

CARTAS

SOJA FALSA II

Senhor Editor:

Há alguns meses uma emissora de televisão do Rio Grande do Sul, por força de contrato com a fornecedora de programação do Rio, teve diminuído em mais de 10 minutos o espaço diário dedicado ao telejornalismo.

Pois bem, nos 20 dias que antecederam a redução dos noticiários, esse canal de TV lançou uma bombástica campanha no vídeo prometendo que, a partir de determinado dia, os telespectadores assistiriam a muito mais telejornalismo. Ou seja, a emissora diminuiu os seus noticiosos, não acrescentou nada de qualidade ao que restou e ainda tentou enganar o público.

É por estes exemplos que um jornal de São Paulo costuma chamar a TV de "veículo de manipulação da opinião pública". Em outras palavras, a televisão dá a entender todos os dias ser a dona da verdade. Mas quase sempre, a verdade da TV não passa de meia-verdade.

Na carta do diretor da TV Gaúcha, Fernando Miranda, publicada neste veículo no mês passado, vê-se que alguns dirigentes da televisão assimilam com facilidade os seus critérios. Auto-intitulando-se senhor das informações corretas, Miranda se propôs a informar sobre a veracidade dos fatos". No máximo, deu a sua versão sobre o episódio. Uma versão que, obviamente, teria que ser favorável à empresa que ele representa. Por envolver conceitos sobre jornalismo e interpretar erroneamente posições profissionais, dois itens da sua carta merecem ser esclarecidos:

1 — Telejornalismo patrocinado é uma coisa bem diferente de programas previamente vendidos e montados depois com critérios muito mais comerciais que jornalísticos. Onde anda a iniciativa jornalística de um programa vendido antes com objetivos específicos?

2 — O diretor executivo da TV Gaúcha poderia ter sido mais correto quando disse que me omiti na feitura do programa especial sobre soja. Eu não me omiti, porque disse claramente que não faria o programa e até sugeri algumas alternativas para que outras pessoas do departamento de telejornalismo o executassem, respeitando algumas questões profissionais. Houve emissão, sim, no episódio todo. Mas a omissão não foi minha e o diretor da TV Gaúcha deve saber muito bem de quem foi, só não tem interesse em confessar. **Osmar Trindade.**

SOJA FALSA III

Senhor Editor:

Com referência à carta **Soja Falsa**, publicada na última edição do **Coojornal** queremos esclarecer alguns pontos:

1) Não é verdade que os Cr\$ 15,00 eram só para "um lanche". Quando passávamos o horário de alguma refeição (almoço ou janta) em cidades da Região Metropolitana, recebíamos sempre Cr\$ 15,00.

2) Não reconhecemos no sr. Fernando Miranda qualificações para indicar líderes nossos ou de nossa classe.

3) "A TV Gaúcha sempre esteve preocupada em ampliar e valorizar o mercado de trabalho" - trecho da carta do sr. Miranda. Mas na mesma carta ele afirmava que novos programas seriam feitos pelos mesmos profissionais durante o horário normal. Podemos garantir que no telejornalismo não havia ninguém com disponibilidade.

4) O sr. Fernando Miranda deve ser lembrado que faltou com a palavra: quando entregamos o documento, ele prometeu estudar as reivindicações, "pois havia algumas coisas justas", afirmou. Mas depois de uma reunião, os 11 que haviam subscrito o documento foram despedidos.

5) Um exemplo de erro que ninguém quis assumir: uma colega nossa foi promovida da função de rádio-escuta (que legalmente não existe), para a reportagem e depois de três meses continuava a receber o mesmo salário, ou seja, Cr\$ 1 mil. A questão foi contornada pelo chefe da programação, Clóvis Prates. Ele negou-se a refazer o erro e a pagar a diferença salarial, alegando "que a repórter havia sido promovida de boca" e que o seu departamento já havia cometido dois erros. Portanto, ele não levaria ao conhecimento da direção temendo perder o emprego. Acreditamos ser infundada essa sua afirmação, pois erros normalmente acontecem.

6) Quanto aos filmes estrangeiros no programa "Campo e Lavoura": é de se estranhar que o diretor executivo da TV Gaúcha desconheça a realidade mostrada no seu vídeo. A produção evitava ao máximo colocar "enlatados". A própria Cotrijui - patrocinadora do programa - disse estar muito satisfeita com a linha e com a qualidade do Campo e Lavoura. Só contestou um filme estrangeiro que mostrava os "nematóides nas terras dos USA e da África". O patrocinador alegou que o filme ficava distante da realidade local.

7) Depois desses esclarecimentos, temos certeza de que, se alguma coisa continua "inverdades", não era o nosso manifesto. **Ricardo Morem Schmitt, Elaine Lerner.**

FICAR E PROSPERAR

Senhor Editor:

Com prazer acusamos o recebimento do **Coojornal**. Agradecemos a atenção e os cumprimentamos pela iniciativa que, a julgar pelo trabalho feito, veio para ficar e prosperar. **Cordialmente, Carlos de Noronha Feyer, diretor presidente da Empresa Portoalegrense de Turismo.**

IMPRENSA

Dois meses depois da saída de Mino Carta, a Veja sem censura prévia. Na página 4, iniciamos uma coluna disposta a defender o leitor. Por que tantas perguntas sem resposta na cobertura do grande incêndio?

PROFISSIONAIS

Newton Carlos, nosso melhor comentarista internacional fala do seu trabalho. Uma consequência do incêndio da Renner: a Guaíba investe no jornalismo. Apesar das aparências as mulheres tem poucas chances nas redações.

COOJORNAL

BOLETIM DA COOPERATIVA DOS JORNALISTAS DE PORTO ALEGRE

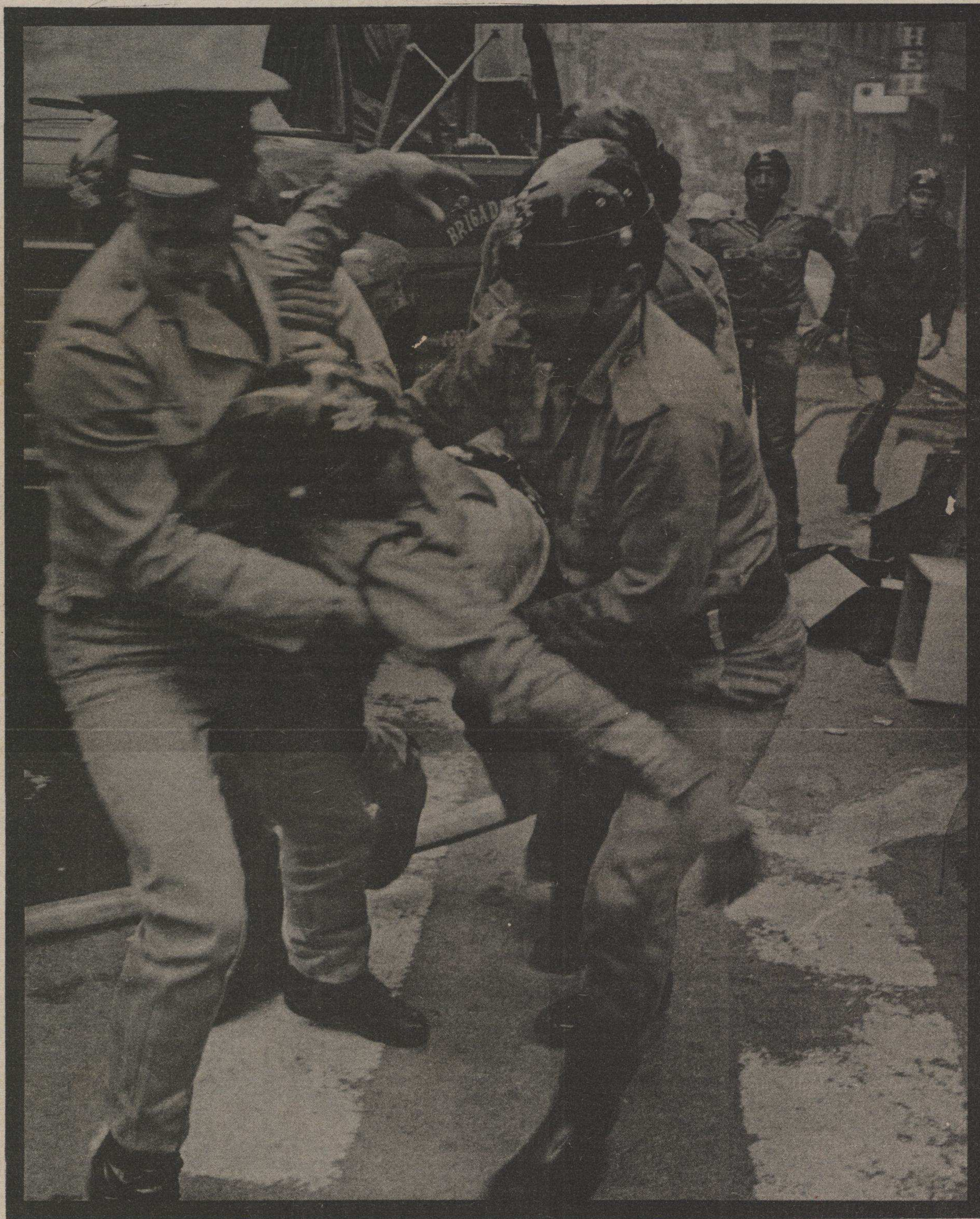


Foto de Sílvio Ferreira. Máquina Nikon-F. Lente grande angular 28 mm. Velocidade 1 x 30. Diafragma 3,5.

TELEVISÃO

De 362 horas de programa por semana, apenas 12% são produzidos aqui. Nossa tv prefere endividar-se comprando enlatados dos americanos.

COOJORNAL

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

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
 José Antonio Vieira da Cunha (Presidente)
 Luiz Cláudio Cunha (Vice-Presidente)
 Rejane Baeta (Secretária)
 Carlos Henrique Bastos
 Danilo da Silva Ucha
 Jorge Olavo de Carvalho Leite
 José Félix Valente
 Victor Hugo Sperb
 Sérgio Caparelli

CONSELHO FISCAL
 Antonio Brito Filho
 Luiz Francisco Terra Júnior
 Erico Valduga
 João Borges de Souza
 Tomás Irineo Pereira
 Carlos Fernando Karnas

CONSELHO EDITORIAL - Elmar Bones da Costa, Gerson Schirmer, Jorge Polydoro, Luiz Cláudio Cunha, Rosvita Saueressig, Osmar Trindade, Ayrton Kanitz, Emanuel Gomes de Mattos, Ronaldo Westermann, José Félix Valente e Nilson Figueiredo.

DEPARTAMENTO COMERCIAL - Gabriel Matias

EDITOR-RESPONSÁVEL - Elmar Bones da Costa

REDAÇÃO - Adélia Porto da Silva, Ademar Vargas de Freitas, Afonso Ritter, Ângela Beatriz Sória Riccardi, Antonio Brito Filho, Antônio Dreon Peres, Arthur Tadeu Monteiro, Carlos Alberto Kolecza, Carlos Henrique Bastos, Carlos Marino Urbim, Carlos Mosmann, Celso Antonio da Rosa, Claiton Selistre, Clarice Aquistapace da Silva, Cláudio Barcelos de Barcelos, Danilo Ucha, Delmar Marques, Fernando Albrecht, Erico Valduga, Emi Quaresma, Euclides Torres, Floriano Soares, Gladis Ibarra, Imara Stallbaum, Jandira Maria César, João Borges de Souza, Jorge Olavo de C. Leite, José Antonio Vieira da Cunha, José Antonio Ribeiro, José Félix Valente, Licínio Silveira de Azevedo, Luis Carlos Merten, Luiz Cláudio Cunha, Luiz F. Terra Júnior, Luiz Fonseca, Maria Angélica de Moraes, Maria Wagner, Marina Wodtke, Mário Marcos de Souza, Marques Leonam, Nirce Levin, Otacilio Grivot, Paulo de Tarso Riccardi, Paulo Gerson de Oliveira, Pedro Maciel, Regina Vasquez, Renato Pinto da Silva, Sérgio Moita, Silmar Müller, Tomás Pereira, Walter Molina, Hermelindo Macedo, Clóvis Malta, Omar de Barros Filho, João Carlos Ferreira da Silva, Lenora Vargas, Divino Fonseca, Eva Maria Castro, Maria Tereza Baires, Luiz Rache Vitello, Telmo Zanini, Lara Bendati, Afonso Licks, Rogério Mendelski, Victor Hugo Sperb, Ana Amelia de Lemos, José Onofre, Alberto André, Alberto Blum, Flávio Dutra, Jorge Freitas, Renan de Oliveira, Antonio Gonzalez, Mário Rocha, João Batista Aveline, Dorival Pacheco, José Lauro Dieckmann, Rejane Baeta, Fernando Goulart, Paulo Burd, Agnese Schifino, Carlos Salzano, Laíla Pinheiro, Marinóia Schilling Osório, Hélio Gama, Geraldo Hasse, Gilberto Pauletti, Jorge Escosteguy, Luiz Oscar Matzembacher, Olyr Zavaschi, Flávio Porcello, Carlos Fehlberg, Jussara P. Coelho, Luiz Paulo de Pilla Vares, Paulo Maciel, Luiz Afonso Franz, André Pereira, Eugênio Bortolon, Mário Luiz Madureira, Roberto Manera, José A. Simch da Silva, Sérgio Caparelli, Lauro Quadros, Marcelo Oscar Lopes, Antonio Manoel de Oliveira, José A. Pinheiro Machado, Sílvia Costa, Judith Martins Costa, Sérgio Toniello, Sérgio Becker, Roberto Alves D'Azevedo, José Erasmo Nascetes, Edgar Lisboa, Carlos Karnas, Valdir Barbosa Paz, Ivan Pinheiro Machado, Marconi João da Silva, Vera Regina Monteiro, Amauri Mari de Melo, Paulo Macedo, Marco Antonio Schuster, Otília Goulart, Roberto Appel, Ivo Egon Stigger, Elaine Lerner, Alda Suzete Souza, Carla Irigaray, Tania Barros, Tania Faillace, Santa Irene da Rosa, Paulo Denis Pereira, Pedro Macedo, Terezinha Figueiredo, Iraporan Müller, Zélia Leal, Luiz Alberto Arteche, Neuza Maria Ribeiro, Marcos Antonio Baggio, Edna Della Nina, Armando Antônio Ranzolin, Vilmo Medeiros, Paulo Poli, André Jocklyman, Jayme Cops-tein, Raul Rübenich, Cintia Leal, Leonardo Berlese Dou- rado, João Paulo M. Lacerda, Luiz Fernando Silva, Verlaine Silveira, Adroaldo Spindola Correa, Vera D. Barcelos, Sib- yla Loureiro, Maria da Graça Seligman, Humberto An- dreata, Christa Kuschick, Luiz Carlos Mello, Wladimir Un- garetti, Danilo Miralles, José Luiz Chiarelli, Fernando Dibe Pinto, Floriano Correa, Milton Machado, Miriam Tereza Chagas de Moura, Paulo Antonio Fogaça, Severino Góes, Fernando Guedes, Maria da Graça da Silva, Walmaro Paz, Ana Elisa Rech, Milton Wels, Maria Helena Brancer, Maria Luiza Paim, Júlio Carneiro Sortica, Ana Maria P. Lopes de Almeida, Edson Chaves Filho, Najar Tubino, Marise de Martini Fetter, Alfredo Fedrizzi, Carlos Domelles, Ricardo Schmitt, Carmen Laviaguerra Silveira, Nelson Baibich, Fran- cisco Daniel L. Silva, Orlando Carlos Brasil e Vera Teresa Costa.

FOTOGRAFIA - Ricardo Chaves, Leonid Streliaev, J.B. Scal- co, Carlos Rodrigues, Jaime Klintowitz, Silvio Ferreira, Ger- son Schirmer, Olivio Lamas, Sérgio Arnoud, Luis Abreu, Edgar Planella, Assis Hofmann, Antonio Carlos Mafalda, Maria Eneida Serrano, Jacqueline Joner, Afonso Abraham Lheureux, Fernando Augusto Bueno, Hipólito Pereira, Luiz Kozminski e Jurandir Silveira.

ARTE - Ronaldo Westermann, Julieta Nunes Pereira, Leo Tavejnhansky, Ademir Fountora, Maria da Graça Guindani, Maria Inês Burger, Lilian Bem David, Nilson Figueiredo, Bigi Polydoro e Neuza Tasca.

CARTUNS - Edgar Vasques, José Guaraci Fraga, Cláudio Levitan, Sérgio Batsow, Visson Holderbaum, Edson Kozmin- ski e Neltair Abreu (Santiago).

COLABORADORES - José Teófilo Abu-Jamra (economista), Gumercindo Coitinho (advogado), Francisco Lopes (médico) e Rômulo Krafta (arquiteto).

CORRESPONDÊNCIA para Rua Comendador Coruja, 372 (Fone 24-0951), Porto Alegre, RS.

Caderno de Cooperativismo

Sai dia 20 de julho o caderno especial que a Coojornal está preparando sobre o cooperativismo no Brasil. Uma equipe especializada já está trabalhando no caderno que faz uma análise do momento atual do sistema cooperativo, os planos do governo com relação ao setor, os problemas e as perspectivas do movimento cooperativista no país.

Vai circular junto com a edição de julho do **Coojornal** (5 mil exemplares) e já está garantido também o seu encarte no Co- trijornal da Cooperativa Tríplica Serrana, Cotrijui (10 mil exemplares). A Coojornal mantém ainda entendimentos com outras cooperativas interessadas em distribuir o caderno entre seus associados ou encartá-lo em suas publicações.

Nova linguagem para o campo

Para facilitar a aproximação com os agricultores, o repórter André Pereira cortou o cabelo que lhe caía pelos ombros. O editor Osmar Trindade dedica-se a analisar o vocabulário do homem do interior na busca da linguagem mais adequada para falar clara e corretamente aos seus leitores. E Ayrton Kanitz, o editor executivo, preocupa-se tanto com as técnicas agrícolas quanto com os hábitos das comunidades rurais. Os três fazem parte da equipe da Coojornal que edita a revista **Agricultura & Cooperativismo** e estão empenhados num desafio: fazer uma revista que seja facilmente entendida pelo agricultor e que leve a ele não apenas informações sobre a agricultura, mas reflita e o informe sobre o meio em que ele vive.

"Nosso principal problema", diz Trindade, "é a falta de pontos de referência, porque não existe outras revistas para agricultores assim como entendemos - uma revista que leve a informação técnica interpretada, transcrita, por assim dizer, para uma linguagem mais simples, do dia a dia. A maioria das publicações do gênero se limita a publicar notícias oficiais e artigos de técnicos. Nos últimos tempos estão surgindo alguns jornais no interior que estão tentando falar ao agricultor, mas ainda pecam pelo defeito de levarem apenas a informação do técnico para o agricultor, sem ouvir o agricultor, sem ouvir os seus problemas".

A revista mensal, está no terceiro número e é distribuída pelo sistema de assinaturas aos associados da Federação das Cooperativas Brasileiras de Trigo e Soja (Fecotrig) para quem é feita. "Ainda não temos dados concretos sobre sua aceitação, mas algumas sondagens feitas junto ao pessoal das cooperativas têm nos entusiasmado muito", diz Trindade. E acrescenta: "De qualquer modo ela ainda não tem sua forma definitiva, está sendo ajustada, aperfeiçoada lentamente para alcançar maior eficiência junto aos seus leitores".

Ele aponta ainda como característica importante da Agricultura & Cooperativismo o respeito a alguns princípios tais como não aceitar matérias pagas e se

reservar o direito de veicular livremente as informações que sejam do real interesse do agricultor. "Ao contrário do que normalmente acontece nestas publicações, onde até a capa abriga um anúncio caro, nós já enfrentamos problemas com empresas por dar a palavra ao agricultor e publicar as suas queixas. E esse aspecto - a independência da parte editorial em relação à parte comercial - é um princípio de que não abrimos mão. A própria Fecotrig faz questão disso".

Além da agricultura propriamente dita, como o nome indica, a revista dá ênfase ao cooperativismo, campo que hoje concentra grande parte da produção agrícola do Rio Grande do Sul e sobre o qual são escassas as informações.

Para Osmar Trindade, com 14 anos de jornalismo profissional, passagem por vários jornais de Porto Alegre e com breve experiência de televisão, "este é um dos trabalhos mais importantes a que me dediquei nesse tempo todo, porque me leva a mexer numa área muito explorada pela picaretagem e pouco levada a sério".

Como o agricultor está recebendo o novo trabalho dos jornalistas, ainda não é possível analisar. Aos homens de imprensa dessa área, entretanto, a revista vem agradando bastante. Depois de ter sido saudada pelos jornais gaúchos, é a Gazeta Mercantil que dedica importante matéria sobre a publicação, citando trechos inteiros de sua última matéria de capa ("A luta contra os venenos") que aborda amplamente o problema dos defensivos. Depois de analisar o relacionamento entre os técnicos urbanos e a acácia "saborosa" do agricultor em tratar seus próprios assuntos, Frederico Vasconcelos, editor de agropecuária do jornal, conclui: "Um bom exemplo (...) é dado mais uma vez pelos produtores gaúchos. Em seu segundo número de 'A & C', uma publicação da Fecotrig, apresenta um trabalho que merece ser citado, no mínimo, para permitir uma discussão mais ampla. (...) Hoje o agricultor também está munido de seus próprios levantamentos. E não se contenta com as teorias e explicações econométricas".



Seno: veículo para idéias

Veículo para idéias novas

Um dos principais objetivos do Instituto Brasileiro de Planejamento desde sua criação, era lançar uma revista que, além de publicar trabalhos técnicos, divulgasse idéias e proposições novas, levantasse problemas. Isso só foi possível dois anos depois, devido às dificuldades encontradas pela entidade, presidida pelo arquiteto Danilo Landó, para concretizar este plano.

Seno Antonio Cornely, vice-presidente do Instituto, diz que além do problema financeiro, havia também a falta de experiência do grupo, que se propunha a realizar um trabalho inovador dentro da área de planejamento. "Nós queríamos uma revista moderna, onde todas estas pessoas que estão trabalhando no setor, que estão pensando, criando coisas novas, pudessem publicar trabalhos", afirmou.

"A maioria de nossos sócios (mais de mil) é gente jovem, cheia de idéias novas, que muitas vezes deixam de fazer trabalhos ou não levam adiante os que já estão iniciados, por não existir um veículo para sua divulgação. A nossa idéia é justamente dar oportunidade para todos que estiverem interessados em atuar neste campo".

Segundo Seno, a Revista Brasileira de Planejamento, editada pelo **Coojornal** e lançada em maio, está sendo muito bem recebida.

Colaboração

O **Coojornal** aceita e faz questão de receber a colaboração de todos os profissionais. Ele circula no dia 20 de cada mês. O material para a redação deve ser enviado até o dia 10 para o endereço da Cooperativa dos Jornalistas de Porto Alegre, rua Comendador Coruja, 372.

Novos Sócios

Nas últimas reuniões da diretoria da Cooperativa foram admitidos os seguintes novos sócios: Nelson Baibich, Francisco Daniel Lourenço da Silva, Orlando Carlos Brasil, Odilon Rebés Abreu, Maria Eloir da Silveira, Valmório Oliveira Rios, Jorge Fernando Gallina, Ilza Maria Tourinho Girardi e Vera Tereza Spcht da Costa. Com estes se eleva a 238 o número de associados da **Coojornal**.

Auto-crítica

O **Coojornal**, que, por sua própria natureza, deveria ser um boletim padrão, voltou a circular com uma série de problemas.

1) Revisão - está fraquíssima, como de costume.

2) Texto - encontramos errinhos primários, do tipo "para...para..." e adjacências.

3) Chutes - na matéria sobre a assembléia geral, foi dada a porcentagem de 300% para o crescimento da Cooperativa - termo que só teria razão de ser para especificar um **crescimento econômico** (absurdo) e não para um **aumento de unidades produzidas**, coisa bem diferente.

4) A matéria do Caparelli sobre o que pensam os jornalistas sobre os próprios jornais - em si, interessante - é arruinada por uma tabela ininteligível, cujos números não são interpretados nem relacionados com a porcentagem de jornalistas entrevistados, e destes com os jornalistas em atividade nos respectivos órgãos. Como está, a tabela não tem qualquer valor. (Tânia Faillace)

CARTAS

O QUE INTERESSA?

Senhor Editor:

Recebi o questionário da Cooperativa e mesmo trabalhando no Norte pretendo continuar cooperativada e, na medida do possível, participando com a realização das matérias e colaborações que forem possíveis. Mas, como ainda estou um pouco por fora do que realmente interessaria à Cooperativa por aqui, limito-me a ficar à disposição, mesmo que seja apenas para prestar informações sobre o jornalismo que se faz aqui. **Jussara Celina Pereira Coelho, Belém do Pará.**

FALHA TÉCNICA

Senhor Editor:

Apenas um reparo à matéria **Aproximações Perigosas**, publicada no número 4 do **Coojornal**, a qual trascreve a coluna Jornal dos Jornais de Alberto Dinez, da edição de 25/4 da Folha de São Paulo. Talvez buscando ênfase para manifestar a censura imposta pelos proprietários de jornais, sobre o caso Flávio Alcaraz Gomes, o articulista afirmou ao longo do seu artigo que "se não fosse Veja e uma pequena nota do Jornal do Brasil, o assunto seria totalmente surrupiado da opinião pública".

Ora, senhor editor, a informação não é verdadeira, pois o crime foi noticiado - por maior ou menor amplitude - por outras publicações nacionais, como o O Estado de São Paulo, Jornal da Tarde, O Globo, a própria Folha de São Paulo, e, inclusive, pelo jornal Notícias Populares. Por isso e por uma questão de justiça acreditamos necessária a reparação. Desde já grato pela publicação desta. **Sergio Becker, Sucursal de O Estado de São Paulo; Porto Alegre.**

Nota da Redação: Nossa intenção era publicar a nota do Dinez, certa no raciocínio mas incompleta nas informações, com uma observação sobre isso. Por falha técnica as quatro ou cinco linhas que continham esse reparo não saíram. Você tem razão.

EXAME CRÍTICO

Senhor Editor:

Os alunos e professores da Faculdade de Comunicação da Universidade Católica de Minas Gerais estão vivamente interessados em nova experiência de jornalismo, Dentro desta preocupação maior de conhecer e procurar formas alternativas, de comunicação, estamos fazendo uma série de trabalhos.

Uma de nossas frentes é o jornal comunitário **O Marco**. Estamos enviando um exemplar para o exame crítico do **Coojornal**. Se for possível, gostaríamos de recebê-lo para o nosso Centro de Documentação. Por enquanto, nos chegou às mãos o número 4. Estamos torcendo para a experiência tomar pé e continuar. Um abraço, **Itamar José de Oliveira.**

SIMPLES METEOROS

Senhor Editor:

Transas, lutas, guerras e inglorias acabaram. Não conseguimos fazer uma cooperativa baiana. Contar porque nem adianta, só dá mais raiva. Sorte a "genialidade" baiana não parar. Têm quatro jornais para surgir, ou melhor, três, porque um, sobre economia, já saiu. **Boca do Inferno** sai dia 30 (de maio). Tem muita gente boa e por isto acho que vai ser o melhor. **Coisa Nostra**, mais de humor, é do pessoal que faz cartum. Pena o pessoal não entender que todos vão ser (tomara que não) simples meteoros.

Peça força que vocês nos deram, mil gracias. Qualquer coisa, é só mandar. **Maria da Graça Costa, Salvador, Bahia.**

As reuniões de sábado (às 10h) na Cooperativa recomeçaram no dia 12 e serão mantidas todas as semanas a partir de agora. Na última reunião os editores do Jornal do Grêmio apresentaram uma das mais novas publicações do **Coojornal**. E o jornalista Jorge Escosteguy falou sobre a revista **Veja**. As reuniões são abertas a todos os associados da Cooperativa.

Motoristas com jornalistas

Os motoristas da Rede Brasil Sul de Comunicações (Zero Hora, Rádio e TV Gaúcha e outras emissoras) estão descontentes desde o início deste mês, quando receberam os salários do mês de maio. Pela folha de pagamento eles viram que, a partir daquela data, estavam associados ao Sindicato dos Jornalistas de Porto Alegre. E, como tal, deles foi descontado o imposto Sindical, mais a percentagem que vai para o Sindicato relativo ao aumento salarial por dissídio (desconto de um dia de trabalho, de cada um).

As confusões do Departamento de Pessoal da RBS não param aí. A maioria dos jornalistas que trabalham no Telejornalismo da TV Gaúcha teve, compulsoriamente, descontado o imposto sindical para o Sindicato dos Radialistas. João Borges de Souza, presidente do Sindicato dos Jornalistas, já está reclamando.

Médicos e jornalistas

A Sociedade de Medicina Cirúrgica do Rio de Janeiro promoveu, no fim de maio, um debate exemplar. De um lado autoridades médicas, de outro jornalistas convidados e, em discussão, um velho tema: "as causas e as conseqüências da deformação da imagem do médico, os erros por eles cometidos, o mercantilismo na medicina e, principalmente as notícias tendenciosas, sensacionalistas e deturpadas que são veiculadas pela imprensa.

Segundo o Estado de São Paulo (28/5/76) o debate durou três horas e os jornalistas só puderam fazer perguntas depois de enviarem um pedido por escrito à mesa. Os médicos concluíram que o principal problema da medicina hoje no Brasil "não são os erros cometidos num ato cirúrgico regularmente denunciado pela imprensa, mas sim as causas que levam um médico a cometer essas falhas". Ou seja: o ensino de medicina. "Em seis anos, o ser humano não aprende nada, muito menos medicina", disse o cirurgião Júlio Anderson de Queirós.

Os jornalistas lembraram os altos preços cobrados por certas clínicas particulares e o presidente da AMB, Pedro Kassab, disse que isso se deve a um círculo vicioso: o médico cobra mais em sua clínica porque recebe uma taxa muito baixa da previdência.

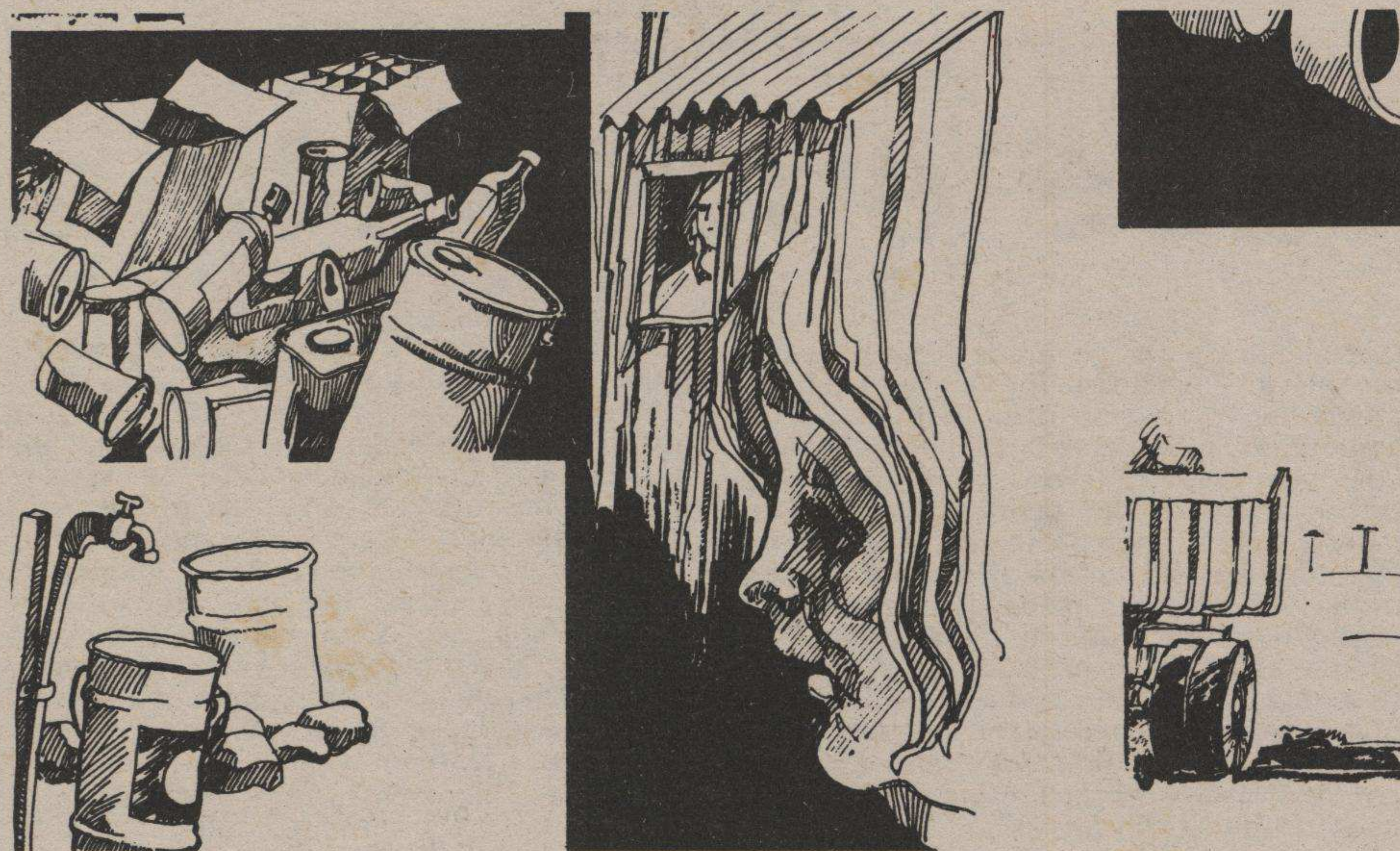
Os médicos consideraram procedentes as denúncias do seu colega Paulo Musa, do interior de Minas sobre a crescente mercantilização da medicina, mas concluíram que ele não devia ter feito as críticas publicadas.

Vendo a questão pelo aspecto legal, o jurista Virgílio Donnici, ex-presidente da OAB-RJ, afirmou: "Se um advogado, um jornalista ou outro profissional qualquer comete um erro, ele paga por isso. Portanto, não vejo como considerar o erro médico uma falha humana simplesmente, daquelas que qualquer ser humano pode cometer. Acho que, se um médico erra, ele também tem de pagar, igual a um advogado ou um jornalista".

• "Com a Voz do Pastor nunca tive censura. Uma vez fiz um discurso numa igreja que a censura não deixou publicar". (De entrevista do Cardeal Vicente Scherer sobre o aniversário do programa "Voz do Pastor").

• O leitor, com certeza, não percebeu, mas ocorreram mudanças na **Folha da Tarde**. Edilberto Degrazzia, diretor do jornal, passou a consultor jurídico da Caldas Júnior. Edmundo Soares, que era secretário de redação, e Manoel Albuquerque tornaram-se diretores. E a chefia da redação ficou com Adil Borges Fortes (Hilário Honório), que já exercia as funções de secretário gráfico.

• **Folha da Manhã** se redimiou das falhas na cobertura fotográfica do incêndio da Renner. Com poucas fotos, mas muito bem escolhidas e muito bem editadas, fez um belo trabalho sobre a implosão do prédio incendiado.



Corvo, a arte do autodidata

Todos os dias, durante uma hora e meia, Eugênio de Faria Neves, 22 anos, corre 14 quilômetros, como treinamento para as corridas de fundo, que já lhe deram diversas medalhas. É nessa hora, que ele esquece a fábrica de plásticos onde trabalha, criando embalagens e observa os lugares por onde passa: fábricas, vilas populares, madeireiras, o cais do porto, o aterro sanitário. Mais tarde, em casa, ele senta em sua mesa e passa para o papel aquilo que viu, as idéias que surgiram.

Eugênio, ou **Corvo**, como é chamado pelos amigos, entra pela noite desenhando figuras humanas que se misturam com máquinas. Ele pensava se um dia publicaria seus trabalhos, quando um amigo lhe falou da **Coojornal**. Poucos dias depois, Corvo fazia a capa do primeiro número da Revista Brasileira de Planejamento, (editada pela **Coojornal**) e ilustrava um de seus trabalhos. Ainda um pouco surpreso com a nova experiência, ele já começa a pensar em largar a fábrica de embalagens para dedicar-se exclusivamente a fazer ilustrações, como sempre quis.

Sem nunca ter feito qualquer curso de desenho, Corvo diz que iniciou nas artes gráficas através de um amigo, que lhe conseguiu um estágio no departamento de arte de uma agência em 1972. "Tudo o que sei, aprendi fazendo, observando os outros e lendo livros e revistas especializados. Às vezes eu penso em fazer um curso, pois sinto algumas deficiências técnicas, mas duvido que exista um que possa me dar o que preciso. Continuo achando que aprendo mais sozinho", diz ele.

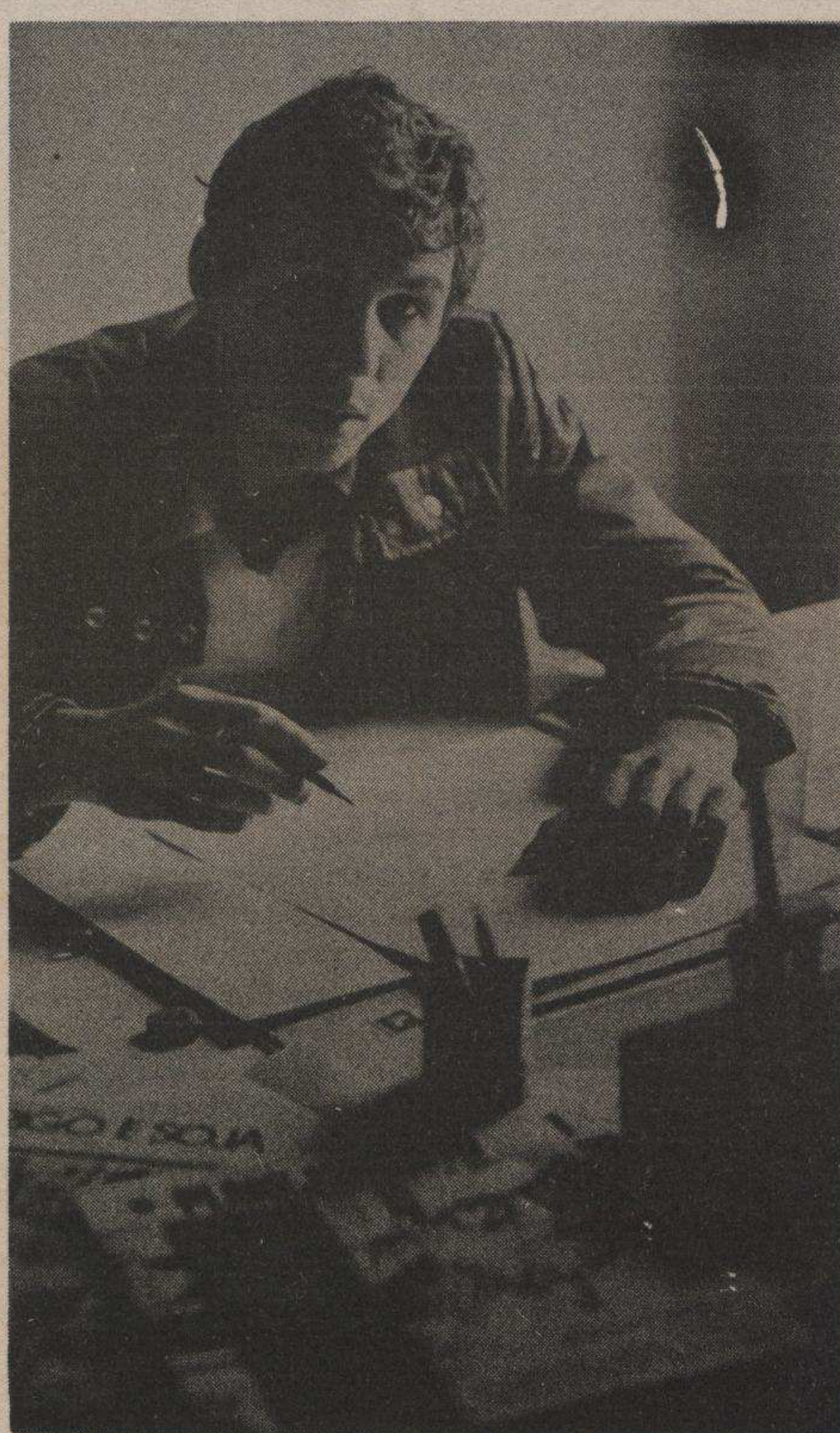
Corvo já fez criação, arte final e diversos outros trabalhos, mas o que ele gosta mesmo de fazer é cartaz, não publicitário, além de ilustração. Embora possa ser considerado um ilustrador "pronto", ele acha que ainda não tem um traço característico e diz adaptar a técnica a cada trabalho que surge.



Princesa Anne, pode...

Numa de suas tardes esportivas na Sociedade Hípica de Porto Alegre, o industrial Jorge Gerdau Johannpeter, presidente da Siderúrgica Riograndense, caiu do cavalo, acidente corriqueiro entre os praticantes do nobre esporte.

Um fotógrafo do Jornal do Brasil que estava presente fotografou o tombo. Mas, os leitores do JB — que já viram a



Corvo, uma revelação

Segundo Ronaldo Westermann, editor de arte da Coojornal, ele se destaca pelo perfeito domínio das mais diferentes técnicas de desenho e pela sensibilidade de aplicar sempre a mais adequada ao trabalho que ilustra. "Em síntese, diz Ronaldo, seus trabalhos têm nível internacional".



Jorge Johannpeter, não

princesa Anne da Inglaterra caindo do cavalo, viram Henry Kissinger enfiando o dedo no nariz e até Gerald Ford ajoelhado depois de um susto — nunca verão o tombo de Johannpeter.

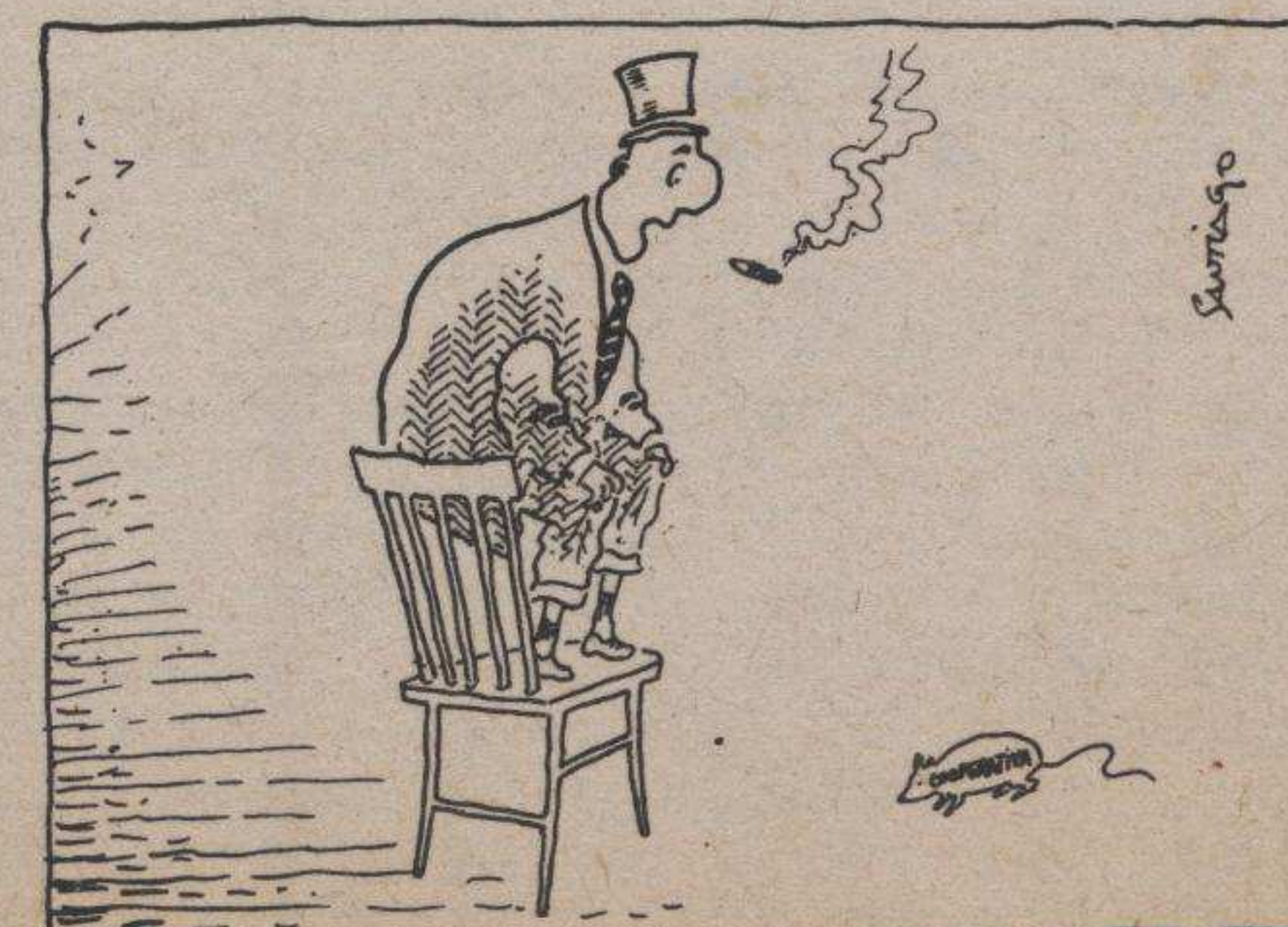
Grande anunciante e amigo dos donos do JB, ele recebeu uma cópia da foto como lembrança e prova do apelo do jornal por sua imagem.

Ataque às cooperativas

Roberto Maisonnave, presidente do Banco Maisonnave de Investimentos S. A. mandou um press-release publicado como entrevista em vários jornais dia 16/6 denunciando um perigo tão sério quanto o da estatização: "o crescimento assustador das cooperativas".

Segundo a nota, as cooperativas fazem concorrência desleal (porque tem favores fiscais) às empresas privadas, criam dependência perniciosas para o produtor que está sempre em débito com ela e não tem meios de saber onde os resultados obtidos pela cooperativa estão sendo aplicados".

Maisonnave não citou, mas poderia ter citado um exemplo bem conhecido dele e que talvez tenha sido a causa do protesto: nos últimos anos as cooperativas estão assumindo através de corretoras próprias o câmbio dos dólares resultantes da exportação da soja, serviço antes feito por empresas privadas como as do Grupo Maisonnave. Só a taxa de corretagem (0,1875% do valor total das exportações em cruzeiros) vai render este ano algo em torno de 75 milhões de cruzeiros (considerando-se dois milhões de toneladas a serem exportadas pelo RS a um preço médio de 200 dólares).



Um festival do humor

Trabalhos de 22 cartunistas (onze gaúchos) custam entre 200 e 500 cruzeiros na exposição **Humor nos Eixos** que está no 6º andar da Livraria do Globo. Junto com a exposição realiza-se a **1ª Feira do Livro do Humor** onde se encontram os livros do gênero editados recentemente (**QI 14, Tubarão** e outros) e também novos lançamentos como o **Rango n° 4** do Edgar Vasques e o **14 Bis**, dos mesmos autores do QI 14.

Os cartunistas que participam da mostra são: do Rio Grande do Sul, Batsow, Canini, Edgar Vasques, Edson, Fraga, Juska, Levitan, Rejern, Ronaldo, Santiago e Veríssimo. De São Paulo, Alcy, Angeli, Geandré e Nicoléio. Do Rio, Demo, Emil, Guidacci, Nani. De Curitiba, Mirane Solda. De Santa Catarina, Bonson. Cada um participa com três cartuns.

Antes mesmo da abertura, o organizador de Humor nos Eixos, Guaraci Fraga já estava entusiasmado com a receptividade da idéia que, pela primeira vez reúne humoristas de todo o país numa espécie de festival do humor. Fraga já pensa inclusive numa próxima exposição para dezembro talvez, quando a proximidade com o Natal favorece a venda de cartuns.

Seminário de fotografia

A agência Fotocontexto reúne em Porto Alegre alguns dos melhores fotógrafos do país, num seminário de 7 a 23 de julho. Já confirmaram a presença Sérgio Jorge (ex-gerente da Editora Abril), Luiz Humberto (da Veja em Brasília), Cristiano Mascaro (professor da USP). Além destes falam os gaúchos Assis Hoffmann, Luiz Carlos Felizardo, Leonid Streliev e Alfonso Abraham. Participam também publicitários e jornalistas que falarão sobre a fotografia na propaganda e nos jornais.

No mesmo local do seminário, no Instituto Cultural Alemão (Dr. Flores, 330), haverá uma exposição de fotógrafos gaúchos, com entrada franca das 8,30 ao meio-dia e das 15 às 20 horas. Para o seminário, cujas palestras serão às 20 horas, é preciso pagar 50 cruzeiros na secretaria do Instituto.

Quem sabe onde está a saída?

A imprensa é forte, poderosa, tem nas mãos a condução do destino da humanidade, presta um serviço valioso à desconhecida massa comumente chamada de povo, é pelo menos útil para este povo? Cada vez mais me parece que, em termos nacionais e mundiais, a imprensa está perdendo este papel e se tornando um organismo frágil, muito sujeito às tempestades da política e aos desejos dos maiores poderes econômicos.

Tento explicar: se formos fazer uma projeção sobre o futuro da imprensa a médio prazo, se formos tentar colocá-la — e este é um pensamento necessário até particularmente, em termos de vida profissional para cada um de nós — no final deste século XX, não veremos perspectivas muito animadoras. A censura, direta, indireta, externa e interna, parece tender a aumentar cada vez mais, por razões simples: ao mesmo tempo em que há, no mundo inteiro, uma visível escalada totalitária, nos países que são aparentemente vacinados contra o totalitarismo, os governos e as grandes corporações assumem proporções tão gigantescas que já não se podem dar ao luxo de assumir os riscos empresariais de uma imprensa independente. O totalitarismo, não é novidade para ninguém, tem suas fortes razões para sufocar qualquer imprensa que não seja seu porta-voz oficial. Todos os regimes de força ou simplesmente de pressão, que têm ambições de longevidade e que não podem assumir uma oposição forte, também não admitem uma imprensa forte, porque esta geraria não só a oposição mas também a válvula de escape para as possíveis insatisfações da massa, perdão, do povo. Tudo isso é simples: enquanto o povo não souber de outras opções, enquanto ele não tiver conhecimento de outros sistemas e de vantagens que ele não tem, ele se acomoda e pode até acabar se contentando com o seu padrão e as suas dificuldades de vida. Os mais bem sucedidos e duradouros regimes de força do planeta seguem esta receita básica: enquanto ninguém souber que existe a torta de nozes, o pão é bem aceito.

E se o totalitarismo sufoca, a livre iniciativa, capitalismo ou qualquer outro nome que venha a ser dado ao outro lado da moeda, tem o poder de castrar. Nas últimas duas décadas, os padrões econômicos e sociais nos países ricos, desenvolvidos e capitalistas modificaram-se subs-

tancialmente. Os governos, antes apenas organismos encarregados de — teoricamente — promover o bem estar social, assumiram proporções gigantescas e funções bem diversas, e os caminhos que eles trilham hoje já são bem diferentes. Para manter em funcionamento a sufocante máquina que sustenta a economia de uma nação, os governos parecem não ter outra opção que não seja a de fazer concessões sempre para o mesmo lado, o das empresas que há 25 anos eram pequenas ou médias e que hoje se transformaram em gigantescas multinacionais, ramificadas por todos os cantos e necessitando sempre de mais mercados e de mais consumos. É claro que a idéia parece odiosa, mas não há outra saída no fim do túnel: como a economia não pode parar, como a produção tem que aumentar e o consumo tem que se manter aos níveis da produção, os governos têm que fazer concessões aos produtores para que o chamado desenvolvimento caminhe normalmente.

Acho que estou falando claro, e todos devem se lembrar de exemplos bem recentes, ITT versus Salvador Allende, Lockheed versus o mundo todo, ou ainda o maior exemplo de todos, a gigantesca operação industrial e comercial que foi a guerra do Vietname. E reconhecer e condenar todo este sistema de coisas é apenas uma atitude simplista, é necessária analisar, identificar as causas e reconhecer que pelo menos aparentemente não existem outras saídas.

E a imprensa com tudo isso? Se os exemplos citados acima chegaram ao nosso conhecimento através dela, ela ainda tem seu valor. Mas a tendência é que cada vez mais ela tenha acesso e permissão para publicar menos coisas. Outros exemplos: My Lai, os **papers** de Daniel Ellsberg e mesmo o fantástico Watergate somente chegaram ao domínio público por acaso, ou questão judicial, ou pressões incontroláveis. Os casos podem ser eliminados com boa organização, a justiça, esquam a justiça, e todas as pressões podem ser controladas. Vejam Watergate com maior atenção, não se trata de uma revisão de Richard Nixon, mas apenas de uma posição talvez mais racional: no fim das contas talvez ele estivesse fazendo (não na espionagem do Partido Democrata em si, mas em todos os outros envoltivos, gravadores, etc., que as inves-

tigações acabaram revelando) apenas o que todo o presidente dos EUA se vê obrigado a fazer. Gore Vidal acertou quando disse que para chegar a presidente dos States um cidadão deve se vender pelo menos dez vezes, e isto não é mais — moralmente — um ato completamente condenável, mas apenas uma imposição do sistema. Nixon foi uma vítima, mas ela poderia ter sido também Johnson, Kennedy ou Eisenhower. O que eu duvido é que haja algum dia um outro Watergate, o sistema já deve ter descoberto e remediado seus vazamentos.

Acabei indo por outros caminhos, o que queria dizer mesmo é que todo este sistema internacional é um carrossel tão rápido e atordoante que a imprensa foi jogada fora pela simples força centrífuga, ou porque a lotação estava completa e não havia mais lugar para ela. Qual é o papel da imprensa numa situação destas? É lógico que os detentores do poder não podem compartilhar este poder com a imprensa, é um risco inconcebível. E quem argumentar que nos EUA, na Inglaterra, em quase toda a Europa e que em mais algumas nações menos cotadas esta imprensa ainda é forte e atuante como seria seu ideal, denunciando e prestando um serviço eficiente e direto aos cidadãos, precisa esperar apenas mais alguns anos. Na Alemanha, na Inglaterra e nos EUA a censura política já passou da fase de engatinhar e começa a dar seus primeiros passinhos: mas é um bebê forte, que breve estará em condições legais de agir.

Falei dos regimes totalitários e dos ricos países capitalistas, pareço ter esquecido a maioria das nações do planeta, os chamados países em desenvolvimento, que nos incluem e nos dizem respeito mais de perto. Mas parece que a situação da imprensa nestas nações é apenas um corolário da dos dois outros grupos, talvez ainda com um agravante. Mesmo nos regimes que pretendem não ser de força, o controle da imprensa pode ser feito pelos métodos dos regimes totalitários, em nome não de uma defesa do regime mas de uma defesa do desenvolvimento. O argumento é tão válido como qualquer outro, e tem a mesma força porque é sustentado pelos detentores do poder. A nossa América do Sul está cheia de exemplos, e todos nós estamos acostumados a isso.

A História parece já ter provado que nada na terra é eterno, mas que tudo

acontece em ciclos. **Aparentemente**, o atual é o ciclo do poder econômico das grandes corporações multinacionais, é o ciclo da produção frenética dos bens de consumo, da economia muito sofisticada e forçando a níveis de consumo cada vez maiores. Certamente não será eterno, mas tem até agora uma vida bastante curta e deve durar ainda um bom tempo. Julgar se isto é bom ou mau, se está contribuindo para o aumento do bem estar da humanidade, seria agora uma atitude apressada e que não chegaria a resultado algum. Mas a consequência mais visível é a do famoso fenômeno da distribuição de renda, ou da estratificação social: ele não é apenas brasileiro, é global e tende a se acentuar cada vez mais, com a renda ficando com os produtores dos bens de consumo. E esta concentração de renda traz uma concentração de poder, que traz uma concentração de interesses e assim por diante, numa corrente comprida que acaba interferindo na atuação da imprensa, diminuindo seu raio de ação.

Todo mundo leu 1984, de Orwell, ficou na fossa um tempo e rezando para que nenhuma das profecias se concretizasse. Algumas delas estão aí, no mercado, mas a esta altura já é possível arriscar e dizer que as coisas não serão bem assim. O sistema evoluiu de modo diferente, com outras vantagens e outras desvantagens. No geral, o maior ponto de contato talvez seja o da supressão das liberdades individuais, embora feitas por outro caminho. Aí, mais uma vez, entramos nós, ou melhor, saímos de cena nós.

Os jornalistas, de um modo geral, são todos idealistas, perseguem a inexistente verdade, a esquecida justiça e a utópica democracia. E como idealistas, são ingênuos. Batalha-se por conquistas impossíveis, anda-se de Roncinante por aí investindo contra moinhos de vento muito mais poderosos que os de Don Quixote. Este idealismo e mesmo esta ingenuidade são muito saudáveis, mas também muito inadequados no momento atual e daqui pra frente. Qual é a nossa saída? Espero que me apontem uma, tudo que eu vejo é uma frustração profissional coletiva. Cada um de nós já sentiu: na carne pelo menos uma vez como dói ter a justiça a seu lado e mesmo assim não conseguir nada. Acho que os jornais vão ter cada vez mais esporte e amenidades. (Luiz Afonso Franz):

DEFESA DO LEITOR

Um preço em cada esquina

A partir deste número os leitores do Coojornal contam com serviço adicional. Além das informações, geralmente não veiculadas, sobre imprensa, publicidade e que tais, o leitor receberá neste espaço algumas indicações úteis para não ser enganado também quando compra coisas além de jornais e revistas.

Como diz o Afonso Ritter, que será o responsável pelas informações aqui divulgadas, "este espaço pretende ser uma pequena bandeira entre outras que começam a se levantar no país em defesa do elo mais fraco (porque não organizado) do processo econômico".

O espaço está aberto aos leitores e, acreditamos, só sobreviverá se for alimentado por estes leitores. De saída, uma grande vantagem: não haverá censura, pelo menos não a dos anunciantes (fabricantes ou vendedores dos produtos e serviços). A reclamação pode sair com o nome, sobrenome e domicílio da firma, desde que tudo seja comprovado.

Há menos de um mês, quando o ministro Henrique Simonsen citou alguns setores do comércio entre os responsáveis pela elevação dos preços, houve protestos generalizados por parte da operação classe dos comerciantes. Eles mostraram estatísticas, falaram em baixa rentabilidade e, enfim, consideraram-se injustiçados.

Não se trata aqui de contrariar essas alegações. Nosso objetivo é apenas dar, aos coleguinhas e leitores em geral, condições de: 1) colaborar com o governo na contenção dos preços, estimulando a verdadeira concorrência; 2) fazer o melhor uso de seus poucos salários.

Começamos pelos eletrodomésticos. Os dados que seguem foram levantados no sábado dia 12 de junho e se referem a um fogão marca Geral (modelo Autoflame, com controle automático de temperatura), um televisor marca Phillips (preto e bran-

1) FOGÃO GERAL:				
a) Preço à vista:				
J.H.Santos	Casa Coates	Ibraco	Manlec	Imcosul
Cr\$ 1.871,00	Cr\$ 1.950,00	Cr\$ 2.220,00	Cr\$ 2.067,00	Cr\$ 2.067,00
b) Em 24 prestações:				
J.H.Santos	Casa Coates	Ibraco	Manlec	Imcosul
Cr\$ 3.592,80 de	Cr\$ 3.610,00 de	Cr\$ 4.152,00 de	Cr\$ 4.008,00 de	Cr\$ 4.176,00 de
Cr\$ 149,70 cada	Cr\$ 150,40 cada	Cr\$ 173,00	Cr\$ 167,00 cada	Cr\$ 174,00 cada
2) TELEVISOR PHILIPS: ★				
a) Preço à vista:				
J.H.Santos	Casa Coates	Ibraco		
Cr\$ 1.871,00	Cr\$ 2.500,00	Cr\$ 2.620,00		
b) Em 24 prestações:				
J.H.Santos	Casa Coates	Ibraco		
Cr\$ 3.592,80 de	Cr\$ 4.632,00 de	Cr\$ 4.872,00 de		
Cr\$ 149,70 cada	Cr\$ 193,00 cada	Cr\$ 203,00 cada		
3) AR CONDICIONADO GE: ★				
a) Preço à vista:				
J.H.Santos	Casa Coates			
Cr\$ 3.780,00	Cr\$ 4.400,00			
b) Em três prestações:				
J.H.Santos	Casa Coates			
Cr\$ 4.233,60	Cr\$ 4.890,00			
c) Em dez prestações:				
J.H.Santos	Casa Coates			
Cr\$ 5.040,00	Cr\$ 5.490,00			

★ As demais lojas estavam em falta

co, 17 polegadas) e um ar condicionado marca GE, de 1 hp.

A primeira conclusão é óbvia: em poucos metros, pode-se ganhar (ou perder) exatamente a metade de um salário mínimo na compra de um fogão. A diferença

é de 349 cruzeiros entre o preço à vista da J. H. Santos e da Imcosul, em 24 prestações, a diferença é de 584 cruzeiros entre o preço da J. H. Santos e o da Imcosul.

Os números revelam ainda que os

varejos levam tão pouco a sério o regime de livre concorrência que mesmo entre lojas do mesmo dono, como a Imcosul e a Ibraco, existe diferença nos preços.

Eles, os números, não explicam porquê uma loja precisa cobrar 349 cruzeiros mais que a outra na venda do mesmo televisor, se ambas pertencem a duas grandes redes com mais de 30 casas no Estado. Alguém estará ganhando demais? Ninguém certamente esta ganhando de menos (afinal nenhuma das duas empresas faz do negócio uma obra de caridade).

A segunda conclusão a que levam os preços citados, exige algumas continhas para se chegar ao acréscimo devido aos juros do financiamento. Sim, porque em nenhuma das lojas o vendedor revelou em quanto aumentaria o preço do fogão ou do televisor em 24 prestações. Apenas disseram quanto seria a prestação mensal.

O resultado dessa continha, no entanto, pode ser definido como **escorchantes**, uma palavra feia mas, sem dúvida, apropriada ao caso. Ou seja: os preços praticamente dobram em 24 prestações, o que resulta, ao prazo médio de 12,5 meses, um juro mensal de aproximadamente 8 por cento.

Portanto, quem não tem 2 mil cruzeiros para comprar um fogão à vista tem que pagar dois fogões para levar um. Quem manda ser duro.

E isso ainda não é tudo. O mais engraçado (ou triste?) é que as financeiras que emprestam esse dinheiro diretamente aos compradores ou às lojas (das quais são proprietários ou sócias, às vezes) não pagam tão bem assim pelo dinheiro que apanham na venda de suas Letras de Câmbio. Será que não existe dinheiro mais barato? Existe. Mas isto é assunto para outra conversa. Por hoje vamos ficar com a frase do empresário Carlos Reinaldo Mendes Ribeiro, presidente do Instituto de Desenvolvimento Empresarial do Rio Grande do Sul, que diz: "Tem gente se aproveitando da situação" (Afonso Ritter)

INAUGURADA PRIMEIRA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA DO PAÍS.

im ad minim veniam, quis nostrud erat voluptat laboris nisi ut aliquip ex ea commllamcorpor suscipit irure dolor in reprehenderit in volu autem vel eum est illum dolore eu fugiat nulla pariatur. consequat, vel dignissum qui blandit praesent luptat et iusto odogio molestias excepteur sint occaecat duos dolor et qui

Brasília é nossa nova capital



COOJORNAL

BOLETIM DA COOPERATIVA DOS JORNALISTAS DE PORTO ALEGRE

EDIÇÃO EXTRA

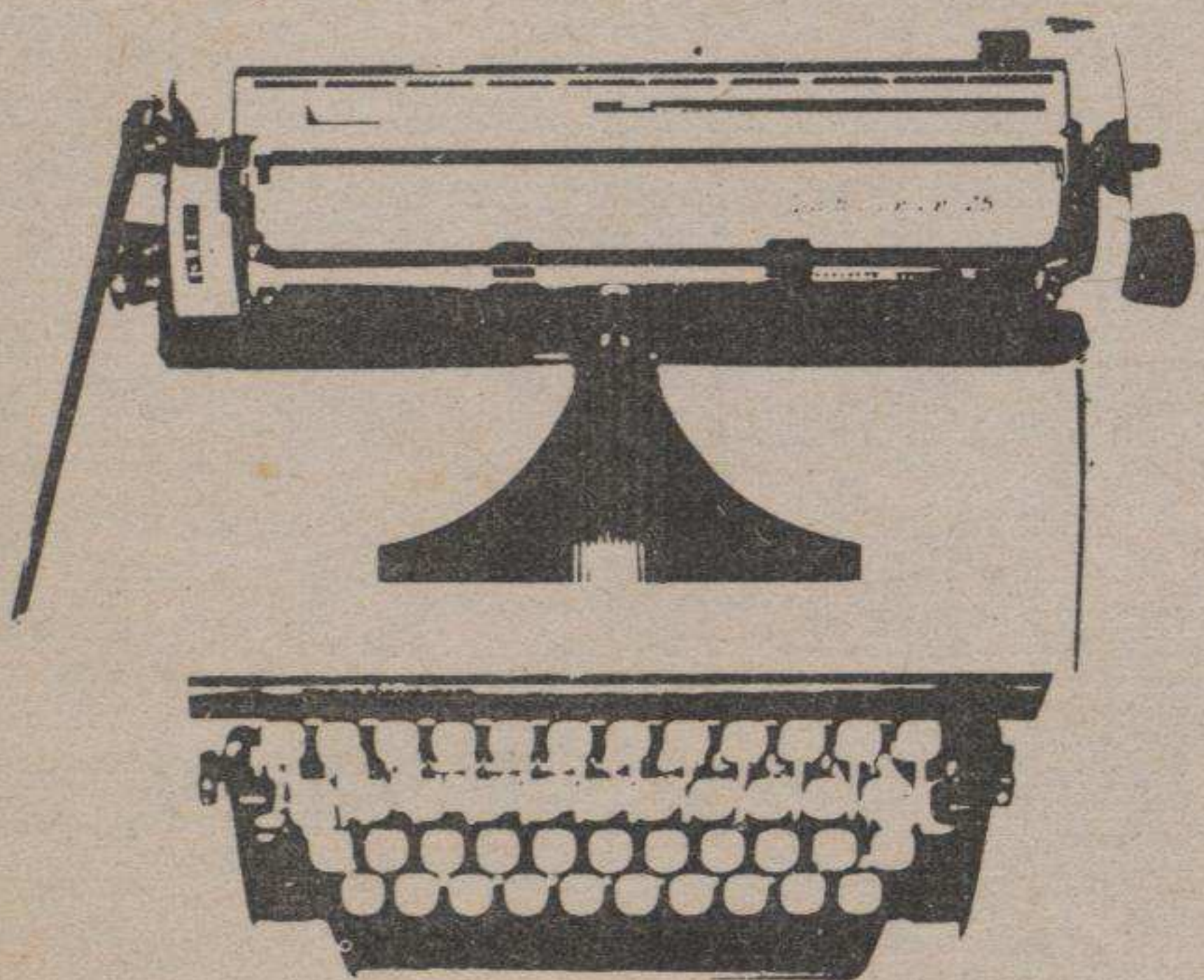
Brasil tri campeão do mundo

inflammad ut co simil tempor invitat igitur vera ratio et dolor fuga Lorem ipsum dolor si tempor cum et eiusmod tempor tamen in busdam Ut enim ad minim vengen epular et laboris nisi ut aliquip quod maxim irure dolor in reprehenderminuit, los illum dolore eu fugiat videantur. Et dignissum qui blanditfidem. Neque molestias excepteur diam nonumy sunt in culpa qui officiaerat voluptat Et harumd dereud facilis suscipit soluta nobis eligend optio vel eum soluta nobis eligent consequat, vel Lorem ipsum dolor si et iusto odogio



Pagador de promessas— o grande vencedor do festival de cannes.

in culpa qui officia dolor fuga Et harumd dereud facilis est cum et conscient to factor tum poe busdam neque pecun modut est epular et soluta nobis eligent optio cormaxim reliquard cupiditat, quas minuit, los



DECLARADA A INDEPENDÊNCIA DO BRASIL

od scing elit, sed diam nonumy Ut enim magna aliquam erat voluptat laboris nisi tion ullamcorpor suscipit irure dolor in Duis autem est vel eum illum dolore molestaie consequat, vel dignissum accusam et iusto odogio molestias elenit aigue duos dolor et sunt in culpa provident, simil tempor Et harumd est laborum et dolor fuga conscient Nam liber tempor cum

FUTURO NÃO É MAIS PROBLEMA PARA JORNALISTAS



Quem garante é a Caderneta Apesul de Poupança com dividendos, correção monetária, livre

movimentação e a garantia do Governo Federal. Caderneta Apesul de Poupança. A Caderneta que acredita no jornalismo consciente.



**Caderneta
APESUL
de Poupança**

Globo não compra revista

A Rio Gráfica Editora, dona do jornal **O Globo**, do Rio, desinteressou-se da compra do título da **Revista do Globo**, que pertence à família Bertaso. A Rio Gráfica queria o título para lançar uma revista semanal dentro da edição de domingo de **O Globo**, a exemplo do que vem fazendo há dois meses o seu concorrente carioca, o **Jornal do Brasil**.

Segundo informações do Rio, **O Globo** já havia contratado uma equipe para fazer a revista, mas suspendeu o projeto em vista das dificuldades que o JB estaria enfrentando com o seu encarte. A **Revista de Domingo**, do JB, é encartada em apenas

70 mil dos 250 mil exemplares do jornal, o que mal dá para cobrir a zona sul do Rio de Janeiro.

É colorida, no estilo variedades à superfície (psicologia, conselhos domésticos, como jogar tênis, etc). **O Globo**, sempre muito atento na cerrada disputa que trava com o JB no Rio, considerou que ela não oferece perigo e desistiu depois de já ter, inclusive, iniciado as negociações com José Bertaso para comprar o título da Revista. O preço não chegou a ser definido. **O Globo** continua com a preferência, segundo Bertaso.



Perguntas sem resposta

Quem acompanhou a cobertura do incêndio das Lojas Renner feita pela imprensa portoalegrense, deve ter observado que esta teve duas fases bem distintas.

A primeira, abrangendo o incêndio em si e que se estendeu do dia 27 de abril aos primeiros dias de maio, pode ser classificada de regular (alguns tablóides) a muito boa (rádio-difusão).

A segunda, que começou a partir da peritagem do local, destacou-se por omissões notáveis, incompreensíveis para os leitores mais atentos, com alguma noção do procedimento habitual das reportagens policiais.

Desde o início, apesar de um número de vítimas aparentemente menor que o do incêndio do Joelma, em São Paulo, o incêndio da Renner superou em horror ao paulista, pelas condições que o transformaram num espetáculo público, onde as pessoas morriam à vista dos espectadores impotentes.

Essa característica foi sentida de forma tão emocional pela população, que a própria imprensa, nos primeiros momentos (com raras e isoladas exceções) aderiu sem reservas à indignação e à revolta gerais, sem poupar os detalhes mais terríveis nem as acusações mais graves, que surgiram durante os acontecimentos.

Com o rescaldo e a peritagem concluída - sem divulgação de resultados, como parece ser o costume da política técnica - a atuação da imprensa sofreu uma reviravolta.

MUDANÇA

A primeira atitude insólita tomada pelos jornais de Porto Alegre, referiu-se à lista de desaparecidos. Em nenhum momento, esta foi investigada pela imprensa, nem mesmo pela Zero Hora, que já teve, em tempos passados, o mais completo noticiário policial da cidade. Afóra os parentes constatados, ainda na primeira semana, nos portões do Instituto Médico Legal, não foi feita qualquer tentativa para seguir a pista dos desaparecidos e tentar fixar o número certo dos mortos no incêndio - procedimento comum por ocasião de crimes, acidentes e calamidades públicas.

Outro ponto que mereceu a maior discriminação por parte da imprensa local, foi o relativo à existência de vítimas menores.

Ainda sob o impacto da primeira emoção, alguns jornais referiram-se ao caso de uma mulher cujo corpo se fundiu com o do filho, ao morrerem abraçados. Poucos dias mais tarde, no início da remoção dos cadáveres, tocou-se - muito de leve - num pequeno crânio, que **poderia** ser de uma criança. E foi só. Os desaparecidos permaneceram como uma simples lista de nomes abstrata.

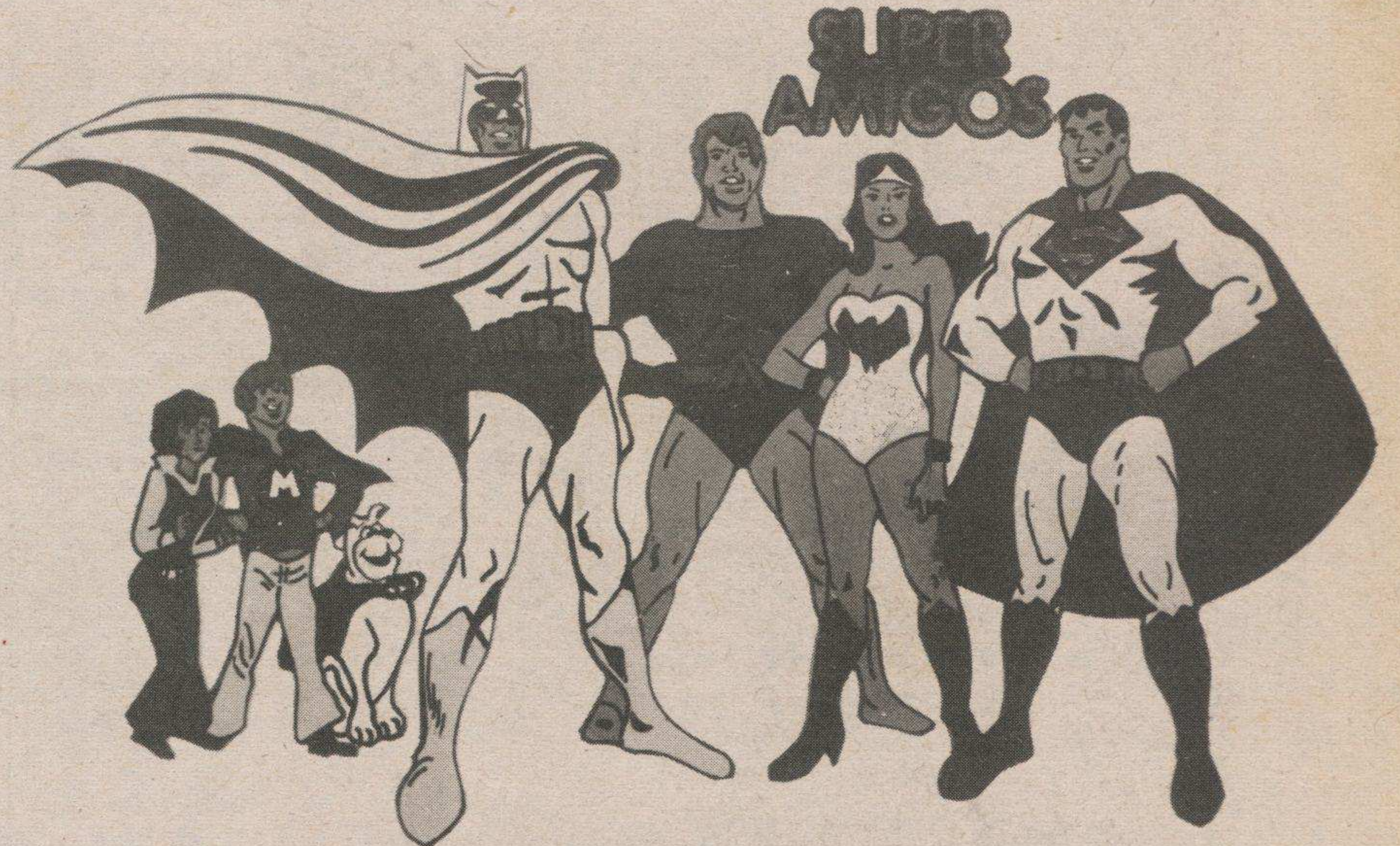
Sabe-se, no entanto, por conversas particulares, que alguns estudantes foram procurados por seus pais nas respectivas escolas e junto a seus colegas, por não terem voltado para casa desde a tarde de 27 de abril. Essas pessoas não se dirigiram à polícia nem aos jornais para pedir auxílio, ou seus depoimentos foram considerados sem interesse para merecer divulgação?

Terceiro ponto curioso: publicaram-se informações bastante prolixas sobre as indenizações devidas aos familiares das vítimas "que morreram no trabalho", como se nenhuma responsabilidade coubesse em relação às vítimas restantes, tão difíceis de identificar.

Muito antes da implosão, cessaram as buscas de corpos. Apesar disso, "a grande proeza técnica da engenharia nacional" teve que esperar vários dias, porque não existiam plantas do edifício incendiado. Ninguém se perguntou por que não havia vestígios dessas plantas nem mesmo nos órgãos municipais, responsáveis por sua liberação na época, e pelas diversas reformas feitas no prédio desde então.

Numa pequena matéria, gênero "interesse humano", publicada pela Folha da Manhã em 21 de maio, as declarações do engenheiro Takahashi tiveram uma resposta interessante. Nos escombros despejados num terreno baldio da Vila Farrapos, onde a população marginalizada de Porto Alegre procurava restos aproveitáveis, denunciou-se o encontro de ossos e carne queimada.

Um popular afirmou que "apareceu uma ossada, mas a máquina passou por cima e enterrou para não alertar o pessoal". Se era boato, por que foi publicado? Se não era, porque não foi investigado? Haverá mesmo corpos humanos enterrados no lixo da Vila Farrapos? E por que não foi esse lixo examinado antes de ser indistintamente socado no barro? E por que a imprensa, geralmente tão solícita em defender os direitos do indivíduo, deixou passar sem resposta todas essas perguntas?



Nossa tv, cada vez menos nossa

Os quatro canais de televisão de Porto Alegre transmitem, somados 362 horas de programação por semana. Mas, o volume de programas locais não ultrapassa 42 horas, ou seja, 12 por cento do total.

O público infantil é o mais prejudicado: em cinco horas do período considerado vespertino (das 14 às 19 horas) a **Tv Gaúcha** apresenta apenas nove minutos de **Globinho** (produção local ou montagem em cima de filmes nacionais ou estrangeiros). O restante é desenho americano.

Na **Difusora** é pior ainda, pois a emissora simplesmente não produz nenhum tipo de programa infantil, é só enlatado. Na **Piratini**, são feitas algumas apresentações de marionetes, intercalando os desenhos. E na **Tv Educativa**, no dito horário das crianças, apresentam-se aulas, em geral produzidas pela Cultura de São Paulo, e filmes quase sempre antigos.

Assim, o maior - e quase único - esforço das Tvs de Porto Alegre para fazer programas locais, concentra-se nos telejornais, o que não chega a ser animador. Os departamentos de telejornalismo das quatro emissoras têm entre 70 e 80 profissionais (cerca da metade de uma redação como a de Zero Hora, por exemplo) com salários que não chegam a ser razoáveis sequer - repórteres ganham entre Cr\$ 1 mil e Cr\$ 2.400, redatores aproximadamente Cr\$ 2.500 mensais. Ou seja, os informativos subsistem porque são baratos.

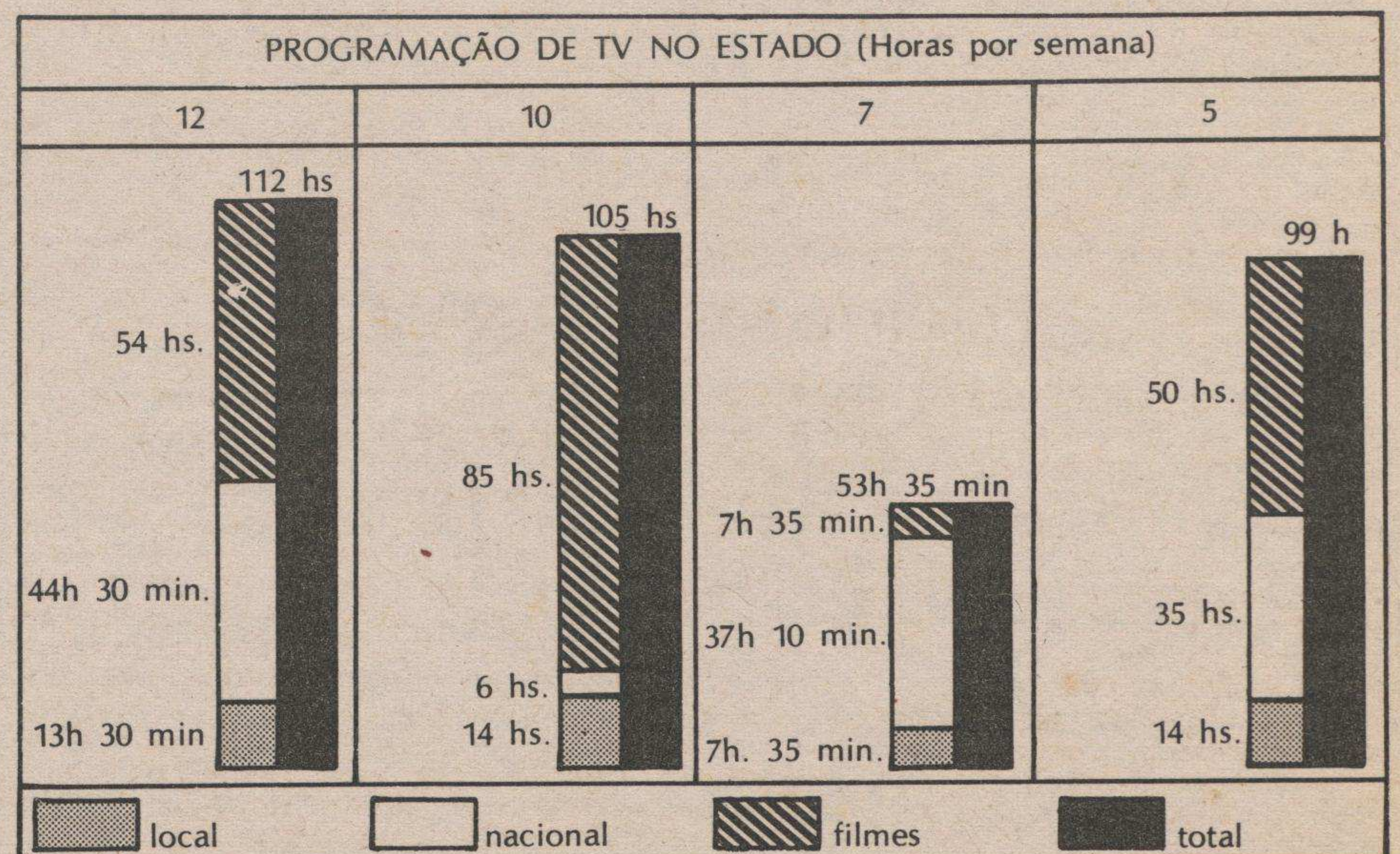
No total, os noticiários dos quatro canais somam cerca de hora e meia por dia, excluindo-se os quadros de colonistas e as secções tipo **Variedades**, que pendem mais para a crônica social do que para o jornalismo. E, nessa soma, a Piratini fica com a maior parte (em torno de 40 minutos) diários. Mas, o material que apresenta é prejudicado quanto à quali-

dade pelo pequeno número de profissionais de que dispõe. Os filmes são mudos e as notícias, em boa parte, são extraídas de **press-release**.

Ainda assim, a Piratini é a que tem o maior índice de programação local. Em suas 99 horas de programação semanal, 14 são de produções locais, 35 de nacionais e 50 de filmes enlatados. Por motivos óbvios, a **Tv Educativa** é a única das quatro que não concentrou o grosso de sua programação nos enlatados. De suas 46 horas semanais, apenas 7,35 horas são de filmes, ficando 29,35 horas para produções nacionais e 7,35 horas para locais.

A Educativa depende muito da programação fornecida pela Fundação Padre Anchieta, de São Paulo, proprietária da **Tv Educativa** paulista. A Difusora tem quase toda a sua programação ocupada por enlatados. Eles entram com 85 das 105 horas semanais, sobrando apenas 6 horas para programas nacionais e 14 horas para os locais. A Gaúcha conseguiu estabelecer um razoável equilíbrio entre os enlatados e a programação nacional. Das 112 horas semanais, 54 são de enlatados e 44,30 de programas nacionais, ficando 13,30 horas para a produção local.

Esse equilíbrio foi possível graças ao material fornecido pela Rede Globo, evidentemente que por um bom preço - segundo informações do Departamento Comercial da Gaúcha, o contrato com a Glóbo estabelece que a empresa do senhor Roberto Marinho fica com 50 por cento da publicidade da Gaúcha obtida no Rio, em São Paulo, em Brasília, em Belo Horizonte e em Recife. Programação extra, como corridas e jogos de futebol, é paga separadamente. A Globo garante, por contrato, quatro novelas e um show por dia, além dos telejornais.



Observação: a parte internacional do noticiário da Difusora entra como local por ser editada em Porto Alegre. No total da parte nacional estão incluídos 45 minutos diários de **Aula pela Tv**, obrigatório por lei. No canal 12, entra como programação nacional o **Esporte Espetacular**, produzido com filmes da CBS, mas editado pela Globo. Os dados da programação da **Tv Educativa** foram retirados dos roteiros publicados nos jornais, pois qualquer informação só é fornecida pela TVE mediante ofício.



O desenho do Millor que fez a censura voltar à Veja

Veja sem censura prévia

Dois meses após a saída do diretor Mino Carta, o número 405 da **Veja**, chegou às bancas informando que depois de 25 meses a revista não estava mais submetida à censura prévia.

Em sua carta ao leitor, os diretores Sérgio Pompeu e Roberto Guzzo estavam transmitindo uma notícia recebida dia 3 de junho, quando a Polícia Federal avisou por telefone que eles estavam liberados de mandar o material para ser aprovado antes da publicação.

"Agora, como antes, disse a carta da Pompeu e Guzzo, **Veja** não é um órgão de oposição ou interessado em contestar. Nem se considera portadora de qualquer missão ideológica e tampouco é um escritório de relações públicas".

No mesmo número 205, a revista dá mostras de suas intenções: uma entrevista com o escritor Hermilo Borba Filho, falecido recentemente, feita em outubro de 1975 e parcialmente vetada pela censura na época, foi publicada respeitando-se todos os cortes.

Nesses 25 meses, cerca de 60 reportagens, 64 ilustrações, mais de 10 mil linhas de textos foram suprimidas da revista pela censura prévia. Não foi essa, porém, a única experiência de **Veja** com as restrições nos seus oito anos de existência.

A primeira vez foi em dezembro de 1968, quatro meses depois do lançamento da revista, quando a capa programada sobre o AI-5 trouxe um censor que vetou declarações do político gaúcho Brito Velho. Na segunda-feira, ao ser lançada, a edição começou a ser apreendida nas ban-

cas. O mesmo destino foi reservado ao número 169, de 10 de dezembro de 1971, que trazia como assunto de capa a demissão de Leon Perez, governador do Paraná, afastado do cargo por corrupção.

Durante 1972, **Veja** abrigou um censor até o dia 16 de setembro. Nesta data, um comunicado avisou que "passaria a confiar-se na responsabilidade editorial da Abril a fim de que áreas proibidas não sejam abordadas". Em 6 de fevereiro de 1974, na edição de número 283, instala-se a censura prévia na revista, depois da publicação de uma nota sobre a indicação de D. Helder Câmara para prêmio Nobel da Paz.

Desde o dia 8 de fevereiro, o funcionário da censura, Richard de Bloch passa a ler todas as matérias da revista, recebendo o material em sua casa ou na Polícia Federal. Em abril, cessa a censura para voltar rapidamente em maio, devido a uma charge de Millor Fernandes, no número 296 mostrando um prisioneiro em ferros diante de um carcereiro dizendo "Nada Consta".

Em sua nova fase, **Veja** está disposta, segundo seus diretores, a obedecer a palavra de ordem do Presidente Geisel exercendo "liberdade com responsabilidade". Dizem Guzzo e Pompeu em sua carta ao leitor: "a livre expressão é a regra e se alguém a usa mal, que seja punido especificamente, e dentro da lei, por aquilo que fez".

Agora são 4 as publicações com CP no país: **Movimento, Opinião, São Paulo e Tribuna da Imprensa**.

Publicação inteligente

Embora não seja distribuída amplamente e nem muito divulgada, a **Revista de Cultura Vozes**, em suas dez edições por ano, se constitui numa das mais antigas, permanentes e inteligentes publicações nacionais e, por isso, uma fonte importante de informações sobre assuntos de interesse para os profissionais de jornalismo. A última (número 3-80 páginas), por exemplo, aborda sob diversos ângulos a **Política Indigenista no Brasil**, com um destaque especial para a alegoria "Jesus é índio. Nasceu em Nonoi", um vigoroso artigo publicado anteriormente num boletim de Caxias do Sul.

Além de analisar profundamente um tema, a revista proporciona, em suas últimas páginas, indicações literárias do momento de diversas editoras. E, como mantém ainda em estoque exemplares

publicados desde 1970, traz, em sua última contra-capa, a relação completa das edições em disponibilidade. Como sugestão entre os números atrasados, se poderia relacionar: Literatura hispano-americana contemporânea (número 7 - 1971), Teoria da comunicação (número 9 - 1971), Escolas de comunicação e profissionalização (número 8 - 1972), Música popular e realidade cultural (número 3 - 1973), Espaço e urbanismo (número 3 - 1973), Quadrinhos e ideologia (número 7 - 1973), Universidade; aspectos, definições e tendências (número 6 - 1975), A universidade nos países periféricos (número 2 - 1976).

A **Vozes** pode ser encontrada na distribuidora da editora em Porto Alegre-rua Riachuelo, 1280, caixa postal, 1157. A assinatura custa anualmente Cr\$ 120,00 e o exemplar Cr\$ 15,00.

Pressões fazem o Times recuar

A liberdade de imprensa nos Estados Unidos é forte o suficiente para o "Washington Post" provocar a renúncia de um presidente da República através da divulgação do escândalo de Watergate. Ou para o "New York Times" abalar a política militar do país pela publicação dos documentos secretos do Pentágono.

Mas, esta liberdade não bastou para garantir o controle do grupo de revistas técnicas do "New York Times", o mais poderoso e influente diário de todo o mundo, obrigado no início deste mês a vender a editora "Modern Medicine Publications" (oito revistas sobre medicina, geriatria, neurologia, pediatria e odontologia, faturamento de sete milhões de dólares em 75) a uma empresa do setor que edita mais cinquenta títulos. A razão da venda foi dada pela "Gazeta Mercantil" de 16 de junho: "A decisão da Times Co. de vender a Modern Medicine foi precipitada por uma série de artigos publicados em princípios deste ano pelo jornal "New York Times", que mostraram alegadas deficiências no campo médico e de assistência de saúde. A série de artigos levou várias indústrias farmacêuticas, lideradas pela Pfizer Inc., a cancelar seus anúncios na Modern Medicine. A perda na receita publicitária, estimada em 500 mil dólares, reduziu sensivelmente o faturamento da editora nos primeiros quatro meses do ano, segundo a Times Co."

O recuo do "New York Times" já produziu os seus primeiros resultados positivos: as oito publicações do grupo já experimentaram uma reação de 19% na publicidade deste mês, comparativamente a junho de 75.

Jornalistas em greve

Salários e condições de trabalho levaram a maior parte dos jornalistas da revista **Time** (4 milhões e 250 mil exemplares nos Estados Unidos, 1 milhão e 600 mil no exterior) à greve agora em junho, a primeira da história dos 54 anos da revista. O endurecimento da direção da empresa em questões salariais e a posição irredutível dos jornalistas (a greve atinge também as revistas semanais **Sport Illustrated** e **People**, as mensais **Fortune** e **Money** e uma editora de livros) talvez tenha sido sintetizada nesta frase de um dos grevistas:

"Nos últimos anos, as coisas aqui se tornaram cinzentas e eficientes, uma linha de montagem". Esta transformação da revista, conhecida como "a casa do bom texto e da informação criteriosa", começou há três anos, quando o grupo Time Inc. comprou indústrias do ramo florestal do Texas.

Então a revista, antes considerada por muitos "uma família", perdeu algumas características. E agora os jornalistas não aceitam as condições propostas num aumento de 17 por cento, onde a empresa queria introduzir uma fórmula de aumentos por merecimento, que excluía as negociações entre patrões e sindicato. Para fazer rodar o segundo número de junho, a **Time** precisou recorrer a jornalistas aposentados e redatores improvisados, recrutados entre secretárias.

Revistas técnicas à venda

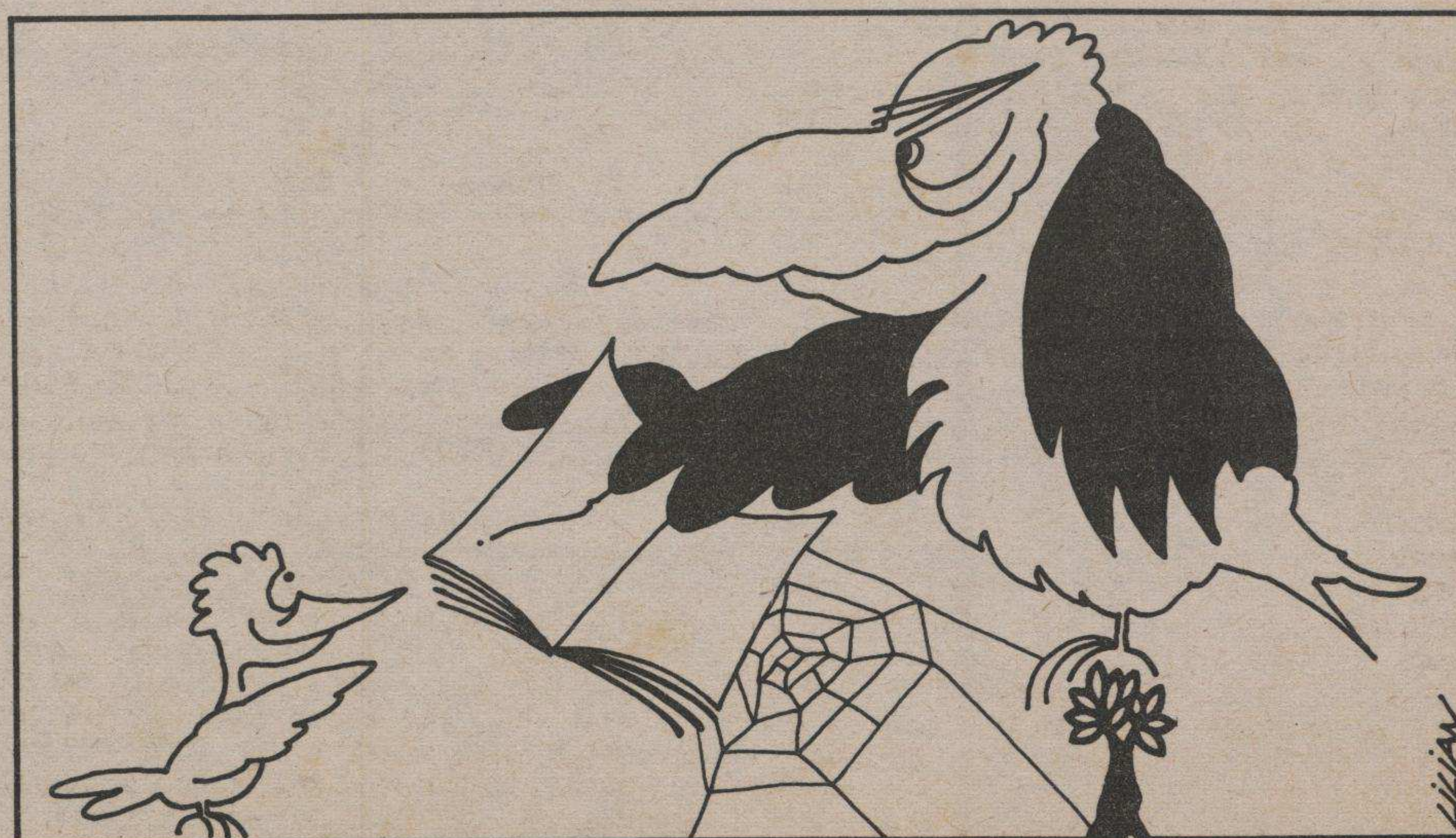
"Estou na Abril há dez anos e nunca vi a Abril tomar decisão tão radical e tão rápida", reconheceu o diretor editorial Paulo Henrique Amorim ao jornal **Unidade**, do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, edição de junho. Ele se referia à decisão conjunta da Editora Abril e do seu sócio americano Floyd Harvey Poppel, na Abril-Tec, anunciada oficialmente no último dia 21 de maio, de fechar cinco revistas técnicas (**Máquinas & Metais, Transporte Moderno, Plásticos & Embalagem, Química & Derivados, Eletricidade Moderna**), deixando sem emprego a 70 pessoas, 40 das quais jornalistas.

A apreensão nas redações começou com a vinda inesperada de Poppel ao Brasil: no dia 11, ele começou o seu trabalho para "determinar o planejamento estratégico" da empresa e, nove dias depois, Amorim era informado, por Poppel e Robert Civita (diretor da Abril), de que a melhor solução para a baixa lucratividade das revistas técnicas era o seu fechamento. "Publicações deste tipo somente são viáveis atualmente se geridas por seus próprios proprietários", explicava Civita à **Gazeta Mercantil**, acrescentando: "Qualquer uma delas isoladamente pode ser rentável se não tiver que arcar também como estrutura de custos com tudo aquilo que é inerente a uma empresa de grande porte".

Para tentar diminuir as repercussões sociais de tão "radical e rápida" medida, a empresa ofereceu a opção de compra das revistas técnicas para os seus próprios funcionários, mas provavelmente esqueceu-se de que deveria encará-los a partir daí, de um nível equivalente, como compradores. Aferrada a uma posição paterna, a Abril imuna a uma série de condições para um negócio que, se do ponto de vista econômico era bom, tornava-se inviável financeiramente para os funcionários da redação. Entre outras exigências, das quais não cedeu

nenhuma, a Abril pediu como pagamento para cada título duas páginas mensais de publicidade (19 mil cruzeiros em média, cada), concordou em ceder apenas o uso (e não a propriedade) pelo espaço de três anos e condicionou a venda do grupo, ao fim deste período, ao seu prévio assentimento (no caso, por exemplo, dos funcionários receberem uma proposta boa de compra do Grupo Visão, é bem provável que a Abril vetaria o negócio).

A reduzida margem de manobra que a Abril parecia disposta a oferecer está clara neste depoimento de Paulo Henrique Amorim: "No dia 21 à tarde, depois de arrolar uma série de propostas surgidas numa reunião que tive com vários jornalistas da Abril-Tec, fui saber do Robert e do Poppel quais seriam as condições da venda. Minha preocupação era que o preço cobrado viesse a ser razoável. E que os futuros compradores tivessem condições financeiras de sobreviver aos primeiros meses de vida. As condições de venda já tinham sido acertadas. E nenhuma das minhas propostas adicionais foi aceita. Foi assim que participei deste episódio, o mais amargo de minha vida de jornalista". Bem mais amargurado, de fato, mostrou-se o (agora desempregado) redator-chefe de "Transporte Moderno", Neuto Gonçalves, que protestava: "Não somos incompetentes e nem jornalistas de segunda categoria". Seu desabafo visava a Robert Civita, que na reunião com os chefes das redações das técnicas explicara, numa evidente alusão ao sucesso das publicações sobreviventes ("Exame", revista quinzenal, e "Análise", newsletter) da Abril-Tec: "Vamos concentrar nossos esforços naquilo que podemos fazer bem e brilhantemente". Coisa que, segundo Gonçalves, a própria empresa não permitia ao pessoal das técnicas: "No máximo se pode alegar que as revistas poderiam ser melhores. Sim, poderiam, se tivessem mais recursos. E nossos recursos sempre foram limitados".

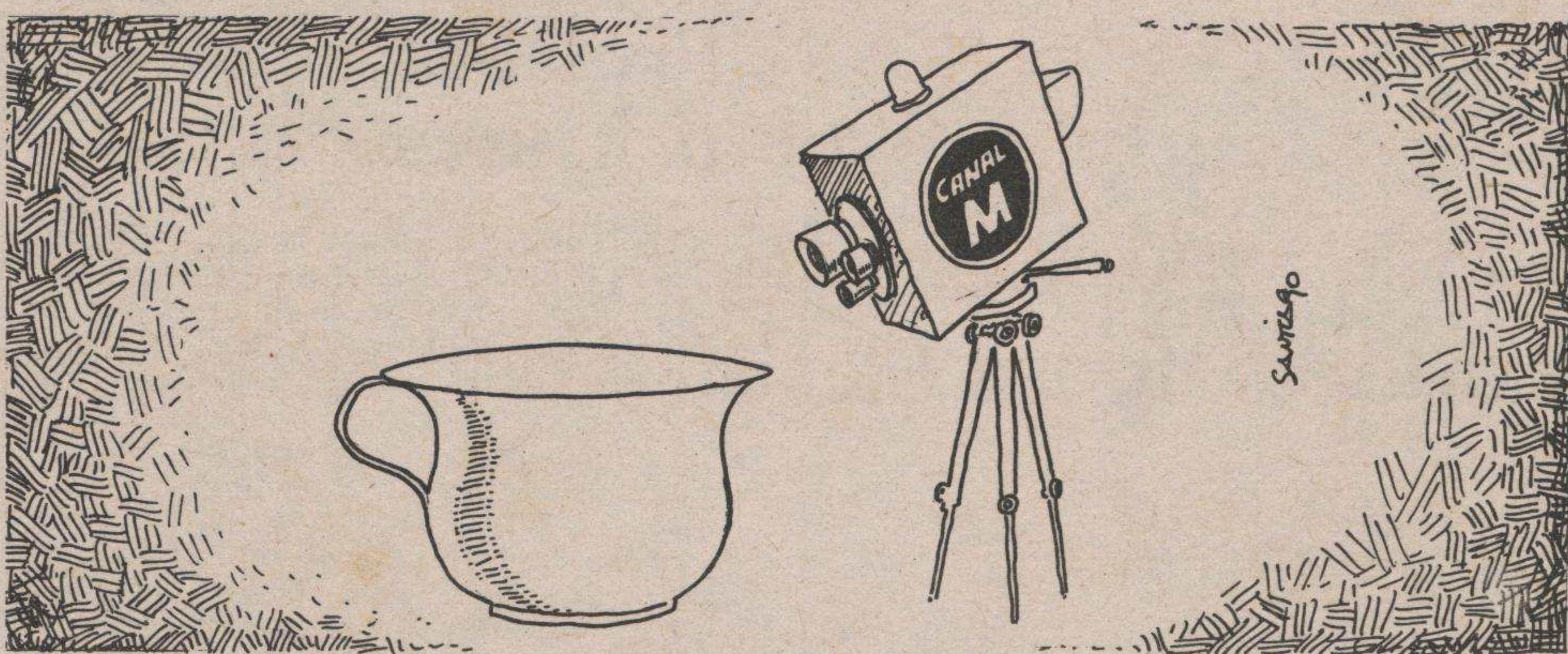


Como voltar à terra?

Por definição, o curso de jornalismo deve formar jornalistas — o que definitivamente não constitui limitação à imaginação do professor Fernando Ferreira Lopes, da cadeira de Psicologia Social e da Comunicação, do sétimo semestre da UFRGS. Assim, há 15 dias ele aplicou a seus espantados alunos o "Exercício da Nasa", onde é apresentada uma questão que o professor considera fundamental ao futuro jornalista: quais os utensílios mais importantes, dentre os quinze que ficaram intactos depois de uma desastrosa alunissagem, que são essenciais para que a tripulação, da qual o estudante faz parte, percorra com sucesso as 200 milhas necessárias para encontrar a nave-mãe na face iluminada da lua?

Conhecimentos dessa natureza em geral costumam ser vitais apenas aos profissionais conhecidos como astronautas — e a sua classificação de "psicologia social e da comunicação" é ainda mais inusitada. Não é, no entanto, a primeira confusão do professor Lopes. Há um mês, ele já havia confessado aos alunos de jornalismo sua preocupação em aceitar um convite, feito pelo deputado Pedro Américo Leal (Arena), para concorrer a uma vaga na Câmara Municipal. E explicou: "Como vocês sabem, todos nós sempre temos algumas ambições políticas".

Ambições mais modestas, como ser um bom professor, aparentemente nunca chegaram a ocupar um lugar de destaque nas preocupações de Fernando Ferreira Lopes (Pedro Maciel).



Palmadinhas no popô

Os ouvintes e leitores de Sérgio Jockymann, Mendes Ribeiro, Paulo Santana, Tânia Carvalho e outras estrelas da imprensa gaúcha devem estar muito curioso por conhecer o jornal dos estudantes da Faculdade de Meios e Comunicação Social da Puc.

Em 15 dias, o jornal foi citado por quase todos eles em seus espaços nos jornais, no rádio e na televisão. "Eu ganho um baita salário porque sou uma baita profissional. Quero ver uma dessas estagiárias fazer o que eu faço", disse Tânia Carvalho no Portovisão do canal 10.

"Eu não faço o que vocês sugerem porque o público não gosta, o público gosta do que eu faço. Eu desafio qualquer um de vocês para uma competição sobre linguagem de comunicação. A maioria não sabe ler nem escrever", disse Paulo Santana no seu quadro do Jornal do Almoço, no canal 12.

Mendes Ribeiro escreveu em Zero Hora que "eram coisas de crianças que merecem umas palmadinhas no popô". E Sérgio Jockymann foi literalmente mais longe: foi até a PUC falar com o diretor da Faculdade, Antonio Gonzalez, e acabou

num debate de duas horas com os estudantes.

Querem saber o que fizeram os meninos para merecer tanta ira dos nossos astros? Escreveram (uma aluna do 4º ano escreveu) um desabusado artiguete de 60 centímetros na edição de maio do jornal Experiência metendo a ripa no que chamam de "medalhões da nossa imprensa".

"Ao longo de alguns anos, diz o artigo, eles (os medalhões) conseguiram posições invejáveis, compensadas por altos salários. Para garantir uma folha de pagamento que varia entre 20 e 40 mil cruzeiros por mês, correm de um veículo para outro, vendendo o nome e aplicando um talento duvidoso em informações, opiniões e comentários de pouca credibilidade, numa linguagem povoada de clichês e lugares comuns".

O artigo é ingênuo, de uma irreverência juvenil e com muitas impropriedades. Mas, a reação que provocou, leva a concluir entre, outras coisas, que a popularidade contribui para diminuir a capacidade de tolerância das pessoas (EBC).

Queixas em Santa Maria

Os alunos do quarto ano do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria, opção jornalismo, estão enfrentando dificuldades para obter uma formação verdadeiramente profissional, como acontece com os outros cursos de comunicação existentes no Estado.

Censura, falta de material didático, falta de professores melhor qualificados, são algumas das queixas dos estudantes da segunda turma do Curso de Comunicação Social. A primeira formou-se em dezembro de 1975. O curso ainda não é reconhecido.

Somente no início do ano passado os alunos começaram a praticar num jornal laboratório. Na verdade, um encarte de quatro páginas, que sai quinzenalmente com o Jornal A Razão. O encarte é composto na gráfica da Universidade e impresso em A Razão, que não apresenta uma boa qualidade gráfica.

Os alunos se queixam ainda da falta de condições para praticarem: a sala de redação do curso só foi inaugurada um ano antes de se formar a primeira turma e atualmente ela tem seis máquinas de escrever, para mais de 15 alunos do quarto ano e 20 do terceiro.

Por outro lado, apesar da UFSM dizer que tem uma Tv Educativa, ela não é utilizada pelos alunos de Comunicação Social. Os programas são feitos na Tv Imembuí, pertencentes à RBS, e a Universidade paga Cr\$ 1.200,00 de aluguel, cada vez que utiliza os estúdios.

No ano passado houve protestos contra a censura prévia às matérias, mas nenhuma medida drástica como a deste ano foi tomada.

Insatisfeitos, porque em dois números do encarte foram cortadas quatro matérias, os alunos resolveram não mais fazer o encarte até que a situação mude. O coordenador do curso argumentou que a censura não pode ser levantada, porque a Universidade é um órgão do governo e não toleraria críticas ao regime.

Na mesma reunião, o coordenador informou que a censura não seria suspensa e quem não participasse da feitura do encarte estava ameaçado de não ganhar o diploma no final do ano, porque a participação no encarte faz parte de uma das disciplinas do curso (Severino Goes).

Mais uma popularesca

A Rádio Universidade, de Pelotas, pertencente à universidade local, em seu desejo de fugir à rotina da música clássica e resenhas desinteressantes, parece que não pensou em riscos. E hoje, envolvida na feroz luta por melhores índices de lbope, está transformada numa simples emissora popularesca - mais uma.

A ordem de movimentar as caixas registradoras não poderia levar a outro caminho. A RU, como também é chamada, perdeu até o gosto pelas informações corretas. Para o programa Cinema e Boa Música, por exemplo, um pretensioso indicador dos melhores filmes em cartaz, os cinemas Capitólio, Rei, Avenida e Fragata estão sempre exibindo obras-primas. Por coincidência, esses cinemas pertencem à empresa exibidora Wermar, patrocinadora do programa.

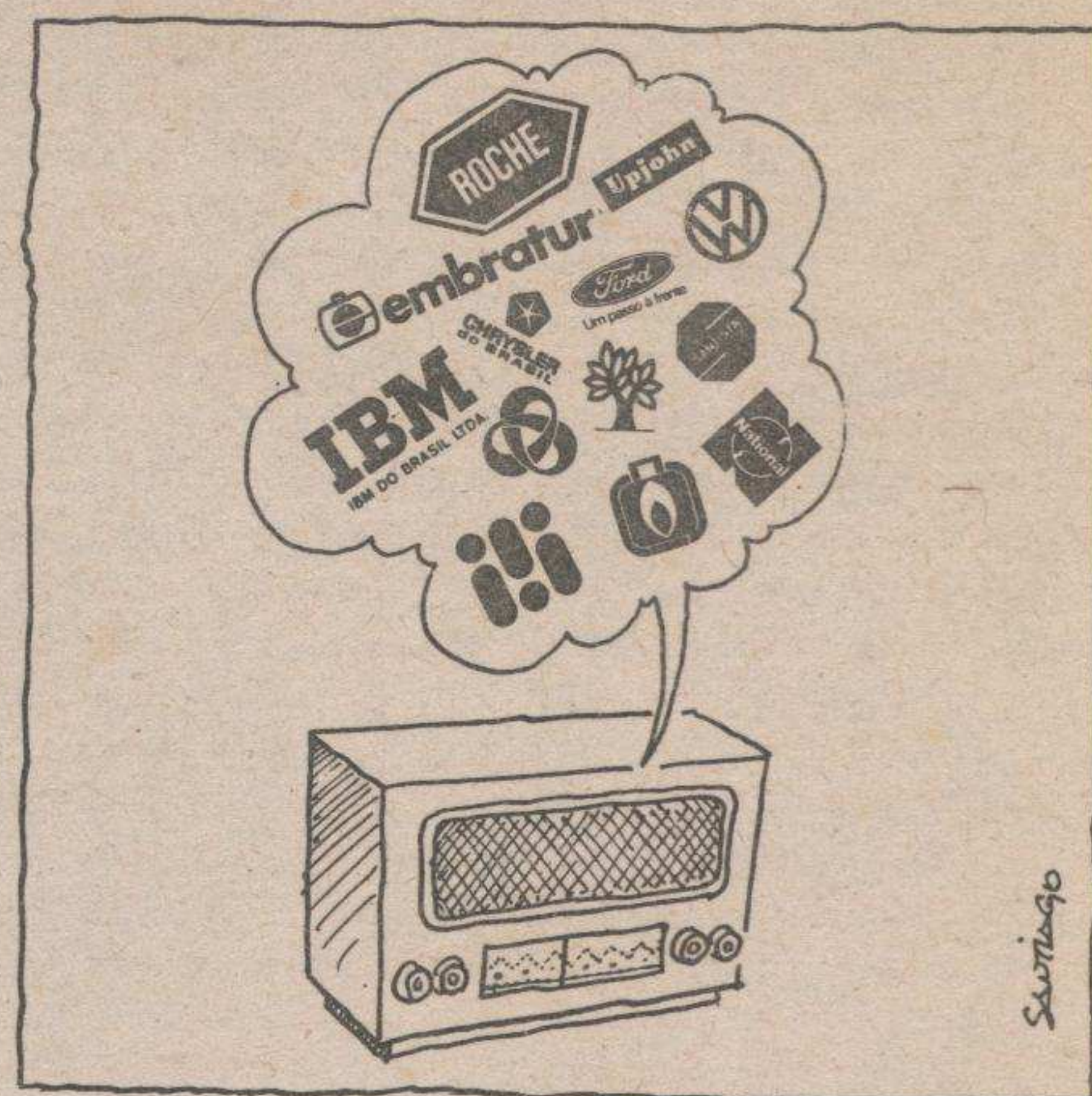
Na realidade, toda a programação da rádio está descaracterizada. Pela manhã, dois animadores - um vereador e seu suplente - procuram cativar a classe C com música fácil, utilidade dita pública e horóscopo. A seguir, vem o noticioso, que é concluído com um comentário escrito e apresentado pelo assessor de imprensa da Prefeitura, sempre generoso em elogios ao governo municipal. Para completar o almoço do ouvinte, o esporte: pouco objetivo, demonstrando desprezo pelo esporte universitário, e não raramente com alguns erros de concordância.

À tarde, o ritmo continua monótono e o nível não sobe. Um animador comanda dois repórteres volantes - um que entrevista pessoas na rua e outro que dá notícias da polícia sem esquecer os elogios a inspetores e delegados.

Alguns méritos da RU, porém, são inegáveis. Foi quem lançou as unidades móveis - embora não faça bom uso -, estimulando as outras três rádios da cidade a fazerem o mesmo. E ainda que não escolha os melhores assuntos (já cobriu concurso de Miss Universo), foi quem inaugurou as coberturas internacionais.

Mas seus defeitos ainda levam vantagem, inclusive porque os alunos do Curso de Comunicação Social da UCPel, que poderiam levantar o nível da programação, continuam a ser desprezados.

O resultado de tudo: a RU pode não ter a maior audiência, mas é a que mais fatura. A Universidade? Ganha cinco minutos de notícias por dia (Luiz Lanzetta/Ayrton Centeno).



Curso de cooperativismo

O Centro de Ciências Econômicas da Unisinos promoverá um curso em nível de pós-graduação de especialização em cooperativismo que inicia em agosto de 76 a julho de 77.

São 35 vagas para diplomados em Economia, Administração, Ciências Contábeis, Ciências Jurídicas, Ciências Sociais, Agronomia, Teologia e para diplomados em outros cursos superiores que estejam exercendo atividades junto às cooperativas. Inscrições na Superintendência Acadêmica da Unisinos, até o dia sete de agosto. Exige-se certificado de conclusão de curso superior e curriculum vitae. O curso custará Cr\$ 5.200,00 pagos em duas vezes, uma em agosto de 76 e outra em janeiro de 77, sem financiamento. As aulas serão dadas às sextas-feiras de noite e aos sábados de manhã. Durante o mês de janeiro de 77 haverá dois intensivos, um a tarde e outro a noite, e em julho haverá outro intensivo, durante a manhã. Ao todo, o curso terá 24 créditos e 360 horas distribuídas em 11 cadeiras: História e Doutrina Cooperativista, Comunicação e Educação Cooperativa, Estudo dos Problemas Brasileiros, Teoria da Cooperação, Comercialização Cooperativa, Direito e Legislação Cooperativa, Ética Social, Modelo de Administração Cooperativa, Trabalho de Conclusão e Empresas de autogestão.

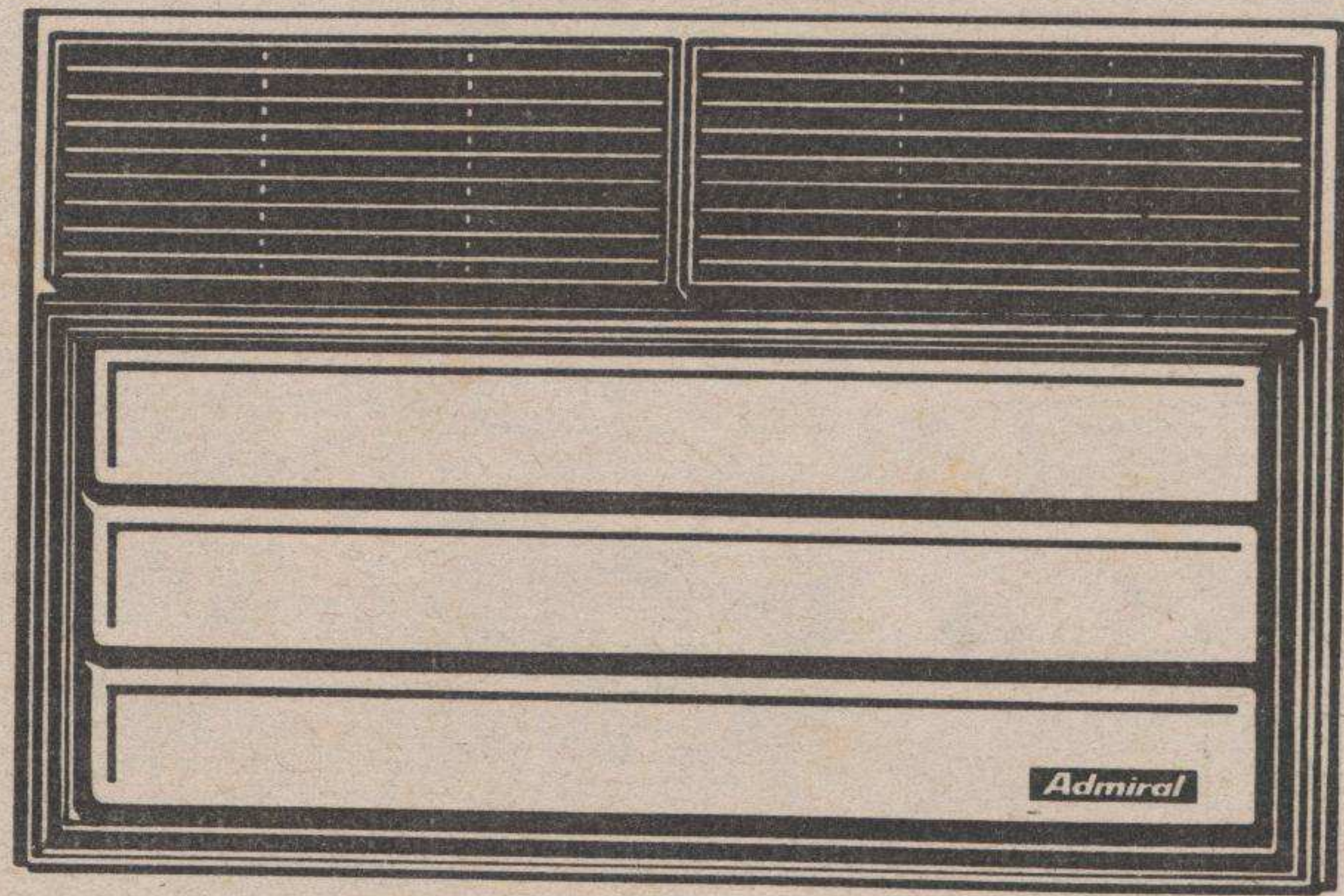
Frio? Pés gelados? Nariz pingando?

USE

AR CONDICIONADO

Springer Admiral

Indicado contra todos os males de inverno



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 descontraír 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, 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.



O machismo nos jornais

A presença cada vez maior de mulheres nas redações dos jornais de Porto Alegre pode apresentar, muitas vezes, a conquista da igualdade feminina no mercado jornalístico. No entanto, uma rápida pesquisa nos cinco maiores jornais diários de Porto Alegre mostra que ainda há distorções a serem corrigidas.

Como em todo o mercado de trabalho dominado pelos homens, as mulheres ainda têm pouco ou nenhum acesso às decisões dentro de um jornal e poucas chegam aos cargos de chefia.

Dados obtidos na semana de 1º a 6 de junho passado mostram que nos jornais Zero Hora, Correio do Povo, Folha da Manhã, Folha da Tarde e Jornal do Comércio de 111 repórteres, 28 são mulheres, apenas 25 por cento. De um total de 37 editores, apenas 7 são mulheres e a porcentagem baixa para 18 por cento. E nos cargos de chefia (secretário e sub-

secretário de redação) há apenas 1 mulher para 9 homens, o que equivale a 10 por cento.

Esta concentração de mulheres nos cargos mais baixos, com pior remuneração, é revelada por pesquisa feita pelo repórter Sérgio Caparelli em agosto de 1975, na qual foram entrevistados 175 jornalistas dos mesmos veículos acima citados (veja tabela). Neste levantamento, o salário médio da classe era de 3,8 salários mínimos regionais (Cr\$ 494,40). Entre os homens esta média subia para 4,5 SMR e nas mulheres baixava para 3,1 SMR. Esta diferença ocorre porque o maior número de mulheres concentra-se nos cargos de salários mais baixos. Das 29 entrevistadas na pesquisa de Caparelli, 65 por cento recebem de dois a quatro salários mínimos e apenas uma está na faixa superior a oito SMR.

Já entre os homens a porcentagem dos salários mais altos sobe para 31 por cento. E, na faixa de 2 a três salários mínimos, dos 144 homens entrevistados estão em 41, equivalente a 28 por cento.

TABELA DE SALÁRIOS

Salários	Profissionais	%	Homens	Mulheres
De 1 a 2	13	7,4	11	2
De 2 a 3	41	23,4	30	11
De 3 a 4	26	14,9	21	5
De 4 a 5	20	11,4	17	3
De 5 a 6	11	6,3	9	2
De 6 a 7	9	5,0	7	2
De 7 a 8	6	3,4	5	1
De 8 a 9	46	23,3	45	1

(Dados apresentados por Rosvita Saueressig, secretária de redação da Coojornal na mesa redonda promovida pelo Instituto de Estudos e Pesquisas Econômicas e Sociais do MDB, sobre A mulher no Trabalho e Liberdade de Expressão. Participaram também Raimundo Rodrigues Pereira, Flávio Aguiar e Maria Moraes, do semanário Movimento - que teve 90 laudas de uma edição sobre a situação da mulher cortada pela censura recentemente - e a socióloga Lícia Peres.)

"Sindicato virou sociedade bailante"

Lauro Hagemann, ex-deputado estadual e ex-presidente do Sindicato dos Radialistas, completou a primeiro de junho último 30 anos de atividades na rádio difusão. Esse aniversário foi comemorado com um depoimento gravado para o Museu da Comunicação Social Hipólito José da Costa sobre a história do rádio, e vários artigos publicados pela imprensa local. Em todas essas manifestações, porém, o trabalho de Lauro Hagemann e de seus companheiros na criação do Sindicato dos Radialistas e na regulamentação profissional, mereceu poucas referências. Esse é o assunto abordado nesta entrevista:

COOJORNAL - Como surgiu o Sindicato dos Radialistas?

LAURO - Em 1954, foi formada a Associação Profissional, primeiro passo para o sindicato. Seu processo de registro, porém, foi muito lento, e apenas em 1961, foi instalada a primeira diretoria, sendo eu presidente, Graça Guimarães, secretário e Fábio Silveira, tesoureiro. Em 14 de julho de 1962 - uma data muito simbólica - saiu nossa carta sindical. A diretoria se manteve praticamente a mesma, com alguns acréscimos, até 1969, quando eu fui destituído por força do Ato Institucional n.º 5.

COOJORNAL - Quais os problemas da categoria nos anos 60?

LAURO - O contrato de trabalho era feito pela cara do freguês, sem qualquer norma. Em janeiro de 1963, nosso sindicato promoveu o I Congresso Nacional dos Trabalhadores em Rádio Difusão. Participaram representantes de 15 estados. Esse congresso teve dois resultados: o fortalecimento da Federação Nacional, antes completamente desintegrada, e a formação de comissões de estudo para a regulamentação profissional. Eu mesmo participei intensamente desses trabalhos, e o resultado é que a regulamentação foi feita pela própria categoria. Não havia condições para determinar pisos salariais, mas conseguimos relacionar mais de 260 funções definidas dentro do rádio e TV, desde coreógrafo e carpinteiro até tele-ator e jornalista. Cada grupo de funções teve sua carga horária fixada: 5 horas para artistas, produtores, locutores e jornalistas, 6 horas para técnicos, 8 horas para administração. Foi proibida a compensação de horário ou sua troca, e determinado o pagamento de horas extras para o horário excedente. Foram dois decretos assinados por João Goulart em 23 de julho de 1963: o 52.286, regulamentando a profissão, e o 52.287, estabelecendo a programação ao vivo obrigatória. A ABERT tentou impugnar a regulamentação no TFR, e ganhou uma liminar. A Federação apelou por volta de 68 ou 70, e o STF convalidou os decretos.

COOJORNAL - Como se explicam, então, situações como a dos atores que pas-



sam o dia inteiro gravando, e da Tv Educativa exigindo 7 horas diárias de seus produtores?

LAURO - Em parte, desconhecimento da categoria, mas em parte maior, medo de perder o emprego, tendo em vista a instabilidade atual do assalariado brasileiro. A verdade é que a categoria não tem força política para exigir a aplicação dos decretos a não ser em recursos individuais. Os patrões alegam não terem condições, e o Governo, apesar de ser o poder concedente dos canais, nada faz com respeito a isso. Situação semelhante ao salário profissional: ele existe para nossa categoria, mas o Governo não permite sua vinculação ao salário mínimo e, assim, a cada ano ele mais se desatualiza.

COOJORNAL - Quais os maiores problemas da categoria hoje?

LAURO - O fato de seu sindicato, como os demais, ter perdido seu poder reivindicatório, tornando-se o que eu chamo "uma sociedade bailante" e assistencial, porque os poderes públicos os encaram como entidades contrárias a seus interesses. Os salários - poucos privilegiados recebem altas remunerações de 10 ou 20 mil cruzeiros, enquanto a grande maioria recebe menos de mil cruzeiros mensais. A falta de preparo profissional dos radialistas atuais, geralmente muito jovens, por falta de uma estrutura específica de ensino e formação para rádio e Tv, veículos em expansão.

Censura divide o congresso

A censura, o ensino e o direito autoral foram os três principais temas tratados pelos jornalistas na primeira quinzena de junho, num congresso (o 16º desde 1918) que durou três dias em Curitiba. Sobre o ensino, os jornalistas decidiram que os sindicatos deverão formar comissões para pressionar o governo a melhorar as condições das faculdades e reciclar professores. Sobre o direito autoral, recomendaram pleitear a revogação do artigo 92 da Lei 5988 (ela define como propriedade do dono do jornal ou revista toda a matéria que não seja assinada ou que não tenha sinal de reserva) e um adicional de 80 por cento pela publicação de matérias em outros veículos que não aqueles em que o profissional mantenha vínculo.

E sobre a censura não conseguiram tirar uma posição unânime. Os dois documentos em discussão, um do sindicato de Minas Gerais e o outro do sindicato de São Paulo, com 21 itens encontraram desde logo uma posição divergente do grupo liderado pela Federação dos Jornalistas. O documento dos mineiros acabou sendo totalmente vetado e o de São Paulo saiu das comissões cheio de emendas, com o texto reduzido quase à metade.

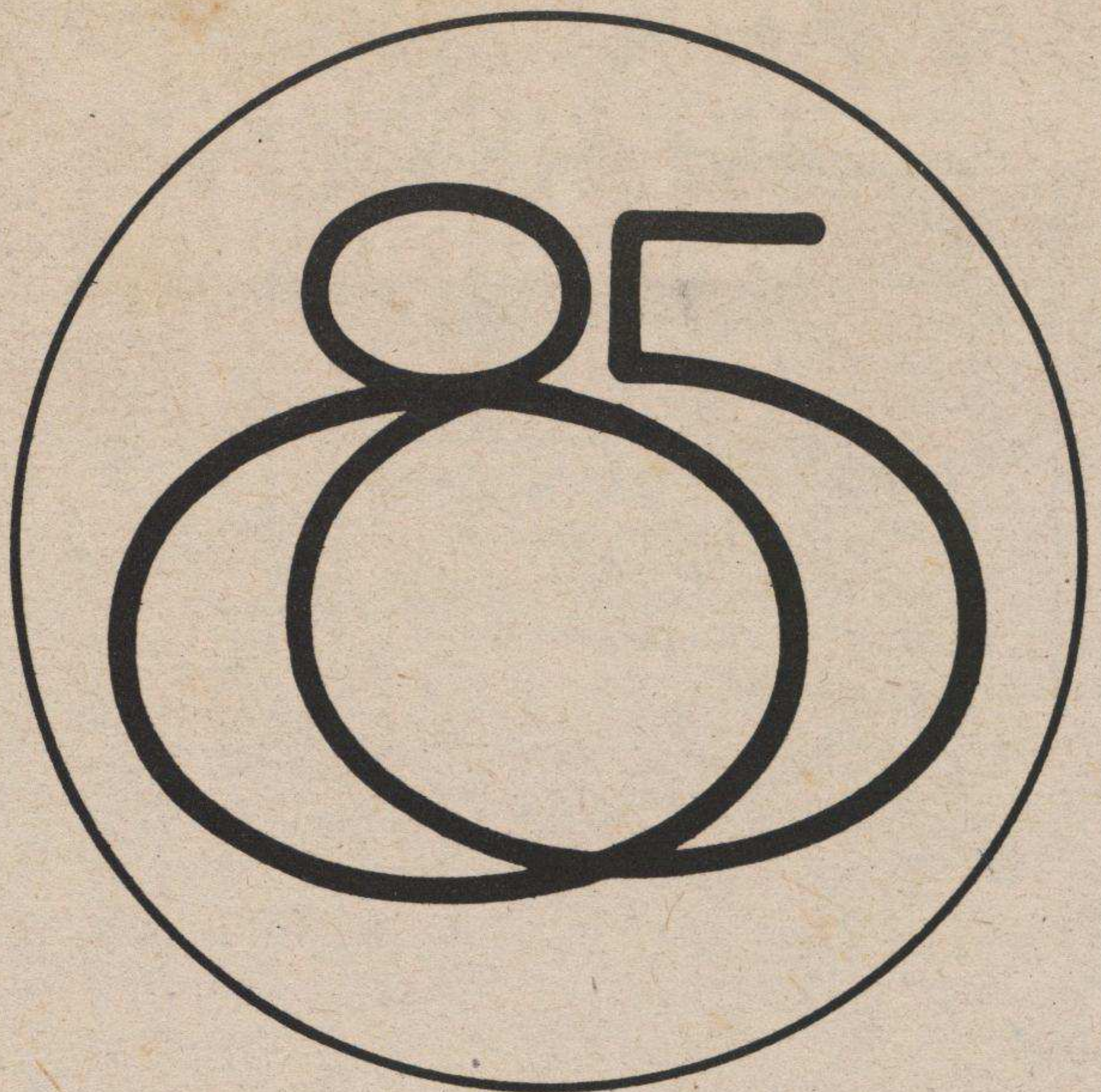
Mesmo assim, o Congresso aprovou resolução recomendando que os sindicatos se mantenham mobilizados na

defesa da liberdade de expressão, promovendo debates e formando comissões de estudos. Antes disso, porém, houve sérias discussões e quase um incidente, envolvendo Lucídio Castelo Branco, diretor da sucursal gaúcha do Jornal do Brasil e representante do RS, e Roland Marinho Sierra, editor de política da Folha de S.Paulo.

Sierra pediu a palavra no encaminhamento dos votos na comissão para solicitar que "cada um diga porque vota contra ou a favor, quero saber quem é contra ou a favor da censura" Lucídio que era contra a proposição de Minas Gerais, considerou a observação ofensiva, protestou enumerando lutas passadas pelas liberdades e a reunião precisou ser suspensa.

No outro dia, Sierra assistiu a proposição de Minas ser derrotada em plenário, já sem o voto de Lucídio, que voltou de manhã para Porto Alegre. Apesar dessas divergências, o congresso foi considerado "um dos mais importantes já realizados pela classe", opinião de João Borges de Souza, presidente do sindicato gaúcho. Opinião semelhante à dos jornalistas do Paraná, que tiveram dupla oportunidade: 1) durante o congresso, fizeram circular um jornal tablóide de 8 páginas sobre o jornalismo no Paraná, contando todas as suas peripécias e as negociatas dos empresários; 2) foram os autores das emendas que, quase como um substitutivo, foram aprovadas com uma parte do trabalho de São Paulo, sobre a censura.

1891 - 1976



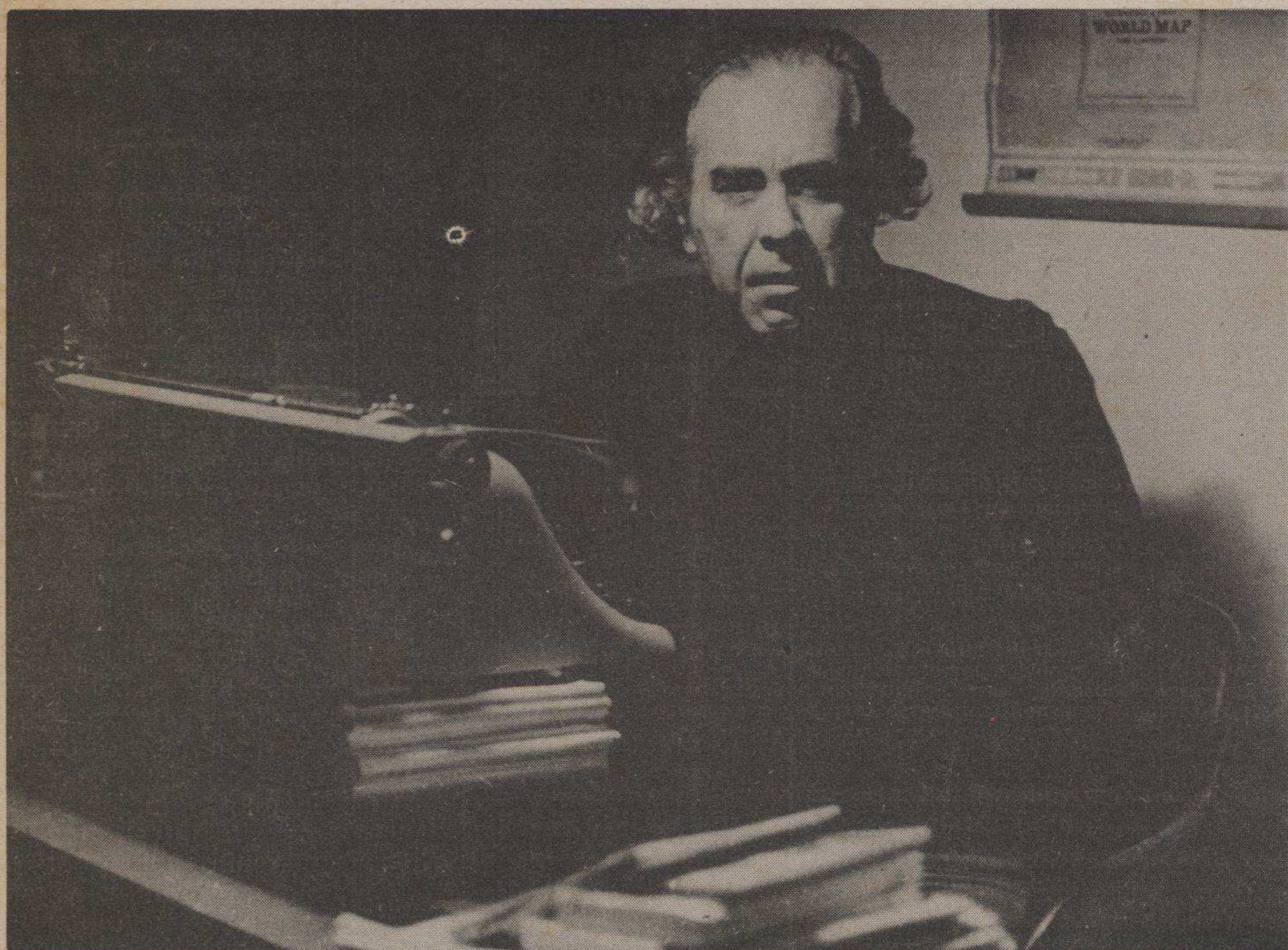
Nossa alegria é contagiante

Com muito orgulho são 85 anos de vida. Queremos que a alegria que impera em nossa casa, se estenda aos lares de todos os nossos segurados. Afinal são eles a nossa motivação de todos os dias. Em função deles trabalhamos, empenhados em proporcionar-lhes maior tranquilidade nesse mundo agitado. Nossa alegria é contagiante e só fica de fora quem quer. Entre em contato com um corretor de seguros e verá que essa alegria pega.



Cia. UNIÃO de Seguros Gerais

Av. Borges de Medeiros, 261, Térreo, Porto Alegre
Fone: 24-5000



Newton Carlos de Figueiredo, 48 anos, jornalista há 26. Ex-redator de turismo e repórter na Tribuna da Imprensa. Ex-chefe da seção de Polícia do lendário Diário Carioca e da Seção de Telegramas (hoje editoria Internacional). Ex-chefe de reportagem de Manchete, ex-editor internacional do JB e redator da crônica "De Olho no Mundo", do Jornal de Vanguarda, da Tv. Atualmente é da Folha de São Paulo e da Tv Bandeirantes para quem escreve uma coluna diária sobre política Internacional. Essa coluna é transcrita em Zero Hora, A Tarde (Salvador), Jornal de Minas, Crítica (Manaus) e Diário de Brasília. Escreve artigos para o Pasquim e, sob encomenda, para algumas revistas como a Homem. Antes desses compromissos regulares, escreveu ainda para Última Hora (Rio), Correio da Manhã e Diário de Notícias (Rio). No exterior, seus artigos são distribuídos por uma agência italiana, a Inter Press Service, mas que tem seu noticiário voltado para a América Latina e publicados por cerca de 400 jornais. Ele próprio seleciona, mensalmente, 8 colunas e envia para a Inter Press. Tem ainda 4 livros escritos: "A Conspiração" (1963), "25 Anos Depois", introdução à 2ª. Guerra, em 64; "São Domingos, a Guerra na América Latina", em 65; e "Peru Novo Nacionalismo Latinoamericano", em 69.

"Desconfie sempre da primeira notícia"

Muita leitura de jornais, revistas e livros; atenção com os noticiários das agências internacionais e dentro do possível obter a mesma notícia de todas elas para estabelecer um equilíbrio na informação; mas fundamentalmente, o contato direto com as fontes. Este é o conselho de um dos mais experientes articulistas de política internacional da imprensa brasileira. É Newton Carlos quem dá a "receita", embora ele reconheça a dificuldade que a maioria dos editores de assuntos internacionais tem para acerrar dessas informações.

Além disso, ele acha que sua formação jornalística (já trabalhou em várias editoras de inúmeros jornais) e não uma experiência basicamente de analista internacional, é um dos pontos positivos em sua carreira: "Isso me levou a me comportar realmente como um jornalista, escrevendo sobre o assunto do dia. Eu não escrevo uma coluna, eu escrevo sobre um fato jornalístico".

Esse background adquirido ao longo de seu trabalho, principalmente como repórter, mostrou até que ponto, por exemplo, pode-se confiar em noticiário de agência internacional. "Muitas vezes, a rapidez atrapalha a qualidade. Eu lembro que uma vez a UPI, querendo se antecipar às concorrentes, distribuiu uma notícia sobre a chegada do Secretário Geral da ONU, Dag Hammarskjöld à África, baseada na programação do secretário. Acontece que o avião caiu, o homem morreu e, conseqüentemente, nunca chegou à África".

Isso é apenas um exemplo de Newton Carlos para chamar a atenção sobre a imprecisão da notícia distribuída por uma agência, sem sequer discutir a orientação política que norteia o trabalho da agência. "Em termos de rapidez a UPI e a AP, tendem invariavelmente, ao informar primeiro. Mas com relação à interpretação de um fato, a France Presse, geralmente se sai melhor. Com tudo isso, um editor de internacional nunca deve se limitar a traduzir um telegrama. Ele precisa buscar mais informações com outras fontes".

E aí entra em cena a importância da viagem. "Ela é fundamental não só porque proporciona um contato direto com a fonte, mas também porque o correspondente, enviado especial, seja lá como ele se chama, reúne um material muito grande sobre o país, onde o fato se desenrola, e abastece o jornalista com uma visão mais profunda e mais ampla".

Newton Carlos conta, por exemplo, que, quando foi entrevistar o ex-presidente Bordaberry, do Uruguai, durante as eleições, ouviu dele uma frase: "Minha família vai todos os domingos à missa. Mas antes de levar meus filhos, sempre procuro ouvir o padre, a fim de saber que tipo de sermão ele faz". Comentário do jornalista: "Por esse tipo de afirmação já deu para medir a posição do presidente com relação à religião e conseqüentemente a muitas outras coisas".

A partir de um determinado tempo, Newton Carlos se dedicou mais intensa-

mente à América Latina, embora se diga bom conhecedor da Europa, Ásia (um pouco de África) e Estados Unidos. E é através de suas viagens que ele lembra seus "melhores momentos" de trabalho: "Eu cobri a reeleição do Nixon em 1972 e constatei o 'maior espetáculo de alienação e hipocrisia', quando o ex-presidente, logo depois de eleito, disse em discurso que o grande mal dos Estados Unidos era a "permissividade". Cobri também todo o processo de eleição do Allende, a reconstitucionalização da Argentina — os antecedentes e a volta do Peron —, a desintegração da democracia uruguaia, todo o processo da Revolução Peruana, a tomada do poder pelo Torres, na Bolívia, a ascensão do Torrijos, no Panamá (gravei até o primeiro discurso dele, quando era comandante da Guarda Nacional), a queda de Estenssoro, na Bolívia".

Suas viagens não têm uma programação antecipada. Ele viaja quando um fato jornalístico exige, e suas despesas geralmente são rateadas entre a Folha de São Paulo e a Tv Bandeirantes, embora isso também não seja muito rígido. E sempre aproveita para recolher o máximo de material nessas viagens. "É nelas que um jornalista forma seu critério pessoal sobre os acontecimentos".

Com relação ao comportamento dos jornais brasileiros diante dos fatos latino-americanos, Newton Carlos acha que diminuiu bastante a quantidade de notícias publicadas: "Eu lembro, que quando trabalhei no Correio da Manhã, dávamos um caderno semanal sobre América Latina. E, atualmente, os jornais não chegam dar nem uma página inteira, diária".

Sob o ponto de vista de quantidade, ele acha que o "Estadão" é o primeiro, "como massa de informação. Mas a Folha de São Paulo — falando de cobertura da América Latina — é mais bem editado. Acontece que os chamados grandes jornais cometem o erro de simplesmente traduzir os telegramas, na sua íntegra. É o que fazem o JB, o Correio do Povo e o Estadão, principalmente. E o melhor exemplo é do Washington Post, do New York Times, Los Angeles Times e da revista Foreign Policy, que usam o material conforme sua ótica".

"E não se trata de querer convencer o leitor sobre algo. Eu apenas informo, o leitor que tire suas conclusões. O certo, para mim, é o máximo de informações e o mínimo de afirmações. Para mostrar que alguém é ladrão, basta dizer que ele tirou o dinheiro do cofre".

O método de trabalho de Newton Carlos é, aparentemente, simples. Morando numa bela (não luxuosa) casa no alto do Morro Santa Tereza, com uma bonita vista para a Baía de Guanabara, ele lê em média cinco a sete publicações por dia; prepara seu material em várias cópias, que começa a ser distribuído às sucursais cariocas dos jornais para os quais escreve, por volta das 14 horas; e depois volta a escrever artigos especiais, seguidamente

encomendados. Neste fim de mês já tem uma viagem marcada: vai para os Estados Unidos, cobrir as comemorações do Bicentenário da Independência e a Convenção do Partido Democrata. E como ele mesmo repete, "ampliar mais ainda minhas fontes de informações". (Gilberto Pauletti)

A Guaíba contra-ataca

"Uma ofensiva de inverno". Foi assim que um dos integrantes do Departamento de Notícias da Rádio Gaúcha definiu os acontecimentos ocorridos na fria manhã de segunda-feira, dia 14 de junho, quando a rádio Guaíba contratou dois de seus colegas melhor remunerados: o rádio-repórter Edgar Schmit (que trabalhava para a rádio e para a televisão, com salário de Cr\$ 11 mil) e o editor de notícias Tairo Areal (salário de Cr\$ 5.250,00).

O plano da Guaíba, segundo se sabe, prevê o funcionamento de seis unidades móveis que trabalharão na Grande Porto Alegre. E, nesse ponto a Guaíba pretende introduzir uma inovação: os rádio-repórteres presentes aos locais dos fatos não entrarão com a notícia no ar em linha direta. Eles transmitirão as notícias redator que fará o texto e passará ao locutor para ser lido. Com isso, certamente, a Guaíba terá garantida uma certa sobriedade, mas não há dúvida que perderá o que é o grande trunfo do rádio contra outros veículos informativos: a instantaneidade e a oportunidade de falar no momento em que está acontecendo o fato, transmitindo o clima do local ao ouvinte.

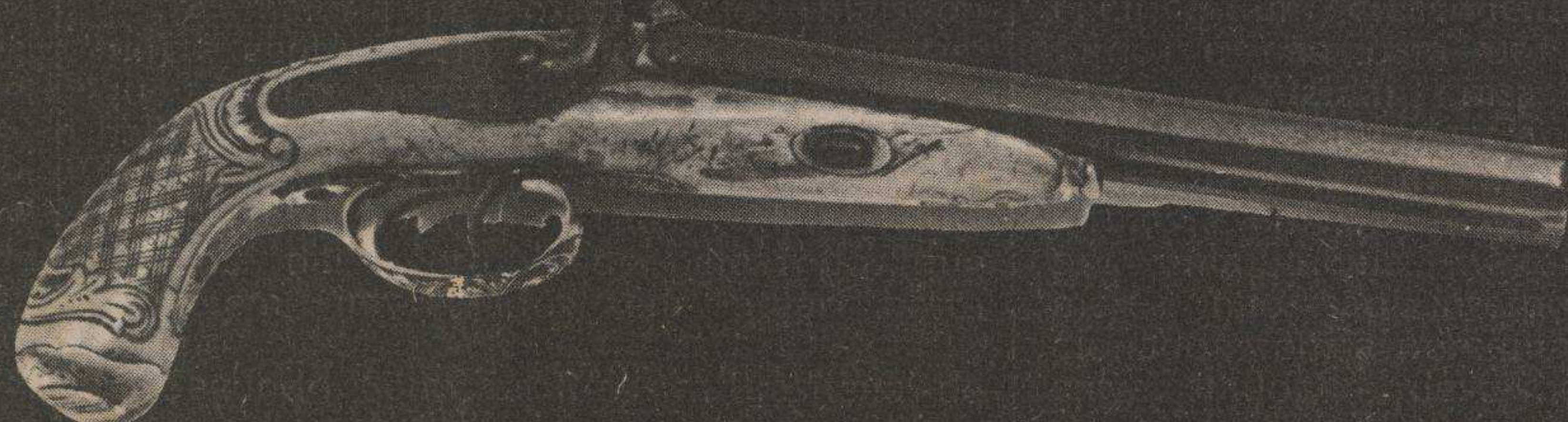
Comentada há algum tempo, a reformulação da Guaíba foi apressada depois do incêndio das Lojas Renner, quando a sua principal concorrente, a Gaúcha, transmitiu praticamente sozinha e com audiência total. A contratação de Edgar Schmit, que surpreendeu a muitos profissionais do rádio esportivo (Edgar havia passado da Guaíba para a Gaúcha há menos de um ano), também tem uma explicação: a emissora da Caldas Junior passou a necessitar de mais um rádio-repórter depois da excursão da seleção brasileira aos Estados Unidos, quando o repórter Lasier Martins, por motivos compensatórios, foi promovido a comentarista.

Tem gente pensando que a APC vai defender cegamente o consumidor. Engano.

Os fins para os quais a Associação de Proteção ao Consumidor foi criada são bem claros. Coibir abusos, sempre que houver. Impedir que produtos de qualidade duvidosa sejam consumidos. Denunciar os crimes contra a economia popular. E, principalmente, orientar o consumidor, para que ele passe a comprar com olhos bem abertos. Porque, de olhos fechados, nem a APC faria um gesto sequer. Você pode contar com a APC. Mas é importante que passe a contar com você mesmo. Lendo termos de garantia, bulas e contra-indicações, contratos, rótulos e etiquetas. Tudo o que você paga para consumir.



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



O Real monta a sua agência

A MPM perdeu um cliente importante e o mercado publicitário gaúcho ganhou um novo concorrente: no início de julho entra em operação a **Ampla**, agência do grupo Joaquim Oliveira S.A., proprietário da rede de Supermercados Real.

A Ampla vai atender a conta do Real (2,7 milhões de cruzeiros este ano) mas não vai ser apenas mais uma **house-agency**. Pretende investir na disputa do mercado, buscando especialmente a atração de novos clientes.

"Não seremos um departamento de propaganda, vamos entrar no mercado para competir", diz João Francisco de Pinedo Kasper, diretor de marketing do Real. O Grupo Joaquim Oliveira possui empresas no setor agropecuário, de industrialização de arroz, imobiliário, de fertilizantes e de móveis. A Ampla, segundo Pinedo, é "mais uma consequência da política de diversificação do grupo". Mas há também razões específicas: "As agências, diz Pinedo, falham na mídia e no atendimento. Além disso nós acreditamos que o mercado é amplamente favorável".

Os planos da Ampla prevêem um faturamento de 6 milhões de cruzeiros no primeiro ano. Para isso estabeleceu uma despesa mensal de 100 mil cruzeiros, contratou onze funcionários e como executivo levou Jesus Iglesias, atual presidente da Associação Riograndense de Propaganda - ARP.

De modo geral, os publicitários de Porto Alegre não receberam bem a criação da nova agência. Eles apegam-se à legislação sobre a propaganda - Lei 4680 - que proíbe qualquer vinculação acionária entre uma agência e seu cliente ou anunciante.

Pinedo defende-se repetindo que a sua agência será uma empresa à parte, de acordo com a Lei, e não um departamento de propaganda como os que mantêm as lojas Rainha das Noivas e Marinha Magazine, por exemplo.

Jesus Iglesias também não se sente constrangido: "A ARP, diz ele, é uma entidade de profissionais e não de proprietários de agência. Fico muito satisfeito porque é mais mercado de trabalho no Rio Grande do Sul". Para aceitar o cargo

na Ampla, ele abandonou a Símbolo Propaganda, dirigida por Daltro Franchini, presidente da seção gaúcha da Associação Brasileira das Agências de Propaganda, que não admite como associadas agências com controle acionário na mão de anunciantes.

Sobre as contas que tem em mira, Iglesias diz apenas que elas estão dentro de uma faixa classificada como "segundo escalão das empresas que precisam dialogar com mercado". Ele acredita que a Ampla poderá dar início a um novo ciclo da propaganda gaúcha, alterando a situação atual em que "nenhuma agência investe mais em um novo cliente".

Segundo Iglesias, as agências **descobriram** a gerência financeira, aumentando sua margem de lucros através da antecipação de pagamentos e negociando **pacotes** de anúncios. E, satisfeitas com sua rentabilidade, estão apenas cuidando de manter seus clientes, um pouco despreocupadas por novas contas.

As agências locais, na sua opinião, estão esbarrando em alguns vícios que ele classifica segundo a origem. Seriam eles:

Angústia faturante - Uma agência com 100 mil cruzeiros de custos deve faturar 500 mil. Muitas agências forçam o faturamento do cliente para cobrir seus custos.

Vício do amém - Ligado à Angústia Faturante. A agência só faz o que o cliente quer, como uma fórmula par aumentar o faturamento.

Onanismo criativo - A agência "vende" mais o departamento de criação, mas preocupa-se mais com a poesia do que com a objetividade. A preocupação é ganhar prêmios, fazer comerciais simplesmente considerados "criativos".

Trabalho em linha industrial - O anúncio é tratado como um produto industrial, esquecendo que na propaganda entram elementos subjetivos.

Erro de mídia - Uso excessivo de certos veículos de massificação de mensagem, sem análise das características de cada um. Não existem boas informações de mídia, já que não são fornecidas pelos veículos e as agências não se preocupam em coletá-los.



Mau exemplo

"Muitos vão perguntar: mas qual é a diferença entre uma agência ligada a um cliente e uma não ligada? Não sei. É mais um sentimento grupal. Nós, os publicitários, somos assim como os jornalistas, os médicos, os arquitetos. Nestas categorias o leigo é olhado com desconfiança e o segredo da função é resguardado de possíveis interferências externas. Por exemplo, nenhum jornalista admite uma matéria escrita por um empresário. Fora isso, tenho receio que o Pinedo e o Jesus consigam fazer um bom trabalho e dêem um mau exemplo. Aí, qualquer dono de armazém ou armazém de secos e molhados vai resolver ter sua própria agência" (Laerte Martins, diretor da Martins & Andrade Publicidade).

"Como criticar"

"Sou a favor". Jeronimo Jardim, gerente da RN Publicidade, diz que as vantagens de uma agência própria são superiores às desvantagens: "Caso contrário elas não se manteriam por tão longo tempo". Jardim está há quatro anos na RN, que funciona como um departamento de propaganda da empresa Rainha das Noivas. A conta da Rainha é uma das maiores da cidade, chegando a Cr\$ 3,7 milhões anuais. A vantagem deste tipo de agência, para Jardim, "é o maior aprofundamento na problemática do cliente". E a desvantagem "é a perda de isenção, pois vive o drama das vendas minuto a minuto". Ele apresenta um argumento final para defender as agências vinculadas a grupos: "A propaganda defende a livre empresa. Como criticar a liberdade de iniciativa de uma empresa que cria um departamento próprio?"

De Sheakespeare aos espigões

Alguns comerciais de Tv estão oferecendo uma novidade para os telespectadores: a presença de três dos "monstros sagrados" do teatro brasileiro.

Num deles, o veterano Procópio Ferreira afirma que levou 50 anos para descobrir que o melhor investimento é a Caderneta de Poupança Crefisul.

Em outro, Walmor Chagas sugere exatamente o contrário: o melhor são as letras de câmbio Maisonnave.

E o impecável Paulo Autran oferece a poucos privilegiados um apartamento no edifício Olimpus, um novo espigão com vendas a cargo da Habitat. Ao lado deles ainda aparece Juca de Oliveira, insinuando que quem depositar o seu Fundo 157 no Bradesco poderá ser "sócio do Brasil".

A rigor, a novidade está apenas na presença de Procópio, Walmor e Autran, porque atores de cinema, teatro ou de novelas sempre foram avidamente disputados pelas agências. Tarcisio Meira, Nei Latorraca, Sandra Barsotti, Suzana Vieira, Francisco Cuoco, Linda Gay, apenas para citar alguns, sempre estão vendendo alguma coisa. Mas Autran sempre foi avesso à tv e aos comerciais. Walmor é reincidente, embora não se possa dizer que seja um trabalho do seu inteiro agrado. E Procópio, pelo menos para o público gaúcho, é debutante, nesse tipo de atuação.

As razões? Do ponto de vista das agências, elas são muito claras. Vender café, geladeira ou margarina é uma coisa. Mas vender um apartamento caro ou uma letra de câmbio requer outro tipo de personagem. Procópio, por exemplo, tem uma

imagem definida: persistência, tranquilidade, sucesso, coisas que todos procuram. Quem melhor que Paulo Autran poderia dar um caráter olímpico (sem trocadilhos) ao edifício Olimpus? Trata-se de um ator famoso por sua atuação em peças clássicas, tragédias gregas e shakespearianas, e obviamente indicado para vender um produto para gente presumivelmente sofisticada.

A escolha de Walmor Chagas obedece a critérios semelhantes. As letras de câmbio já tiveram melhores tempos e a caderneta de poupança arrebatou o que sempre foi o sonho dos executivos da área de captação: o povão. Mais: a caderneta criou o hábito de poupar, através de uma mecânica simples, semelhante ao cheque ou talão de depósito bancário. Letra de câmbio já é diferente, tem prazo certo, cartas de recompra (ou acordo de cavalheiros, como preferiam) e, evidentemente, renda melhor. As vantagens, portanto, devem ser ditas por gente que sabe das coisas.

Aí, portanto, reside a explicação. As agências (MPM, para as letras de câmbio Maisonnave; Escala, para o edifício da Habitat; e a SGB do Rio, para a Crefisul) procuravam mais que atores. Procuravam gente que deveria ser reconhecida como pessoas que reconhecidamente sabem das coisas.

Do lado dos atores, parece que, diante das dificuldades que as atividades ditas culturais vêm enfrentando, Autran, Procópio e Walmor fizeram os anúncios por um único motivo: ganhar um dinheirinho com a tv, já que o teatro anda por baixo.

