Porto Alegre, Ano I, Número 7, Cr$ 1,00 Julho de 1976

Política na televisão

"Informação", um dos poucos programas sérios da televisão brasileira, apresentado ao vivo todas as segundas-feiras em São Paulo pela TV Bandeirantes, agora poderá ser apreciado sistematicamente pelos telespectadores gaúchos, pois o vídeo-tape é vendido à TV-Difusora (1).

Depois do debate que colocou frente a frente o senador gaúcho Paulo Brossard e o vice-governador paulista Antonio Gonçalves Filho, em julho passado, o apresentador Augusto Nunes (editor-assistente da seção Brasil na revista Veja) promete outros debates e entrevistas. Nesta semana, o senador Marcos Freire, MDB-PE, respondendo sozinho às perguntas porque o ex-ministro Jarbas Passarinho, senador da Arena paraense, não quis entrar num debate gravado (disse que só topava ao vivo). Dia 23, senador Virgílio Távora, Arena-CE, versus Saturnino Braga, MDB-RJ, num debate econômico. Todos esses programas serão transmitidos com atraso no sul. Mas o debate do dia 30 de agosto, reunindo os governadores Paulo Egydio Martins (São Paulo) e Synval Guazzelli (Rio Grande do Sul), poderá ser transmitido ao vivo.

Com esses programas, que duram de uma hora a uma hora e meia, Augusto Nunes, que costuma aparecer no vídeo o mínimo indispensável para fazer perguntas ou orientar os debates, pretende contornar, na medida do possível, as exigências da Lei Falcão, que só permite a apresentação do número e da foto dos candidatos às eleições municipais de novembro. Claro, "Informação" não levará candidatos ao programa, mas líderes partidários ou políticos que tenham alguma coisa a dizer.

(1) - Claro Gilberto, chefe de programação da TV Difusora, diz que aqui o programa deverá ir ao ar às 23h30min, às quartas-feiras.

Um jornal do MDB

Até o fim de agosto aparece um novo jornal brasileiro: **Oposição,** tablóide quinzenal, com tiragem inicial de 30 mil exemplares que pode chegar a 200 mil exemplares até novembro, segundo as previsões dos 15 redatores, repórteres, editores e diagramadores — escolhidos em Veja, O Estado de S. Paulo, Folha de São Paulo e Gazeta Mercantil — que resolveram trabalhar de graça, nas horas de folga, atendendo a um pedido do diretório estadual do MDB de São Paulo.

O jornal terá um sistema de autofinanciamento: cada diretório estadual do MDB comprará parte do jornal, onde serão incluídos temas oposicionistas locais. Na tiragem gaúcha, por exemplo, serão abordados temas como o problema da soja entre pequenos agricultores. Na tiragem pernambucana, uma ou duas páginas sobre os problemas da oposição de Pernambuco, cerceada pelo governador arenista Moura Cavalcanti.

A parte nacional do jornal permanecerá em todas as edições, tratando da redemocratização do país, dos problemas gerados pela política de concentração da renda, dos bóias-frias, dos pingentes, acidentes de trabalho, além de problemas rurais e urbanos. O jornal será distribuído gratuitamente pelos diretórios municipais do MDB e sindicatos, universidades, indústrias, mulheres.

Oposição, imaginado pela Juventude Democrática do MDB paulista, pretende unir o partido no período pré-eleitoral, mas tende a permanecer circulando depois de 15 de novembro. Este pelo menos é o desejo dos jornalistas que já estão trabalhando na confecção das reportagens do número um.

Reportagem e livro

A Ilha, um repórter brasileiro no país de Fidel Castro, é o título de um livro que acaba de ser editado pela Alfa Omega, de São Paulo. Trata-se de uma reportagem com 126 páginas, custando 38 cruzeiros, feita há pouco mais de um ano por Fernando Moraes (editor-assistente de Veja, ex-Visão e Jornal da Tarde), que passou dois meses em Cuba. A matéria permanecia inédita até agora, com exceção de alguns trechos transcritos pelo extinto jornal **Ex**, de São Paulo. No livro, há uma nota biográfica sobre o autor, prefácio de Antonio Callado e uma entrevista exclusiva com o segundo homem de Cuba, o vice-primeiro-ministro Carlos Rafael Rodriguez y Rodriguez. Quase metade da tiragem de cinco mil exemplares foi surpreendentemente comprada por países estrangeiros, como Portugal, Angola e Moçambique. Quem leu, disse que **A Ilha** é uma excelente reportagem, escrita num estilo simples, isento e desapaixonado. Está nas livrarias de Porto Alegre.

Mostra de fotografia

Os fotógrafos de Porto Alegre estão preparando para a segunda quinzena de agosto uma mostra livre de fotografia. Podem participar fotógrafos amadores e profissionais, sem restrição de tema, técnica e apresentação.

As inscrições são gratuitas e devem ser feitas nas agências: Diafragma (rua José do Patrocínio nº 104), Spectro (rua Sarmento Leite nº 882) e Focontexto (rua Vasco da Gama nº 321).

A janela e o capitão

Em São Paulo, um grupo de contistas vai tentar repetir o trabalho feito com êxito, aqui, com **Teia** e **Há Margem.** Faz parte do grupo o jornalista gaúcho Valdir Zwetsch, que recentemente lançou em São Paulo seu primeiro livro de contos, **O Fabricante de Sonhos.** Entre os que vão ser publicados nesse novo lançamento paulista, está o também gaúcho Licínio de Azevedo, com **O Capitão não ficava de Costas para a Janela.** Todos os trabalhos vão ser ilustrados. O de Licínio, por Santiago.

Free do Ministro

Uma carta, talvez publicada inadivertidamente na Folha de São Paulo, revelou que o ministro Maurício Rangel Reis, do Interior, está aviltando o mercado de trabalho jornalístico: o jornal havia lhe enviado um cheque de Cr$ 800,00, como pagamento por dois artigos. O Ministro escreveu, devolvendo o cheque para ser encaminhado a uma instituição de caridade.

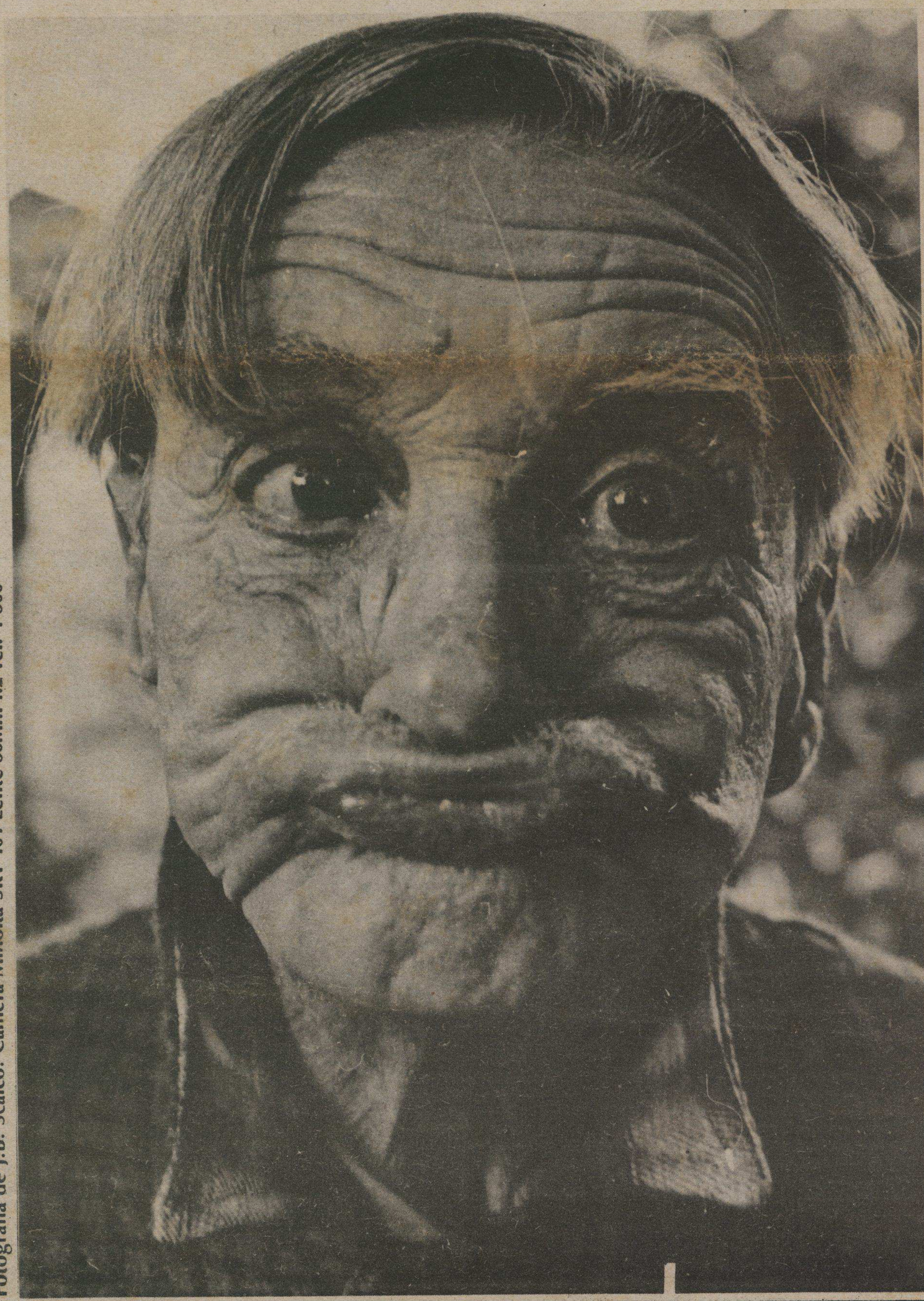
Pelo que se sabe, Rangel Reis não é jornalista e, conforme a sua própria carta, escrevera sem a intenção de receber dinheiro isto é, de graça e ocupando o espaço que deveria ser reservado a um profissional. O jornal publicou a carta e revelou o fato.

Duas edições

Este número do Coojornal, referente a julho, está circulando com um considerável atraso, mas enriquecido por um caderno sobre cooperativismo. Dia 31, deverá circular a edição de agosto, mostrando alguma coisa do que a Cooperativa dos Jornalistas de Porto Alegre fez em dois anos. Nessa mesma edição, os associados receberão outras informações muito importantes: como votar ou ser votado nas próximas eleições da Cooperativa.

O segundo aniversário, dia 24 de agosto, será comemorado no sábado 28, com um churrasco reunindo todos os associados (inscrições com Rosvita ou Elaine, na própria Coojornal).

coojornal
BOLETIM DA COOPERATIVA DOS JORNALISTAS DE PORTO ALEGRE



Fotografia de J.B. Scalco. Câmera Minolta SRT 101 Lente 50mm f.2 vel. 1-500

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 Britto Filho
Luiz Francisco Terra Júnior
Érico Valduga
João Borges de Souza
Tomás Irineo Pereira
Carlos Fernando Karnas

CONSELHO EDITORIAL - Elmar Bones da Costa, Gerson Ricardo Chaves, 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
ADMINISTRAÇÃO - Eládio Dias Vieira da Cunha
EDITOR-RESPONSAVEL - Elmar Bones da Costa

REDAÇÃO - Adélia Porto da Silva, Ademar Vargas de Freitas, Affonso Ritter, Ângela Beatriz Sória Riccordi, Antonio Britto Filho, Antônio Dreon Peres, Athur 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, Érico Valduga, Erni Quaresma, Euclides Torres, Floriano Soares, Gládis 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, Luís 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, Otacílio Grivot, Paulo de Tarso Riccordi, 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, Maristela Bairros, Luiz Rache Vitello Fº, Telmo Zanini, Iara Bendati, Afonso Licks, Rogério Mendelski, Vitor Hugo Sperb, Ana Amélia 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, Laila Pinheiro, Marinória 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 Nascentes, Edgar Lisboa, Carlos Karnas, Valdir Barbosa Paz, Ivan Pinheiro Machado, Maroni 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, Tânia Faillace, Santa Irene da Rosa, Paulo Denis Pereira, Pedro Macedo, Terezinha Figueiredo, Iaraporan Müller, Zélia Leal, Luiz Alberto Arteche, Neuza Maria Ribeiro, Marcos Antonio Baggio, Edna Della Nina, Armindo Antônio Ranzolin, Vilmo Medeiros, Paulo Poli, André Jockyman, Jayme Copstein, Raul Rübenich, Cíntia Leal, Leonardo Berlese Dourado, João Paulo M. Lacerda, Luiz Fernando Silva, Verlaine Silveira, Adroaldo Spíndola Correa, Vera D. Barcelos, Sibyla Loureiro, Maria da Graça Seligman, Humberto Andreata, Christa Kuschick, Luiz Carlos Mello, Wladymir Ungaretti, Danilo Miralles, José Luiz Chiarelli, Fernando Dibe Pinto, Feoriano Correa, Milton Machado, Miriam Tereza Chagas de Moura, Paulo Antonio Fogaça, Severino Góes, Fernando Guedes, Maria da Graça da Silva, Walmaro Paz, Ana Elusa Rech, Milton Wels, Maria Helena Brancer, Maria Luísa Paim, Júlio Carneiro Sortica, Ana Maria P. Lopes de Almeida, Edson Chaves Filho, Najar Tubino, Marise de Martini Fetter, Alfredo Fedrizzi, Carlos Dornelles, Ricardo Schmitt, Carmen Laviaguerra Silveira, Nelson Baibich, Francisco Daniel L. Silva, Orlando Carlos Brasil, Vera Teresa Costa, José Emanuel Gomes de Mattos, Maria Eloir da Silveira, Ilza Maria Tourinho Girardi.

FOTOGRAFIA - Ricardo Chaves, Leonid Streliaev, J.B. Scalco, Carlos Rodrigues, Jaime Klintowitz, Silvio Ferreira, Gerson Schirmer, Olívio Lamas, Sérgio Arnoud, Luís Abreu, Edgar Planella, Assis Hofmann, Antonio Carlos Mafalda, Maria Eneida Serrano, Jacqueline Joner, Afonso Abraham Lheurex, Fernando Augusto Bueno, Hipólito Pereira, Luiz Kozminski e Jurandir Silveira.

ARTE - Ronaldo Westermann, Julieta Nunes Pereira, Leo Tavejnhansky, Ademir Fontoura, Maria da Graça Guindani, Maria Inês Burger, Lilian Bem David, Nilson Figueiredo, Bigi Polydoro, Neuza Tasca, Jorge Fernando Gallina, Evaldo José Gonçalves, Carlos Milton de Góz Rios.

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

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

CIRCULAÇÃO - Carlos Alberto Wagner

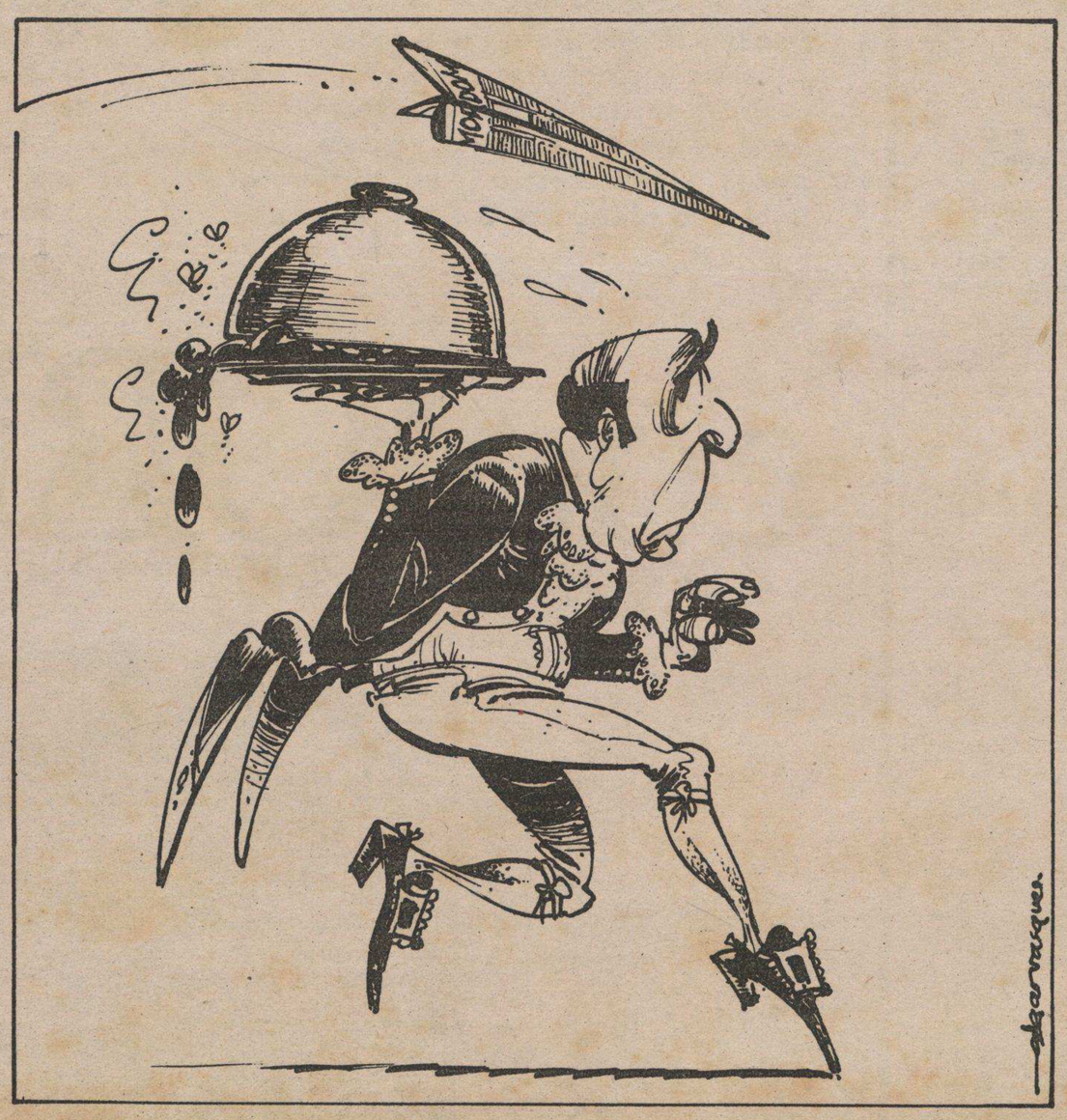
CORRESPONDÊNCIA para Rua Comendador Coruja, 372 Fones 24-0951 e 21-8984, Porto Alegre, RS.

Novos sócios

Nas últimas reuniões da Diretoria da Cooperativa foram admitidos os seguintes novos sócios: Juarez Fonseca, Carlos Gilberto Xavier da Rocha, Renato Kern, Vera Suzana Kern, Helton Ricardo Barreto, Higino Cosme Barros, José Enedir Francisco, José Roberto Barbosa Garcez, Luiz Telmo Bittencourt Emerim, Valdir da Silva, Norberto Hoffmann, Sérgio Batsow, Cândido Augusto Cruz, Luiz Carlos Rosa Felizardo, Francisco Juska Filho, Carlos Rafael Guimaraens Filho, Gilberto Ribas dos Santos, Carlos Frederico Menz, Eduardo Serrano Sam Martin e Eugênio de Faria Neves.

Com estes, sobe a 258 o número de associados da Coojornal.

As denúncias do "Estadão" contra os superfuncionários ou Como fazer uma reportagem totalmente "off the records"



"Em trinta anos de jornal eu nunca havia visto uma reportagem repercutir tanto", confessou Julio de Mesquita Neto, diretor do **Estadão**, ao falar a um repórter da **Veja** sobre a melhor reportagem publicada na imprensa brasileira nos últimos anos e contando como vivem os superfuncionários públicos, desde ministros até o chamado segundo ou terceiro escalão.

Colhida totalmente em **off**, a matéria foi apurada por 40 repórteres do Estadão, de maio a julho, e antes mesmo de ser publicada já provocava providências do governo. Foi a pressão dos jornalistas junto às fontes que levou o presidente da República a determinar redução de despesas com carros e mordomia nas casas de ministros e altos funcionários.

Apesar dessas restrições, sobrou muito material para a reportagem, publicada de 1º a 4 de agosto nas páginas políticas do jornal e seguida de imediata repercussão em todo o país, onde deputados da Arena e do MDB, além de elogiar o trabalho, disputavam pelo direito de pedir a transcrição das denúncias nos anais. Ministros e superfuncionários tratavam de negar certas denúncias ("não confere", disse o ministro do Trabalho, Arnaldo da Costa Prieto, ao falar sobre os 28 funcionários que teria em sua supercasa), enquanto o governador do Mato Grosso, Garcia Neto, acusado de dar emprego a parentes e contraparentes, ameaçava aplicar a Lei de Segurança Nacional contra o deputado do MDB que fizera as denúncias. Já o líder da Arena na Câmara dos Deputados, José Bonifácio Lafayete de Andrade, afirmava que a reportagem era uma jogada dos comunistas infiltrados nas multinacionais para desacreditar o governo.

REPERCUSSÃO

Nenhuma reportagem teve tanta repercussão nos últimos anos na imprensa brasileira. Foi sugerida em maio pelo redator-chefe Fernando Pedreira, após ler um capítulo do livro **Assim Vivem os Russos**, que relatava as regalias oferecidas aos altos funcionários soviéticos. Quem pegou a "pedreira" foi Ricardo Kotscho, 28 anos, que há dez anos trabalha no **Estadão.** Sua primeira providência foi viajar até o Rio, onde passou alguns dias colhendo histórias entre colegas de profissão (a vida nababesca dos altos funcionários estatais é bastante conhecida, só faltava reunir tudo como fez o **Estadão**). Sede de várias empresas estatais como o BNH, BNDE, Caixa Econômica Federal, Petrobrás e recentemente até de alguns ministérios (o ex-ministro Delfim Netto, da Fazenda, permaneceu no Rio até o final da sua gestão), o Rio de Janeiro acabou fornecendo a pauta geral da reportagem.

Segundo Kotscho, as denúncias só eram consideradas publicáveis quando confirmadas pelo menos por duas fontes. O levantamento e a checagem do material foram feitos grande parte em Brasília, pela repórter Hebe Guimarães, que possui bom acesso a fontes políticas da capital. O trabalho acabou preocupando o governo, que começou a soltar portarias antes mesmo da publicação, prevista para agosto, época da reabertura do Congresso. Foi publicada alguns dias antes da data prevista porque o início da regulamentação da mordomia ameaçava esvaziar a matéria.

Segundo Fernando Pedreira, "nossa intenção foi apenas mostrar o que existe". Segundo Julio Mesquita Neto, "publicamos porque a imprensa tem obrigação de mostrar o que está errado no país. Não acho que tenhamos revelado nada, simplesmente denunciamos para que o governo tomasse providências. E ele está tomando".

Sem entrar em detalhes, Mesquita confessou ao repórter de Veja que foi entrevistá-lo que "está havendo pressões". São evidentemente bem menores do que as pressões existentes no governo anterior, que submeteu o **Estadão** a uma censura bastante prolongada e, segundo Mesquita, teria impedido as denúncias contra as regalias dos superfuncionários.

Uma boa conclusão de tudo isso é tirada pelo próprio Mesquita: se houvesse mais liberdade de imprensa, as denúncias teriam sido feitas antes. Sem censura, "as coisas não teriam chegado ao ponto em que chegaram".

Como reclamar sem se comprometer

Pela atual legislação, quando um jornalista quer que todos os seus direitos sejam observados pela empresa em que trabalha e isso não acontece, deve apresentar uma reclamatória nominal à Delegacia Regional do Trabalho. Em outras palavras, se suas horas extras não estão sendo pagas, se foi obrigado a assinar contratos de trabalho para uma jornada demais de cinco horas diárias mais duas extras, tem de reclamar para que a legislação seja cumprida e assinar em baixo.

Agora o Sindicato dos Jornalistas no Estado de São Paulo, através de seus associados, acaba de dar um exemplo de como solucionar esse impasse, com base numa série de reivindicações de jornalistas que trabalhavam em **O Estado de S. Paulo.** O presidente do Sindicato, Audálio Dantas, conta que no início do ano foi procurado por alguns jornalistas que viam seus direitos não observados por aquela empresa jornalística. Alguns desses direitos e inobservâncias da legislação: jornada diária de 10 horas, não pagamento de horas extras, direitos autorais não pagos, colaboradores que de um momento para outro executavam todas as tarefas de jornalistas mas não mantinham qualquer vínculo empregatício com a empresa.

De início, oito jornalistas procuraram o Sindicato. Porém não decidiram fazer logo a reivindicação a fim de estudar melhor a forma de luta, temendo represálias caso aquele pequeno número fizesse uma reclamação individual e nominal. As reuniões passaram a ser semanais e esse pequeno núcleo influiu dentro da redação do jornal. Em fevereiro, cerca de 100 jornalistas reuniam-se semanalmente no sindicato para discutir a situação:

— Levantaram então tudo o que de ilegal era feito contra a classe por **O Estado** e a partir desse momento o Sindicato passou a representar o grupo junto à empresa, explica Audálio.

O próprio presidente do Sindicato foi falar com a direção do **Estadão** e Jornal da Tarde. A resposta ficou para mais tarde:

— Vamos estudar esse documento, respondeu Júlio Mesquita.

Como esse estudo demorasse muito, o Sindicato enviou dois ofícios à empresa e procurou novo contato direto. Em maio, finalmente, veio a resposta, com o **Estadão** reconhecendo e passando a cumprir seis das 12 reivindicações apresentadas.

— Só assim se evitou que uma reivindicação nominal e individual fosse seguida de represálias, como dispensa, diz Audálio Dantas. E mais: o pequeno núcleo de oito que virou 100 está conscientizado e de fácil mobilização.

Os nossos colegas na política

Vários jornalistas são candidatos a postos políticos nas próximas eleições em Porto Alegre, Caxias e Pelotas. Uma rápida pesquisa realizada nas três cidades indica que o número fica em torno de 20 e vários outros não aceitaram o convite. O que fazem eles em seus órgãos de divulgação?

Segundo a mesma pesquisa, quatro dos cinco candidatos porto-alegrenses são intimamente ligados ao futebol. Em Pelotas, dos oito candidatos apenas um é ligado ao esporte, enquanto dois são discófilos, um é locutor e os outros quatro mantêm programas variados que poderiam ser chamados de «de reclamação». Em Caxias, o quadro é variado, também. Dos seis candidatos um é locutor e apresentador de noticiários, um é colunista social, um é ex-integrante de rádio-teatro e o quarto ex-chefe de sucursal. Dois deles costumam dizer que "já militaram na imprensa".

Segundo o Novo Dicionário Aurélio, a primeira das dez definições da palavra política é "ciência dos fenômenos referentes ao Estado; ciência política". Curiosamente, tanto a Arena como o MDB parece que não encontraram nomes à altura dos cargos nas áreas mais afins nos órgãos de comunicação, mas em outras que, se lembrarmos da referência ao pão e circo, estão bem mais próximas ao circo. O futebol, por exemplo.

Em Porto Alegre, Paulo Santana, vereador eleito pela Arena e que concorre à reeleição, é colunista esportivo da Zero Hora e faz parte de um programa no canal 12. Larry Pinto de Faria, também candidato à reeleição pela Arena, é ex-jogador de futebol e comentarista da Tv Difusora. João Batista Mello Filho é chefe da equipe de esportes da Tv Piratini, e concorre pela primeira vez, pelo MDB. Assim como Ibsen Pinheiro, que também concorre pelo MDB, mantém uma coluna na Zero Hora e faz parte de um programa na Tv Gaúcha.

Unhas encravadas, cartões amarelos, cotovelaços, estiramentos e tardes engalanadas povoam o dia-a-dia dos nossos futuros dirigentes políticos. Mas seria uma injustiça afirmar que a atividade desses futuros legisladores se resume a analisar o que se passa dentro do alambrado, o que pode ser comprovado pela atuação de Paulo Santana na atual legislatura. Sua sugestão de maior sucesso foi a de cercar a Praça da Redenção.

Em Caxias do Sul a briga pela própria prefeitura se desenvolve entre dois contendores que apreciam dizer que "já militaram na imprensa". Pelo MDB concorre, Mansueto Serafini Filho, que alcançou bastante êxito num programa do Caxias Magazine, de sua propriedade, o que levou seus adversários a afirmar que ele é diretor de si mesmo. Mas antes, Mansueto mantinha um horário na Tv Caxias, utilizado para criticar as falhas da atual administração. Ele vem sendo apontado como provável vencedor, ainda que seu concorrente tenha sido hábil no manejo de sua vocação jornalística: Victor Faccioni, que concorre pela Arena. Ex-chefe da Casa Civil do governador Triches, montou um dos mais perfeitos esquemas de distribuição de press-releases do governo do estado e seu nome permaneceu, assim, na pauta das notícias por muito tempo. Ultimamente o economista mantinha coluna assinada, sobre assuntos variados, no jornal Diário de Notícias.

Ainda em Caxias, o MDB concorre com duas figuras conhecidas à câmara de vereadores. Uma é a candidata Carmem Tomasi, ex-rádio-atriz e agora pertencente à alta sociedade. Atualmente participa de um programa de debates populares. Outro, é o locutor de notícias Vivaldo Vargas que, nas horas vagas, é o Rei Momo da cidade. Vargas pretende ligar seu nome ao do ex-presidente Vargas já que nas outras três tentativas que fez para ser eleito não foi feliz.

Os arenistas são Mário Gardelin, ex-chefe da sucursal da Caldas Júnior, ex-candidato a deputado federal e que hoje é redator-chefe de **O Pioneiro.** E, ainda, o fino e educado Paulo Gargioni, cronista social pago para divulgar a sociedade caxiense. Certamente uma boa referência.

Pelotas

Em Pelotas o vereador mais votado em 73, pelo MDB, divulgava música jovem através da Rádio Universidade. Sua voz, dizem os eleitores, é parecida com a de Roberto Carlos. Por isso, talvez, a justa homenagem que Mário Antônio Holvorcem fez, em sua primeira aparição na câmara: solicitou que fosse enviado ao cantor um telegrama de cumprimentos pela passagem de seu aniversário. Mas o que mais chama a atenção entre os candidatos jornalistas de Pelotas é sua convicção partidária. Glênio Freitas, da Rádio Universidade, pretendia concorrer pelo MDB, a exemplo do que fizera em 1972, mas foi vetado. No outro dia, confessava ao prefeito Ari Alcântara toda sua admiração pela administração arenista na cidade, que antes ele imcompreensivelmente não via. E passou da acusação aos elogios rasgados em seu programa matinal. Com o ex-radialista da Cultura e Tupanci, Henrique Porto, ocorreu o mesmo fenômeno: dizia-se emedebista até que surgiu a possibilidade de concorrer pela Arena. E explica sua profunda convicção nos propósitos da Arena com uma frase bastante clara: "Eles me convidaram primeiro".

A predileção dos partidos por candidatos que tenham emissoras de rádio, televisão e colunas de jornal à disposição, parece diretamente ligada ao fato de que aos outros restou apenas a oportunidade de mostrar um bonequinho 3 x 4, de passagem bastante efêmera pelo vídeo. Mas é preciso deixar claro que nem todos foram convidados por divulgarem Roberto Carlos ou serem atraídos por Alcino. Há candidatos que, mesmo discutindo futebol ao meio-dia, é lícito esperar que revalorizem a Câmara de Vereadores de Porto Alegre. Para entender certas escolhas, entretanto, é preciso recorrer à última definição que Buarque de Holanda dá à palavra política: "astúcia, ardil, artifício, esperteza" — predicados de tantos outros, ao menos a julgar pelo espaço que conseguem nos órgãos de divulgação. Mas mesmo assim não é certo que estas sejam condições suficientes para tratar a política, uma ciência. Talvez por isso a preocupação do Presidente Geisel, estampada nas manchetes dos jornais, pedindo aos partidos que dêem opções para os eleitores. Mesmo porque se não houver estas opções, estes mesmos partidos terão certamente algumas dificuldades para atender a um pedido anterior: imaginação criadora, por parte dos políticos. Pena, entretanto, que não tenha feito o mesmo pedido ao seu ministro Armando Falcão — que proibiu os debates dos candidatos, pela televisão.

APLUB quer dizer tudo certo.
Tão certo como dois e dois são quatro.

A Aplub tem quatro maneiras de deixar tudo certo para você e para as pessoas que você gosta.

1 PLANO PENSÃO
2 PLANO PECÚLIO
3 PLANO APOSENTADORIA
PLANO ACIDENTES PESSOAIS

Todos eles, reajustáveis.
Pense nos planos da Aplub.

PREVIDÊNCIA APLUB

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

Bom seminário, pouco interesse

Os melhores profissionais da fotografia do País estiveram em Porto Alegre, em julho, participando de um seminário. O programa foi bom, a discussão foi ampla. De um modo geral, os fotógrafos dos jornais daqui não compareceram.

Com a duração de 15 dias (de 7 a 23 de julho) o Instituto Cultural Brasileiro-Alemão e a agência Focontexto promoveram, no auditório do ICBA, um seminário de fotografia para profissionais e amadores que pretendem ingressar no mercado fotográfico. O seminário constou de seis palestras (Foto Jornalística, História da Fotografia, Foto-Cine Gaúcho, Agência de Fotografia e Foto Publicitária) e duas mesas redondas sobre foto na imprensa e na publicidade.

Apesar da importância dada no encontro ao papel da foto na imprensa e seus problemas, os repórteres fotográficos dos jornais da cidade — com raras exceções — estiveram ausentes da promoção.

Assis Hoffmann, da Focontexto, vê nessa ausência generalizada o desinteresse dos profissionais em aumentar seus conhecimentos técnicos e discutir seus problemas.

Durante o seminário, dois problemas da foto jornalística destacaram-se dos demais: a edição de fotos, e a insuficiência técnica de muitos fotógrafos de imprensa, por falta de uma escola específica de fotografia.

Cristiano Mascaro (USP, antigo fotógrafo da Veja) e Luiz Humberto (sucursal de Veja, em Brasília) são de opinião que a falta de critérios e mesmo de capacitação profissional de editores e diagramadores impedem o bom aproveitamento do material de ilustração por cortes inadequados, seleção deficiente e outros detalhes. Mascaro dá como exemplo a situação de Veja, onde a foto a cor era determinada pela importância da matéria escrita e não pelas condições objetivas do tema.

QUALIFICAÇÃO

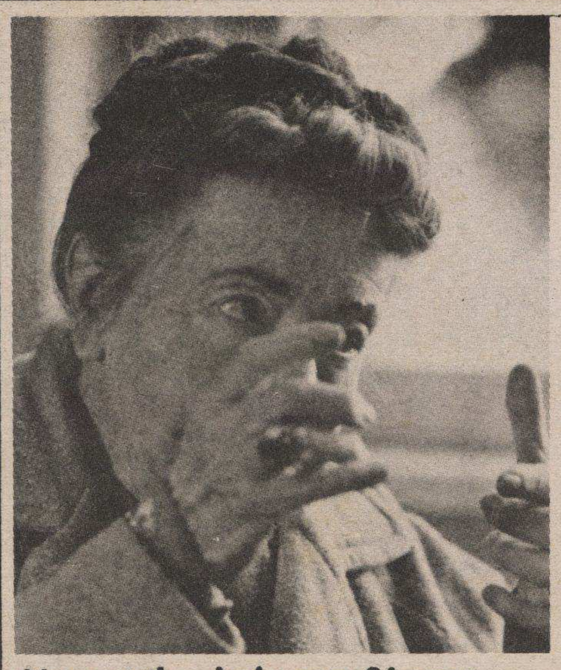
A falta de qualificação profissional de grande parte dos fotógrafos de imprensa também foi preocupação do seminário. Cristiano Mascaro lembrou o caso dos fotógrafos do Jornal da Tarde que evitam até passar pela redação, e Sérgio Jorge, que trabalhou no Estúdio Abril, que atribui esse despreparo ao autodidatismo do fotógrafo brasileiro, "enquanto o profissional americano, por exemplo, tem uma escola para aprender".

Ainda no aspecto de qualidade dos trabalhos, Luiz Humberto levantou a situação criada com o decreto que retringiu a importação de material fotográfico, taxando-o como supérfluo. "A Kodak, diz ele, vende no Brasil produtos que foram proibidos em outros países" — o que vem provocando a decadência técnica da fotografia brasileira, pois os produtos nacionais são de baixa qualidade.

Luiz Humberto reconhece também que a fotografia estrangeira costuma desalojar a nacional na imprensa. Deu como exemplo uma edição de Manchete em que 60% das fotos eram estrangeiras. Agravando essa rejeição do trabalho local e nacional, e o pouco interesse em motivá-lo para crescer e aperfeiçoar-se, existe ainda o impasse em que ficou o projeto de direito autoral, arquivado em Brasília.

Assim, as fotos são creditadas a seus autores segundo o critério exclusivo dos editores, e em sua republicação, o nome do fotógrafo é simplesmente omitido, perdendo ele todo o direito com relação à foto.

O seminário foi encerrado com a exibição de um filme super-8 sobre o Estúdio Abril por Sérgio Jorge.



Margarethe, hoje com 84 anos...

e o seu trabalho

Margarethe, a ex-fotógrafa

Na esquina da Ramiro Barcelos com a Vasco da Gama ainda existe um casarão construído no fim do século passado. Lá dentro há 26 quartos, seis banheiros e um auditório. Os quartos estão alugados e garantem a sobrevivência econômica da proprietária, Margarethe Shoenwald Shueder, de 84 anos e de seu marido, Hugo, de 77 anos. Hoje, Margarethe pinta e escreve poesias, mas fala com saudade do tempo em que era a única fotógrafa da cidade e afirma que por "motivos de ordem particular" não pode atender o convite para participar do Seminário de Fotografia.

Coojornal - Como a senhora trabalhava?

Margarethe - O meu pai, Otto, foi o primeiro fotógrafo de Porto Alegre. Nós tínhamos um estúdio aqui em casa. Eu comecei ajudando e trabalhando com ele. Usávamos o sistema **daguerrétipies,** que consistia basicamente em colocar uma camada de nitrato de prata em cima de uma placa de vidro. Ali se projetava o que se queria reproduzir e depois, numa sala escura e usando fórmulas feitas pelo meu pai, a foto era fixada. Tivemos o maior atelier das Américas, durante a década de 20. Era preciso improvisar muita coisa. Por exemplo, tivemos que colocar clarabóias no telhado para iluminar o estúdio. Nós éramos retratistas, mas tirávamos fotos artísticas, trabalhadas. Algumas eram pintadas à mão. A alta sociedade porto-alegrense era nossa cliente.

Coojornal - A senhora chegou a fotografar para os jornais?

Margarethe - Não, nunca trabalhei para os jornais. Mas bati muitas fotos-documento. Eu tinha carta-branca do governador Borges de Medeiros. Com essa carta podia andar em qualquer lugar e ninguém tinha coragem de molestar. Fiz uma viagem ao Alto Uruguai e tirei fotos incríveis. Isso na década de 20. Nessa viagem ouvi muitos comentários pelo fato de ser mulher. Mas abria a sacola e tirava a carta-branca: todo o mundo se calava.

Coojornal - Por que a senhora deixou a fotografia?

Margarethe - Bom, depois que casei, isso em 1927, fui para a Europa e comecei a estudar pintura. A pintura me satisfaz muito mais que a fotografia, principalmente porque fotografia requer muita técnica. A pintura não, é arte pura, é a arte final de um pensamento. Mas eu ainda gosto de fotografia clássica, aquela foto que também é arte. Hoje, me dedico à poesia e à pintura. Duas ou três vezes por ano organizo concertos no auditório, lá de casa.

Quando fui à Europa comprei muito equipamento fotográfico. Mas durante a guerra, estava na Alemanha e os americanos destruíram tudo. Quanto a fotografia, admiro aqueles que conseguem fazer de cada foto uma obra de arte. Isso é muito raro, hoje em dia.

Olavo: fotos das revoluções

A luta pela regulamentação da profissão não é nova. Olavo Dutra, com 78 anos e desde os 25 trabalhando como fotógrafo, afirma que hoje está cansado, mas durante muito tempo brigou pela melhoria do nível profissional e pela regulamentação da atividade. Também o decreto considerando supérfluo o material fotográfico importado, não é novidade para Olavo Dutra, que continua trabalhando no seu estúdio, na avenida Teresópolis, 3716. Dutra foi um dos convidados do Seminário de Fotografia.

Coojornal - O senhor é um dos fundadores da Associação dos Fotógrafos Profissionais. Por que ela deixou de atuar?

Olavo Dutra - Nós fundamos a Associação com a intenção de melhorar o nível profissional, havia essa necessidade já naquela época, isso foi lá por 1940. Entre 46 e 54 tínhamos até uma revista, "O Fotógrafo". Fizemos várias exposições e se conseguiu até, que o Senac oficializasse um curso de fotografia. Depois de 54, houve uma espécie de marasmo entre os profissionais e até hoje a Associação continua amorfa. Muita gente condena o Foto Cine Clube Gaúcho, mas é a única chance de alguém aprender fotografia.

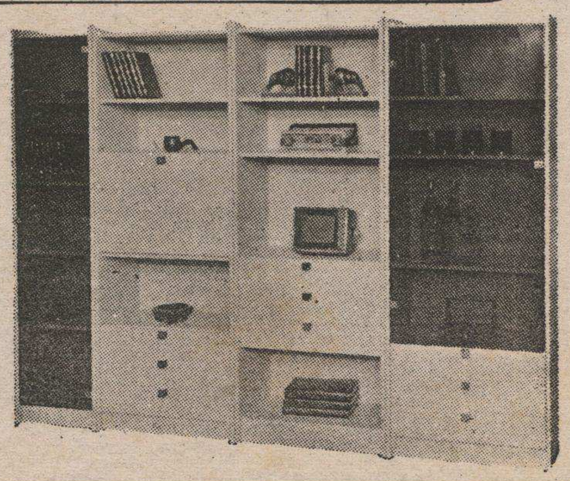
Coojornal - Como foi sua atuação na fotografia jornalística?

Olavo Dutra - Eu iniciei minha atuação nos jornais, mas não trabalhava num só. Tinha uma agência e distribuía fotos para os dois grandes jornais da época: Diário de Notícias e Correio do Povo. Eles gostavam muito de retratos. Tirei muitas fotos das revoluções da Rua da Praia, lá por 1930.

Coojornal - Como o senhor trabalha hoje?

Olavo Dutra - Bom, já me aposentei, mas continuo com meu estúdio. Continuo batendo fotos principalmente para galerias, porque em muitos lugares eu bati a primeira foto da série. Hoje é muito mais fácil. A máquina é menor e podemos bater quantas chapas forem necessárias. Antes tentávamos limitar o máximo o número de chapas batidas.

CIMO lançou esta linha de extraordinária versatilidade. Neste conjunto, as gavetas e as mesinhas auxiliares são opcionais. E podem ser compradas em separado. São peças moduláveis, com a tradicional perfeição CIMO, para compor o ambiente ideal para os seus negócios.



Preços especiais de lançamento.
Pagamentos até 24 meses.

MÓVEIS CIMO
Uruguai, 45 - Fone 24-2200
Osvaldo Aranha, 612
Em Pelotas: Marechal Floriano, 170 A

Supervisão

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

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

SANDUÍCHE DE PATÊ

Apanhe uma lata de patê e Margarina Primor correspondente à metade da quantidade de patê. Misture bem o patê com a margarina e coloque uma camada desta mistura entre duas fatias de pão de forma, cortadas no formato que você desejar.

SANDUÍCHE KAI

Corte um pão branco em fatias geométricas (quadrados ou triângulos). Passe sobre elas uma leve camada de Margarina Primor. Coloque sobre a primeira fatia de pão, uma rodela de salame tipo Rio Grande, e sobre esta, uma fatia de pepino. Nova fatia de pão, outra fatia de salame, uma fatia de ovo cozido e sardinha.
Arranje com arte.

DRY MARTINI

4/5 de gim, 1/5 de vermute seco. Decore com casquinha de limão ou azeitona.

GIM FIZZ

Coloque na coqueteleira alguns pedaços de gelo e suco de meio limão. Adoce com duas colheres (de chá) de açúcar.
Adicione um cálice de gim e bata bastante. Sirva num copo médio sem pé, enchendo com água gaseificada.

OLD FASHIONED

Uma ou duas gotas de angostura sobre um tablete de açúcar, água de soda, suficiente para dissolver o açúcar, uma dose e meia de Bourbon, duas ou três pedras de gelo, uma rodela de laranja com casca, outra de limão e uma cereja. Prepare no próprio copo.

DAIQUIRI

3/4 de rum, 1/4 de suco de limão, uma colher (de chá) de açúcar. Prepare na coqueteleira. Sirva com gelo picado.

CHAMPAGNE COCKTAIL

Coloque duas ou três gotas de angostura sobre uma pedra de açúcar e encha o copo de champanhe. Se quiser, adicione meia dose de conhaque.
Docore com duas rodelas de laranja.

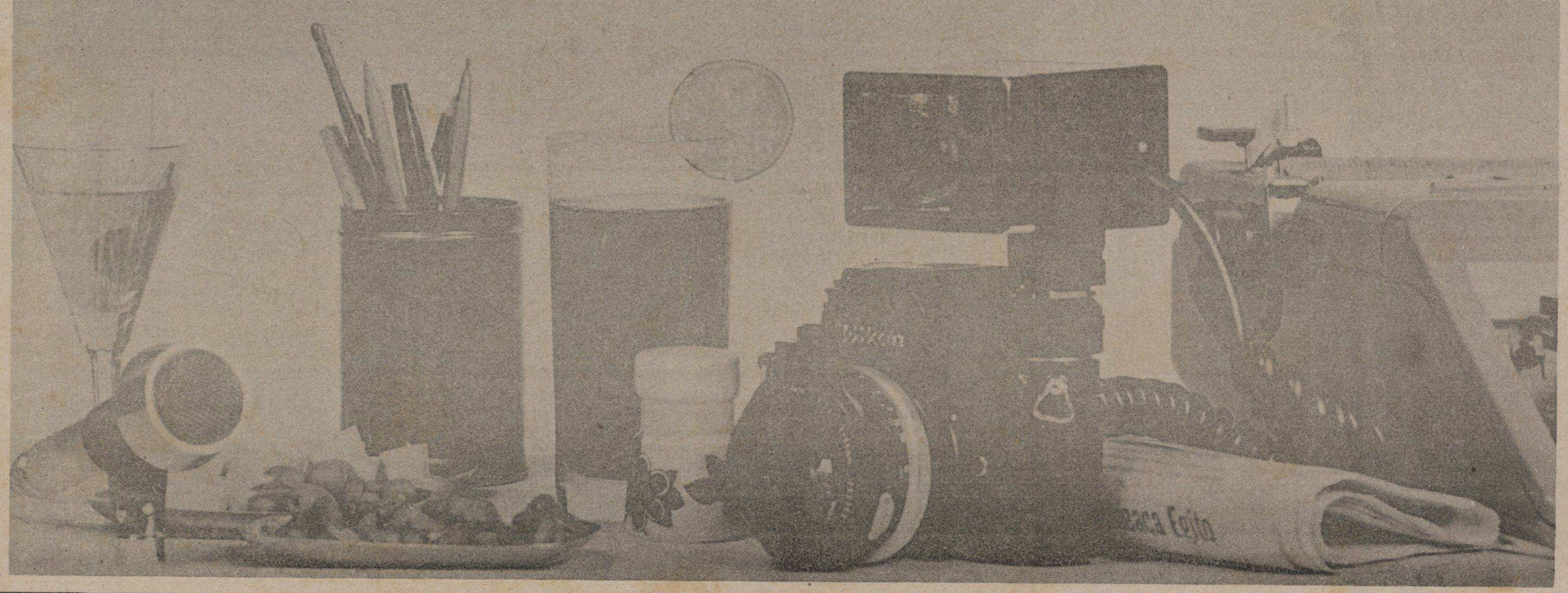
CANAPÉ DE PRESUNTO

Apanhe algumas fatias de pão de forma. Passe sobre elas uma leve camada de Margarina Primor.
Sobre cada fatia de pão, coloque uma fatia de presunto (cru ou cozido). Acrescente, se quiser, uma fatia de queijo.
Decore com azeitonas ou pepino.

SANDUÍCHE PINOCCHIO

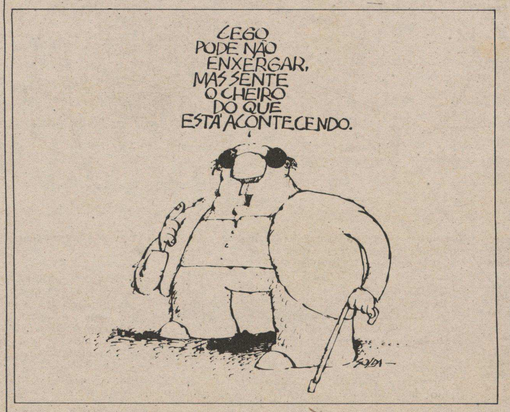
Passe sobre fatias de pão preto uma leve camada de Margarina Primor e coloque sobre elas fatias de presunto polvilhadas com amendoim moído. Cubra-as com maionese.

Em tempo: pastel só com Óleo Primor.

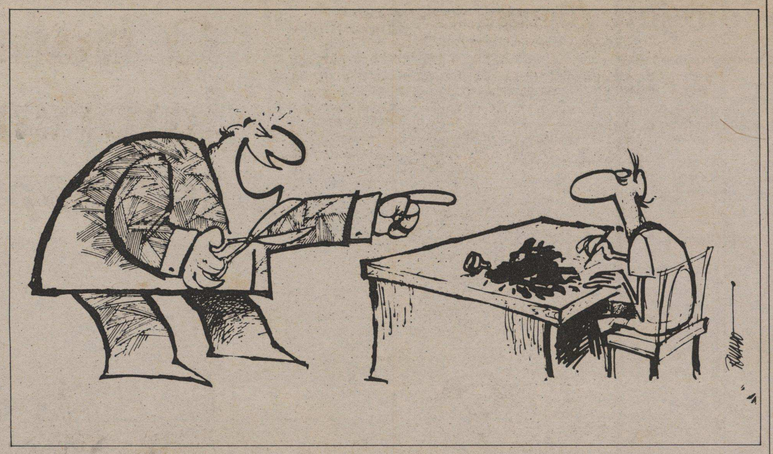


O humorista e o seu papel na imprensa: questionar tudo e todos, até mesmo seu emprego

Em junho, durante a realização da exposição **Humor nos Eixos,** Juarez Fonseca coordenou uma entrevista-debate com quatro profissionais: o paulista Antônio Carlos **Nicoliélo,** o paranaense Luiz Antônio **Solda** e os gaúchos Guaraci **Fraga** e **Ronaldo** Westermann. O encontro durou toda uma manhã de sábado e nele discutiram-se aspectos importantes da profissão: o posicionamento do humorista em relação ao seu emprego, a valorização da classe, o atual movimento de humor no país. A seguir, o resultado, sem humor:



Debate sobre o cartum



Coojornal - Que tipo de público compra o cartum? É um tipo de público bem definido?

Nicoliélo - Geralmente é o pessoal que entende, que gosta de ver isso em revistas, que já se identificou, se acostumou com o material...

Fraga - Eu não colocaria em primeiro plano o interesse em vender. Mais importante do que o simples fato de vender, o dinheiro resultante de uma venda seria uma recompensa pelas despesas que a gente tem, que teve com o **Humor nos Eixos**, por exemplo...

Nicoliélo - Isso, mas também a possibilidade que se oferece às pessoas que gostam, de levar os trabalhos para casa.

Fraga - Uma coisa que realmente cresce em importância, é o fato da gente tentar reunir, através de exposições, não apenas humoristas de uma mesma região, mas também de vários estados, como aconteceu em **Humor nos Eixos.** Então o fato de vender, de colocar quadros ao alcance de um público — por mais respeitável que seja esse público — perde em importância diante do fato da gente estar tentando se organizar nacionalmente, como classe, como profissão. Os quadros são bem elaborados, bem apresentados, e custam **xis** simplesmente pra trazer algum retorno para nós, e isso não quer dizer que a gente está tentando só lucrar e vender...

Coojornal - Outro aspecto da questão é que muitos desses humoristas trabalham em jornais ou revistas, mas muitos não têm emprego fixo, vivem de free-lancer. Por que haveria um preconceito contra a venda de trabalhos de humor? O desenhista faz o desenho e vai vender seu trabalho, profissionalmente. Todos não vendemos nosso trabalho, de uma forma ou outra?

Nicoliélo - Essas exposições, ao lado disso, obrigam também o cartunista a aprimorar técnicas, a trabalhar, a estudar. Muitas vezes, também, a gente descobre alguma coisa e não pode aplicar no jornal, a reprodução não dá, o tipo de comunicação não permite.

Ronaldo - Ontem um cara me encontrou na rua e disse: "Pô, 500 cruzeiros por um cartum? Isso é um roubo, vocês estão fazendo picaretagem; por que vocês não pegam o cartum de vocês, reproduzem e vendem a um pila a cópia?" Aí eu falei: pra fazer isso, primeiro tenho que vender os meus a 500, porque ninguém vai me financiar...

Fraga - Mas é uma posição muito ruim pro humorista quando ele tem que justificar seu trabalho. Esse tipo de diálogo eu não alimento...

Ronaldo - Esse cara é o Janer Cristaldo. Ele disse: "eu até gosto de cartum, mas não sei, acho que é uma picaretagem, não é uma forma de arte", e eu não podia discutir com ele mesmo...

Nicoliélo - A questão de preço é uma coisa que chega ao limite do subjetivo. Eu acho que todo cartunista, pelo menos o profissional consciente, trabalha não vendo o preço, entende? Esse preço nos é pago pelas flutuações do mercado como qualquer outra mercadoria...

Fraga - Uma folha de papel custa 90 cruzeiros, na moldura e na plastificação cada um gastou 120 cruzeiros: não tem cabimento a gente cobrar menos de 500 cruzeiros... não se recupera nem o material gasto...

Nicoliélo - Como eu disse, é uma questão subjetiva, porque o Alcy acha que seria muito melhor que o cartum dele fosse impresso numa revista e um maior número de pessoas visse, e não um chegar, comprar e levar...

Coojornal - Em termos de artes plásticas propriamente ditas, existem 500 sujeitos especificamente pensando em fazer uma obra para ser vendida, uma obra de consumo. No caso do humor parece que não há essa preocupação mercantilista como um objeto primeiro, parece que o humor vem antes dessa jogada da galeria...

Fraga - Eu estou interessado justamente em promover o cartum, o humorismo. Na verdade, quando se faz uma exposição como **Humor nos Eixos,** num ambiente como o de uma livraria, o humorista passa a ser reconhecido, e se o trabalho realmente corresponde às expectativas, e melhor para o humorismo, para a nossa profissionalização. O dinheiro é secundário...

Coojornal - Dentro das galerias, também, uma exposição de humor, semelhante a essa que aconteceu na Livraria do Globo, é uma forma de alertar as pessoas. O Juarez Machado, por exemplo, que tem feito exposições com freqüência, ficaria no terreno da arte plástica por ela mesma. Fica tudo muito no terreno do absurdo, do nonsense, e se plasticamente é uma coisa interessante, é uma linguagem que morre a partir do momento em que se vê o quadro, o desenho; o non-sense é meio perigoso às vezes, porque tende a se desenvolver dentro de si próprio, não abre outras possibilidades. Então a luta do Juarez Machado é inventar, a cada sábado, no Jornal do Brasil, uma saída diferente para transformar uma cadeira em não sei o quê, um homem num pássaro, e por aí. Enquanto isso as exposições do Caulos, do Millôr, a própria Humor nos Eixos, são instigantes, provocam reflexões nas pessoas. Ao mesmo tempo as exposições de artes plásticas propriamente ditas raramente têm ligações com a realidade: refletem mais a luta do artista para descobrir um estilo e, dentro disso, conseguir um público que possa transformar esse estilo em dinheiro. No caso do humor, além do sujeito ter uma informação plástica, de uma linguagem artística, tem uma informação de humanidade, um ponto de interrogação sendo colocado em sua cabeça. Como obra de arte, o cartum, numa parede, está constantemente sugerindo reflexão objetiva.

Mudando um pouco o assunto: e a utilização do cartum, do cartunista, em publicidade?

Nicoliélo - Isso é um caso, tem gente que não aceita. O Alcy por exemplo não aceita, diz que não quer saber de propaganda, "o meu boneco não vai entrar em anúncio nenhum". É um ponto de vista, não sei se ele tem razão...

Fraga - O problema é que há os defensores do **merchandising...**

Coojornal - O Jeremias, do Ziraldo, se vendeu pra Caixa Econômica...

Nicoliélo - O **Jeremias** tá vendendo a Caixa Econômica. Certo, ele foi pego pelo Sistema...

Fraga - Mas a Caixa não é o **Jeremias...**

Solda - O Ziraldo falou que no Pará tinha um cara que colecionava todos os desenhos do **Jeremias** desde 58. Não era cartunista nem nada, e quando soube que o Ziraldo tinha vendido o **Jeremias,** ele devolveu tudo xingando, mandou um pacote cheio de **Jeremias** pro Ziraldo...

Coojornal - A Caixa Econômica acabou com o Jeremias...

Fraga - Outro dia o professor Araújo estava defendendo também a venda do **Pererê** pra fazer **merchandising** não sei do quê, em vista da sobrevivência do personagem, porque a Abril não soube promover o **Pererê.** Ora, bastava colocar um anúncio na televisão dizendo "olha, tá nas bancas o **Pererê**"... Porque quando o **Pererê** começa a vender algum artigo, sabonete ou o que seja, como a **Mônica,** vai garantir não a sobrevivência do personagem, mas a sobrevivência do produto, com a herança de uma bagagem cultural que o personagem conquistou, que é um momento feliz na carreira do artista... Acho uma sacanagem vender um personagem. Agora, se alguém te encomenda um personagem especial, faz.

Coojornal - A Mafalda, do Quino, é outro exemplo de personagem destruído pela comercialização, pelo consumo. E olha que era um personagem fortíssimo. A contestadora Mafalda virou sabonete, camisinhas, bonecos de plástico...

Fraga - Eu gostaria de saber a opinião do Solda sobre isso...

Solda - Eu falei isso pro Araújo e ele quase me bateu: acho que quando uma cultura começa a ser assimilada pela elite, é a falência total...

Fraga - Deixa eu só mencionar que o Solda pegou o **Tio Patinhas,** o **Sig,** a **Mafalda,** o boneco do **Mad,** e fez uma Caricatura de cada um desses personagens. Foi publicado no **Scaps,** um jornal paranaense.

Solda - Quando um personagem, ou um símbolo, atinge o máximo de pessoas que deveria ter atingido, e passa a ser consumido em massa, pra mim é a falência. A partir do momento em que todo mundo concorda com aquilo, a coisa deixa de existir. O público do **Pasquim** é um público que concorda com o **Pasquim...**

Coojornal - Isso em termos, não é? Explica melhor, isso foi colocado muito radicalmente...

Solda - Digamos que eu publique o meu desenho aqui, em São Paulo, Rio; se eu pubicar no mundo inteiro, aí já não me interessa mais nada, pois deixa de existir a tendência minha de procurar coisas novas...

Nicoliélo - Pois é, o cara não pode se acomodar, tem sempre que estar procurando coisas novas, ou novas formas, ou novos personagens...

Fraga - O que tu achas da **Mafalda,** por exemplo?

Solda - Que ela foi assimilada, e consumida e acabou, e agora tá na revista **Pop...**

Fraga - Mas o personagem não pode funcionar alterando o sistema da própria revista? Eu posso trabalhar num jornal que não emite grandes opiniões, mas na verdade a minha opinião lá dentro é uma tentativa de modificar essa situação. A **Mafalda** dentro da **Pop,** na minha opinião, tá enriquecendo a revista na medida em que ela chama atenção de alguma coisa...

Solda - Agora me diz: por que o Quino não faz mais a **Mafalda?**

Fraga - Isso que tu falaste é que está certo, ele pode pensar a mesma coisa, mas o fato da revista comprar o direito da tira e imprimir, não quer dizer nada, até beneficia os leitores que discordam da **Pop,** que compram a revista às vezes só pela **Mafalda.** Claro que está alimentando a máquina da Abril, mas tu não queres isso também? Eu quero estar numa grande revista, quero publicar o meu trabalho, e quero até discordar da revista... E a partir do momento em que tu paras de desenhar teu personagem, fazes exatamente o que o Sistema quer: um a menos a reclamar...

Coojornal - Esse ponto de vista às vezes pode interessar ao Sistema...

Ronaldo - Cada vez que faço um trabalho, estou fazendo o meu trabalho, não interessa onde eu tô publicando. Pode vir até uma multinacional grande e fazer uma revista só de cartum: eu vou publicar, não me interessa de onde vem o dinheiro, pois eu estou publicando o meu trabalho, e isso não quer dizer que esteja concordando com eles...

Fraga - Pedir demissão de um jornal como a **Folha da Manhã** é facilitar as coisas pra eles; tô falando de humoristas...

Coojornal - Esse é o caso da imprensa brasileira de um modo geral...

Fraga - Aí é que tá, não existe patrão melhor que o outro. O **Pasquim,** por exemplo: tem muito humorista novo que é contra o **Pasquim;** não pode, porque é um veículo que promove bem, que paga relativamente bem, e na verdade é a maior referência de humor que existe no país, cumpre sua finalidade... Não adianta discordar, como eles fazem, do vedetismo do Ziraldo, ou do paternalismo do Jaguar, sei lá. O que interessa é que o veículo é bom pro humorista...

Coojornal - Por que vocês acham que de uns tempos para cá houve toda essa proliferação de novos humoristas?

Nicoliélo - Eu acho que isso tudo se deve ao **Pasquim.** O Ziraldo, o Jaguar, o Cláudius e os outros, que estavam espalhados, sentiram que poderiam fazer uma coisa muito forte, se se unissem.

Fraga - O Pasquim estimulou vocações inatas pro humor. Eu descobri que gostava de humor depois que o **Pasquim** tinha quatro anos...

Ronaldo - É, quando o **Pasquim** saiu, eu pensei: vai dar pra fazer alguma coisa.

Coojornal - No caso do Rio Grande do Sul foi assim; um grupo centralizou o negócio e os novos humoristas ficaram sabendo a quem se dirigir.

Fraga - Quando começamos a publicar o **Quadrão,** na **Folha da Manhã,** a gente sabia que teria pelo menos os quatro ou cinco colaboradores do **Guia,** na **Zero Hora.** Mas nunca se poderia imaginar que fossem aparecer 150 pessoas interessadas em humor, tanto texto como cartum. Hoje a gente pode dizer que o humor gaúcho está maduro, basta ver as publicações que já saíram, como os livros do **Rango,** o **QI 14** e o **14 Bis,** o **Tubarão.** Isso representa um mercado maduro, com editoras interessadas, público leitor interessado. O que precisamos saber, agora, é como tratar esse mercado, saber o que fazer. Há um perigo que está toda hora sendo levantado por algum de nós, que é saber se o mercado está saturado ou não, ou pelo número de humoristas ou pelo número de publicações que a gente está lançando...

Coojornal - E entramos no aspecto da união dos humoristas...

Fraga - Exato. Se formos unidos, isso vai criar uma consciência coletiva do humorista, vai haver uma classe que possibilite a criação de um sindicato, de uma associação, e isso nos interessa.

Coojornal - Vocês já fizeram alguma coisa nesse sentido?

Fraga - Olha, o Laerte, em São Paulo, está tentando. Ele conseguiu fazer um anteprojeto, mas o deputado que se encarregou dele não chegou a tratar com os humoristas. Tratou com leigos, tudo isso, e saiu mal elaborado, mais pro lado gráfico, de ilustrações. Tá meio horroroso, segundo o Laerte, e não é bom. Mas eu acho que a gente realmente pode elaborar um projeto, discuti-lo em reuniões, e apresentar alguma coisa que nos interesse, em termos de condições de trabalho, salário, reconhecimento legal do que que é o humorista...

Nicoliélo - Acho que o mais importante é o nosso encontro. Às vezes não dá em nada, mas só o fato do pessoal bater papo já é significativo; a gente saber o que os outros estão fazendo, receber informações.

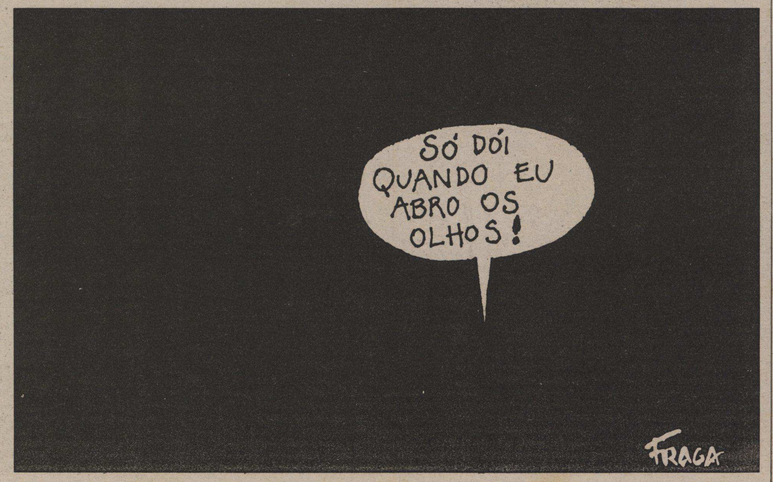
Coojornal - O que tinha de brasileiros, e especialmente de gaúchos, nos salões de humor do Canadá e Berlim, é uma coisa surpreendente...

Ronaldo - De 32 brasileiros no Salão do Canadá, vinte eram gaúchos...

Nicoliélo - Isso é resultado da circulação de informações. Antes quem participava? Millôr, Zélio... pouquíssima gente.

Fraga - Aqui no Rio Grande do Sul estamos com várias idéias. Uma delas é alugar um apartamento para nos reunirmos, termos uma biblioteca, mesas de desenho... Eu não acredito em trabalho isolado, entende. Como classe é importante se trocar idéias, se jantar, se tomar café, estar junto...

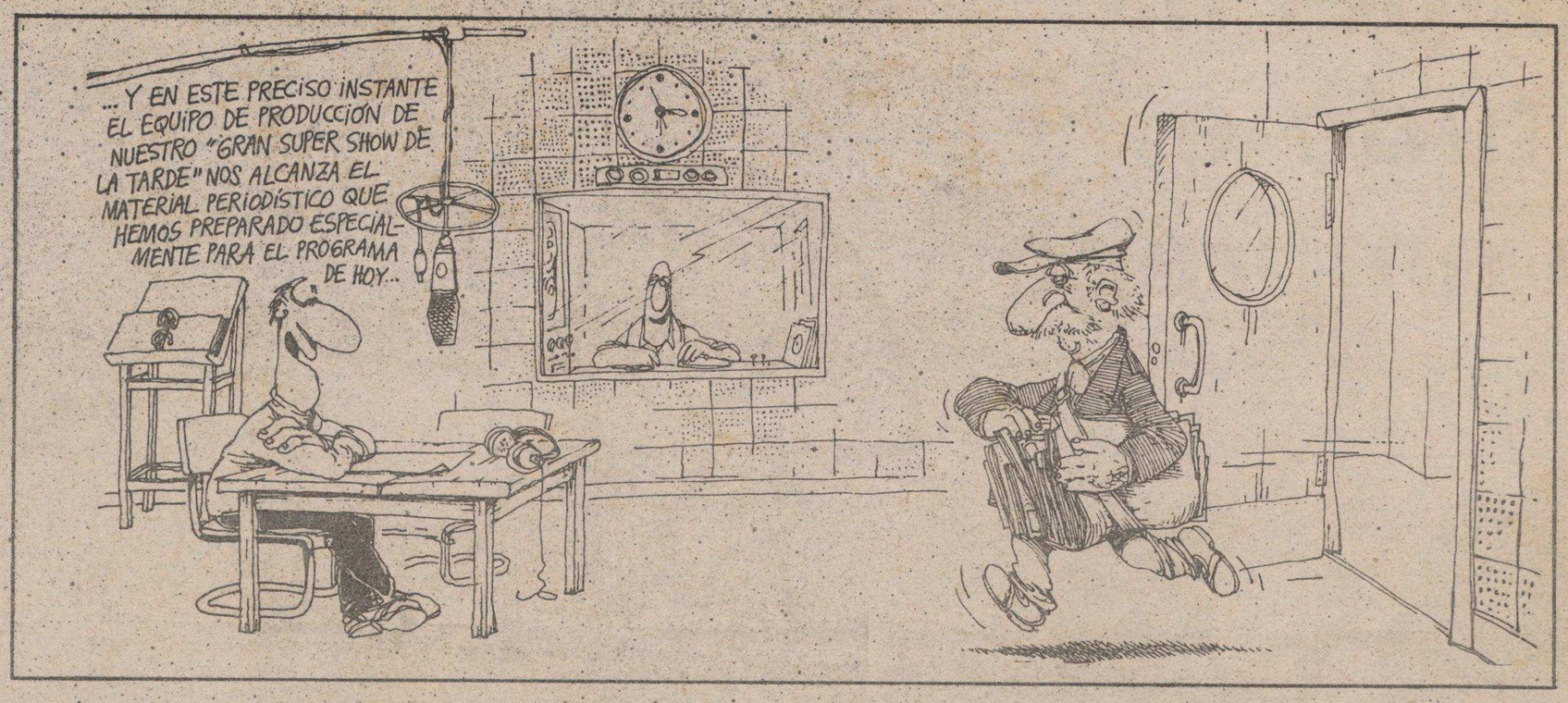
Nicoliélo - Uma coisa bonita é que vocês foram lançar os livros no interior... Isso está começando em São Paulo, a gente vai expor, fazer conferências, tudo, mas sem vedetismo...



O rádio-jornalismo, como há 50 anos

"O jornalismo no rádio brasileiro começou de forma improvisada: no seu Jornal da Manhã, na pioneira Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, Roquette Pinto comentava as ocorrências do dia anterior publicada pelos jornais" (O começo do rádio no Brasil, Boletim da ABI, maio-junho 1976).

Meio século mais tarde, o rádio-jornalismo de Porto Alegre, em sua esmagadora maioria, continua a usar o sistema de seus fundadores.



A legislação brasileira relativa aos meios de comunicação, obriga as emissoras concessionárias a cumprirem 5% de sua programção com irradiação de noticiosos (decreto 52.795, de 31-10-63). Esse dispositivo, que deveria proteger o trabalhador da rádio-difusão e o jornalista profissional, é o único com direito a **redigir notícias em rádio** (lei 972, que regulamenta a profissão), é burlado pela maioria das 14 emissoras de ondas médias e as três de freqüência modulada da área de Porto Alegre.

Apenas as emissoras de maior porte, como a Guaíba, a Gaúcha, a Farroupilha, a Difusora e a Continental, têm um departamento de notícias organizado. A FM (freqüência modulada) Gaúcha-Zero Hora, a Metrópole e a Rede Riograndense de Emissoras (Caiçara, Eldorado e Pampa) possuem alguns jornalistas avulsos que, algumas vezes, como no caso da Rede Riograndense, devem trabalhar simultaneamente para mais de um veículo.

As demais emissoras usam, sem constrangimento, o método da tesoura e cola na elaboração de seus noticiários, apesar da crença geral de que o rádio tem sobre o jornal a vantagem da rapidez na transmissão das notícias.

Na Rádio União, o chefe de programação, Wilson Roberto, é muito franco, alegando que, para sua emissora, o trabalho do jornalista é dispensável e anti-econômico. Para cumprir a lei, a União usa as notícias já publicadas (e, portanto, velhas) dos jornais da Caldas Júnior, sem nunca ter cogitado do pagamento de direitos autorais para seus redatores. "Isso é problema da empresa deles".

Outro recurso comumente utilizado pelas emissoras menores, é a leitura dos press-releases, fornecidos por entidades e órgãos públicos. Já a Rádio Itaí FM tem um convênio com o Jornal do Comércio, que lhe fornece diariamente 14 laudas de notícias, gravadas à meia-noite por um locutor e irradiadas às 6h43min do dia seguinte, no "Jornal Executivo".

FISCALIZAÇÃO

Essa situação é bem conhecida tanto pelo Sindicato dos Jornalistas de Porto Alegre, como pelo Sindicato dos Radialistas, que têm procurado pôr fim aos abusos, mediante fiscalização. A fiscalização, porém, é dificultada pelas próprias empresas, que se encarregam, às vezes, de tumultuar a matéria, creditando o imposto sindical para sindicatos diferentes, sem considerar a categoria real do empregado.

O presidente do Sindicato dos Jornalistas, João Souza, deu início a um trabalho de levantamento dos jornalistas empregados em rádios, a fim de ser conhecida exatamente sua situação para "a partir daí, podermos fazer alguma coisa".

Na opinião de João Souza, as emissoras não respeitam a fiscalização da Delegacia Regional do Trabalho (DRT) que, quando descobre alguma irregularidade, limita-se a aplicar uma pequena multa. "Mas agora, afirma o presidente, o Dentel (Departamento Nacional de Telecomunicações) vai fiscalizar também a parte profissional das estações, pois é o único órgão com poderes para suspender as transmissões e até cassar as concessões. As multas continuarão com a DRT".

Já o presidente do Sindicato dos Radialistas, Antônio Carlos Porto, lembra as confusões com o desconto sindical, achando que os próprios sindicatos devem ser responsáveis pela fiscalização na medida de suas possibilidades. Outro problema que ele levanta é a falta de cumprimento da legislação no que se refere à programação ao vivo. "Muitas rádios, diz ele, retransmitem jogos de futebol irradiados por outra emissora, e consideram isso programação ao vivo. Temos várias denúncias que encaminharemos à DRT e ao Dentel. Também as gravações em cartucho atentam contra a programação ao vivo".

SALÁRIOS

Existe um salário profissional para os radialistas, homologado em lei. Como esse salário, porém, não pode ser vinculado ao salário mínimo, sua desatualização se acentua ano a ano, fato que beneficia as empresas, livres para impor seus próprios padrões salariais. Assim, enquanto a Rádio Guaíba paga a mais alta remuneração do mercado (Cr$ 2.930,00 para os redatores), os quatro redatores da Difusora recebem CR$ 850,00.

O número de elementos também varia muito de uma emissora para a outra. A Rádio Guaíba emprega 35 profissionais em seu departamento de jornalismo. Na Rádio Difusora, são 23 jornalistas (incluídos os quatro redatores) cujo maior salário é Cr$ 3.500,00. A Farroupilha, com cinco elementos, paga uma média de Cr$ 1.500,00, segundo o chefe da programação, Vítor Fernando — cifra que um dos redatores contesta, dizendo que não vai além de Cr$ 1.109,00, do qual também deve sair o custo dos jornais que fornecem os noticiários.

A Rádio Continental conta também com cinco jornalistas a Cr$ 1.600,00 mensais, enquanto seu chefe, responsável por uma hora de noticiário, ganha Cr$ 2.300,00. Na Rádio Gaúcha (27 jornalistas) os salários alcançam Cr$ 2.400,00, enquanto o chefe do departamento de jornalismo, Carlos Bastos, explica que os salários variam muito, porque vários funcionários têm contrato de aditamento, por trabalharem também na Zero Hora ou na TV Gaúcha. Já a Rádio Itaí e a Rede Riograndense de Emissoras conservam em segredo seus salários.

É justamente nas redes, que a situação dos jornalistas se torna mais irregular. Isso porque os contratos os obrigam a trabalhar para os vários veículos ao mesmo tempo, sem aumento salarial correspondente nem pagamento de direitos autorais. Fato parecido ocorre com o Correspondente GBOEx (Gaúcha). Produzido pelos redatores da Gaúcha, é retransmitido pela Metrópole e pela Porto Alegre.

As idéias de Patrícia, a editora do Suplemento FT

Patrícia Bins (que não diz a idade nem quanto ganha), casada com um arquiteto que geralmente deverá ilustrar uma matéria da última página, é a responsável pelo novo suplemento da Folha da Tarde e a única jornalista (provisionada) entre os colaboradores, segundo ela mesma informa. A seguir, ela conta os objetivos do suplemento e como ele é feito:

Coojornal - Qual o objetivo do suplemento?
Patrícia Bins - Bom, ele foi feito a partir de um convite pessoal do dr. Breno (Breno Caldas, diretor-presidente da Caldas Júnior). Nós queremos dar alguma contribuição à sociedade, elevando o nível de cultura feminina. O povo precisa ser informado sobre arte e nós queremos dar essa informação. Por isso o suplemento tem contos, decoração, pintura.

Queremos também atingir todas as camadas sociais, sem qualquer discriminação. Por exemplo, eu levo o suplemento para minha casa e deixo na sala. Um dia, ele acaba na cozinha e a minha cozinheira vai lê-lo. Ela também pode gostar de contos. Acho isso maravilhoso.

Coojornal - Como é editado o suplemento?
Patrícia Bins - Eu nunca editei nada, por isso, o Edmundo (Edmundo Soares, diretor da Folha da Tarde) está me ajudando muito. Quartas-feiras entrego tudo para ele. Há um plano geral, uma coordenação. As colunas são feitas por colaboradoras, através de rodízio, para que todas tenham oportunidade. Sempre teremos uma mulher em destaque, sem qualquer discriminação.

Coojornal - Não houve problemas com as jornalistas da redação?
Patrícia Bins - Olha, no início elas se sentiram melindradas. Mas depois o Edmundo explicou a elas que nós estamos muito bem intencionadas e damos uma colaboração espontânea. Acho que elas aceitaram, porque estão fazendo matérias para nós.

Coojornal - Só mulheres podem colaborar?
Patrícia Bins - Não, por exemplo, os fotógrafos são homens. Nós não somos feministas. Acho horrível essa palavra. A mulher sempre foi objeto de cama e mesa. Para mudar isso, ela não precisa tomar o lugar do homem, mas sim, se valorizar.

Coojornal - Quanto recebem as colaboradoras? E o seu salário, quanto é?
Patrícia Bins - Olha, isso é uma coisa que não interessa colocar no jornal de vocês. Nós estamos em fase experimental.

Eu tenho a minha profissão. Sou formada em Artes Plásticas e eu e o meu marido temos uma loja de decorações e antigüidades. Há 12 anos colabora para o Correio do Povo. Por isso o salário não interessa. Tenho muitos outros afazeres. Sou uma mulher muito ocupada. Por exemplo, sou escritora, mas me contento com as crônicas que escrevo, no jornal.

Coojornal - A senhora leu o "Nós, Mulheres" (jornal feminista lançado em São Paulo)?
Patrícia Bins - Li rapidamente e achei muito forte. Ele pretende defender a classe baixa, me parece. Mesmo assim, a idéia é elogiosa. Mas o nosso pretende falar mais sobre arte, para que a cultura feminina aumente um pouco. É um jornal também de entretenimento. Acho que o "Nós, Mulheres" quer fazer uma disputa entre o homem e a mulher. Isso é errado.

Uma conseqüência: um documento ao Ministro

Um suplemento feminino da Folha da Tarde, dirigido para a classe "A", levantou novamente a questão da chamada "lei dos dois terços". Por ela, as empresas podem empregar em tarefas especificamente jornalísticas um terço de não-profissionais, como colaboradores ou provisionados. Essa liberalidade na aplicação da lei que regulamenta a profissão de jornalista é explicada pela insuficiência de escolas de comunicação no território nacional.

Considerando, porém, que Porto Alegre forma anualmente mais de uma centena de jornalistas e que o mercado de trabalho mantém-se estacionário, um grupo de profissionais levou o problema até o sindicato, informando que o suplemento da FT é feito quase totalmente por colaboradores.

A resposta do presidente João Borges de Souza não foi animadora em termos imediatistas:

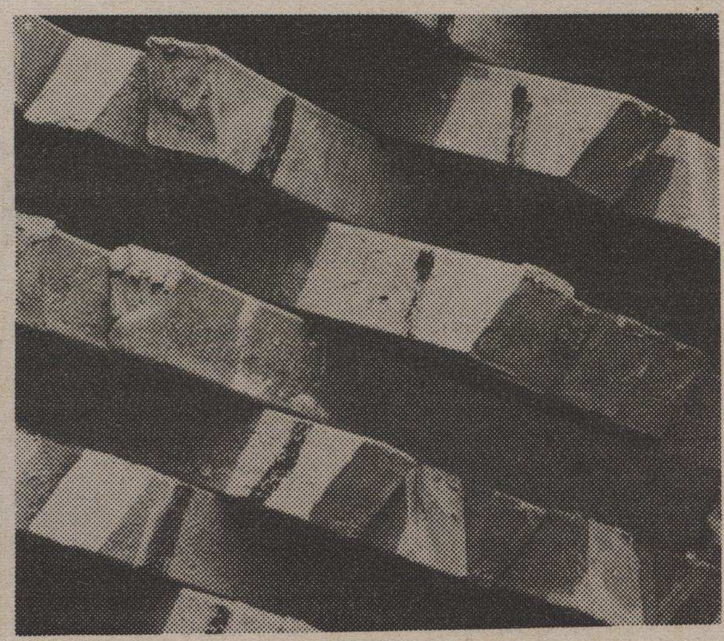
— Nada pode ser feito enquanto não for revogado o artigo 4 da lei 972, que permite ao colaborador registrar-se como jornalista depois de publicar apenas 10 artigos assinados. A situação é igualmente grave em São Paulo, Pernambuco, Minas e Bahia, e o Ministério do Trabalho vem prometendo alterar a lei faz algum tempo. A Federação está trabalhando agora junto aos sindicatos para que seja permitida a figura do colaborador apenas para assuntos científicos e religiosos.

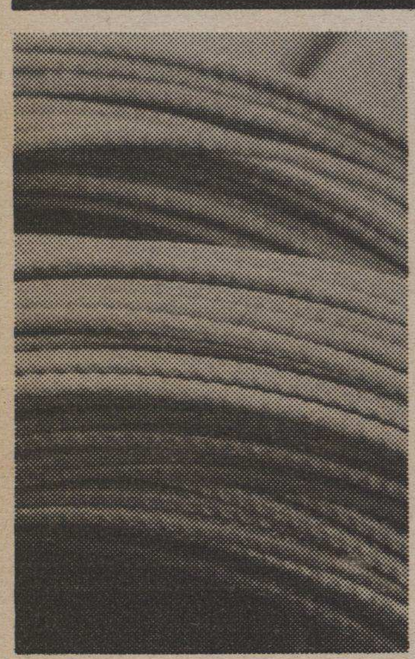
Como o objetivo de buscar solução definitiva para o problema, o Sindicato de Jornalistas de Porto Alegre entregou ao ministro do Trabalho e Previdência Social, Arnaldo Prieto, um documento assinado por 400 jornalistas da capital gaúcha solicitando a extinção da "lei dos dois terços", e a restrição da categoria colaborador à área científica e religiosa.

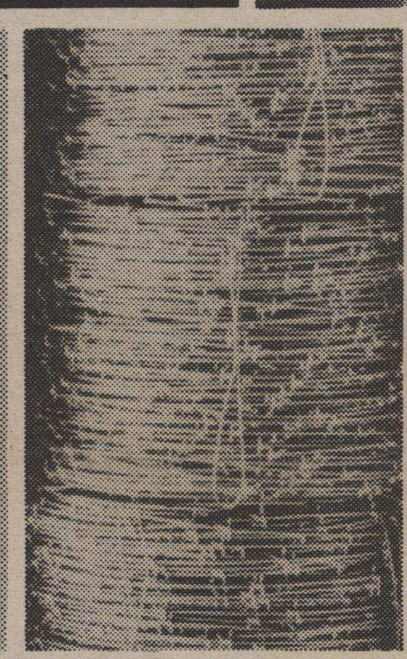
No encontro mantido no último dia 9 de agosto, no salão do Hotel Plaza, os jornalistas demonstraram ao ministro as deficiências do decreto-lei 972. Arnaldo Prieto mostrou receptividade às reivindicações e prometeu providências para breve, informando que o Ministério estuda uma fórmula flexível que atenda às exigências das várias regiões brasileiras.

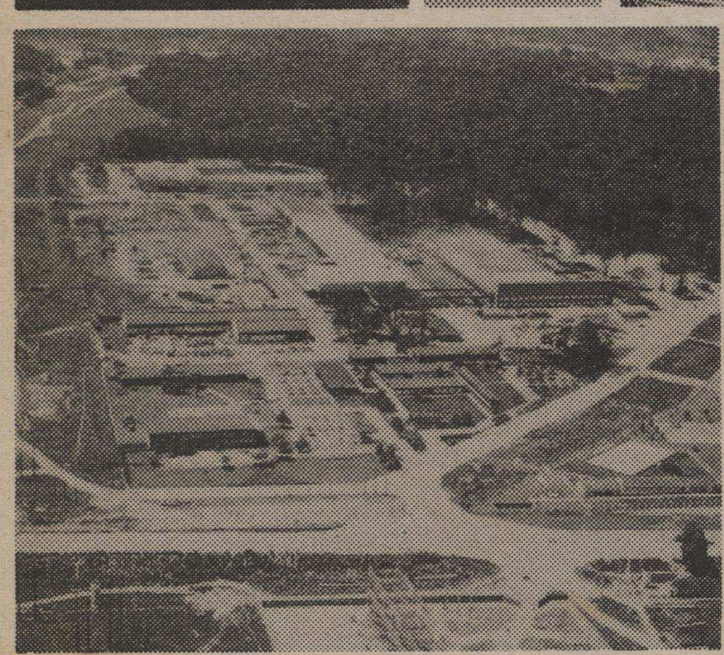
— Acontece, informou o Ministro, que, enquanto os jornalistas das capitais, onde existem cursos de formação, pedem a supressão do cargo de **provisionado**, nas regiões onde não existem cursos, os próprios sindicatos da categoria solicitam o contrário, o aumento da proporcionalidade para dois terços.

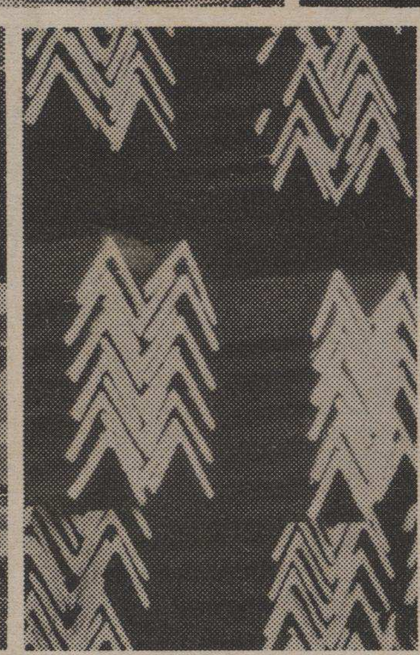
Acreditar no país é semear riquezas em todo o seu território.

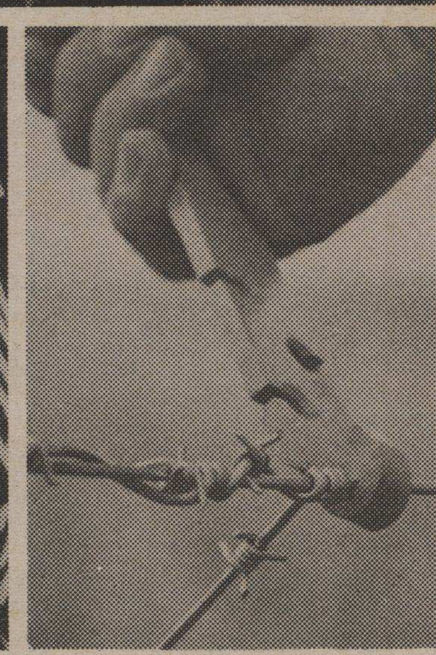












Para o Grupo Gerdau, a força do País está na soma das forças de todas as suas regiões. Por isso, do norte ao sul, distribui suas unidades geradoras de produtos, salários, impostos e riquezas em seis pontos estratégicos do território nacional, para produzir 950 mil toneladas de aço por ano, e atender a setores importantes da economia brasileira, como o da indústria mecânica e da construção civil.

No Rio Grande do Sul, a Siderúrgica Riograndense, com Usinas em Porto Alegre e Sapucaia do Sul, tem hoje uma capacidade de produção de 250 mil toneladas anuais de aço. É a principal fornecedora de produtos siderúrgicos do Sul do País.

A Siderúrgica Guaíra, no Paraná, planeja construir nova Usina em Curitiba e expandir sua produção.

No Rio de Janeiro, a Companhia Siderúrgica da Guanabara - COSIGUA - mais do que duplicou sua capacidade de produção de aço: de 250 mil para 545 mil toneladas anuais, contando agora com uma unidade pioneira de redução direta de ferro.

Duas siderúrgicas no Nordeste. A Açonorte, no Recife, que expande sua capacidade atual de produção de aço para 200 mil toneladas de laminados, e a COMESA, em Maceió, que aprimora seu parque industrial e amplia sua produção.

Novamente no extremo sul, em Porto Alegre, a Metalúrgica Gerdau S. A., a maior fábrica de pregos da América Latina.

Para comercializar os produtos de todas estas unidades industriais, uma empresa com sede em São Paulo e filiais em seis importantes cidades brasileiras: Comercial Gerdau Ltda.

Para o empresário, acreditar no País é gerar pólos de desenvolvimento em toda a sua extensão para dar novas oportunidades de progresso à sociedade. Enfim, descentralizar o crescimento para integrar a Nação e, assim, prover melhores condições de vida às gerações futuras.

Metalúrgica Gerdau S. A. - Porto Alegre
Siderúrgica Riograndense S. A. - Porto Alegre
Comercial Gerdau Ltda. - São Paulo
Siderúrgica Açonorte S. A. - Recife
Cia. Siderúrgica da Guanabara - COSIGUA - Rio de Janeiro
Siderúrgica Guaíra S. A. - Curitiba
Cia. Siderúrgica de Alagoas - COMESA - Maceió

Dois debates sobre a parcialidade da notícia

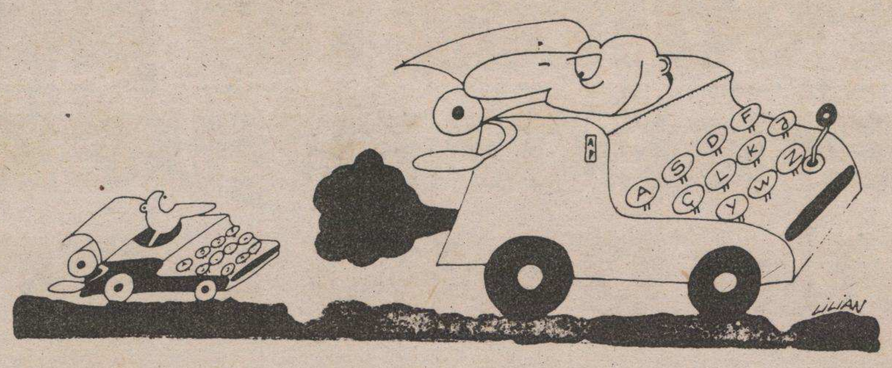
A parcialidade das agências noticiosas, reconhecida em todo o mundo e que chega a colocar em dúvida a veracidade do noticiário internacional dos jornais que divulgam o material por elas distribuído, foi assunto de duas conferências realizadas em países do terceiro mundo, na semana de 14 a 20 de julho.

Em Nova Délhi, Índia, os participantes da "Conferência dos Países Não-Alinhados" se reuniram para criar uma agência noticiosa "não-alinhada" destinada a superar "os persistentes e graves desequilíbrios na divulgação de notícias", hoje concentrada "nas mãos de umas poucas agências situadas em países desenvolvidos, com o que os demais países vêem-se obrigados a depender das referidas agências para conhecerem-se melhor", segundo o projeto apresentado pela Índia.

Em São José, realizou-se a Conferência Intergovernamental sobre Política de Comunicação para a América Latina e Antilhas, patrocinada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco) e com o apoio de vários governos.

Em um e outro caso, os objetivos quase se confundem: obter um maior controle das informações.

Os 60 países "não-alinhados" que se reuniram na conferência de Nova Délhi decidiram criar uma agência noticiosa comum que se destinará a divulgar as informações que serão



fornecidas pelos "sócios". É uma posição contra o serviço prestado pelas grandes agências (AP, UPI, France Press, Reuter), que, segundo a maioria dos participantes, é "relíquia do passado colonial". Estas agências, queixou-se a primeiro-ministro Indira Gandhi, "só se interessam pelas desgraças e desastres".

Muitos países participantes do "pool" que está criando a nova agência, contam com suas próprias agências noticiosas, controladas, direta ou indiretamente, por seus respectivos governos. E, na maioria desses países, a imprensa está sujeita à censura.

DIVERGÊNCIAS

No entanto, a inquietude das agências noticiosas internacionais concentrou-se na Conferência promovida pela Unesco em São José, onde foi proposta pelos participantes da Venezuela com o apoio de cinco outros países, a criação de uma agência latino-americana de notícias para "evitar a colonização mental dos povos da América Latina".

Mas, além do fato de que esta agência corre o risco de apresentar apenas a versão oficial dos governos de cada país, há outros aspectos que causaram divergências entre os participantes:

— instituição de dispositivos legais que permitam a prisão de correspondentes de organizações noticiosas internacionais se os veículos para os quais trabalham divulgarem notícias envolvendo críticas ao país onde estejam esses correspondentes.

— nacionalização da imprensa independente e da rádio-transmissão de notícias.

A Sociedade Interamericana de Imprensa acusou a Unesco de recomendar a adoção de uma política oficial de comunicações passível de solapar a liberdade de imprensa.

Um dos principais problemas técnicos da conferência foi a falta de precisão dos textos, que receberam diferentes interpretações, por parte das delegações o que dificultou bastante os trabalhos. Assim, sem um resultado final que demonstre uma união dos países latino-americanos em torno do assunto, é fácil entender a declaração a Wes Gallagher, presidente e diretor-geral da Associated Press:

"Essas discussões sobre nacionalização vêm sendo travadas há anos, mas sempre parecem resultar em nada".

Mudaram o Excelsior

Numa sexta-feira, 9 de julho, o jornal mexicano **Excelsior**, considerado um dos mais importantes da América Latina, foi envolvido em uma grave crise, que seu diretor atribuiu a um "atentado à liberdade de imprensa", patrocinado pelo governo.

A crise começou quando o diretor, Julio Scherer, foi destituído numa assembléia da cooperativa que é proprietária do jornal. Scherer foi acusado de desonestidade; ele e todos os outros 230 profissionais que se afastaram, caracterizaram tudo como uma manobra de intimidação do governo mexicano, insatisfeito com o Excelsior por sua atitude de jornal independente que critica freqüentemente o regime.

O jornalista Newton Carlos, especialista em América Latina (Coojornal 6, junho de 76), escreveu de Nova Iorque o seguinte relato (publicado aqui em seus principais tópicos):

"Sob a direção de Julio Scherer Garcia, afastado à força numa reunião da cooperativa do jornal, que é teoricamente propriedade de 1.302 cooperativados, o Excelsior se transformou no sustentáculo do pensamento liberal mexicano com fortes projeções nas Caraíbas e América Latina, onde montava uma bem articulada rede de correspondentes.

Suas colunas foram abertas aos principais intelectuais latino-americanos e sua política editorial assumiu um tom independente, coisa praticamente inédita num grande jornal mexicano, o que talvez explique as informações de que o governo do presidente Echeverria, já em fim de mandato, favoreceu a operação de expulsão do grupo liberal quase em termos policiais.

(...) Caso se confirme a intervenção, o que é bastante provável, já que o presidente mexicano é um espécie de imperador asteca com interferência direta ou indireta em tudo o que acontece no país, quais teriam sido os motivos de Echeverria?

Uma prova de força era esperada pela direção do jornal, que determinou a presença na assembléia dos jornalistas cooperativados trabalhando no exterior. Os das sucursais de Washington e Nova Iorque foram todos. "Nunca houve um caso de destituição de um diretor pela assembléia da cooperativa", disse-me um deles, certamente mal informado sobre a operação que era armada e sobre os trunfos de grupos conservadores e de extrema-direita com os quais Echeverria aparece metido.

(...) O atual presidente e vários de seus assessores mais íntimos compraram grande parte das ações da organização jornalística já existente, pretendendo ampliá-la ainda mais como sustentáculo de atividades políticas ambiciosas programadas para depois de terminado o mandato. Com o esvaziamento do Excelsior, cuja força estava em sua independência, os jornais de Echeverria terão caminho aberto para assumir a liderança como instrumentos de uma operação cujos objetivos ainda não estão muito bem definidos."

Máquinas e sistemas novos

Anualmente, uma Exposição de Máquinas e Sistemas Novos de Impressão atrai para Las Vegas, nos Estados Unidos, as atenções dos empresários de jornais e editoras do mundo inteiro. Este ano, o supervisor das oficinas da Companhia Jornalística Caldas Júnior, Júlio Duarte — 64 anos, mais da metade vividos dentro da empresa — foi conhecer a exposição. Há um mês de volta, na sala que divide com os editores do Correio do Rural, ele ainda fala empolgado dos novos tipos de impressão e composição que viu.

Uma das conclusões de Júlio Duarte, depois da viagem, é que o Brasil está "bastante atrasado em relação ao sistema gráfico empregado em outros países". E a razão, para ele, "é que as empresas jornalísticas não conseguem acompanhar as mudanças do setor gráfico. Enquanto nós, brasileiros, estamos pensando em passar da composição a quente para o off-set, a maioria já está passando deste para o foto-laser (sistema que utiliza o raio laser)".

O jornal de maior tiragem do Japão, o Asahi Shimbum (11,5 milhões de exemplares diários), foi o primeiro a utilizar o raio laser, diminuindo de 45 para três minutos o tempo gasto para composição e impressão de cada edição, segundo Júlio Duarte. Além disso, através do raio laser combinado com satélite, o jornal é enviado para diversas cidades do Japão, onde é impresso simultaneamente.

Júlio Duarte diz que visitou um jornal norte-americano, tamanho standard, diário de 74 páginas, composto e impresso por foto-laser, que emprega apenas 173 pessoas (o Correio do Povo tem 300 funcionários, só nas oficinas). "Do diretor ao contínuo, o jornal até parecia um banco" comenta.

No entanto, Júlio Duarte afirma que o setor gráfico da Caldas Júnior não tem prazo estabelecido para se modernizar, "principalmente porque qualquer mudança implicaria em diminuição de funcionários e nós não queremos causar problemas sociais com o desemprego". A única mudança que está nos planos, e sem pressa, é a adaptação das oito impressoras **letter-press** junto com mais 12 que foram compradas do Correio da Manhã para que passem a trabalhar com composição a frio. Além da compra de equipamento para fotocomposição, essa adaptação exigirá apenas a colocação de rolos com água nas atuais impressoras.

A revista, segundo o JB

A revista de domingo do JB está se tornando um êxito editorial, segundo seu subeditor, o jornalista Ruy Castro: "Atualmente, a tiragem dominical do JB na região metropolitana do Rio de Janeiro é de 190 mil exemplares, 20 mil a mais do que antes da existência da revista, e a tendência é continuar crescendo". A Sunday Magazine do JB é distribuída apenas na região metropolitana carioca, mais 5 mil exemplares que são enviados à cidade de São Paulo, "unicamente por que os grandes anunciantes estão lá", segundo o diretor-comercial do JB.

O Globo, segundo seu secretário de redação, José Augusto Ribeiro, não tem quaisquer planos de lançar uma revista de domingo, mas isto não se deve a um provável insucesso da publicação do JB: "É claro que periodicamente, diante de inovações da concorrência, a gente examina as repercussões que isso poderá trazer e cogita também novos caminhos, mas no caso da revista posso assegurar que até agora não há qualquer projeto nesse sentido".

Um anúncio não é verdadeiro se não for completo.

Infelizmente, a maioria das lojas não pensa assim. O mais comum é anunciar uma prestação barata sem dizer por quantas vezes ela deve ser multiplicada.
Isto é menosprezo ao consumidor.
No mínimo, ele perderá tempo para saber que não pode comprar.
No máximo, ele comprará sem saber se vai pagar.
Assim como ninguém gosta de perder tempo, nenhuma loja gosta de não receber.
A APC pede anúncios claros e completos. As vendas não vão baixar só por causa disto.
E as lojas estarão formando bons compradores.

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

colaboração deste Jornal

Três por Quatro

Três por Quatro, periódico do curso de Jornalismo da UFRGS, quis circular (número 2, edição de junho) e não pôde: foi suspenso (ou apreendido) pelo novo diretor do Jornalismo, Fernando José Pinto Guerreiro. Motivo da suspensão: tinha uma entrevista, de duas páginas, com o próprio Guerreiro, onde ele contava sua vida, sua escolha (que nem ele esperava), não acrescentava muita coisa sobre o futuro do curso e tratava algumas autoridades com muita intimidade. Teria sido este o motivo principal da suspensão. Os alunos que fizeram o jornal tinham a entrevista gravada em fita.

XAVANTE

Saiu o primeiro número e está por circular o segundo do **Xavante** jornal do Grêmio Esportivo Brasil, de Pelotas. Ayrton Centeno, João Antônio Garcia e Luiz Ricardo Lanzetta são os editores do **Xavante,** tablóide de 12 páginas que acompanha a proposta do Jornal do Inter, depois seguida pelo do Grêmio. Bom o conteúdo do primeiro número do **Xavante.**

Três nanicos

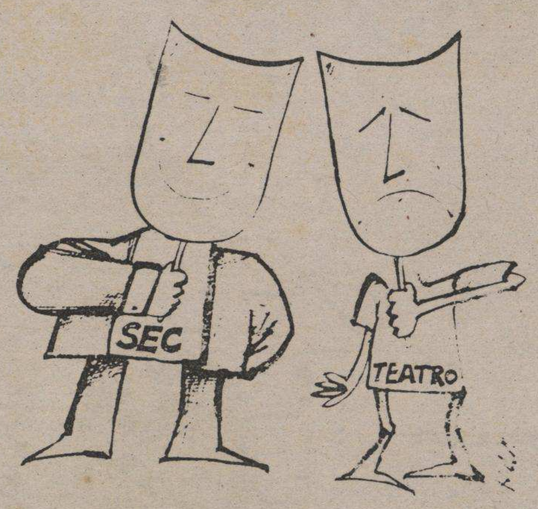
Em Porto Alegre, três jornais novos: **Informação** (assuntos gerais, opinião forte), **Economia Popular** (como o título define, em defesa do consumidor) e **Peleia** ("aberto ao debate", como se define num pequeno editorial do primeiro número, onde as matérias são quase todas assinadas). Dos três, **Informação** nasceu primeiro, todos são **nanicos** ou **independentes,** assim como o **Lampião,** o precursor.

O 477 é bom?

"Olhe, acerca do 477 eu já tive a oportunidade de me pronunciar. Acho que este decreto veio beneficiar o estudante, aquele estudante que faz subversão, porque se o decreto não existisse deveria ser enquadrado na Lei de Segurança Nacional, que é muito mais séria (...) Portanto, me parece que sob este ponto de vista, o estudante que quer se dedicar ou tem um orientação para a subversão, é vantagem para ele o 477".

Trecho de um resposta do reitor da UFRGS, Homero Só Jobim, ao repórter Carlos Adamatti (Folha da Tarde, 17-06) sobre o decreto 477. O Reitor não foi original: a estranha forma de justificar o 477 fora usada mais ou menos assim, algumas semanas antes, pelo deputado Nélson Marchezan, secretário geral da Arena, em Santa Maria.

Uma saída para o teatro?



Quem consulta seguidamente os guias de fim de semana dos jornais, deve ter notado que há meses vem se repetindo uma longa relação de peças de teatro amador ou semi-profissional em cartaz, a maioria delas programada para o Interior do Estado. Para uma forma de manifestação cultural já acostumada com casas vazias e prejuízos que são cobertos pelos próprios responsáveis, não deixa de ser importante este movimento renovador, feito por grupos ainda pouco conhecidos.

No entanto, estes grupos novos trazem consigo todas as dificuldades do teatro brasileiro e sobrevivem muitas vezes, utilizando as verbas oficiais das Secretarias de Educação e Cultura do Estado e Município e do Serviço Nacional de Teatro.

No ano passado a SEC investiu Cr$ 711 mil no financiamento de apresentações de peças de teatro na capital e outras cidades, através do Plano de Interiorização Cultural do Departamento de Assuntos Culturais. E, se o investimento foi alto, maior foi a surpresa com a resposta do público: 200 mil pessoas foram assistir 211 espetáculos que renderam Cr$ 1 milhão e 300 mil. O preço médio do ingresso no Interior foi de Cr$ 3,00 e na capital Cr$ 15,00.

Cada grupo recebe um cachê médio de Cr$ 3.371,00, que varia conforme o número de atores e pessoas envolvidas na produção. Um auxílio que nem sempre cobre todos os custos e principalmente não permite aos grupos uma renda razoável, que possa ser utilizada na produção de um novo espetáculo e principalmente no aprimoramento profissional de seus integrantes, criando um laboratório de formação de autores, atores, realizadores e pesquisa do teatro nacional. E, a limitação de recursos, obriga a cada nova peça a procura do auxílio oficial.

RESULTADOS

Zé de Abreu, produtor da **Salamanca do Jarau** (lenda regionalista escrita por Simões Lopes Neto, atualmente em apresentação no Interior) diz que a subvenção criou dois tipos de grupos: o empresarial, que vê no teatro uma fonte de renda e, em conseqüência disto, faz um trabalho desvinculado da realidade e outro, que encara o teatro como uma coisa mais séria, procurando levar o seu trabalho a centros de comunidade, bairros e colégios sem cobrar nada.

Para os grupos realmente amadores as dificuldades são grandes. O Grupo da Casa, criado em 1970, é formado por estudantes que moram no Centro Evangélico Universitário de Porto Alegre. Seus ensaios são feitos nos fins de semana pois todos estudam e trabalham, e a montagem de uma peça pode levar até um ano. As despesas com cenários, figurinos e promoção são pagas pelos próprios estudantes, na espectativa de que as apresentações cubram pelo menos este investimento. Atualmente, apresentam nos fins de semana **Piquenique no Front** do espanhol Fernando Arrabal, numa sala da Casa do Estudante onde foi improvisado um teatrinho para 60 pessoas. O público, segundo o diretor da peça, Sérgio Horst, "são o círculo de amigos dos componentes do grupo. As pessoas que vêm aqui porque leram a nota no jornal são as realmente interessadas neste tipo de teatro. E são poucas, porque só tem público o grupo que tem nome". Para ele o Interior ainda é a melhor saída "porque lá há uma maior valorização por parte do público que lota o espetáculo mesmo que a apresentação seja feita em local improvisado"

As dificuldades do Entrelinhas, por culpa dos próprios alunos

O jornal estudantil **Entrelinhas,** lançado pelo Diretório Acadêmico de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal (Dabico) no primeiro semestre, já está enfrentando as dificuldades habituais da imprensa estudantil antes de seu segundo número.

O despreparo técnico dos estudantes, em matéria de texto, edição e diagramação, a falta de entrosamento entre as várias editorias, e o desinteresse da maioria em colaborar efetivamente com o jornal, repetiram-se no **Entrelinhas.**

Para começar, das seis editorias previstas (Geral, Ensino, Política, Cultura, Movimento Estudantil e Economia), apenas as quatro primeiras funcionaram regularmente. A editoria de Movimento Estudantil — assunto que não merece maior atenção na grande imprensa — fundiu-se com a de Ensino; e a editoria de Economia não se concretizou pela omissão de seu responsável.

A feitura do jornal também encontrou diversos obstáculos pela ausência de um editor-chefe. Numerosas reuniões foram consumidas apenas no objetivo de unir as editorias restantes em torno de uma "linha editorial" definida. Quando, finalmente, a pauta foi decidida, o trabalho de reportagem ficou prejudicado pela indiferença dos estudantes em colaborar com os editores. O fechamento do jornal contou com apenas quatro elementos, enquanto as assembléias gerais para debate, avaliação e crítica do trabalho sempre alcançaram um comparecimento superior a 30 estudantes.

PERSPECTIVAS

Apesar desses problemas e desilusões, a receptividade do **Entrelinhas,** mesmo fora do Dabico, foi além das expectativas. O primeiro número vendeu 300 exemplares no dia de seu lançamento (a Cr$ 1,00) no prédio do Ciclo Básico. O encalhe nas bancas não ultrapassou 20% numa média de 20 jornais distribuídos. Uma experiência realizada num colégio de Porto Alegre, conseguiu colocar 50 exemplares através do grêmio estudantil.

Para o segundo número, os editores do **Entrelinhas** estão fazendo algumas reformulações. Uma delas é restaurar a editoria de Economia, considerada essencial. Outra, é alcançar a autonomia financeira do jornal, atualmente sustentando por verbas do Dabico. Essa pretendida autonomia será procurada através de dois pontos: a melhoria geral da qualidade do **Entrelinhas**, tornando-o mais vendável, e uma investida no setor publicitário. O segundo número já começou a receber anúncios.

A segunda edição dará maior peso à reportagem, sendo alguns de seus assuntos: marcação de consultas no INPS, conservação do auditório Araújo Viana, entrevista com o reitor da UFRGS e com um estudante que foi a Rondônia.

Chame a União e faça uma apólice de "Vida em Grupo" para seus empregados.

É o seguro dos empresários responsáveis.

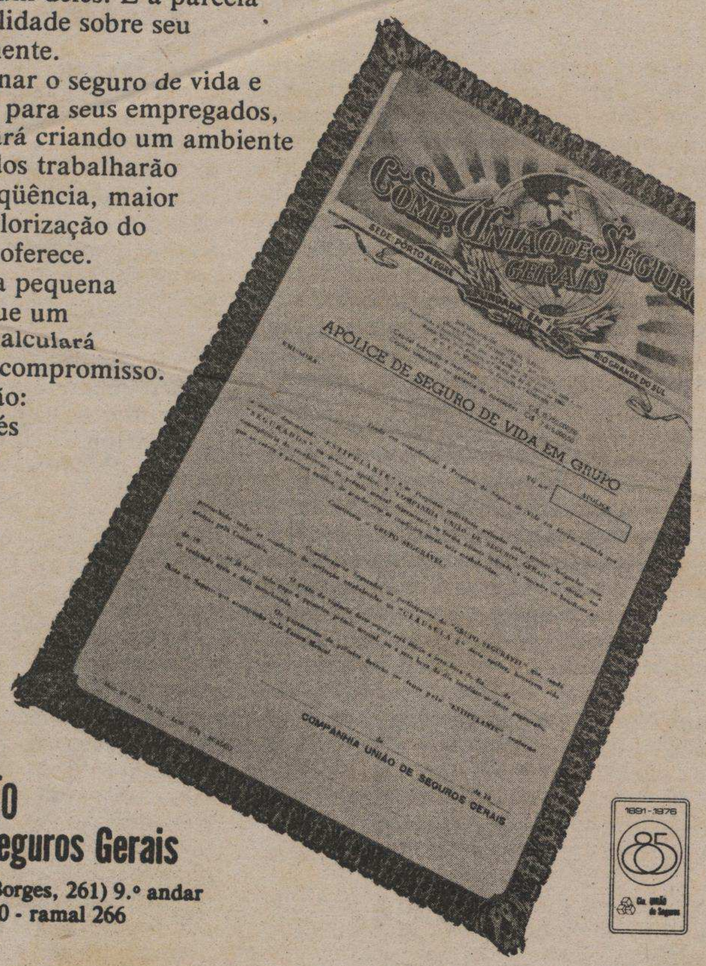
Se a sua empresa tem mais de cem empregados, consulte imediatamente a União de Seguros sobre uma Apólice de Vida em Grupo.

Você sabe o quanto é importante para sua empresa o trabalho de cada um deles. E a parcela de sua responsabilidade sobre seu bem-estar permanente.

Ao proporcionar o seguro de vida e acidentes pessoais para seus empregados, você também, estará criando um ambiente tranqüilo onde todos trabalharão melhor. Em conseqüência, maior produtividade e valorização do emprego que você oferece.

Tudo por uma pequena quantia mensal, que um técnico da União calculará a seu pedido, sem compromisso.

Chame a União: diretamente, através de seu corretor, ou de um gerente do Banrisul.



Cia. UNIÃO de Seguros Gerais

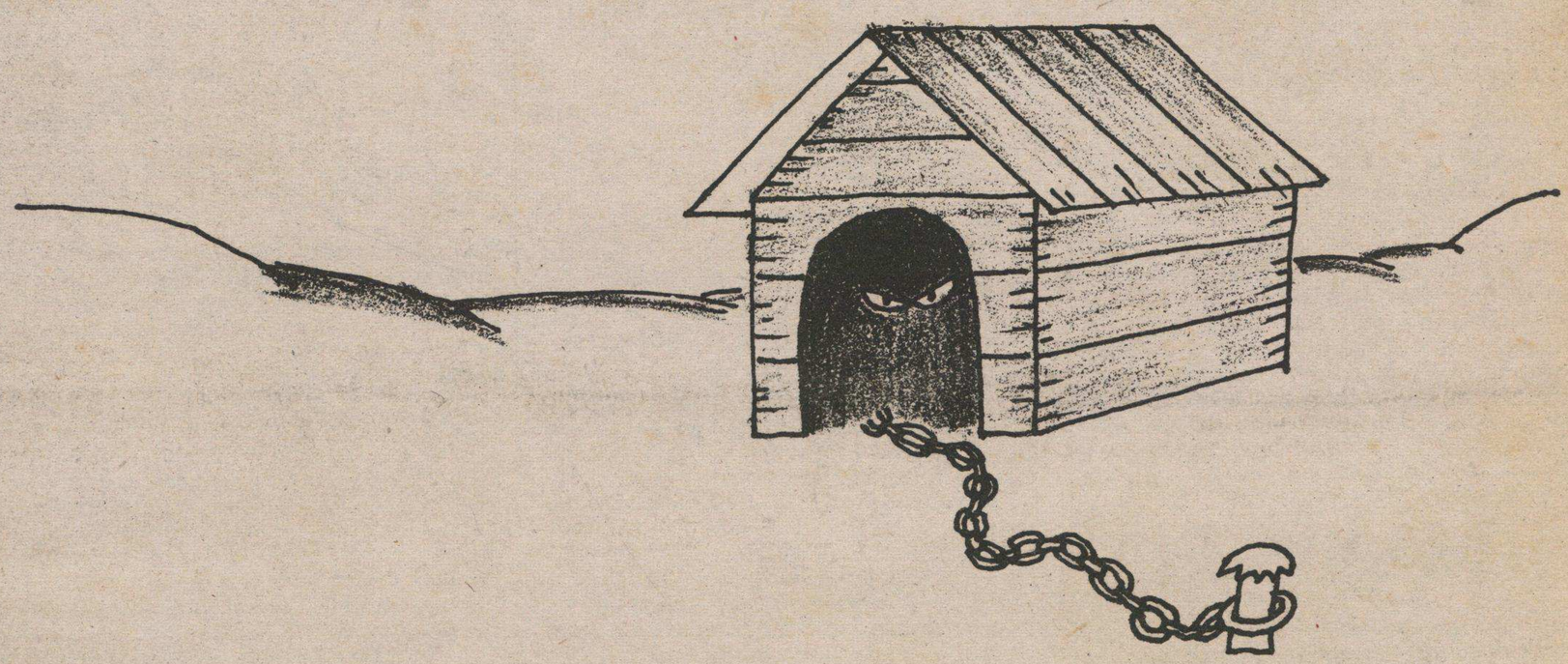
Ed. União (Borges, 261) 9.º andar
Fone 24.50.00 - ramal 266

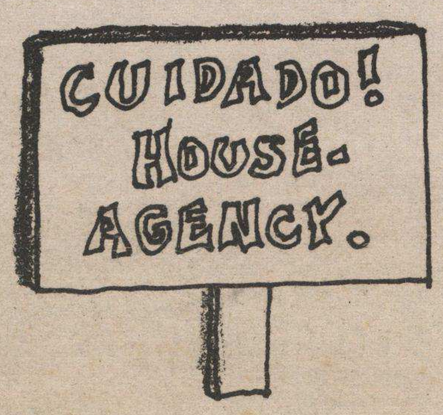
Uma renúncia, divergências. (por casa da house-agency)

A criação da Ampla, **house-agency** que vai atender a conta do grupo Joaquim Oliveira, ex-cliente da MPM (Coojornal, nº 6), dividiu a classe dos publicitários de Porto Alegre e forçou até uma tomada de posição de alguns, mesmo isoladamente. Waldemar Friedrich, por exemplo, segundo vice-presidente da ARP, renunciou ao cargo depois que o presidente da Associação, Jesus Iglesias, aceitou o convite para trabalhar como gerente na agência. A conseqüência mais séria, prevêem os publicitários, é que, por estar ligada a uma grupo muito forte e com grande disponibilidade de capital, a Ampla forçosamente deverá atrair as contas de seus próprios fornecedores, além de captar contas hoje atendidas por outras agências.

Por isso, a nova **house-agency** está sendo vista nesse meio como uma forma nociva de fazer propaganda. O seu surgimento vem acompanhado de outras iniciativas: também nos últimos dois meses o grupo Madezzatti, de Caxias do Sul, criou sua própria agência e a Publivar, pertencente ao grupo Kalil Sehbe, deve crescer de porte mediante associação e cuidar das contas de outras empresas.

A opinião de Waldemar, contato da Lauffer e Dalke, é a de que "todas as agências deveriam formar uma situação de pressão, esvaziando completamente esse tipo de negócio, porque se se deixar evoluir poderá ser muito pernicioso para a publicidade".





COERÊNCIA

A ida de Iglesias — antes da Símbolo — para a Ampla não foi o único fato que levou Waldemar a se demitir da ARP. Ele já vinha descontente com divergências internas na Associação, como desvios dos objetivos iniciais por alguns membros da diretoria. Entre os principais objetivos, estavam o de ser um órgão fiscalizador apontar novos caminhos, formar uma consciência de classe. Friedrich diz que renunciou "por uma questão de coerência".

— Não havia condições de apoiar quem ataca seus colegas e as próprias agências. Iglesias visou apenas seus interesses particulares, colocando-se contra uma grande maioria de profissionais e seguindo um caminho completamente errado em termos de propaganda.

Waldemar não tem muita esperança de que sua renúncia vá mudar alguma coisa "porque a classe publicitária é desunida. A posição que tomei foi individual, mas acredito que pela primeira vez na propaganda gaúcha foi tomada uma posição pública. Até agora tudo que se relaciona a publicitários e à ARP era feito ao pé do ouvido. Minha renúncia não foi uma solução mas uma proposição.

ÉTICA

Udo Lauffer, um dos quatro diretores da Lauffer e Dalke, lembra que todo o profissional livre tem o direito de disputar o mercado. "Mas a ARP, diz, é uma associação de profissionais livres que não deveria somente promover encontros sociais e de lazer, porém valorizar o profissional e da qual Jesus Iglesias é presidente. Só o fato de ele ir para uma house-agency, independente de qualquer atitude, coloca em dúvida seu comportamento, principalmente porque pertenceu à diretoria da Associação Brasileira de Agências de Propaganda, que não admite como associadas agências com controle acionário na mão de clientes".

Quem está na expectativa é o superintendente nacional de operações da MPM, Adão Juvenal de Souza. Como a Joaquim Oliveira era cliente da MPM, Juvenal prefere não falar muito no assunto e coloca Iglesias como "o fiador de uma situação, porque sua vida profissional até hoje foi de uma ética inatacável. Se ele aceitou é provável que exista alguma coisa que não vá caracterizar a Ampla como agência de um grupo empresarial".

Juvenal condena as agências totalmente domésticas e ressalva: "O que se fez no Real não tem as características de uma agência desse tipo e as pessoas que estão me inspiram confiança. O presidente da ARP não vai se divorciar dessa posição, ao assumir um novo papel em sua vida profissional".

DEFESA DO LEITOR

Cinco histórias de consumidores

Desde os tempos do ministro Delfim Netto, a **onda** no setor financeiro do país passou a ser os conglomerados, com os bancos comerciais puxando o carro e oferecendo todos os serviços da área, à maneira de supermercados especializados. A intenção era ganhar na escala o que se ganhava antes na margem de lucros.

O resultado? Bem, isso é outra conversa. Se formos analisar a rentabilidade dos Fundos 157, que eles administram, vamos verificar que, apesar da intensa propaganda que fazem para conseguir adeptos, é a mais baixa de todos: geralmente negativa. Vale a pena conferir antes de escolhê-los para aplicar os incentivos do Imposto de Renda, cujo certificado a Receita Federal está agora entregando.

E os serviços? Também nisso há problemas. Os fatos negativos se multiplicam. Querem ver? Este, por exemplo. Ney Oscar Leonardi Paranhos, funcionário da Abril SA Cultural e Industrial, contratou uma apólice de seguro total da Enseg — Engenharia de Seguros Ltda, do grupo Itaú, para o seu carro Ford Corcel 1975. Pagou a entrada de Cr$ 1.365,00 e encarregou a agência do banco Itaú, da rua Voluntários da Pátria, em Porto Alegre, para pagar as prestações mensais, através de débito em conta corrente.

Nos primeiros quatro meses, o sistema funcionou. Mensalmente, o funcionário encarregado debitava Cr$ 344,76 na conta corrente do cliente. Mas esqueceu de fazê-lo no quinto mês. O gerente Cláudio prometeu que o banco ia assumir o erro, porque tinha sido de sua responsabilidade. Não assumiu. Demitiu o funcionário e só. Paranhos perdeu o direito ao seguro e o dinheiro já investido: entrada de Cr$ 1.365,00 e Cr$ 1.379,04 das quatro prestações. Faltavam mais seis, que completariam os Cr$ 4.269,00 da apólice. O gerente, achando que compensaria o prejuízo, teve ainda a coragem de oferecer ao Paranhos um **papagaio** para renovar o seguro.

Esta mesma irresponsabilidade do banco Itaú (também agência Voluntários da Pátria) foi comprovada por Joyce Cademartori Piñeiro, funcionária da Editora Abril Ltda, em Porto Alegre. Desde janeiro de 1976, ela vem tentando conseguir o extrato do seu Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS). Finalmente, em começos de julho Joyce recebeu o extrato, mas errado, vinculando-a à Abril SA, quando ela é funcionária da Editora Abril Ltda, desde 1969.

É claro que isso não é um problema apenas dos grandes conglomerados. Há poucas semanas, um amigo recebeu aviso da Hermes Macedo (Alberto Bins, Porto Alegre), intimando-o a pagar dentro de 72 horas a sua prestação vencida, sob pena de colocar o título em protesto. Pura invenção da desorganização da loja. Faltava uma semana para o vencimento da prestação. Depois eles verificaram o caso e confessaram que tinham errado. E pediram desculpas. Nada mais. Como se isso pagasse o prejuízo (moral).

O jornalista Flávio Schubert, da **Zero Hora**, escreve elogiando esta seção: "O levantamento feito (na edição anterior) mostra como é fácil a gente ser saqueado na simples compra de um fogão ou televisor". Mas acrescenta algumas considerações e fatos. "Como colaboração, lembro que o simples confronto de preços, como foi feito naquela ocasião, pode enganar. É que numa loja dão o preço do fogão, por exemplo, com instalação. E noutra dão o preço sem instalação. Mas nesta não mencionam o fato. E quando o consumidor compra o fogão, recebe a notícia de que vai precisar pagar ainda a instalação. Soma tudo e vê que ia sair mais barato na outra loja.

Outro exemplo: Andei, há tempos, atrás de um toca-discos. Na Casa Victor, da rua da Praia, encontrei um, marca Philips, mais barato do que em outras lojas. Já estava quase comprando, quando descobri que ainda teria de comprar a cápsula, que tornava o preço do aparelho mais caro do que os que vira antes.

Mais um exemplo:

Um dia, vi na vitrina da Taft (Rua da Praia) um artigo que me interessou. Constava o preço à vista e em três ou cinco vezes. Multipliquei as prestações pelo número três ou cinco e descobri que o preço à vista era mais caro do que a prazo. Conferi nos outros artigos, pois podia ser apenas engano, e confirmei a constatação. Um abraço do Schubert".

"Se você vive tem crédito na Nova Loja Ibraco". Partindo de um humorista (Costinha), a propaganda não pode mesmo ser levada a sério. Foi o que constatou o Bira, quando quis comprar um rádio para a redação da Abril, com pagamento em 30 dias. Não bastou que ele se identificasse como funcionário da empresa, nem mesmo que o chefe da Redação fosse à loja, também se identificando. O rádio custava Cr$ 600,00. Aí Bira foi fazer a mesma proposta para a Manlec. Identificou-se e conseguiu comprar o aparelho em nome da empresa. Só que três dias após o rádio ficou mudo...

O fotógrafo J.B. Scalco levou seu Chevette à Geral de Acessórios em Porto Alegre, para revisão e balanceamento. Quando o retirou, viu especificada na nota uma porca a Cr$ 5,00 e um parafuso de roda dianteira a Cr$ 10,00. A explicação que recebeu foi de que as duas peças tinham sido quebradas pelo mecânico, ao retirar as rodas para o balanceamento. Quem marchou foi novamente o cliente. O pior é que o carro teve que voltar à oficina para novo balanceamento, porque o primeiro o deixou em pior estado do que estava.

Mas os problemas com oficina especializada não ocorrem apenas em relação a automóvel. Sabem quanto paguei para limpeza de uma máquina portátil Olympia? Cr$ 404,00. E quem executa o trabalho é uma máquina que não leva mais de meia hora para o serviço.

Isto é a filial Olympia em Porto Alegre. O técnico explicou que a tarifa é confeccionada pela própria fabrica em São Paulo. Está faltando o Governo dar uma olhada nisso... Em tudo isso (Afonso Ritter).