém a luta da mulher é uma luta específica (pela própria opressão de sexo)".

As jornalistas avisam que estão aceitando novas sócias e, contribuições, que deverão ser enviadas para a redação do Nós Mulheres, na Capote Valente, 376 - bairro Pinheiros - São Paulo.

Um jornal contra os magrinhos

A lei brasileira é clara e permite a prisão de qualquer pessoa que portar tóxicos, com julgamento rápido, em rito sumário. Mas a mesma lei, infelizmente, não chega a alcançar todos os aspectos morais da questão: um viciado deve ser preso ou recuperado em instituições especializadas?

Constrangida, nossa imprensa sempre preferiu em protesto mudo, o caminho da omissão: as notícias das atividades policiais nesta repressão ao consumo de tóxicos invariavelmente não eram publicadas a não ser nos casos de prisões de grandes traficantes.

Mas pelo menos um jornal gaúcho decidiu adotar uma política diferente: o NH, de Novo Hamburgo (11 mil exemplares consumidos duas vezes por semana pelos 100 mil habitantes da cidade) está dando todo o destaque às numerosas prisões de viciados feitas pela polícia da cidade, e frequentemente os bonecos dos detidos enfeitam a primeira página do jornal.

O responsável chama-se Aurélio Decker, é secretário de redação com liberdade na linha editorial e queixa-se de que já foi várias vezes ameaçado de represálias pelos consumidores de maconha locais. Mas nem as ameaças e nem as ponderações de que esta entrega aberta talvez não fosse a atitude mais correta para o jornal convenceram Aurélio a modificar sua atitude.

Ele explica sua posição dizendo que numa cidade relativamente pequena, a entrega pode ser válida para diminuir o consumo de tóxicos. O fato de alguns passarem um ou dois anos na cadeia pode fazer com que outros desistam dos tóxicos. argumenta Aurélio, ao mesmo tempo que também reconhece que a própria repressão aumentou significativamente depois que o jornal começou a valorizá-la, dando aos policiais envolvidos belas oportunidades de projeção pessoal e possíveis promoções.

Aurélio reconhece que os que foram presos e condenados a um ou dois anos de prisão e convívio com criminosos comuns não estão recebendo nenhum incentivo para melhorar sua vida. E os bonecos e as notícias como "o maconheiro Fulano de Tal foi preso ontem" também não ajudam em nada. Mas ele garante que não vai mudar (Afonso Franz)

Agricultura & Cooperativismo

Dia 6 já deverá estar circulando o nº 2 da revista Agricultura e Cooperativismo, editada pela Cooperativa. Mais de 150 cartas chegaram à Fecotriço, aplaudindo o Exemplar de lançamento e o nº 1.

Um americano em Porto Alegre

“Existem provavelmente cidades de um milhão de habitantes no Hemisfério Ocidental menos conhecidas do que Porto Alegre, mas é difícil lembrar de uma”. Verdade? Possivelmente, mas a descoberta não é de nenhum arguto jornalista brasileiro, e sim de William Montalbano, correspondente na América Latina do *The Miami Herald*, jornal standard de Miami, Florida, EUA, e abre uma reportagem em seis colunas sobre Porto Alegre publicada na página 20 — A da edição do dia três de maio.

Ninguém viu o senhor William por aí, mas ele conseguiu fazer anonimamente uma matéria cheia de informações e de uma concisão exemplar, além de ter cometido apenas um erro em seis colunas, quando o mais normal — julgando-se pelos exemplos de jornais e revistas do centro do país — são pelo menos duas informações erradas por cada dez linhas de texto.

O erro é insignificante (Montalbano diz que a capacidade do Gigante é de 150 mil espectadores), e os principais trechos da reportagem merecem ser transcritos:

“Três dos quatro últimos presidentes do Brasil vieram do Rio Grande, incluindo Ernesto Geisel, o atual. O estado é conhecido por sua liderança política e por seu espírito de independência — o Rio Grande declarou-se uma nação independente em 1835 e lutou contra o resto do Brasil por dez anos antes de capitular”.

“A agricultura é a chave da economia sulina, mas a indústria está crescendo muito. Foi anunciada a construção de um pólo petroquímico de dois bilhões de dólares e novas indústrias cercam a cidade. Uma indústria de calçados com 700 fábricas localizada em Novo Hamburgo, a cerca de 25 milhas de Porto Alegre, produziu 140 mil pares de sapatos em 1969. No ano passado esta indústria, agora a maior da América do Sul, produziu 54 milhões de pares e exportou 20 milhões de pares — 80 por cento deles para os Estados Unidos”.

“Nos últimos 25 anos, o Rio Grande cresceu em população de quatro para mais de sete milhões. Porto Alegre, agora a quinta cidade do país, cresceu com igual rapidez.

Para acompanhar este crescimento, Porto Alegre adquiriu a melhor Orquestra Sinfônica do Brasil, tem o time campeão nacional de futebol em 1975 e um estádio de 150 mil espectadores para suas exibições”.

“Sob a superfície, nem tudo são rosas na terra dos gaúchos. Os exportadores de sapatos preocupam-se desde que o governo dos Estados Unidos impôs restrições às importações. Os plantadores de soja estão descontentes com os preços internacionais, muito abaixo do que eles gostariam. O estado que produz presidentes não está enamorado dos governantes militares que tem dirigido o país na última década: O legislativo do estado é controlado pela oposição”.

“Falando numa reunião na cidade de Palmeira das Missões há não muito tempo atrás, o deputado federal Nadir Rosseti afirmou que a vida no Brasil atualmente era dura para o trabalhador e fácil para as pessoas com poder econômico que colaboram com a aristocracia militar governante. Dias após, Rosseti e o deputado companheiro da oposição Amaury Muller, que também teve algumas palavras duras para o governo nacional, foram expulsos do Congresso e despidos de seus direitos políticos”.

“Durante anos uma fábrica de papel de propriedade de noruegueses sujou as águas do Rio Guaíba, poluiu as praias locais e encheu o ar da cidade com fedor insuportável. Depois de protestos populares, a fábrica foi vendida (.....) a uma firma brasileira. Havia alguma esperança de que um controle de poluição fosse acompanhar a mudança de donos, mas isto não ocorreu”.

“A inflação e o crescente custo de vida são as principais preocupações dos gaúchos de Porto Alegre no nível pessoal. Ao mesmo tempo o boom econômico do Brasil começou a parar, a vida se tornou apertada: gasolina de alta performance (?) custa dois dólares por galão, um par de óculos bifocais custa 120 dólares e os sapatos feitos em Novo Hamburgo são mais caros em Porto Alegre do que em Miami, por causa dos incentivos governamentais às exportações”.

Toda a matéria tem apenas 53 centímetros.



Repórteres na rua, a Gaúcha quer estar em cima do fato

Rádio : uma vitória da boa reportagem

Os repórteres da Gaúcha transmitiram 24 horas e fizeram a melhor cobertura do incêndio das Lojas Renner

Em fevereiro a Rádio Gaúcha anunciou que pretendia fortalecer o radiojornalismo, colocando repórteres na rua para registrar o que ocorre na cidade e noticiar sem esperar a hora dos informativos. No incêndio das Lojas Renner, menos de dois meses depois, a Gaúcha deu a primeira e grande demonstração de força com uma cobertura excelente, de longe a melhor de todas.

“Uma das nossas primeiras preocupações”, diz Carlos Bastos, chefe do radiojornalismo da Gaúcha, “foi conscientizar os nossos ouvintes no sentido de nos avisarem por telefone quando acontecesse algo novo.

Isso foi o que nos valeu, pois ficamos sabendo primeiro do incêndio graças a um telefonema de um ouvinte”.

Minutos após o telefonema, uma das quatro unidades móveis da Gaúcha que por coincidência estava na Rua Fernando Machado cobrindo um pequeno incêndio, chegava à Renner junto com o carro dos bombeiros. O informativo GBOEx entrou no ar em edição extra e a emissora passou a transmitir do local. Mais duas unidades móveis se juntaram à primeira, levando mais três repórteres para a cobertura, dois outros repórteres foram para o HPS e um para a polícia e o Instituto Médico Legal. Alguns repórteres permaneceram 24 horas no local do incêndio.

TUDO PAROU

“Nosso primeiro serviço”, conta Bastos, “foi chamar os helicópteros e um de nossos repórteres, o Tairo Arrial, sobrevoando a área em um deles, passou a orientar o trânsito. Depois chamamos os médicos do INPS, pedimos aos hospitais que se preparassem, apelamos aos doadores de sangue e começamos a dar avisos a familiares dos funcionários da Renner”.

Quando a cidade se deu conta do incêndio, a Gaúcha já estava falando. O serviço de utilidade pública começou pelas 3h da tarde, 45 minutos depois de iniciar o incêndio. Às 4h foram dadas as primeiras informações para os familiares. “Até a Central do Interior, foi mobilizada para nos auxiliar”, diz Bastos. “Só voltamos à programação normal à noite. Paramos com tudo, a não ser durante a Voz do Brasil. Depois das 10h da noite começamos a dar flashes até o outro dia de manhã. A Grande Edição, que é o primeiro jornal da manhã, foi uma síntese das principais notícias da véspera. Levamos ao ar a

fala do prefeito, do governador, de pessoas que se salvaram, a lista dos mortos e dos desaparecidos”.

Trabalham no radiojornalismo da Gaúcha dez redatores, um editor, cinco repórteres de unidades móveis e quatro repórteres setoristas (dois no aeroporto, um para o Palácio e Assembléia e mais outro para Câmara e Prefeitura). Além desses tem um coordenador de reportagem e quatro produtores. Segundo Bastos, a Gaúcha se voltou essencialmente para o jornalismo e informação. A rádio tem um jornal falado, A Grande Edição, das 6h30min às 8h30min, quatro edições do GBOEx (8h30min; 12h45min; 18h30min e 20h30min), mais o Giro da Notícia em cada hora cheia, de dois minutos, e o Gaúcha Informa nas horas quebradas. Além disso, tem 40 informações diárias de utilidade pública. A partir da meia-noite, vai ao ar Zero Hora Informa de meia em meia hora.

Tem ainda o Programa do Celso Ferreira, Osmar Lara, Sala de Redação e Chamada Geral. Em todos eles são utilizadas as unidades móveis e os repórteres.

SURPRESA

Bastos confessa que esperava que o novo esquema da Gaúcha só fosse funcionar dentro de dois anos. “A gente começou a preparar tudo em janeiro e tivemos a oportunidade de colocar em prova durante o incêndio. Acho que deu certo. Recebemos muitos elogios, não só de autoridades como principalmente de pessoas que tiveram familiares e amigos envolvidos no incidente. Até mesmo parentes de gente que morreu nos telefonou”.

A Rádio Gaúcha tem mais planos dentro do jornalismo. Bastos diz que estão pensando em criar um novo tipo de programa à noite.

Quer mais duas unidades móveis para cobrir a Grande Porto Alegre (por enquanto as quatro só giram pela cidade) e ter mais linhas telefônicas diretas — (a Gaúcha tem linha permanente com a Assembléia, HPS, Coussirat Araújo e aeroporto).

“Com o surgimento da FM, a concorrência até certo ponto desleal da TV, só restou para o Rádio o jornalismo. Por isso temos que nos voltar para os programas de reportagem, esporte e atualidade, áreas em que o rádio ganha da TV porque tem mais mobilidade e porque ela ainda não se dedica com intensidade”.

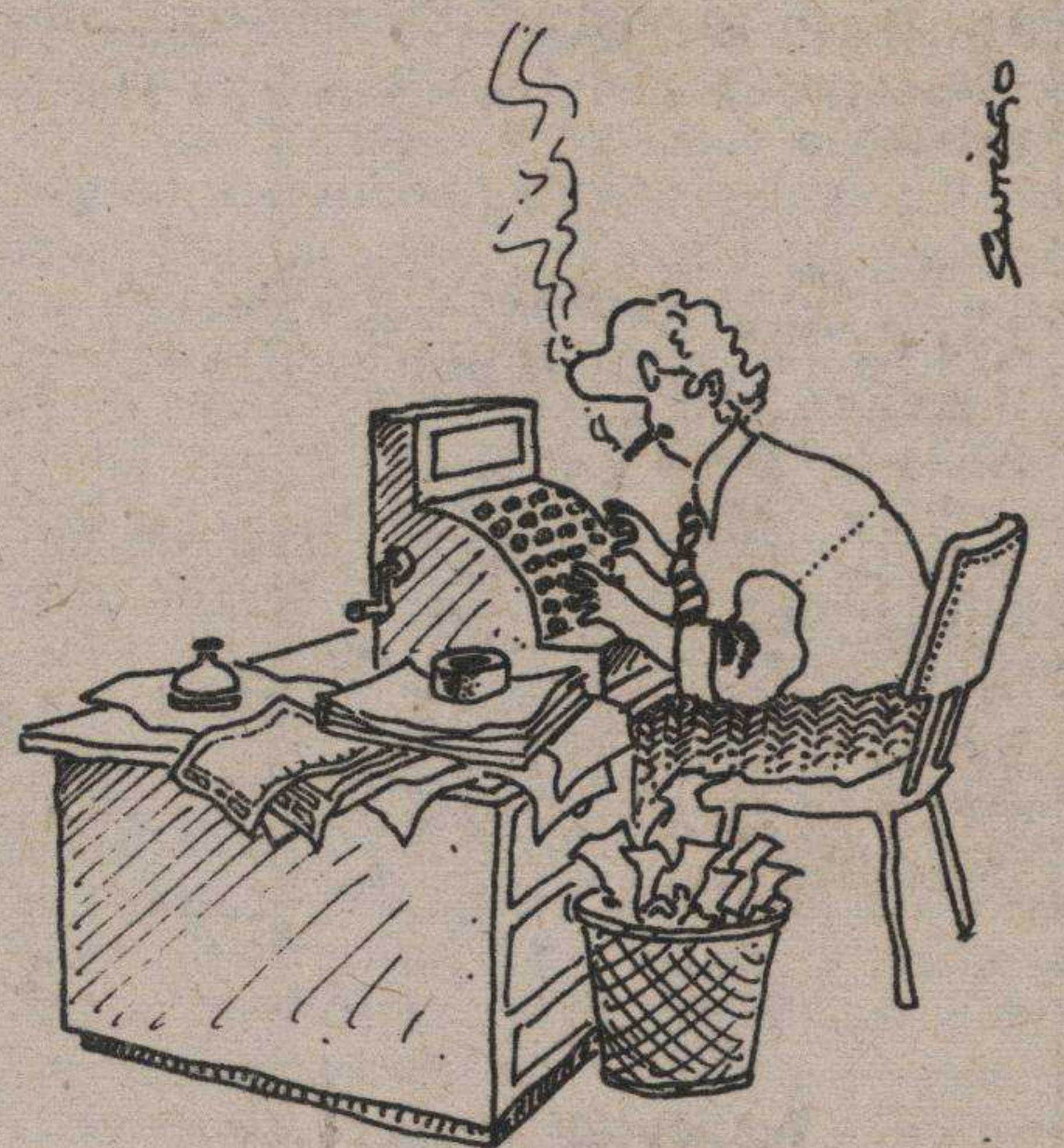
Repórteres sob patrocínio

Uma reportagem financiada pela Xerox Corporation originou uma discussão entre jornalistas e publicitários dos Estados Unidos, que vêem no episódio um precedente perigoso. A matéria, uma longa e polêmica reportagem de Harrison E. Salisbury (repórter do *The New York Times* e Prêmio Pulitzer) sobre os 200 anos de independência dos Estados Unidos, intitulada *Viagens Através da América*, foi publicada na edição de fevereiro da revista *Esquire*. Os jornalistas não discutem a qualidade da reportagem, que Harrison Salisbury trabalhou durante seis meses e percorreu todo o País.

A discussão é em torno de um detalhe novo na produção de matérias para revistas e jornais norte-americanos: o trabalho, que custou 170 mil dólares no total (Salisbury ganhou 40 mil dólares de salário), foi todo financiado pela Xerox. Os jornalistas americanos perguntam se este tipo novo de produção entre eles não conduzirá a imprensa para perigosos caminhos e dizem que é possível que as grandes corporações tenham encontrado a “saída jornalística”, mais sofisticada e sutil, para suas publicações e autopromoção. A direção da revista garante que o fato de a reportagem ter sido financiada por uma grande companhia não interferiu na qualidade ou na honestidade das informações.

Orgulhosa do feito, a Xerox proclamou-se “protetora da arte literária” e considerou o trabalho de Harrison Salisbury do mesmo nível das reportagens que ela patrocina para a televisão, algumas delas premiadas. Nas 25 páginas da reportagem, só duas delas (a primeira e a última) são anúncios da companhia. E antes da abertura a Xerox procurou deixar claro que a escolha do assunto foi da inteira responsabilidade de Salisbury e dos editores de *Esquire*.

No entanto, os jornalistas americanos fazem algumas interrogações. Até onde irá a liberdade ou independência editorial das publicações que aceitam tal tipo de patrocínio? Poderão ser isentos e objetivos, por exemplo, ao editarem matérias sobre energia ou política financiadas diretamente pelas grandes companhias petrolíferas?



● O semanário *Aqui*, do Samuel Weiner, está mudando a sua cara. O *Aqui* está partindo para uma linha mais agressiva e tem apresentado boas reportagens de Hamilton Almeida Filho. Pouco a pouco o jornal está aumentando suas vendas nas bancas de São Paulo. Na equipe do *Aqui*, um repórter gaúcho: João Otávio.

● O gaúcho Valdir Zwetsch, ex-editor da revista *Pop*, está agora na *Veja*. Nessa revista ocupa o cargo de sub-editor de *Espectáculos*, com José Márcio Penido.

● No Rio de Janeiro, o *Jornal de Debates* fechou novamente. A decisão foi do editor Matos Pimenta depois de uma conturbada reunião com os outros responsáveis pelo jornal. O *Jornal de Debates* não conseguiu vencer uma grave crise financeira justamente quando atingia um bom momento.

PROFISSIONAIS

Nossos fotógrafos, mal pagos e sem escola

Um gaúcho, Leonid Streliaev, foi escolhido no ano passado o melhor fotógrafo do País. Dois outros gaúchos — Silvío Ferreira e Pedro Flores — ficaram entre os três brasileiros premiados num concurso internacional promovido pela Nikon, com a participação de 49 países. Silvío foi o terceiro colocado na categoria cor e, Pedrinho, também o terceiro, em preto-e-branco. Nos meios jornalísticos do Rio e São Paulo, persiste a impressão de que o Rio Grande do Sul dá bons fotógrafos.

E os fotógrafos gaúchos o que acham do seu trabalho? Como vêm o meio jornalístico em que atuam? Que problemas enfrentam no exercício da sua profissão? Para ter respostas a questões como essas, o Coojornal reuniu, no sábado, dia oito de maio, em sua sede, 12 profissionais da fotografia de Porto Alegre e gravou o que eles disseram durante duas horas. Participaram Assis Hoffman, Gerson Schirmer, Ricardo "Kadão" Chaves, Jacqueline Joner, Eneida Serrano, Jaime Klintonowicz, Luiz Abreu, Alberto Echart, Maurecy Santos, Silvío Ferreira, J.B. Scalco e Olvíio Lamas. As discussões foram coordenadas por Osmar Trindade, Luiz Cláudio Cunha e Elmar Bones, da Coojornal e o que segue é um resumo, com os principais pontos abordados.

Passando a vassoura no chão

Elmar — O Rio Grande do Sul tem dado nos últimos anos um grande número de bons profissionais para os jornais do Rio e São Paulo, alguns deles situam-se entre os melhores do país. Isso, no entanto, não representa que aqui no Rio Grande exista uma escola jornalística, no sentido de haver um meio jornalístico de nível elevado, com uma alta consciência profissional, com uma alta capacitação técnica e cultural. Se poderia dizer, sem exagero, que surgem bons profissionais, apesar do meio. Pode-se dizer o mesmo em relação à fotografia?

Assis — Sim. E na minha opinião, o problema mais sério para o profissional da fotografia é também o mais velho: é o problema da formação. O fotógrafo no Rio

Assis — Sim. E na minha opinião, o problema mais sério para o profissional da fotografia é também o mais velho: é o problema da formação. O fotógrafo no Rio Grande do Sul (e no Brasil todo) se forma na marra, é um autodidata. Ele não tem uma escola para aprender, não tem quem o oriente, não encontra apoio nas empresas jornalísticas que não querem investir porque não tem interesse em bons profissionais, enfim ele acaba fotógrafo de teimoso. Se ele vai ser bom ou ruim, depende menos do talento do que do esforço pessoal.

Elmar — Mas os nossos cursos de jornalismo tem uma cadeira de fotografia. Isso não funciona?

Assis — Funciona como funciona tudo. Qual é a orientação para escolher um professor na faculdade? Qual é o salário que oferecem? Contratando por critérios políticos ou apadrinhamentos, pagam um salário irrisório, como é que vai ter bom professor? Me diz qual o fotógrafo que está exercendo a profissão saiu da universidade? Tem um ou dois?

Elmar — Entre os que estão aqui, tem quantos?

Jaqueline — Acho que só eu e a Eneida, só nós duas.

Kadão — Mas isso também é relativo. Mesmo quem está na universidade tem que aprender mais por si do que com os professores. Eu não tenho saco para agüentar a universidade da maneira que está.

Gerson — Bom, isso não é problema só da fotografia, isso é um problema geral.

Assis — Sim, o problema dos fotógrafos é o mesmo do resto do pessoal de jornal, e de qualquer outra área. Qualquer estudante universitário no Brasil hoje reclama do estudo.



Alberto



Lamas



Gerson



Assis



Kadão



Maurecy



Scalco



Jaqueline

"Essa é a escola brasileira de fotografia. É um garoto interessado, um contínuo que fica por ali peruando e aprendendo no dia a dia. É como se formam os fotógrafos" (Assis Hoffmann)

Ou vocês acham que alguém está contente com o que recebe hoje na universidade?

Elmar — Só para ilustrar, um exemplo de como se forma um fotógrafo... Tu é Kadão...

Kadão — Bom eu comecei na Zero Hora. Como não tinha outro lugar para aprender eu tive que ficar no laboratório, arquivando negativos, passando uma vassoura no chão... Fiquei nove meses ali. Passou um bocadinho de tempo até que alguém me olhou e achou que eu podia quebrar alguns galhos com uma máquina...

Assis — Isso que vocês estão falando é a escola brasileira de fotografia. É um garoto interessado, um contínuo que fica ali peruando e aprendendo. E a única chance e ainda depende do critério de cada chefe de fotografia.

Elmar — Mas não existe uma exigência legal de que o cara tenha curso universitário?

Gerson — E o seguinte: o sujeito para se registrar como repórter fotográfico tem que ter o diploma universitário ou no mínimo um ano de experiência em jornal. Mas isso não funciona. Temos aí um exemplo de um fotógrafo que entrou para a Zero Hora com a carta de uma agência de publicidade dizendo que ele era fotógrafo há bastante tempo.

Assis — Eu acho que isto aí depende do sindicato. Se o cara apresenta carteira como contratado há mais de um ano tudo certo, se não, não pode.

Gerson — Mas o sindicato também não atua nesta área.

Assis — Atua. Eu participei da direção do sindicato. Nós colocamos 60 por cento dos caras na rua porque não tinham documentação. Se agora o sindicato não está agindo, os profissionais tem que forçar. Se não os jornais fazem o que estão fazendo, pegam qualquer um que venha do interior, sonhando com futuras viagens à Europa, com grandes salários e se sujeita a trabalhar por mil cruzeiros por mês.

Todos no fundo de um saco

Luiz Cláudio — Qual é a média de salários em Porto Alegre?

Silvío — Atirando por alto, dá uns dois mil cruzeiros por cinco horas diárias. Tem alguns que ganham três mil cruzeiros mas trabalham dez horas por dia.

Luiz Cláudio — Mas a jornada de trabalho não é de cinco horas diárias?

Gerson — Acontece que o fotógrafo não é considerado jornalista na hora do salário. O registro dele é igual ao dos repórteres, redatores, etc., mas isto é só no registro. Na

verdade ele não é considerado jornalista. Assim trabalha 10, 12 e até 15 horas por dia, o que é um absurdo.

Luiz Abreu — E o nível salarial do fotógrafo é equivalente ao mais baixo da redação. Fotógrafo ganha a média de repórter iniciante. Na Caldas Júnior, por exemplo, tem fotógrafo que ganha Cr\$ 1.500,00 por mês e até menos.

Assis — Eu pergunto o seguinte: que condições tem o sujeito que preso 10 ou 12 horas num jornal de se aperfeiçoar, de pesquisar, de melhorar o seu trabalho? Que entusiasmo ele pode ter? E depois, se ele trabalhasse dez horas com a certeza que o problema financeiro dele está resolvido, vá lá, mas o cara ainda tem que pensar em outra viração para ganhar mais um dinheirinho. A isso ainda se deve juntar o fato de que ele está 12 horas dentro do jornal sem ter a menor participação, sem acompanhar o que está se passando. Ele está fazendo as fotos sem um mínimo de informação sobre o assunto, cumprindo tarefas que constam numa requisição que diz meia dúzia de palavras e chega a ele levada por um contínuo.

Elmar — O Beto, que está há muitos anos na Caldas Júnior poderia dizer alguma coisa, há quantos anos tu estás lá?

Alberto — Vinte anos.

Elmar — Então diz alguma coisa a respeito desses problemas que o Assis levantou, se há uma evolução...

Alberto — Realmente houve evolução. Se tentou fazer muita coisa e, na realidade, alguma coisa se conseguiu. Lá são três jornais, é muito trabalho para o departamento fotográfico, vocês sabem muito bem... Então há por exemplo, uma ordem para fazer um coquetel, o fotógrafo se frustra porque tem, muitas vezes que fazer esse tipo de coisa. Acontece que isso envolve exatamente o setor comercial que se interessa porque os convidados serão futuros comerciantes, aquela coisa toda. O fotógrafo não entende a situação que é inevitável...

Assis — Alberto, se me permites, eu acho que todo o profissional tem consciência desse tipo de coisa, o jornal tem seus interesses como uma empresa qualquer. Ocorre que nem sempre esse tipo de trabalho é de interesse da empresa. Na maioria dos nossos jornais tu tem que atender cinco, seis ou dez requisições dessas, por interesse de terceiros, que usam o jornal para defender o seu toco, a propina, o emprego fora, o vinho francês...

Alberto — Eu tenho, exatamente, evitado isso. Procuo distinguir um do outro. Quando vejo que não há nenhum interesse da empresa não mando fazer o serviço, mesmo quando há fotógrafo disponível. Olha, e eu não tenho recebido nenhuma reclamação. É sinal que os caras estão sabendo...

Gerson — Como as redações têm interesses fundamentais na área comercial, a ponto de esquecerem muitas vezes o que é jornalismo, estão forçando a cair num saco pois é só bater, fotinho na redação, bater fotinho do fulano, do cicrano coisa que sem o menor interesse para o público, apenas interesse de ordem comercial e política da empresa.

O incêndio repetido

Trindade — Nós estivemos olhando os jornais de hoje, os tablóides. Com exceção do esporte, não se encontra quase nenhuma foto feita no dia anterior, tudo arquivo. Não tenho informações de que faltem fotógrafos aos jornais, mas o a foto jornalística anda escassa. Por que isso?

Assis — Bom, eu acho que a origem disso é que os jornais não se interessam em ter um melhor nível entre seus fotógrafos porque isso custa dinheiro, teriam que pagar melhores salários e também não tem muito critério no uso das fotografias: Não se planeja, não se discute, não se tem uma reunião de pauta, para organizar o trabalho e ter o melhor rendimento. Vou contar um caso que exemplifica bem como se encara a fotografia nos nossos jornais. Eu trabalhava na Caldas Júnior e combinei com o chefe do arquivo que se daria crédito na publicação de fotos de

PROFISSIONAIS

arquivo, para valorizar o trabalho do arquivo. Aconteceu que um dos três jornais da casa começou a se desmoralizar porque no mínimo 60 por cento das fotos que publica a cada dia, são de arquivo. As matérias do dia saíam com fotos de arquivo. Ficou ridículo e voltamos atrás.

Trindade — Alberto, quantas saídas os teus fotografos dão por dia e qual o tipo de serviço, o que mais se faz?

Alberto — São três jornais, o tipo de serviço é diferente. A Folha da Manhã, por exemplo tem uma outra orientação, tem matérias de mais peso. A Folha da Tarde é que usa mais fotos, é um jornal basicamente de fotos, inclusive para os fotografos é muito bom. É o único jornal com espaço para o fotografo colocar o seu bom bonequinho lá.

Gerson — Pode ser que alguns fotografos se satisfaçam apenas em colocar fotos no jornal, mas isso tem muito pouco que ver com a função do repórter fotográfico.

Alberto — Não é bem assim...

Assis — Não é problema de quantidade, e sim de qualidade. A Folha da Tarde usa foto para encher espaço.

Scalco — No incêndio das lojas Renner, um jornal usou em duas páginas quatro fotos sendo que as duas fotos de uma página foram repetidas na outra. Foi na Folha da Tarde, não?

Elmar — Não. Foi na Folha da Manhã e um repórter quase foi para a rua por isso. Ele colocou as páginas no mural, gozando o erro e se deu mal. Só não perdeu o emprego porque os colegas intercederam junto à chefia.

Assis — Eu pergunto: tu vês três ou quatro fotos tuas no jornal, mas tu sabes que, na maioria dos casos, elas foram colocadas ali sem nenhum critério, a informação que tem naquelas fotos é mínima, elas são raramente decorativas... Como é que tu vais ficar satisfeito se sabes que elas abrem fotos por falta de matéria?

Alberto — Na Folha da Manhã havia sido criada uma editoria, ainda no tempo do Assis. Isto foi uma boa idéia e eu continuei, coloquei um editor de fotografia só para a Folha da Manhã, é o Sérgio Arnoud; Mas o Sérgio tem grandes dificuldades, sua opinião quase não é considerada. No caso da Renner aconteceu, inclusive que no dia seguinte todo o mundo reconheceu que foi a pior cobertura. Só estou me referindo ao aspecto fotográfico, não estou falando no texto...

Assis — Mas a fotografia não é uma coisa isolada num jornal...

Alberto — Certo. Então o aproveitamento foi muito ruim e o Sérgio discuti comigo isso, ele teve dificuldades, indicou algumas fotos que a secretaria não aceitou, então ele teve que indicar outras. Resumindo: editor de fotografia não existe. Eu coloquei editor fotográfico apenas para aumentar o nível salarial de um funcionário que eu iria perder se não aumentasse o seu salário.

Assis — Acho que os fotografos são menos culpados. Eu entendo que jornal se faz é discutindo, dialogando, partindo de uma reunião de pauta onde cada um dá a sua opinião e prevalece aquela que a maioria acha que deve ser. Eu trabalhei quatro anos na Caldas Júnior e só orientação na fotografia na Folha da Manhã. Nunca participei de uma reunião de pauta na Folha da Tarde já não falo no Correio porque lá eles se orgulham de dizer que o jornal se faz sozinho (com release é claro).

Elmar — Para ai, tem aqui um pessoal que faz free-lancer que tem um outro tipo de experiência deixa eles falarem um pouco.

Não se tira mais cera do ouvido

Kadão — Eu comecei como free-lancer na Focontexto, a agência do Assis. Foi uma experiência muito boa, que me serviu muito. A gente fazia foto para todos os jornais de fora, substituía fotografo de sucursal que estava em férias e conseguimos inclusive vender fotos de fatos locais para os jornais da cidade. Nós nos aproveitamos das falhas da cobertura dos jornais. Posso citar dois

“Eu fiquei três meses e não suportei as pressões. Nesse mesmo ano, nove mulheres passaram pela ZH sem aguentar a barra, certo tipo de brincadeira. É insuportável” (Jacqueline Joner)



Eneida



Abreu



Jaime



Sílvio

exemplos, que me lembro: o primeiro foi aquele Avro que fez um pouso forçado no Salgado Filho, porque trancou o trem de pouso. Outra vez, foi a cobertura das eleições uruguais, aliás as últimas eleições que houve lá. Sem gastar muito vendemos fotos para a Caldas Júnior, Zero Hora (que só mandou gente para lá um ou dois dias antes do pleito) para a Abril, para o Estado de São Paulo, Jornal do Brasil. Eu cito isso para provar que uma equipe pequena, organizada e decidida pode impor o seu trabalho.

Eneida — Eu queria frisar que a situação do Kadão é de certa forma privilegiada. Ele trabalhou na Focontexto e agora faz free para a Abril e estes são, com exceção de uma ou outra agência, os dois locais que o fotografo tem para trabalhar como free-lancer. Fora daí ele só tem a alternativa de fazer assessoria de imprensa ou o que pintar.

Kadão — É bom deixar bem claro que o que disse foi um depoimento pessoal, embora considere que esse privilégio de trabalhar para a Abril não é bem assim. A gente ganha 300 ou 400 cruzeiros por trabalho, 600 quando viaja não tem direito a férias, não têm 13º salário e tem que pagar a metade dos encargos do INPS. Além disso depois da primeira publicação, quando a foto sai creditada, ele perde o direito, a Abril usa quantas vezes quer sem pagar mais um tostão.

Eneida — O que eu quero dizer é que o fotografo empregado em jornal, como ganha muito pouco e tem acesso a um material de

graça, torna-se um concorrente sério do free-lancer.

Assis — A concorrência, a rivalidade existe dentro dos próprios jornais. Um escondendo o filme do outro, queimando o colega que se esmera um pouco mais. Isso não é coisa do passado, não...

Alberto — Bem, mas já melhorou um pouco. Já não estamos mais naquela de tirar cera do ouvido para passar na lente do outro. O problema: se sujeitar ou procurar outra solução. Eu como chefe de uma equipe mal paga como é que vou poder exigir, cobrar, dizer para o cara: “é isso que eu quero”. Ele vai me responder: “no fim do mês eu recebo isso...”

Scalco — A Caldas Júnior criou uma agência de fotografia, que não trouxe benefícios para os fotografos.

Assis — O negócio é o seguinte — no tempo em que estava na Caldas Júnior eu criei a agência, direção levou um ano para resolver mas aprovou, eles davam fotografias de graça. Acontece que junto no plano tinha uma parte que estipulava a participação dos fotografos na renda, a título de direito autoral. Era 20 por cento que eu pedia. Então a agência foi criada, mas a parte da participação dos fotografo, ficou naquela do “depois a gente vê” E está até hoje assim.

Kadão — quem está prestando a atenção já deve ter notado: todas as tentativas men-

cionadas aqui sempre esbarram no desinteresse das empresas...

Elmar — O problema tem dois aspectos, Kadão, e é o mesmo para fotografos, repórteres editores, todo o mundo. De um lado existe o que se chama de “mão-de-obra abundante e barata”. De outro existe toda uma situação que não estimula uma imprensa combativa. A concorrência, em termos de jornal hoje, não se desenvolve em função do essencial que seria a qualidade e a seriedade do material jornalístico a ser divulgado. Se faz em torno de aspectos secundários, como circulação, quem chega primeiro nas bancas, esquemas promocionais, etc. Há quase um cartel, porque as empresas têm as mesmas limitações para concorrer no essencial que é notícia, a informação. Elas têm altos custos industriais, estruturas onerosas, precisam ter grandes volumes de publicidade para fazer frente a isso. Enquanto as coisas estiverem assim, ninguém vai gastar dinheiro para ter os melhores profissionais, para ter jornais mais criteriosos. Essas coisas trazem problema porque se baseiam no princípio de informar livremente ou o mais livremente possível. Pega o balanço das empresas jornalísticas e vê se o lucro delas diminuiu.

Palavrão e mão boba

Trindade — Apesar das restrições em algumas empresas, as mulheres estão entrando em grande número nos jornais. Isso não está ocorrendo na fotografia. Por quê?

Jaqueline — A Zero Hora se diz aberta à entrada de mulheres. E trabalhei lá três meses, mas não tive condições de ficar devido a uma série de pressões, dos preconceitos dos próprios colegas.

Luis Cláudio — Mas tu e a Eneida fazem aquelas duas páginas aos sábados sobre fotografia na Folha da Manhã...

Eneida — Nós não trabalhamos lá. Nós ganhamos 150 cruzeiros cada uma por semana, como colaboradoras. Legalmente, quem edita aquilo é o Departamento Fotográfico. Não há nada oficial, mas parece que às fotografias mulheres não é permitido mais que isso. A verdade é que o preconceito existe. Também aqueles que se dizem favoráveis à mulher na fotografia porque ela tem uma visão mais estética estão revelando um preconceito, igual ao outro de que a mulher não aguenta porrada?

Luis Cláudio — O argumento é de que as mulheres não aguentam porrada?

Assis — O maior argumento, que não me disseram mas deixaram implícito é que na fotografia não tem nível para trabalhar mulher, que a promiscuidade vai ser muito violenta, que vai acabar em sujeira.

Alberto — Isso não é argumento. Nós temos lá uma secretária que lida com 20 caras, sem problemas.

Assis — A secretária foi imposta a muque no meu tempo e ficou porque deu certo. Mas a secretária não viaja...

Jaqueline — Também já me disseram que o argumento é esse: o departamento fotográfico não tem nível para conviver com uma mulher lá dentro...

Assis — De certa forma, isso é verdade. Agora está melhorando um pouco. Mas tu sabes bem, Alberto, como era a fotografia antes, quando entrei lá e tive que demitir 10 ou 12. Ficavam lá dentro dizendo palavrão e passando a mão na bunda um do outro.

Jaqueline — Era isso mesmo. Na Zero Hora, no ano em que entrei lá, passaram nove mulheres que não aguentaram a barra. É simplesmente insuportável, inclusive um certo tipo de brincadeira.

Assis — Na Caldas Júnior houve caso de homens que não aguentaram um certo tipo de brincadeira, as pressões, o ambiente. Eu sei de um rapaz que fez estágio lá e não ficou porque não aguentou a barra, os cara bolinando ele, dando beijinho no pescoço e por aí a fora...

A geração das cruzinhas

Trecho de um artigo de Woile Guimarães sobre linguagem em jornal, publicada no Jornal da Tarde:

Nas redações de jornais, são jovens recém-saídos de universidades que não lhes exigiram nada além de cruzinhas e parcas leituras; são jovens, entretanto, com milhares de horas de tevê, milhares de lições de uma linguagem pobre e degenerescente. Clareza, objetividade, síntese são qualidades que esses jovens não trazem para as redações e que, em última análise, desconhecem. Evidentemente, há exceções. Mas é difícil encontrarmos um novo jornalista que maneje bem o idioma, que seja claro, objetivo, sintético, que tenha noções de pontuação, virgulação, regência, grafia etc. Estão nas redações os últimos representantes da "geração literária", de muita leitura e de sólido conhecimento da língua. A geração da cruzinha e da tevê, já está nas portas dos jornais. Que texto podemos esperar dela?

Equipamentos sem imposto

Em abril o governo federal assinou um decreto tornando mais rigoroso o controle nas bagagens dos passageiros vindos do exterior ou da Zona Franca de Manaus e determinando novos impostos sobre os chamados bens superfluos. Mas jornalistas, fotógrafos e cinegrafistas, quando em serviço, podem trazer uma máquina fotográfica, um rádio portátil, uma filmadora, ou uma máquina de escrever sem pagar imposto.

Mas é bom deixar claro: cada um pode trazer somente uma unidade de cada objeto. O texto oficial do decreto diz que o aparelho deve ser usado. Só que não especifica o sentido da palavra "usado". Um funcionário da Alfândega de Porto Alegre não soube explicar. Segundo ele, isto fica à critério de cada fiscal.

Além disso, o jornalista, fotógrafo ou cinegrafista precisa provar que está passando a fronteira à serviço. A Receita Federal aceita declaração de empresa jornalística como comprovante de viagem de serviço. Na mesma declaração deve constar o equipamento que está saindo do país, para que, depois não haja problema em voltar com duas máquinas fotográficas, cinco lentes e assim por diante. Para provar a condição de jornalista basta apresentar a carteira do Sindicato dos Jornalistas Profissionais.

Quem mandou jogar uma bomba?

Está com a presidência do Tribunal de Justiça do Estado a interpretação feita pelo Clube dos Repórteres Políticos de Porto Alegre, pedindo que o deputado Hed Borges confirme a denúncia que ele fez do plenário da Assembléia Legislativa em abril. Hed Borges disse que no dia 31 de março, enquanto se realizava uma sessão solene de homenagem ao aniversário da Revolução, um dos membros do Clube afirmou que era "melhor jogar uma bomba para acabar com esta palhaçada".

O Clube dos Repórteres Políticos entregou a questão à advogada Vera Regina Trindade, que entrou com a interpelação (intimando o deputado a dizer o nome de quem teria dito a frase que ele denunciou) na Justiça. Como os processos contra parlamentares têm foro especial, a representação está na presidência do Tribunal, que deverá marcar a audiência em que será ouvido o deputado.



Os jornais, na opinião dos jornalistas

O que os jornalistas de Porto Alegre pensam dos jornais que fazem? Para obter uma resposta a esta pergunta o repórter Sérgio Caparelli fez em agosto do ano passado uma pesquisa entre 170 dos aproximadamente 500 profissionais que trabalham nas redações dos jornais da cidade.

Foram entrevistados funcionários do Correio do Povo, Zero Hora, Diário de No-

ticias, Jornal do Comércio, Jornal da Semana, Folha da Tarde e Folha da Manhã que responderam a uma tabela com 12 itens sobre questões com objetividade das informações, imparcialidade, vinculações políticas, interesses que representavam na sua qualidade de produtos da industrial, cultural, etc. Abaixo, os resultados do levantamento:

	FT	ZH	CP	JC	FM	DN	JS
Informa o leitor rapidamente e sem rodeios sobre tudo o que acontece	27	56	24	6	76	2	0
Pela informação que traz é um jornal muito caro	55	21	27	23	24	87	68
Para mim só serve como papel de embrulho	28	7	11	24	1	76	61
Luta antes de tudo pelo interesse das pessoas fracas	9	14	4	2	56	2	0
Em muitos casos de desastres serve de ajuda	33	45	19	6	35	6	4
É lido principalmente por pessoas com grau maior de instrução	14	19	69	33	94	3	2
Notícia objetivamente sobre tudo o que acontece	26	42	36	7	56	2	1
Informa de maneira muito superficial	71	28	29	33	16	67	67
Representa os interesses das empresas e negócios	57	70	63	124	41	60	57
É o mais lido por todos, desde o trabalhador ao diretor de empresa.	39	84	34	9	7	3	1
Exagera tudo e dá uma visão distorcida das coisas	19	22	2	3	15	13	2
Defende muito o Governo	66	68	66	49	13	62	42

Biu continua conosco

O BIU — Boletim informativo União — continuará a ser executado pela Coojornal por mais um ano, pelo menos. E que a Cooperativa dos Jornalistas de Porto Alegre Ltda. venceu concorrência feita pela Companhia União de Seguros Gerais, do Grupo Banrisul, para a edição do boletim bimestral.

O número 3 do Coojornal (fevereiro de 76, 76, Página 6) publicava uma correspondência da Companhia União, em que seu diretor-presidente, Lauro Pereira Guimarães, explicava que, por força do Decreto 23.974, de 1975, aquela empresa era obrigada a realizar uma licitação para a edição do BIU (o referido decreto subordina ao regime de licitação todo e qualquer contrato a ser firmado por qualquer entidade da qual o Estado, de forma direta ou indireta, mantenha o controle acionário).

Como o contrato inicial entre o Coojornal e a União venceu em abril de 76 (depois de serem editados quatro números do BIU), a companhia seguradora realizou a licitação. E a Coojornal venceu, como mostra esta correspondência, recebida no dia seis de maio:

"Levamos ao conhecimento de V.Sas. que apreciando nesta data as propostas de licitação do "BIU", sob a presidência do nosso Diretor Adm/Financeiro, sr. Oswaldo Petersen Paiva, a referida comissão optou pela licitação apresentada por essa Cooperativa. Na próxima semana será realizado o referido contrato para seis edições do "BIU". Sendo o que tínhamos, subscrevemo-nos. Atenciosamente, Hugo Reinaldo Filippini, chefe do Departamento de Relações Públicas".



"Vida de jornalista"

A vida jornalística só é alegre nos jingles do Jornal da Tarde. O índice de mortalidade da profissão é trinta por cento superior à média das demais profissões, raramente vive 50 anos e, por isso mesmo, dificilmente chega à aposentadoria. É enfim a profissão que mais mata e, nos dias de hoje, a que mais morre.

Sem qualquer compensação, enquanto vive, o jornalista paulista vive muito mal. Seu salário médio está entre 1.500 a 2.500 cruzeiros por cinco horas de trabalho diário. Isso obriga boa parte a assumir dois ou mais empregos, para atingir uma renda entre 4.000 e 6.000 cruzeiros mensais. A glória, portanto, está reservada para bem poucos: apenas 1,7 por cento dos jornalistas paulistas ganham o equivalente aos seus colegas europeus, mais de 20.000 cruzeiros.

Isso significa, entre outras coisas, que o jornalista paulista está muito mais propenso em conseguir comer suas 2.300 calorias diárias (como recomenda a ONU) do que em alimentar seu progresso profissional. Para enriquecer sua ferramenta de trabalho — o idioma — o jornalista deveria frequentar cinemas (20,00), livros (80,00), estudar (4.000/ano), ir ao teatro (40,00), ouvir discos (65,00) — dedicações que estes parêntesis tornam impossíveis (Do jornal da Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais).

Cartas

Coração de Herói

"Alguma forma de estranha apatia, começa a tomar conta das pessoas, justamente onde não deveria aparecer. É a covardia e a acomodação.

Descobri isto depois de pernear uma tarde na cidade, tentando conseguir três testemunhas para um processo que movi contra o Diário de Notícias, de Porto Alegre, na Justiça do Trabalho, por ter trabalhado três meses e meio e não ter recebido até agora. E os outros empregados, jornalistas e colegas da redação não quiseram arriscar a perda de seus empregos, sendo testemunha a meu favor. É apenas mais uma historinha, que eu queria que ficasse registrada, para que, num futuro não muito distante, espero, ao se analisar os difíceis tempos em que vivemos, sintam a que ponto chegam as coisas. Quando pela primeira vez pensei em ser jornalista, acreditava que as pessoas que formam a opinião pública tivessem coração de herói. Mas essa coragem que dignifica a profissão anda meio sumida do mercado.

A honestidade e a coerência, em determinadas redações foi substituída pelas risadas das hienas. Entrei no Diário de Notícias, como redator no dia primeiro de janeiro, e até 15 de abril os salários estavam atrasados. Muitos repórteres saíram, e em seções, onde havia seis pessoas, agora têm dois, que, ganhando a mesma coisa, fecham o mesmo espaço com "releases" e outras tesouradas do gênero. A todos os jornalistas que trabalham no Diário de Notícias peço que acordem. Uns se negaram a testemunhar a meu favor, pasmem, porque declararam já estar comprometidos com a empresa em outros processos, contra ex-colegas. Pela dignidade da nossa profissão, por solidariedade humana, por favor, eu continuo precisando de três testemunhas, o meu nome é Milton Saraiva".

Nota da Redação: A carta — desabafo foi escrita no início do mês de maio. Agora a situação mudou. Milton desistiu de contar com testemunhas. Dia três de junho haverá audiência na Justiça do Trabalho, e ele só vai cobrar os salários atrasados. Legalmente poderia exigir horas extras e feriados trabalhados,, mas para isso seriam necessárias testemunhas.

Não Era Release

Sr. Editor:

A nota publicada no COOJORNAL nº 4, sem assinatura e com o título "Release" me deixou fora do ar por algum tempo. O redator foi bom o suficiente prá me fazer corar até o fundo da alma.

Então escrevi esta carta, ou quase esta, prá dizer as duas coisinhas que digo. Assinei e tava botando no envelope quando um coojornalista entrou na minha sala, perguntando "que frescura é esta da Coojournal". Mostrei minha matéria, a nota do COOJORNAL, e ele concordou comigo: parece release mesmo.

Não mandei mais a carta e fiz uma nota meio irritada que deve sair no Anúncio 19 ou 20, dizendo algumas coisas que aconteceram.

Depois de entregue a matéria, falei com o Fraga ele me aconselhou a reescrever a carta, dizendo da minha primeira reação, que é que vai abaixo:

Escrevo prá, prá dizer duas coisas: primeira: gostaria que os leitores, e principalmente os "coojornalistas" acreditassem que jamais faria um release, PRINCIPALMENTE da Censura, porque isto é calhordice; e segunda, gostaria de cumprimentá-los pela nota. A informação do Anúncio realmente se transformou em release, com a supressão de uma frase final — retirada por mim mesmo já composto o texto, por motivos óbvios — se eu fosse redator do COOJORNAL, não dormiria no ponto: malhava mesmo porque tem que ser malhado.

Por outro lado, poderia tirar minha nota do Anúncio 19, mas não vou retirar porque sou a favor da liberdade de expressão. Quer dizer, a aparente contradição entre esta carta e a futura nota foi desejada.

E prá completar, gostaria de dizer que não me sinto ferido, e sim traído. Por companheiros de batalha.

Um abraço e um conselho: acho que vocês deveriam checar as coisas antes de informar, principalmente quando citar nomes.

Rogério Ruschel, 4 de maio de 76.

Nota da Redação: Você foi traído pelo estilo e não por nós, Rogério.

Estudantes não se entendem sobre seus jornais

Se depender dos jornais-escola, a falta de conhecimento prático continuará a ser a maior deficiência dos que cursam jornalismo

Três meses após o início do ano escolar, as Faculdades de Comunicação de Porto Alegre preparam-se para lançar finalmente o primeiro número de seus jornais escola de 1976. A razão dessa falta de periodicidade parece ser a mesma tanto na PUC, como na UFRGS: dissensões internas entre os poucos que querem fazer o jornal, e desinteresse dos demais.

Essa situação, evidentemente, não é a melhor para familiarizar os futuros comunicadores com o ritmo de trabalho que sua vida profissional vai exigir-lhes mais tarde. As queixas entre os responsáveis pelas publicações vão desde a surpreendente alegação de "fotos não feitas" e "matérias não entregues", até despotismo das chefias e incompatibilidade de linhas editoriais.

O **Experiência**, jornal-escola da PUC que já rodou algumas edições criativas e de boa qualidade, quase não sai este ano por absoluto desinteresse dos alunos. O jornalista Carlos Urbim, um dos professores da novíssima geração, que se considera a si mesmo um "antiprofessor" informou textualmente que: "Depois de palavões, de duas reuniões de pauta, de várias matérias que não apareceram, de fotos que não foram tiradas, depois de sobrar poucos alunos interessados em fechar o jornal, o **Experiência** Um vai começar a circular".

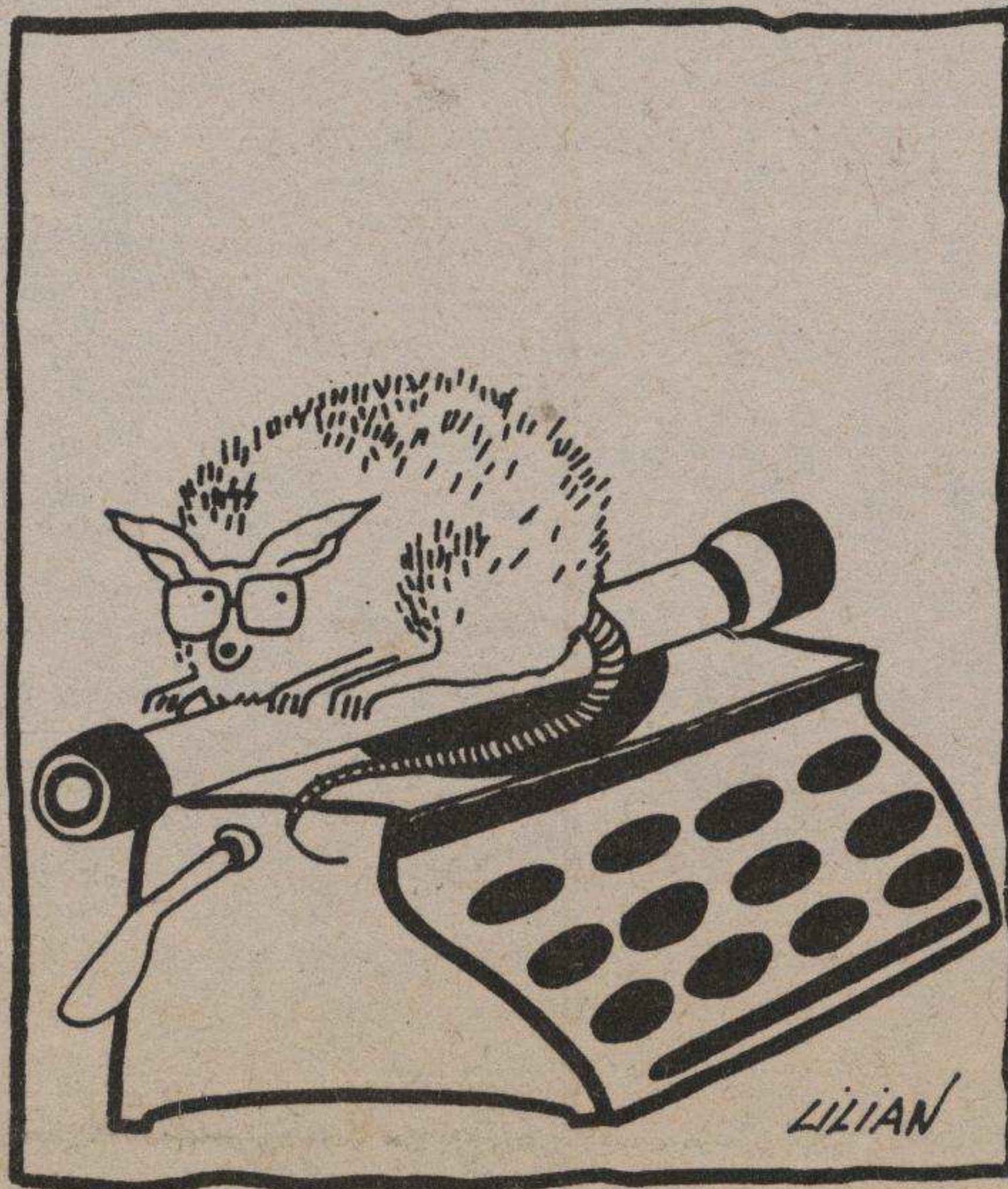
O próprio conteúdo dessa edição tumultuada parece confirmar a confusão que domina atualmente o campo da comunicação a seu ensino. Continua Urbim: "É professor reclamando contra o curso, é aluno nada sabendo sobre o curso, e é uma série de pessoas completamente desinformadas sobre Comunicação (que está fora de moda), sobre a profissão de jornalistas, publicitários e relações públicas, ou sobre essa coisa estranha e complicada que é fazer jornal".

Ainda na PUC, o grupo independente que, no ano passado lançou uma publicação tamanho ofício chamada **Sub**, subvencionada (papel e impressão) pelo centro acadêmico, não conseguiu reprisar a façanha por falta de editor. Um depoimento feito por uma universitária pertencente ao grupo, revela que "sem editor, os estudantes que estão fazendo matérias não sabem nem quando entregá-las."

Na Universidade Federal, ao lado do **Três por Quatro**, jornal dos estudantes do último semestre, está anunciando o **Entrelinhas**. O **Entrelinhas** já havia saído em duas ocasiões, como um panfleto mimeografado. Desta vez, será impresso em off-set e terá 12 páginas sobre assuntos variados, desde política a economia, ensino e movimento estudantil. Ao contrário do **Três por Quatro**, editado como trabalho escolar valendo conceitos, o objetivo do **Entrelinhas** é "motivar o universitário atual, em geral pouco participante, para os problemas da classe e da sociedade em que vive". Apesar desses propósitos, a redação do **Entrelinhas** também não é tranqüila. São oito editorias autônomas, cada uma com seu ponto de vista sobre o trabalho a ser desenvolvido, sem um editor responsável que atue e possa garantir a coesão do grupo e sua continuidade.

Já o **Três por Quatro** não é considerado um verdadeiro jornal-escola pelos próprios alunos. "É jornal para dar nota, para a gente terminar o curso. O que a gente aprende sobre jornal não é no **Três por Quatro**, e sim no emprego que já se tem" — dizem alguns dos alunos do último ano de Comunicação da

UFRGS. Confirmando essa queixa dos alunos, os editores e responsáveis pelo jornal, inclusive o editor-chefe, são professores, o que, naturalmente, já limita o trabalho dos alunos e o alcance da experiência que poderiam adquirir nesse último ano de faculdade. Em 1976, porém, "depois de algumas discussões e ameaças dos editores-professores, ficou decidido que o **Três por Quatro** teria todas as editorias de um jornal diário".



Algumas opiniões sobre a imprensa

Alguns conceitos emitidos aos universitários que participaram do Seminário sobre a Situação Atual e Tendência dos Meios de Comunicação Social, realizado na primeira quinzena de maio, na PUC:

"Um jornal para ser livre, autônomo, precisa ser economicamente forte, baseando-se na receita de venda avulsa e na publicidade". (Jaime Sirotsky, presidente do Sindicato das Empresas de Proprietários de Jornais e Revistas do Rio Grande do Sul e dono da Rede Brasil Sul de Comunicações).

"O universitário prepara-se, em última análise, para ser repórter porque não tem condições de ocupar outros cargos por falta de conhecimento". Lauro Schirmer, diretor de Zero Hora.

"No rádio, todos estamos ganhando o pão de cada dia, oferecendo o circo que nos toca" (Cândido Norberto, Rádio-Gaúcha).

"É necessário ter um jornalista brasileiro no estrangeiro. Não adianta só as notícias que chegam por telex. O importante é a interpretação da notícia a nível do povo brasileiro, que tem uma realidade e capacidade de compreensão um tanto particulares". (Jeff Sandel, do Serviço de Informações dos Estados Unidos, USIS).

"Nos Estados Unidos, há liberdade e contradição dentro de um jornal. Os proprietários são republicanos, mas apoiam os jornalistas que são democratas". Bruce Handler do Washington Post. Disse ainda que "a censura no Brasil já não é tão rígida. Basta vermos o caso da viagem de Geisel à França, quando toda a imprensa noticiou a reação do povo francês, o que seria impossível no Governo passado".

"Há uma tendência em todo o mundo para o crescimento dos jornais regionais. Eles atendem mais diretamente a um público específico, com notícias que lhes dizem respeito. Ao mesmo tempo, verifica-se a queda dos jornais vespertinos" (Luiz Orlando Carneiro, do Jornal do Brasil).

A APLUB

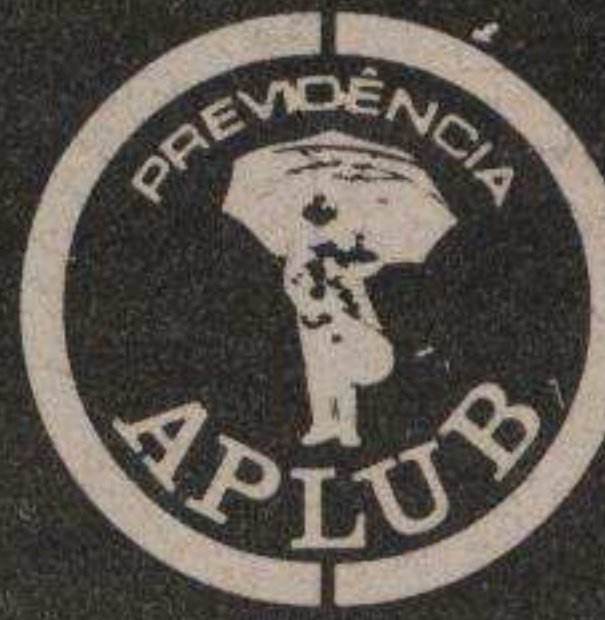
tem mais de uma maneira de garantir seu futuro.

PLANO PENSÃO

PLANO PEGÚLIO

PLANO APOSENTADORIA

Todos os planos de previdência da Aclub são reajustáveis. E garantem para você e sua família um futuro seguro e tranqüilo.



APLUB
ASSOCIAÇÃO DOS PROFISSIONAIS LIBERAIS UNIVERSITÁRIOS DO BRASIL
Sede: Av. Júlio de Castilhos, 10
Porto Alegre - Filiais em todas as capitais e principais cidades brasileiras

Depois da tragédia, os cuidados com a imagem

Como cuidar da imagem de uma empresa atingida por uma tragédia? Apesar dos seus 18 anos, a MPM propaganda, a quinta maior agência do país, não tinha até o dia 27 de abril último uma resposta segura para essa pergunta. Nesse dia, o incêndio que destruiu a matriz das Lojas Renner, um de seus maiores e mais antigos clientes — uma conta de 9 milhões de cruzeiros por ano — colocou a agência pela primeira vez diante do problema, obrigando-a a uma mobilização de emergência que envolveu todos os seus setores.

José Antônio Moraes, gerente da MPM, admite que eles chegaram a temer, num primeiro momento, que os efeitos negativos da tragédia, devido ao elevado número de mortos, se estenderiam à imagem da empresa, com parte do público culpando-a pelo ocorrido. "Nós sentimos", diz Moraes, "que não estávamos diante de apenas um incêndio, mas de um caso muito mais sério. Era um momento em que cada ação poderia ser interpretada mal e dar efeitos inesperados porque estávamos lidando com a emoção, com os sentimentos das pessoas".

NADA A ESCONDER

"Nossa primeira providência, — continua ele — foi dar assessoria para que não faltassem informações à imprensa, para que nenhuma entrevista deixasse de ser dada. Era o que nos parecia importante no momento, para demonstrar que a empresa não queria esconder nada".

Contrariando a intenção de alguns diretores da Renner, a agência optou pelo fechamento das outras filiais no dia seguinte ao incêndio e só depois inicia as providências para normalização da vida empresarial da Renner. "Essa foi a parte mais difícil, diz Moraes, afinal um grande número de pessoas perdeu o vínculo físico com a empresa, pois metade dos clientes da Renner eram compradores da loja da Otávio Rocha e alguns há 10 ou 15 anos".

Como medida inicial, foi suspensa toda a veiculação de anúncios da Renner em qualquer jornal, rádio ou Tv, durante uma semana e aí surgiu a dificuldade da linguagem a ser usada nos comunicados que deveriam indicar o retorno ao movimento normal sem que parecesse que a empresa estava apressada em seus interesses comerciais. "A primeira idéia nesse caso, foi tranquilizar os 400 funcionários da loja, garantindo que ninguém seria demitido e iniciar a redistribuição deles pelas filiais. No terceiro dia, começamos a avisar pela rádio que quem tinha encomendas feitas na loja incendiada podia encaminhar sua reclamação. Era uma forma indireta de indicar que as coisas estavam voltando ao normal."

Paralelamente a isso, dava-se toda a atenção aos familiares das vítimas e os próprios diretores da empresa, Herbert Renner, Egon Renner e Rico Arbich visitavam os jornais, o corpo de bombeiros e as autoridades para fazer os agradecimentos.

A CARTA QUE FALTAVA

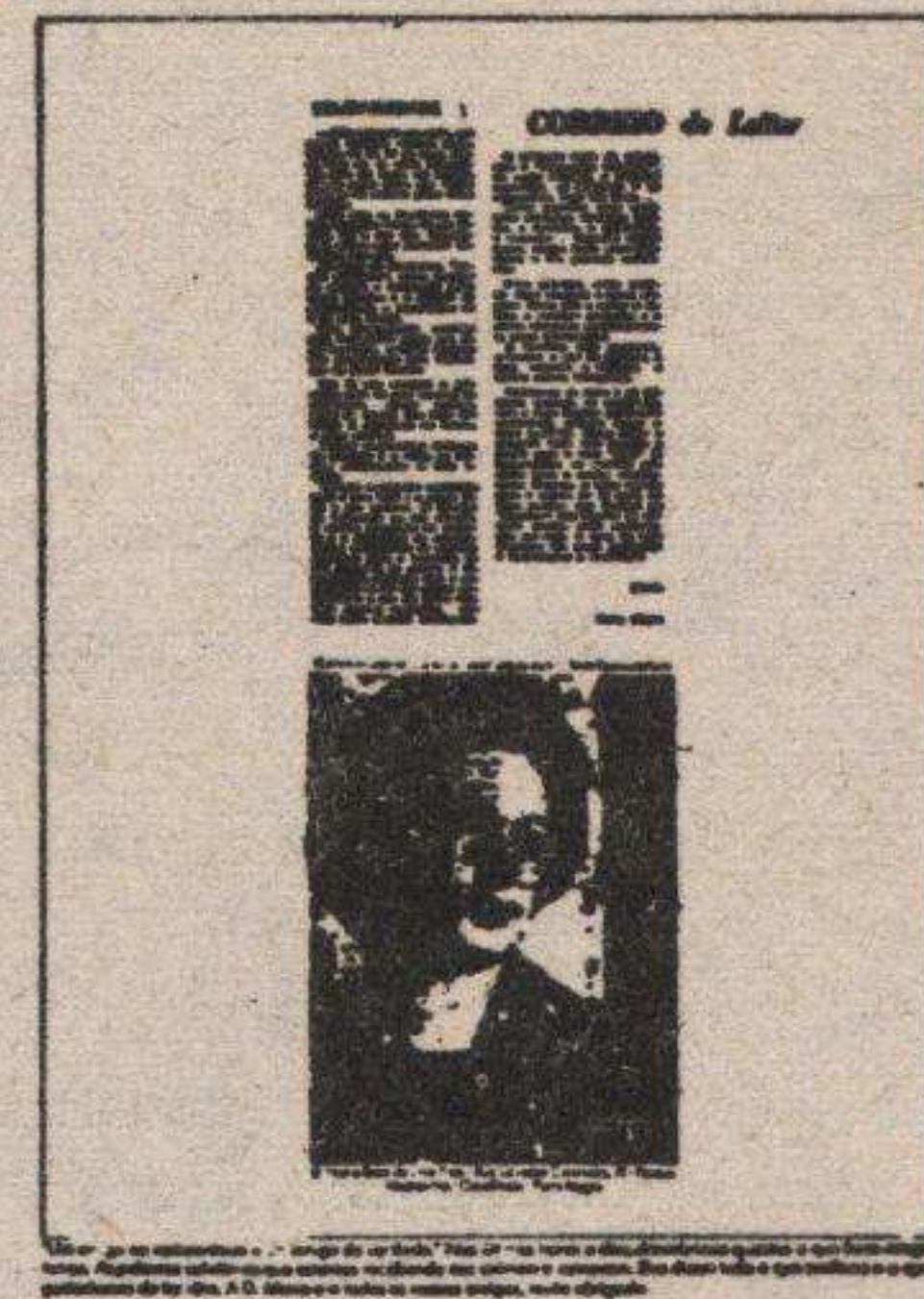
Mas, segundo Moraes, faltava alguma coisa para demonstrar o reconhecimento da empresa diante de manifestações do público e a agência não encontrava uma solução. "Houve, — diz Moraes — muitas manifestações coletivas e parecia não haver como agradecer sem ser melodramático. Foi então que o Correio do Povo publicou uma carta de uma senhora chamada Maria, dizendo exatamente o que estávamos pensando. Pegamos a carta — montamos um anúncio com a íntegra da carta e publicamos em todos os jornais". O anúncio soa piegas mas funcionou, de acordo com Moraes.

Com isso e mais a missa de sétimo dia, ficou faltando colocar no caminho da normalidade a vida material da empresa. Voltaram então os anúncios, o primeiro deles com um mapa situando as filiais e dando o endereço de dois bancos onde os crediários podiam pagar suas prestações. Isso já foi o

suficiente — segundo Moraes — para as filiais receberem no dia seguinte um numeroso público adicional, os clientes da loja queimada que estavam procurando as filiais. "Nós procuramos acompanhar a reação das pessoas e sentimos uma forte solidariedade, as pessoas faziam questão de pagar suas

prestações, de comprar numa demonstração de fidelidade".

A prova mais eloqüente disso, segundo Moraes é que vinte dias depois do incêndio as lojas Renner já haviam recuperado os níveis de vendas do período anterior, cerca de Cr\$ 1 milhão por dia.



Tem gente pensando que a APC vai consertar negócios mal feitos. Vai, mesmo.

A Associação de Proteção ao Consumidor tem metas nada modestas. Nem tão pretenciosas: apenas quer coibir abusos, quando houver. E impedir que produtos de qualidade duvidosa sejam consumidos. Denunciando os crimes contra a economia popular, a APC estará contribuindo para que cada vez menos o consumidor tenha que reclamar. Porque sua ação junto à indústria e comércio, para que só sejam vendidos bons produtos e a preços justos, dará credibilidade aos bons. Que não têm nenhum motivo para se preocupar. Nem hoje, nem nunca.



apc
associação de proteção ao consumidor
entidade independente e apolítica
Rua Jerônimo Coelho, 116

