

FACULDADE CÁSPER LÍBERO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

O LOCAL FORA DA PAUTA

Uma análise dos cadernos de cultura do Correio Popular e do Jornal de Piracicaba

JOÃO TURQUIAI JUNIOR

São Paulo
2011

JOÃO TURQUIAI JUNIOR

O LOCAL FORA DA PAUTA

Uma análise dos cadernos de cultura do Correio Popular e do Jornal de Piracicaba

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu, em Comunicação, na linha de pesquisa ‘Produtos Midiáticos: Jornalismo e Entretenimento’, da Faculdade Cásper Líbero, em cumprimento parcial à obtenção do título de mestre.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho.

**São Paulo
2011**

Turquiai Junior, João

O local fora da pauta: uma análise dos cadernos de cultura do Correio Popular e do Jornal de Piracicaba / João Turquiai Junior. – São Paulo, 2011.

154 f. : il 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho

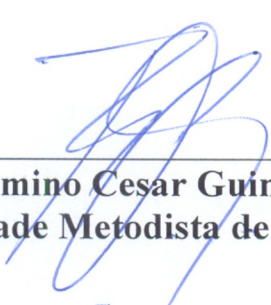
Dissertação (mestrado) – Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação

1. Jornalismo. 2. Entretenimento. 3. Cultura. 4. Identidade. 5. Jornalismo de proximidade. I. Coelho, Cláudio Novaes Pinto. II. Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação. III. O local fora da pauta: uma análise dos cadernos de cultura do Correio Popular e do Jornal de Piracicaba.

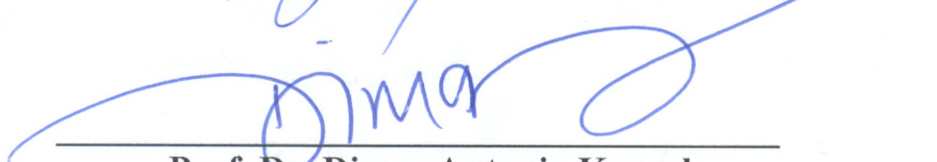
ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

AUTOR: JOÃO TURQUIAI JUNIOR

“O LOCAL FORA DA PAUTA: UMA ANÁLISE DOS CADERNOS DE CULTURA DO CORREIO POPULAR E DO JORNAL DE PIRACICABA”.



Prof. Dr. Belarmino Cesar Guimarães da Costa
Universidade Metodista de Piracicaba



Prof. Dr. Dimas Antonio Kunsch
Faculdade Cásper Líbero



Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho
Faculdade Cásper Líbero

Data da Defesa: - 30 de junho de 2011.

Dedico esta pesquisa às pessoas que me ensinam as mais belas lições de vida.

À pequena **Júlia**, pela alegria contagiante com que vive ao meu lado, pelas manifestações de carinho e admiração que transmite ao papai em cada olhar.

À **Juliana**, amada companheira, exemplo de determinação. Maior incentivadora dos meus passos em Comunicação. Do início, como estagiário em televisão, passando pelas gratificantes experiências em rádio, jornal, e agora em minha formação como professor.

À minha mãe **Elidia**, pelo amor e compreensão demonstrados em cada momento compartilhado. Sua trajetória de vida é o maior exemplo de superação e vitória que carrego comigo.

Ao meu **pai**, pelo desejo de que eu valorize todas as oportunidades com as quais possa aprender algo novo, principalmente estudando.

À minha irmã **Tati**, pela maneira afetuosa com que acompanha minhas conquistas.

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho pelo incentivo, dedicação, parceria e orientação, desde o Lato Sensu; ao Prof. Dr. Dimas Antonio Künsch e ao Prof. Dr. Belarmino César Guimarães da Costa pelas valiosas sugestões na banca de qualificação.

“A ordem global e a ordem local constituem duas situações geneticamente opostas, ainda que em cada uma se verifiquem aspectos da outra. A razão universal é organizacional, a razão local é orgânica. No primeiro caso, prima a informação que, aliás, é sinônimo de organização. No segundo caso, prima a comunicação”.

Milton Santos, em *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção* (Santos, 2006, p. 231)

RESUMO

A pesquisa visa a contribuir com reflexões sobre o jornalismo na contemporaneidade, a partir do recorte de duas propostas de trabalho na editoria Cultura, a qual é representada pelos jornais paulistas Correio Popular e Jornal de Piracicaba. O estudo contrapõe as consequências da aplicação do jornalismo de proximidade, que em uma de suas vertentes ressalta as particularidades de um determinado território, com os efeitos do jornalismo que privilegia reportagens de ordem nacional e global, produzidas em sua maioria por agências de notícias. A valorização de reportagens sobre as produções da indústria do entretenimento, especialmente o cinema, figura como aposta da maioria dos impressos, até mesmo daqueles que têm a maior parte de seus leitores morando em cidades sem salas para a exibição de filmes. Com isso, as produções da cultura regional recebem pouca atenção nas páginas dos diários. Cada vez mais, os jornais locais deixam de atuar pelo fortalecimento da identidade cultural de seus leitores, optando por reproduzir textos da grande imprensa. A pesquisa pretende apontar a possibilidade de contemplar a divulgação das produções da indústria cultural, sem que para isso os jornais deixem de ressaltar os assuntos que envolvem artistas e tradições locais. Ao mesmo tempo em que o desenvolvimento de novas plataformas digitais de comunicação fomenta as especulações em torno do fim dos jornais, pouco se analisam as consequências das pretensões dos grupos de mídia em formação, nas cidades do interior, na produção de reportagens para o impresso. Para a realização das análises dos cadernos de cultura, foram escolhidos dois períodos de publicação dos jornais nos anos de 2009 e 2011. Enquanto um jornal foca na publicação de textos sobre produções da indústria do entretenimento, outro revela quem são os artistas regionais e quais atividades são desenvolvidas na área de atuação do meio.

Palavras-chave: Jornalismo. Entretenimento. Cultura. Identidade. Jornalismo de proximidade.

ABSTRACT

This study aims to contribute with reflections on journalism in contemporary times, from the angle of two proposals of work in the Culture editorial, represented by the newspapers *Correio Popular* and *Jornal de Piracicaba*, both from the State of São Paulo. This study contrasts the consequences about the use of the journalism of proximity, which in one of its components highlights the particularities of a certain territory, with the effects of the journalism that focuses on national and global news, produced mostly by news presses. The appreciation of reports about the entertainment industry productions, especially movies, appears as the most bet in the majority of the newspapers, even those who have most of their readers living in cities with no room for viewing movies. Consequently, the local culture productions receive little attention in the pages of the diaries. Increasingly, local newspapers cease to act by strengthening the cultural identity of their readers, by choosing to reproduce the texts of major newspapers. This study intends to show the possibility to include the dissemination of the cultural industry production, in a way that this newspapers does not need to cease to highlight the issues involving local artists and traditions. At the same time that the development of new digital platforms of communication fosters the speculation surrounding the end of newspapers, few studies analyze the consequences of the claims of media groups in formation in the inner cities on the production of reports for printing. To carry out the analysis of the culture section were chosen two periods of newspapers published in 2009 and 2011. As one newspaper focus on the publication of texts about the entertainment industry productions, the other reveals who are the regional artists and what activities are carried on in his fields.

Keywords: Journalism. Entertainment. Culture. Identity. Proximity journalism.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO I – O JORNALISMO NA CONTEMPORANEIDADE	
1.1 Desafios no início do século XXI	15
1.2 Conteúdos e comportamentos semelhantes	21
1.3 O local fora da pauta	26
1.4 Por uma cobertura equilibrada	31
CAPÍTULO II – COMUNICAÇÃO E IDENTIDADE CULTURAL	
2.1 Jornalismo de proximidade	34
2.2 Identificação e cultura local	45
2.3 Supervalorização do nacional e do global	58
2.4 Preferência pela sétima arte	67
2.5 A cultura da redação	78
CAPÍTULO III – CORREIO POPULAR E JORNAL DE PIRACICABA	
3.1 Correio Popular	83
3.2 Jornal de Piracicaba	88
3.3 Análises	93
3.4 Reportagens	131
3.5 Outra possibilidade	143
CONSIDERAÇÕES FINAIS	149
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	155
ANEXOS	163
Anexo I – Tabelas	164
Anexo II – Entrevistas	170
Anexo III – Páginas dos jornais (PDFs)	189

INTRODUÇÃO

Há 10 anos atuando como repórter em redações de jornal e de emissoras de rádio, em São Paulo e na cidade de Americana, o autor deste trabalho acadêmico lançou-se ao desafio de pesquisar o que leva os jornais *Correio Popular* e *Jornal de Piracicaba* a adotarem propostas distintas de jornalismo em cadernos de cultura; quais são as características dessas linhas editoriais e os efeitos de suas aplicações em reportagens; como são estabelecidas as relações entre esses meios e seu público e, principalmente, qual é a contribuição dada pelos dois jornais ao fomento das atividades desenvolvidas nas regiões onde circulam, bem como à visibilidade das produções da indústria do entretenimento.

A pesquisa realiza-se em um período de transformações e ampliações das possibilidades de comunicação, promovidas principalmente pela aplicação da tecnologia. À medida que as novas plataformas para divulgar informações ganham espaço em mídias digitais, o futuro do meio impresso é colocado em xeque. O sinal mais evidente da necessidade de rever o modo de se fazer jornal é apontado por profissionais do meio, quando se compara o tempo para que uma informação se torne pública em suas páginas com a rapidez com que o mesmo conteúdo se dissemina em computadores e telefones com acesso à internet.

Como tentativa de manter os jornais vivos, mesmo que apenas enquanto títulos, muitas empresas de comunicação investiram na criação de portais que recebem diariamente parte do conteúdo presente nas páginas de seus meios impressos. No entanto, enquanto a discussão parece se resumir ao aperfeiçoamento do campo técnico de acesso à comunicação, poucos olhares se concentram na reavaliação do conteúdo que os jornais oferecem em papel e na tela dos computadores. Pelo menos dois pontos são destacados por jornalistas e administradores, que se apresentam como profissionais empenhados em aumentar ou manter a influência dessa mídia na sociedade.

No primeiro, a maioria dos jornalistas parece concordar com a ideia de que as reportagens publicadas em jornais não deveriam repetir o envelhecido enfoque divulgado à exaustão, no dia anterior, pelos meios eletrônicos. No segundo, há o consenso quanto à necessidade de se ocupar cada vez mais as páginas com assuntos locais, que criem ou despertem no leitor a necessidade de prestigiar as produções e os acontecimentos que estão a sua volta, levando, assim, o jornal a figurar como espaço de representação dos acontecimentos

e, ao mesmo tempo, ser um instrumento capaz de auxiliar os leitores em reivindicações aos setores público e privado.

É importante destacar que a dissertação não se propõe a realizar uma discussão conceitual sobre jornalismo cultural e suas vertentes nos meios impressos no Brasil. A escolha pela análise dos cadernos de cultura deve-se ao fato de esse espaço ser o que melhor evidencia aquilo que o pesquisador considera ser uma das maiores contradições em relação ao discurso das empresas que buscam aproximar seus leitores das regiões onde eles vivem.

Na maior parte dessas publicações em circulação, em cidades do interior, principalmente nas edições entre quinta-feira e domingo, reportagens produzidas por agências de notícias ou pela própria equipe de jornalistas dessas empresas – abordando produções da indústria do entretenimento – predominam. Com isso, assuntos que enfocam as culturas tradicionais, aquelas que têm relações diretas com a história das cidades e de seus moradores, ou as manifestações artísticas locais de qualquer natureza, como pequenas apresentações musicais em bairros e peças de teatro que contam com a participação de artistas regionais, recebem pouco ou nenhum espaço de destaque nas edições que registram as maiores tiragens.

Ter as redações como ambiente de trabalho contribuiu para o conhecimento dos processos que envolvem a elaboração de pautas, a escolha por conteúdos comprados de agências, as estruturas e as limitações das empresas de comunicação, os desafios das equipes de reportagem e os reflexos que as pretensões econômicas dessas empresas podem ter no conteúdo apresentado aos leitores. A pesquisa destaca no primeiro capítulo alguns dos desafios ao jornalismo na contemporaneidade, estabelecendo um contraponto entre as propostas do *Correio Popular* e do *Jornal de Piracicaba* para a cobertura de assuntos locais e os relacionados à indústria do entretenimento.

Os dois jornais estão inseridos em uma região com mais de três milhões de habitantes, a qual está entre as que apresentam os melhores índices sócio-econômicos do Estado de São Paulo. Às empresas proprietárias dos dois jornais somam-se a RAC (Rede Anhanguera de Comunicação), maior agência de notícias do interior de São Paulo, seis outros jornais com circulação nas cidades de Campinas, Piracicaba e Ribeirão Preto, duas emissoras de rádio, além de gráficas próprias.

Mesmo que os jornais sejam dissolvidos por conta da expansão dos meios eletrônicos de comunicação, como muitos profissionais de mídia acreditam que aconteça em médio prazo, a relação entre as agências de notícias e a imprensa local – quanto à produção e os critérios adotados para a reprodução dos assuntos relacionados à cultura e ao entretenimento nacional e internacional – é a mesma adotada nos sites e em emissoras locais de rádio e tevê. Portanto, o que se analisará nesta pesquisa, sobretudo, é a observação de uma tendência que se mostra presente também nos meios eletrônicos criados pelas empresas que até então tinham nos impressos seus principais meios.

Apesar da inegável perda de espaço para outras mídias, os jornalistas que trabalham para os impressos contam com o diferencial de ter maior tempo para apurar e escrever reportagens. Portanto, ainda são os jornais que têm melhores condições de oferecer conteúdos contextualizados, com análises e projeções sobre os acontecimentos locais, regionais, nacionais e até internacionais. Essa possibilidade de desenvolvimento do jornalismo mais próximo de seu público será apresentada no segundo capítulo da dissertação.

Outra questão que o pesquisador considera relevante na escolha do objeto de estudo é o fato de os jornais impressos ainda serem o principal ou o único veículo de comunicação na maioria das cidades do interior de São Paulo. Por essa razão, essas empresas recebem a maior parte da verba de publicidade destinada à imprensa e, por isso, contam com maior e melhor estrutura entre os meios para incrementar a cobertura que se propõem a realizar na editoria *Cultura*.

Espera-se que a pesquisa contribua sinalizando a existência de uma corrente majoritária entre os grupos de comunicação em formação no interior, que tende a privilegiar nos espaços de destaque da editoria *Cultura* produções do cinema e da televisão. Ou seja, a editoria parece empenhada em estabelecer uma sintonia fina com o que é produzido pelas agências e, consequentemente, publicado por alguns dos principais jornais do país, sem se importar se a maior parte dos textos é escrita a partir de narrativas reducionistas, que pouco contribuem para cativar os leitores e ampliar o conhecimento que têm sobre a realidade que os cerca.

Ao ceder maiores e melhores espaços para assuntos de abrangência nacional ou internacional – deixando o local por vezes completamente fora da pauta – as empresas não estariam apenas optando por um modelo que representa economia e comodidade, mas deixando de praticar o jornalismo de proximidade – que a imprensa do interior tem melhores condições para realizar – para se filiar a um modelo convencional de fazer jornalismo. A falta de empresas dispostas em investir na estrutura das redações, a partir da contratação de profissionais especializados, também pode ser apontada como um agravante à falta de reportagens sobre os assuntos locais.

Por outro lado, o pesquisador espera encontrar a possibilidade de fazer jornalismo que valorize os assuntos locais, fortalecendo a identidade cultural da região por onde circula e a comunicação entendida como transmissão de conhecimento entre os seus leitores, sem que essa opção signifique deixar de contemplar assuntos nacionais e internacionais nos cadernos de cultura.

No terceiro capítulo, são apresentadas as análises comparativas entre as propostas de jornalismo das duas empresas. Para identificar os assuntos que predominaram nos cadernos de cultura do *Correio Popular (CP)* e do *Jornal de Piracicaba (JP)*, e de que maneira eles foram apresentados, o pesquisador selecionou edições de dois períodos dessas publicações, ao longo do desenvolvimento do estudo: 22 de outubro a 15 de novembro de 2009, e 17 de fevereiro a 13 de março de 2011.

Cada período corresponde a quatro semanas, sempre entre quinta-feira e domingo, totalizando 64 edições. O primeiro foi definido nos meses seguintes ao início do estudo, já o segundo representa o fechamento da pesquisa, e foi escolhido com o propósito de verificar se houve alterações significativas nos objetos analisados. Na seção *Anexos* estão os números correspondentes à quantidade de reportagens e fotos publicadas nos cadernos de cultura dos jornais a respeito de assuntos locais, nacionais e internacionais.

O objetivo é oferecer ao leitor subsídios que lhe permitam observar as diferenças entre as linhas editoriais seguidas pelo *CP* e *JP*. Quatro reportagens usadas para ilustrar as capas dos cadernos de cultura terão seus textos analisados, a fim de se comparar o tipo de narrativa adotada com maior frequência por cada um dos jornais. Para o desenvolvimento da pesquisa, foram ouvidos repórteres e editores dos jornais *Correio Popular*, *Jornal de Piracicaba*, *Todo Dia* e *O Liberal*, das agências *Folhapress* e *Estado*, e o editor-executivo da *APJ* (Associação Paulista de Jornais).

Como referências, foram adotados livros que abordam conceitos e técnicas do fazer jornalismo. A postura crítica adotada pelo jornalista Ricardo Noblat, no livro “A arte de fazer um jornal diário”, subsidiou o trabalho na análise de três aspectos dissonantes presentes nos jornais. São eles: a premissa do meio de comunicação, que deveria ser usado para contribuir com o desenvolvimento da cidadania local; o que de fato oferecem a seus leitores; quais caminhos precisam ser traçados; e, ainda, de que maneira esses caminhos devem ser percorridos para que se alcance a desejada melhoria na qualidade de informação e na aproximação entre jornal e leitor.

A Teoria Crítica da Comunicação será usada para analisar a conversão de cultura em mercadoria. Para isso, as ideias presentes no livro “Dialética do Esclarecimento”, de Adorno e Horkheimer, que definem a organização e as imposições da Indústria Cultural, foram consultadas para permitir a compreensão das relações entre as agências de notícias e os jornais do interior, as empresas de comunicação e seus anunciantes, e entre os jornais e seus leitores.

Outra importante referência adotada foi o conceito de jornalismo de proximidade, apresentado por Cicilia Peruzzo, Carlos Camponez, Wilson Marini e Isabelle Anchieta como de fundamental importância para evidenciar as especificidades de uma determinada localidade, permitindo, assim, um contato maior entre as pessoas que recebem as informações e os acontecimentos que as cercam.

A estrutura econômica e comunicacional criada para o desenvolvimento da globalização, as consequências da divulgação de conteúdos semelhantes entre os meios, aliadas ao desejo de uma sociedade por autonomia e espaço para divulgação da cultura local – reflexões trabalhadas pelo geógrafo Milton Santos – podem indicar que, mesmo diante de um cenário de semelhança cultural, reforçado por grande parte dos *media*, é possível encontrar diretrizes que nos apontem um caminho de fomento da cultura local por meio do jornalismo.

CAPÍTULO I – O JORNALISMO NA CONTEMPORANEIDADE

1.1 Desafios no início do século XXI

Em meio ao incessante desenvolvimento técnico de ferramentas apresentadas ao público como dispositivos capazes de revolucionar a comunicação humana – tornando-a mais veloz, completa e cada vez mais ao alcance de todos –, o jornalismo figura-se entre as atividades que precisam ser revistas para conseguirem se firmar na sociedade como representantes dos interesses coletivos, contribuindo verdadeiramente para ampliar o conhecimento de seus receptores.

No entanto, essa tarefa parece estar distante de ser alcançada quando nos damos conta de que a influência do mercado publicitário na produção do jornalismo apresentado em revistas, emissoras de rádio e televisão, em jornais e nos milhares de sites, vai muito além da ocupação de alguns espaços físicos ou intervalos de tempo entre as notícias oferecidas. “Nessa onda, a mídia tem desempenhado, principalmente, as funções de consumo e entretenimento, relegando ao segundo plano as tarefas essenciais da informação, cultura, educação e conscientização”. (Marshall, 2003, p. 41)

O jornalismo desenvolvido hoje pela maioria dos *media* constitui-se basicamente em mais uma engrenagem da economia a serviço do fomento da produção de bens de consumo. Da simbiose entre as artes de informar e vender resulta o comportamento cada vez mais difundido nas redações, capaz de apagar as fronteiras entre o conhecimento sobre os acontecimentos que permeiam nossa rotina e o puro consumo de produtos ou conceitos. “(...) de imprensa política em sua gestão, o que hoje temos é uma imprensa publicitária”. (Barbero, 2004, p. 80)

Na prática, o jornalismo, que deveria primordialmente estar imbuído na representatividade dos interesses coletivos, está cada vez mais relegado ao segundo plano; sobretudo abaixo de interesses dos anunciantes, principais responsáveis pelos lucros cada vez maiores dos proprietários dos meios de comunicação, e abaixo também das pretensões de grupos políticos à frente das administrações públicas, que pressionam substancialmente os *media* a fim de interferirem em parte de suas coberturas.

Na maioria das vezes, se a exposição de uma notícia colocar em risco o faturamento de um anunciante ou desagradar à administração pública, da qual os *media* dependem financeiramente ou simplesmente compartilham a mesma ideologia, é muito provável que ela não se torne pública. Por outro lado, se determinada informação favorecer um grande parceiro do meio, os jornalistas receberão recomendações que virão do departamento comercial ou da direção da redação para valorizá-la, evidenciando, assim, a interferência na produção de reportagens.

No caso da influência do departamento comercial sobre a redação, temos hoje parte do conteúdo midiático, que é produzido na televisão, no rádio, nas revistas ou nos suplementos encartados nos jornais, idealizada a partir de uma demanda identificada por esse setor, que mantém contato permanente com os anunciantes a fim de definir que tipo de notícia e em qual momento ela deve ser apresentada ao público como imprescindível para quem deseja estar bem informado, à frente de seu tempo.

A fórmula usada para a produção dessas informações segue o mesmo modelo daquela usada para a fabricação de produtos em larga escala. “Os padrões teriam resultado originalmente das necessidades dos consumidores: eis porque são aceitos sem resistência”. (Adorno, Horkheimer, 1985, p. 114)

A lógica de produção para gerar grande parte dos conteúdos oferecidos pelos *media* como notícias importantes tem início no setor responsável pela captação de verbas publicitárias para a própria empresa de comunicação. Do departamento de vendas, os contatos comerciais identificam os produtos e serviços disponíveis no mercado, os quais podem ser comprados pelos leitores, ouvintes, espectadores e internautas, logo que esses forem informados quais são os objetos importantes para serem consumidos.

Assim, acaba sendo transferida ao jornalismo a responsabilidade de conferir credibilidade, por meio de sua linguagem, aos impulsos emitidos pela publicidade para que a sociedade consuma todos os tipos de bens, desde simples objetos às tendências de moda, beleza e comportamento. Ou seja, cabe ao jornalista a execução da “mágica” de transformar o conteúdo publicitário em notícia, suavizando a conotação de jabá¹.

¹ Jabá: termo utilizado principalmente na indústria fonográfica brasileira para denominar uma espécie de suborno em que gravadoras pagam a emissoras de rádio e tevê pela execução de determinada música. A expressão também é usada em casos de aliciamento de jornalistas para obtenção de comentários ou reportagens favoráveis a respeito de um produto.

O oferecimento de “boas ideias” ao público, usando o trabalho de jornalistas, pode ser facilmente observado em publicações segmentadas, que abordam novas técnicas e equipamentos desenvolvidos e apresentados ao mercado como indicados para tratamentos estéticos, por exemplo. Os integrantes do departamento encarregado de conseguir anunciantes para a empresa de comunicação saem em busca de clínicas interessadas em aliar sua marca às reportagens que vão conferir visibilidade aos tratamentos oferecidos. Depois de estabelecida a relação de “parceria” entre anunciante e jornal, legitimando o processo de comprometimento, imagens e entrevistas começam a ser produzidas pela equipe de reportagem.

Dessa forma, assuntos de interesse geral da população, como os que são ligados às áreas de saúde, educação, alimentação, lazer e segurança, por exemplo, recebem datas específicas para serem retratados com maior intensidade pela imprensa. Mesmo que a demanda por essas notícias seja diária, é em projetos especiais – com períodos previamente estabelecidos pelo departamento comercial, após a venda de espaços – que o conteúdo produzido recebe sinal verde para ser divulgado. Esse modelo de trabalho, que primeiro busca um patrocínio para depois disponibilizar a informação ao público, é justificado pelos *media* como fundamental para a sobrevivência das redações, que trabalham cada vez mais enxutas em seus quadros de profissionais.

Ironicamente, ao servir de hospedeiro para o desenvolvimento da publicidade, o jornalismo realizado hoje pela maior parte dos *media* se transformou em uma versão moderna da atividade desenvolvida ainda no início do século XX por jovens vendedores de jornais, que recebiam a missão de anunciar, em meio à multidão dos grandes centros, que o conteúdo daquela edição era simplesmente imperdível. Fazia-se necessário, então, chamar a atenção de quem caminhava com destino certo em meio à multidão para o que se propagava com senso de urgência nas publicações. Vendiam mais exemplares os garotos que conseguissem anunciar os assuntos em destaque de forma atraente e para o maior número de pessoas possível.

Pelas emissoras de rádio e televisão, sites, jornais e revistas, a difusão de informações que visam a mobilizar pessoas e transformar os receptores em cidadãos críticos é cada vez menor. Por terem de evitar a todo custo ferir os interesses de gestores públicos e empresas anunciantes por meio de reportagens investigativas, relevantes à comunidade, as informações com potencial de mobilização são, por muitas vezes, abordadas de maneira superficial ou sequer são apresentadas. A adoção dessa postura justifica, em grande parte dos

media, a presença de palavras como independência e credibilidade apenas em slogans e vinhetas usadas pelas empresas que se apresentam como dispostas a fazer jornalismo.

As pautas distribuídas nas redações se dividem basicamente entre assuntos de interesse dos leitores, pedidos que partem do departamento comercial com a intenção de que se privilegie determinado produto ou anunciante, recomendações da direção da empresa para que se evite a abordagem de determinados assuntos e entrevistados ou, então, a adoção de enfoques que não comprometam a relação da empresa com as administrações públicas.

Vale destacar, também, que o trabalho produzido nas redações encontra hoje a possibilidade de dividir espaço com informações superficiais, produzidas geralmente por cidadãos comuns que, com o uso de celulares, gravadores ou câmeras digitais, captam depoimentos e imagens de acidentes, por exemplo, e os enviam para as redações ou postam em blogs pessoais acompanhados de comentários.

Para evitar que a atenção do público se dividida entre os múltiplos canais de informação disponíveis na internet, muitas empresas de comunicação estimulam essa participação dos leitores, ouvintes e telespectadores na produção de seu conteúdo. Desse modo, o colaborador sente-se privilegiado com a possibilidade de poder oferecer informações e fotos, que são recompensadas com a divulgação do nome de quem as enviou. Com isso, os *media* formam um exército de colaboradores voluntários, que vêm ganhando cada vez mais espaço nos meios.

Os primeiros anos deste século são marcados pelo paradoxo de ter de um lado o aumento significativo de notícias gratuitas em circulação nos *media*, principalmente na internet e, de outro, queda na qualidade do conteúdo oferecido ao público. A popularização do acesso à internet tem permitido a multiplicação diária de sites que produzem ou reproduzem textos, fotos e vídeos sobre fatos que vão desde o simples relato sobre os prejuízos causados por um buraco que se abriu no asfalto de uma rua até uma gafe cometida por uma apresentadora de tevê em outro país. “Assim, a internet permite a qualquer pessoa não só ser efetivamente, à sua maneira, jornalista, mas até encontrar-se à frente de uma mídia de alcance planetário”. (Ramonet, 1999, p. 56)

E é justamente a rápida expansão da oferta de informações na internet (blogs, *Twitter*, *Facebook*, *Orkut* e outros) que coloca em xeque elementos fundamentais para que a atividade jornalística seja cumprida seguindo preceitos básicos que garantam boa qualidade à informação. Um deles é a escassez de tempo para apurar e trabalhar as informações antes de

torná-las públicas. Às empresas de comunicação, que visam ao lucro acima de tudo, deixou de ser estimulante ter entre seus colaboradores jornalistas devidamente capacitados, que precisam dispor de tempo e estrutura para a correta cobertura dos acontecimentos.

O sistema não quer mais saber deles. Poderia funcionar sem eles, ou digamos que ele consente em trabalhar com eles, confiando-lhes, porém, um papel secundário: o de funcionários na rede (...). Em outras palavras, rebaixando-os ao nível de retocadores de transmissões de agência (Ramonet, 1999, p. 51).

A atividade que sofre influência de interesses políticos e econômicos também é usada de maneira superficial para a produção e divulgação de fatos em tempo real, online. Sob o guarda-chuva do que se acredita ser a moderna versão do jornalismo, surgem, a todo o momento, textos, fotos e comentários que se espalham entre celulares e computadores conectados à internet em qualquer parte do mundo.

Instaura-se, assim, uma espécie de competição envolvendo, além dos *media* tradicionais, todos aqueles que, mesmo não sendo jornalistas ou estando bem distantes de uma redação, aproveitam-se do acesso à internet e lançam-se no desafio de informar a seu modo. Passa a existir uma espécie de disputa para ocupar o posto de porta-voz dos acontecimentos mais importantes. No entanto, Costa (2001, p. 149), ao se referir ao pensamento de Merton e Lazarsfeld, adverte que “o fato de estar exposto a uma avalanche de informações vindas de todos os meios de comunicação, de maneira ubíqua, a todo instante, não é suficiente para despertar a ação social organizada”.

Diante dessa farta distribuição de conteúdos, os *media* tradicionais vêm-se obrigados a adotar o vale-tudo que impera na ética da liberdade capitalista pós-moderna como referência para suas produções. Reportagens compostas por grandes fotos e textos que privilegiam o inusitado, ou seja, aquilo que é espetacular ou divertido ganha espaço no noticiário que se pretende atingir a todos.

É nesse mercado que os jornais, radiojornais, telejornais e net-jornais tentam capturar a todo custo os olhares daqueles que acreditam que estar diante de uma enorme oferta de fotos, gráficos, infográficos, números, opiniões e relatos vindos a todo o momento e de várias partes é a garantia de estar por dentro dos principais acontecimentos locais, nacionais e internacionais, e que, portanto, nada de imprescindível para garantir a sensação de pertencimento ao mundo lhes escapará.

O jornal impresso transforma-se em nossa época em um festival de signos e ícones, buscando atrair e estimular a atenção dos consumidores. A técnica é simples: quanto mais o jornal for parecido com um videoclipe, maior a eficácia do produto. Assim, as notícias viram fragmentos, entremeados de fotos, infográficos, tabelas, olhos, linha de apoio, ilustrações, retrancas etc. (Marshall, 2003, p. 49).

E mesmo com os apelos estéticos adotados para tornarem as publicações diárias mais atrativas, o número de exemplares vendidos pela maioria dos jornais vem caindo consideravelmente nas últimas décadas em todo o mundo, principalmente nos Estados Unidos². O jornalismo praticado no meio impresso, que antes se diferenciava principalmente do rádio e da televisão por ter a seu favor o tempo que permitia a realização de análises profundas dos fatos e, principalmente, de seus desdobramentos, já não consegue convencer os jovens, cada vez mais conectados e movidos à velocidade, sobre a importância de se ter uma análise contextualizada dos acontecimentos.

Seja no impresso, que ainda atrai uma parcela considerável do dinheiro investido em mídia pelo mercado publicitário, ou nos veículos que mais facilmente conseguiram migrar suas produções sem grandes alterações em suas linguagens para a internet, o fato é que hoje, o jornalismo, apesar de ainda ocupar posição de prestígio na sociedade, está se distanciando da credibilidade que tinha antes da influência tão marcante das áreas política e comercial na produção das notícias.

² Em 26 de abril de 2010, o Audit Bureau of Circulation (ABC) divulgou o resultado de uma pesquisa realizada entre os meses de setembro de 2009 e março de 2010 sobre o volume de exemplares vendidos pelos 25 maiores jornais dos Estados Unidos. Nesse período foram registradas, em média, quedas de 8,7% na circulação paga dos diários impressos, em dias úteis, e 6,5% aos domingos. Por outro lado, no dia 22 de abril de 2010, a Newspaper Association of America divulgou números de uma pesquisa realizada pela Nielsen Online, na qual a audiência dos sites dos jornais alcançou recorde de 74,4 milhões de visitantes no primeiro trimestre de 2010, contra 72 milhões no mesmo período do ano anterior. Disponíveis em: <http://www.nytimes.com/aponline/2010/04/26/business/AP-US-Newspaper-Circulations>, <http://www.naa.org/PressCenter/SearchPressReleases/2010/NEWSPAPER-WEBSITES-REACH-RECORD-AUDIENCE-IN-FIRST-QUARTER.aspx>. Acessados em 27 de abril de 2010.

1.2 Conteúdos e comportamentos semelhantes

Não é preciso ser jornalista ou conhecer a fundo o trabalho desenvolvido por esse profissional para considerar que as notícias e seus enfoques são muito parecidos nas diferentes publicações e programas dedicados à informação, principalmente nos de âmbito nacional e internacional. Uma das razões para que exista essa semelhança está no fato de que grande parte das informações veiculadas na imprensa tem origem nas agências de notícias.

Essas corporações espalham escritórios e profissionais, em sua maioria jornalistas, por várias regiões de um país ou em vários pontos do mundo com o objetivo de produzir textos, fotos, áudios e vídeos sobre os mais diversos assuntos e oferecê-los ao maior número possível de clientes, a maior parte deles formada por empresas de comunicação e instituições financeiras.

O grande espaço conquistado nos *media* pelas agências pode ser justificado pela economia significativa que essas corporações proporcionam, ao permitir que jornais, emissoras de rádio e tevê, sites e revistas interessados em receber informações atualizadas não tenham de enviar e manter jornalistas trabalhando em várias cidades ao mesmo tempo para conseguir informações.

Ao se tornarem responsáveis por selecionar um grande número de assuntos e definir a forma como eles serão desenvolvidos, até chegarem ao conhecimento de milhões de receptores, essas corporações são capazes de influenciar significativamente no rumo da história. Juan Somavía, que representou a América Latina na comissão que elaborou o Relatório MacBride³, observa que “as agências de notícias se parecem com os faróis de um carro. São pequenas, mas determinantes na escolha de um caminho” (Somavía, 1980, p. 39). Ele acrescenta que essas companhias tratam a informação como simples mercadorias.

As agências negociam a coleta e a observação dos fatos, assim como a apreciação dos acontecimentos. De certo modo, ‘apropriam-se’ da realidade e de suas características, pela circunstância única de dispor da capacidade técnica de fazê-la conhecer (Somavía, 1980, p. 43).

³ Grupo formado pela UNESCO, em 1977, para estudar os problemas da comunicação internacional e contribuir para uma “Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação”, intitulada NOMIC.

Como consequência da divulgação das mesmas notícias em veículos diferentes, que compram as produções das agências, o jornalista Ignacio Ramonet avalia que o público que recebe as informações pode ser levado a acreditar que está diante de uma verdade absoluta, já que:

(...) um fato é verdadeiro não porque obedece a critérios objetivos, rigorosos e confirmados pela fonte, mas simplesmente porque outros meios de comunicação repetem as mesmas afirmações e ‘confirmam’. A repetição substitui a demonstração. A informação é substituída pela confirmação (Ramonet, 1999, p. 134).

Entre as principais agências de notícias do mundo estão *Reuters*, *AFP* (Agência France-Presse), *AP* (Associated Press) e *UPI* (United Press International). Existem ainda agências estatais que desempenham importante trabalho na comunicação internacional, como a espanhola *EFE*, a chinesa *Xinhua* e a brasileira *Agência Brasil*, que oferece conteúdo multimídia gratuito para reprodução em meios de comunicação. Entre as principais agências brasileiras privadas, destacam-se *Agência Estado*, *Folhapress* e *O Globo*.

A *Agência Estado* foi criada em 1970, inicialmente para oferecer conteúdo aos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde*, e à rádio *Eldorado*, empresas que integram o *Grupo Estado*, com sede na capital paulista. Hoje, a *AE*, como é conhecida, lidera o fornecimento de informações para o mercado. Em sua página na internet⁴, a agência se apresenta como “um sistema de comunicação eletrônico capaz de captar, selecionar, refinar, combinar e transmitir informações relevantes para diversos setores produtivos”. Pequenos e médios jornais do interior de São Paulo compõem a maior parte das empresas que divulgam as notícias produzidas pela *Agência Estado*.

A *Agência O Globo*, que foi criada na década de 80, concentra a maior parte de suas atividades na cidade do Rio de Janeiro e vende sua produção média de 300 notícias/dia em diferentes editorias para mais de 100 jornais, revistas, sites e emissoras de tevê no Brasil e em outros países. A empresa conta com 15 correspondentes internacionais e outros 15 espalhados por diversas regiões brasileiras.

⁴ http://www.ae.com.br/institucional/pag_historia.php. Acessado em 11 de junho de 2010.

Já a *Folhapress* surgiu em 1994, em São Paulo, e pertence ao *Grupo Folha*, que reúne os jornais *Folha de S. Paulo* e *Agora São Paulo*, os portais *Folha Online* e *UOL* e a editora *Publifolha*. Em junho de 2010, a agência, que conta com o trabalho exclusivo de 25 jornalistas, e com o apoio de outros 500 profissionais que atuam nas demais redações do grupo, passou a oferecer aos assinantes notícias em formatos de áudio e vídeo.

Só no Estado de São Paulo, 30 empresas entre jornais, revistas e web sites pagam para receber diariamente da *Folhapress* textos e fotos sobre cotidiano, política, economia, cultura e esporte; além de cadernos temáticos, seções, artigos, reportagens especiais e artes para produções de saúde, turismo, informática, comportamento, juventude, veículos, negócios, TV, astrologia e outros.

A concentração dos meios de comunicação sob o controle de poucas famílias, que outrora facilitou a formação de grupos de comunicação nas principais capitais brasileiras e, posteriormente, favoreceu a criação das referidas agências, vai aos poucos migrando para cidades do interior. Um exemplo dessa tendência é a *RAC* (Rede Anhanguera de Comunicação), que atua nas regiões paulistas de Campinas, Piracicaba e Ribeirão Preto.

Detentor de 10 publicações entre jornais e revistas, além de um portal de informações e uma gráfica, o *Grupo RAC* criou em 2002 a *AAN* (Agência Anhanguera de Notícias), que produz informações com foco no interior paulista para os jornais *Correio Popular*, *Diário do Povo*, *Já*, *Diário do Cambuí*, *Gazeta de Piracicaba*, *Gazeta de Ribeirão*, revistas *Metrópole* e *Panorama RAC*, e o *Portal RAC*.

Também é importante considerar que a semelhança não está presente apenas no conteúdo e na forma daquilo que é apresentado principalmente em reportagens impressas em diferentes publicações. Além do uso de material produzido por poucas agências, Ramonet considera que o comportamento dos profissionais da informação e o uso de novas tecnologias na comunicação também contribuem significativamente para homogeneizar grande parte daquilo que é apresentado pelos meios como notícia aos leitores.

Os jornalistas se repetem, se imitam, se copiam, se correspondem e se misturam a ponto de não constituir mais do que um único sistema informacional, no seio do qual é cada vez mais árduo distinguir as especificidades de um meio tomado isoladamente. E o surgimento da internet reforçou ainda mais esta imbricação (Ramonet, 1999, p. 135).

Nas pequenas e médias redações é comum ouvir de jornalistas declarações em tom de vibração quando os mesmos assuntos divulgados pelos grandes jornais também estão presentes nas publicações menores, que utilizam materiais produzidos pelas agências de notícias. É como se a sintonia fina com os grandes jornais e suas respectivas agências conferisse às publicações menores e, conseqüentemente, aos seus jornalistas, a aura de divulgadores das informações que indiscutivelmente interessam a todos.

É como se absorvessem a definição de “o que aparece é bom, o que é bom aparece” (Debord, 1997, p. 160), para justificarem a necessidade de usar o conteúdo produzido pelas agências. A respeito da presença de informações muito parecidas em diferentes meios, Ramonet observa que,

(...) ao contrário de qualquer outra indústria onde a concorrência obriga cada um a apresentar produtos diferentes, na indústria midiática ela pressiona os jornalistas a submeter-se ao mimetismo, a consagrar todo o seu talento em repetir a mesma história, a tratar do mesmo caso que mobiliza, ao mesmo tempo, toda a mídia (Ramonet, 1999, p. 134).

O mimetismo a que se refere Ramonet também está presente nas páginas da maioria dos jornais do interior paulista. Mesmo quando não publicam textos de agências, as empresas de comunicação adotam em suas coberturas a mesma fórmula consagrada pelas agências internacionais para a construção de textos que, embora privilegie a objetividade, ao procurar revelar logo no início o que, quem, quando, como, onde e por que de um determinado assunto, não proporciona a diversidade nas formas de abordagem das notícias.

A impressão que se tem é que essas empresas temem pela inovação na construção de suas reportagens, como se isso representasse a descaracterização completa do meio enquanto produtor de conteúdo jornalístico. Por essa razão, poucos privilegiam em seus espaços reportagens sobre histórias de vida, ou que revelem detalhes de lugares ou personagens até então desconhecidos para o público que acompanha o trabalho da imprensa.

A preocupação exagerada em reunir informações que provavelmente estarão nas páginas dos outros jornais não existe na mesma intensidade para obter dos leitores um retorno sobre o nível de interesse pelo que foi divulgado. É possível perceber que poucos editores se mostram empenhados em promover coberturas que favoreçam o equilíbrio entre os fatos locais e os nacionais na editoria *Cultura*, principalmente.

Mesmo quando todos os jornais tendem a destacar um mesmo fato, por ser esse o mais importante do dia em todo o país, poucas vezes os jornalistas que atuam em cidades do interior são pautados para acompanhar a repercussão do assunto com moradores ou autoridades locais. Na maior parte das vezes, o assunto é publicado com enfoque nacional, apenas.

Apesar de os *media* defenderem em textos de editoriais a prática de um jornalismo independente, pautado exclusivamente pelo interesse do leitor, nota-se que a busca é, em primeiro lugar, pelos fatos que serão retratados pelos outros meios. Pierre Bourdieu relata um comportamento comum na maior parte das pequenas e grandes empresas de comunicação.

Nas equipes de redação, passa-se uma parte considerável do tempo falando de outros jornais e, em particular, do ‘que eles fizeram e que nós não fizemos’ (‘deixamos escapar isso!’) e que deveriam ter feito – sem discussão – porque eles fizeram (Bourdieu, 1999, p. 33).

A reação dos jornalistas, descrita por Bourdieu, ocorre normalmente no presente da publicação, quando todo o trabalho do dia anterior está impresso. Os repórteres de cada editoria do jornal debruçam-se sobre alguma mesa na redação para vasculhar as páginas do concorrente, com medo de encontrar assuntos “que os outros deram e nós não”. Pouco se discute no ambiente da redação se os assuntos publicados que receberam destaque são realmente de interesse dos leitores, ou se estão apenas atendendo a interesses políticos e de anunciantes.

Também existe na redação a preocupação, esta declarada, para dar furos de reportagem, ou seja, conseguir informações sobre algo que o concorrente ainda não abordou. Nesse caso, a vibração pela conquista exclusiva é, para o autor da reportagem, ao seu editor ou ao dono da empresa, um belo troféu, mesmo que o furo em questão não seja sobre um assunto de interesse da maior parte dos leitores. Sua validade não está relacionada à importância que ele pode ter ao público, mas apenas por ser o diferencial, o inesperado em relação às publicações concorrentes.

Trata-se de uma “guerrinha” particular comum travada entre jornalistas e empresas de comunicação em busca de fatos inéditos a seus leitores, ouvintes e telespectadores. Mesmo se a informação que hoje rendeu um furo de reportagem for melhor apurada e trabalhada no dia seguinte, por outra publicação, ela não terá o mesmo valor nas demais redações, simplesmente por não ser inédita.

Para os leitores, no entanto, mais vale a informação completa que o furo de reportagem. Mas o jornalista age como se todos os leitores fizessem comparações diárias entre várias publicações. Mais uma vez, a validade desse pensamento é questionada. “Ninguém lê tanto jornais quanto os jornalistas, que, de resto, tendem a pensar que todo mundo lê todos os jornais. Eles esquecem que, em primeiro lugar, muita gente não os lê e, em seguida, que aqueles que os lêem, lêem um só”. (Bourdieu, 1999, p. 32)

Outro comportamento recorrente no jornalismo contemporâneo, e que deve ser revisto, é a priorização de assuntos nacionais ou internacionais sobre os acontecimentos locais. Poucos são os jornais do interior que investem em uma cobertura que favoreça a aproximação entre leitores e as atividades desenvolvidas em sua região, principalmente as produções voltadas para a manutenção e o fomento da cultura local.

1.3 O local fora da pauta

O jornalismo não deve servir apenas para retratar de maneira fria a sociedade, como se fosse um instrumento que observa ao longe e limita-se a descrever os integrantes e os conflitos presentes em um determinado lugar. Espera-se que, a partir dos relatos produzidos pelos profissionais que se aventuram por essa atividade, seja possível conhecer mais e melhor os assuntos abordados pela imprensa.

É desejável que o jornalismo seja realizado cada vez mais próximo do público para o qual sua produção se destina. Só assim acredita-se ser possível oferecer conteúdo de qualidade, que contemple com maior fidelidade a sua cultura, seu povo, suas artes, seus conflitos e valores. Portanto, os *media* devem se atentar à veiculação em excesso de notícias que pouco tem a ver com o cotidiano de seus receptores.

Os leitores acham que o cardápio de assuntos dos jornais está mais de acordo com o gosto dos jornalistas do que com o gosto deles. E que a visão que os jornalistas têm da vida é muito distante da visão que eles têm. Nada disso, porém, parece abalar jornalistas e donos de jornal. Eles se comportam como se soubessem, mais do que os leitores, o que estes querem, têm obrigação de querer ou devem deixar de querer (Noblat, 2002, p. 15).

Em publicações voltadas à informação e de circulação em pequenas e médias cidades, é preciso, sobretudo, que as empresas de comunicação e seus jornalistas valorizem os acontecimentos locais, em detrimento dos assuntos nacionais, pois “o local oferece uma resposta que privilegia a diversidade, as diferenças, a multiplicidade das escalas e a força das pequenas unidades”. Para Alan Bourdin, a localidade “exprime a proximidade, o encontro diário, a existência de um conjunto de especificidades sociais, culturais bem partilhadas...”. (Bourdin, 2001, p. 21-25)

Renato Ortiz descreve em detalhes o que chamamos de espaço local, o palco onde ocorrem importantes fatos envolvendo a sociedade e que, por essa razão, não deve ser abandonado ou receber pouca atenção dos *media*, que se propõem a integrar um pequeno grupo de empresas que se apresenta como porta-vozes dos moradores das cidades do interior. Para ele, o local é

(...) um espaço restrito, bem delimitado, no interior do qual se desenrola a vida de um grupo ou de um conjunto de pessoas. Ele possui um contorno preciso, a ponto de se tornar baliza territorial para os hábitos cotidianos. O ‘local’ se confunde, assim, com o que nos circunda, está ‘realmente presente’ em nossas vidas. Ele nos reconforta com sua proximidade, nos acolhe com sua familiaridade. Talvez, por isso, pelo contraste em relação ao distante, ao que se encontra à parte, o associemos quase que naturalmente à ideia de ‘autêntico’ (Ortiz, 1999, p. 59).

Já os pesquisadores Cicilia Peruzzo e Marcelo Volpato, reconhecendo a importância do local, acreditam que a valorização desse espaço deve ser interpretada como uma resposta social para a homogeneização e o individualismo, características presentes nos processos de globalização. A consideração feita por eles pode ser “observada nos meios de comunicação por meio de um interesse da população por informações de proximidade, veiculada, principalmente, pela mídia local e comunitária”. (Peruzzo, Volpato, 2009, p. 151)

Porém, mesmo amparada por bons argumentos, a valorização dos assuntos locais ainda não é amplamente reconhecida e colocada em prática pelos *media*, em especial por aqueles que atuam longe dos grandes centros urbanos, que poderiam, por sua vez, oferecer uma cobertura que possibilitasse maior aproximação entre os fatos e seus observadores.

A possibilidade da comunicação interpessoal e da vivência dos acontecimentos contribuem para a formação de cidadãos críticos em relação aos conteúdos veiculados pelos meios de comunicação. Quando se conhece os atores em cena, seus vínculos políticos e intenções; quando se toma parte dos acontecimentos e se conhece suas causas e desdobramentos; quando se discute os assuntos com outras pessoas, torna-se muito mais fácil perceber a omissão ou a manipulação de informações. Está aí um bom motivo para que o meio de comunicação local atue de maneira responsável e ética se pretende desfrutar da credibilidade local (Peruzzo, 2003, p. 82).

A supervalorização de notícias nacionais e internacionais sobre as locais, adotada por grande parte dos *media*, é facilmente percebida na editoria *Cultura* de vários jornais em circulação no interior de São Paulo. Ao folhear essa seção nas publicações diárias em cidades como Campinas, Americana e Ribeirão Preto é possível perceber, principalmente nas edições do fim de semana, o predomínio de reportagens sobre programas exibidos por canais de televisão ou então sobre as produções da indústria cinematográfica, que estão ou estarão em cartaz.

Nos cadernos de cultura, os assuntos relacionados à produção local poucas vezes são privilegiados com aparições em destaque e, quando o são, aparecem, na maioria das vezes, em reportagens sobre grupos de teatro, lançamentos literários ou musicais. Raramente uma festa popular tradicional, um pequeno show de cantores amadores ou uma apresentação de dança que conta com jovens talentos de um bairro são retratados.

Na verdade, poucos jornais concedem espaço às reportagens que revelam o que restou da cultura local ou, então, quem são e o que pensam os moradores do interior paulista, muitos deles migrantes, que há vários anos ou décadas escolheram as pequenas e médias cidades pelas oportunidades de trabalho oferecidas e trouxeram consigo crenças e hábitos diversificados adquiridos em outras cidades, estados ou países.

Em muitos casos, a pequena ou nula cobertura na área de cultura dos jornais do interior é atribuída à falta de estrutura das pequenas empresas. Em várias delas, os repórteres limitam-se a noticiar, quando muito a acompanhar, os acontecimentos factuais em editorias como as de *Polícia*, que garantem a atenção até dos menos afeitos à leitura, por conta do detalhamento de crimes; e *Política* que, apesar da inegável importância que as decisões tomadas nessa área têm, desperta cada vez menos o interesse da maior parte dos leitores.

Há, portanto, no interior paulista, região que abriga algumas das cidades mais desenvolvidas do Brasil, jornais em que a editoria *Cultura* sequer existe. Ou seja, na conhecida segmentação de cadernos adotada pelos impressos (*Política, Esportes, Cotidiano, Polícia, Social*) muitos deixam de reservar no mínimo uma página para os assuntos relacionados às atividades locais em cultura. As informações que deveriam estar nessa editoria têm a sua exposição minimizada e diluída em meio aos demais conteúdos do dia, dividindo pequenos espaços com assuntos gerais.

Por conta da não contratação de repórteres específicos e especialistas nessa editoria, há jornais que, para oferecer vez ou outra esse tipo de conteúdo aos seus leitores, dependem do envio – por meio do departamento de comunicação de alguma prefeitura – de releases sobre a história de um morador que será homenageado ou então sobre a realização de uma apresentação musical ou de dança, que serão apresentadas no teatro da cidade, por exemplo.

Há também casos curiosos, em que os jornais de porte médio, que dispõem de fotógrafos e repórteres exclusivos para o desenvolvimento de trabalhos nessa editoria, priorizam nas edições de sexta, sábado e domingo a divulgação em espaços de maior destaque de textos produzidos por agências de notícias, sobre produções artísticas de projeção nacional ou internacional. Por conta desse comportamento,

(...) poderíamos ser hoje levados a pensar que, no nosso tempo, estamos a assistir a um processo de homogeneização universal da experiência técnica e que este processo acabaria com a própria possibilidade de livre deliberação e de livre concepção de projetos culturalmente definidos (Rodrigues, 1994, p. 195).

Entre dois jornais concorrentes, por exemplo, que têm acesso ao conteúdo de agências de notícias, é comum existir a competição para divulgar, antes do outro, textos e fotos que revelam detalhes, mesmo que superficiais, de um filme que está prestes a estreiar nos cinemas. Essa predileção das publicações por assuntos relacionados ao cinema ocorre mesmo quando o jornal tem entre seu maior público consumidor os moradores de cidades que não têm salas para a exibição de filmes.

Poucas reportagens que descrevem com riqueza de detalhes as histórias de personagens da cidade ou o que restou da cultura local são produzidas e destacadas com a mesma força conseguida por produções da indústria cultural. Tampouco lemos textos que contemplam opiniões de artistas amadores e as impressões dos repórteres na descrição de

ambientes, pessoas e objetos durante as apresentações locais.

Todavia, mesmo apoiado em uma fórmula que privilegia a superficialidade das notícias, a divulgação de textos ligados à indústria do espetáculo se sobrepõe facilmente aos acontecimentos locais, em grande parte dos jornais. O paradoxo é reforçado quando levamos em consideração que poucos textos adotam a *narrativa da inquietude*⁵, que têm potencial para cativar até os menos acostumados à leitura, por produzir ricas e apaixonantes descrições, que deveriam ser exploradas no jornalismo diário, que a cada dia precisa buscar novos leitores.

Os problemas da arte de tecer o presente provêm de múltiplos focos. Por um lado, a crise da modernidade afeta diretamente as gramáticas racionalizantes que in-formaram o jornalismo e a comunicação social; por outro lado, as megaoperações da cultura industrializada põem a nu a má distribuição de renda simbólica; por outro lado ainda, a crise de percepção coisifica a consciência humana e perturba profundamente as visões de mundo que se presentificam nas narrativas (Medina, 2004, p. 49).

Poucos são os *media* que se arriscam a valorizar uma pauta original, que contemple assuntos simples e ao mesmo tempo diferentes, em lugar de destacar um texto sobre um filme ou uma novela, mesmo sabendo que vários outros jornais, sites e revistas, também assinantes das agências de notícias, terão acesso ao mesmo material e, portanto, esse conteúdo tem grandes chances de ser divulgado por outros meios, e até com as mesmas fotos.

Roberto Benjamin lamenta o pequeno interesse demonstrado pela maior parte dos *media* pela cultura local. “Se, da parte dos portadores da cultura tradicional, há uma fascinação pelos meios de comunicação de massa, o mesmo não pode ser dito dos meios de comunicação de massa ante a tradição popular”. (Benjamin, 1999, p. 135)

⁵ Termo usado por Cremilda Medina no livro “A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano”.

1.4 Por uma cobertura equilibrada

Os artistas e produtores locais têm consciência da importância que a conquista da visibilidade de seus trabalhos, por meio da imprensa local, pode proporcionar. O reconhecimento e a identificação das pessoas que assistem às apresentações ou frequentam as edições de uma festa popular certamente servirão para incentivar o surgimento de novos atores e contribuirão para manter vivas as manifestações que não contam com o mesmo prestígio das grandes produções comerciais.

Milton Santos acredita que, mesmo em meio à grande onda da globalização, a cultura popular é capaz de rivalizar com a cultura de massas. Para ele, mesmo diante de um mercado cego, indiferente às heranças e às realidades atuais dos lugares e das sociedades, a cultura preexistente pode mostrar força e resistência. “Nesse caso, a cultura popular exerce sua qualidade de discurso dos ‘de baixo’, pondo em relevo o cotidiano dos pobres, das minorias, dos excluídos por meio da exaltação da vida de todos os dias”. (Santos, 2000, p. 166)

Mas para que haja o encontro entre a cultura de massa e a cultura popular, do qual Santos acredita que o tradicional é capaz de sobreviver, é preciso que a cultura popular não deixe de existir para as pessoas que buscam informações nos *media*. Longe de serem considerados autores de pensamentos apocalípticos, Milton Santos e Stuart Hall acreditam que, apesar do predomínio dos elementos da cultura de massa, a cultura preexistente não desaparece.

Para Santos, “aparecem, assim, formas mistas, dentre as quais a cultura popular associa um fundo genuíno a formas exóticas associadas às novas técnicas” (Santos, 2000, p. 159). Já Hall considera que “o essencial em uma definição de cultura popular são as relações que a colocam em tensão contínua com a cultura dominante”. (Hall, 2003, p. 257)

No entanto, a certeza que esses autores demonstram ter quanto à possibilidade de resistência da cultura popular e de seu desenvolvimento para uma cultura híbrida, capaz de misturar o que é tradicional ao global e, então, adaptar-se ao gosto e as condições populares de realização parece estar ancorada no presente, ou seja, é uma constatação que se faz enquanto muitas tradições, apesar do pouco espaço de divulgação que recebem, não foram totalmente esquecidas, pelo menos por alguns veículos de comunicação. Mas é inegável que,

com o passar do tempo, o comportamento presente na maior parte das redações vai contribuir cada vez mais para o fim das tradições populares.

Hoje, muitos jornalistas que escrevem reportagens para os cadernos de cultura e seus respectivos editores, quando questionados sobre o predomínio das produções cinematográficas nas páginas de suas publicações alegam que não há discriminação em relação às manifestações genuínas da cultura local, mas sim a preferência por uma cobertura que contemple os assuntos de interesse da maioria dos leitores, que estão cada vez mais em busca das produções globalizadas.

Mas os jornalistas que se integram a esse fluxo de produção não devem se esquecer que “cosmopolitismo não é forçosamente universalismo e pode ser apenas servilidade a modelos e modas importados e rentáveis” (Santos, 2002, p. 67). Ainda na primeira metade do século XX, Adorno e Horkheimer fizeram esse alerta ao considerarem que,

a eliminação do privilégio da cultura pela venda em liquidação dos bens culturais não introduz as massas nas áreas de que eram antes excluídas, mas serve, ao contrário, nas condições sociais existentes, justamente para a decadência da cultura e para o progresso da incoerência bárbara (Adorno, Horkheimer, 1985, p. 150).

“Hoje, a indústria cultural aciona estímulos e holofotes deliberadamente vesgos, e é preciso uma pesquisa acurada para descobrir que o mundo cultural não é apenas formado por produtores e atores que vendem bem no mercado” (Santos, 2002, p. 67). E a maioria dos jornais não parece estar disposta a buscar uma cobertura que também contemple as festas simples, as apresentações que contam com a participação de atores da cidade, já que matérias desse tipo não aparecem com destaque principalmente nas edições que registram as maiores tiragens.

É preciso investir em uma cobertura mais equilibrada, que conceda às notícias locais uma difusão tão marcante quanto a que é oferecida às produções nacionais e internacionais. Os repórteres devem ir às ruas com a missão de desvendar os personagens e as ações que realizam pela cidade. “Os jornais precisam apostar em reportagens, porque são elas que diferenciam um jornal de outro”. (Noblat, 2002, p. 17)

Até mesmo o empresário australiano Rupert Murdoch, dono da *News Corporation* – terceiro maior conglomerado de mídia do mundo – criticou o modo de se fazer jornalismo vigente em grande parte das redações. Para ele, os objetivos que direcionam a maior parte das pautas recebidas pelos repórteres precisam ser revistos, se a intenção for tornar os jornais cada vez mais atrativos aos seus leitores.

Em vez de encontrar assuntos relevantes às vidas de seus leitores, os jornais publicam matérias que refletem seus próprios interesses. Em vez de escrever para seu público, escrevem para seus colegas jornalistas. E, em vez de encomendar aos jornalistas reportagens que tragam mais leitores, alguns editores encomendam reportagens cuja única meta é a busca de um prêmio (Murdoch, 2008).

Propor maior espaço para os assuntos que se desenvolvem a partir do trabalho de pessoas ligadas à cidade ou à região não significa a não publicação de reportagens que abordem produções de alcance global, mas sim uma redistribuição que confira maior visibilidade às notícias locais relacionadas à cultura, hoje praticamente suprimidas em meio ao farto e espetacular conteúdo produzido pelas grandes empresas de entretenimento. Em consequência da baixa ou nula divulgação nos meios de comunicação, em especial dos jornais – que nas pequenas ou médias cidades ainda são os principais veículos de comunicação –, muitas tradições interioranas caíram no esquecimento.

CAPÍTULO II – COMUNICAÇÃO E IDENTIDADE CULTURAL

2.1 Jornalismo de proximidade

A função social de conferir visibilidade aos fatos transformados em notícias, favorecendo, assim, a ampliação do conhecimento que se tem sobre diversos assuntos, não é suficiente para fazer dos *media* estruturas dotadas de conteúdos imprescindíveis àqueles que estão dispostos a receber informações. Apesar da importância da atividade jornalística para a sociedade, é preciso que os profissionais do meio invistam em reportagens que despertem o interesse dos leitores.

Conseguir com que o leitor, ouvinte, telespectador ou internauta identifique-se com o que lhe é apresentado é o primeiro e, provavelmente, o mais importante passo para mantê-lo disposto a receber o conteúdo produzido. A identificação do público com os *media* surge a partir da exposição de fatos que são de seu interesse. Por meio do jornalismo, é possível oferecer um vasto cardápio de informações, do resultado de um jogo de futebol até a oscilação das ações de uma empresa na bolsa de valores.

Mas apesar do grande número de meios de comunicação à disposição na internet, e da crescente audiência dos sites que oferecem notícias em tempo real, ainda é relativamente pequeno o número de pessoas que podem acompanhar, ao longo do dia, a avalanche de informações divulgadas a cada minuto em sites e nas redes sociais.

Grande parte dos brasileiros ainda se abastece, principalmente, por meio da leitura de um único jornal, pela visualização de notícias fragmentadas em sites, de curtos períodos em que acompanham a programação de uma emissora de rádio, enquanto está a caminho do trabalho, ou então assistindo a um telejornal exibido no período da noite, depois do jantar. A escolha pelo meio a ser prestigiado é feita pelo público considerando-se aquele que lhe oferece o maior número de informações capazes de aproximá-lo das áreas de seu interesse.

Decisões políticas que terão reflexos na economia, descobertas da medicina ou a adoção de novas práticas para a segurança pública, por exemplo, são assuntos de interesse geral e, portanto, podem ser tratados em profundidade pelos *media* que oferecem maior espaço ao noticiário nacional. E é justamente para esse tipo de assunto que os grandes meios dedicam maior atenção, “mas é indispensável dedicar-se, também, à cobertura local, que coloca o repórter em contato direto com o cidadão e o ajuda a resolver problemas ‘menores’ de uma cidade, de um bairro, de uma rua”. (Calil, 2010)

O interesse do leitor por notícias que dizem respeito ao ambiente no qual ele está inserido é cada vez maior. Assim, o buraco que se abriu em uma rua usada diariamente para chegar ao trabalho, a falta d’água no seu bairro, ou ainda o crime ocorrido na região que abriga a escola onde estudam seus filhos assume especial relevância. A relação dos fatos com o interesse do leitor é determinante para que a informação divulgada tenha maior ou menor importância a ele.

Ao trabalho realizado por repórteres que priorizam a cobertura dos acontecimentos que permeiam a vida dos moradores da região na qual o meio de comunicação está inserido, confere-se o nome de jornalismo regional. Quando se trata de uma cobertura em área ainda mais restrita, como uma cidade ou um bairro, por exemplo, a atividade é chamada de jornalismo local.

Em “Globalização e Regionalização”, o jornalista Wilson Marini (2010), editor-executivo da *APJ*⁶, ressalta que as notícias locais ou regionais tratam especificamente de uma localidade, mas lembra que “(...) em sua essência representam tendências da sociedade que mais cedo ou mais tarde chegarão a outras regiões, às vezes simultaneamente”.

À mídia local comporta expressar uma comunicação que se alimenta dos acontecimentos, temas e elementos da cultura que dizem respeito mais diretamente à vida de um determinado segmento da população ou de uma determinada localidade. Portanto, as mídias local e comunitária reúnem a potencialidade de desenvolver um jornalismo de proximidade (Peruzzo, 2003, p. 80).

⁶ Fundada na cidade de São Paulo, em 01 de julho de 1993, a Associação Paulista de Jornais – APJ – é uma sociedade civil, sem fins lucrativos, constituída por empresas jornalísticas, editoras de jornais diários, sediadas no Estado de São Paulo. A APJ é a maior rede de jornalismo regional do Brasil. Representa 14 jornais líderes de mercado, entre eles O Liberal, Jornal de Piracicaba, O Vale, Jornal de Limeira entre outros. <http://www.apj.inf.br>

Conceitualmente, jornalismo de proximidade não pode ser considerado apenas como aquele que se desenvolve essencialmente por meio da relação física entre os cidadãos de uma região e os *media*, que tornam públicos os fatos ocorridos nesse espaço. Por essa razão, Cicilia Peruzzo (2003, p. 67-68) explica que nesse tipo de jornalismo “(...) não se trata apenas de fronteiras territoriais ou geográficas, mas da inclusão de territórios de outros tipos, como os de base cultural, ideológica, de idioma, de circulação de informação etc.” Para Peruzzo (apud Camponez, 2002, p. 128),

(...) o território revela-se (...) insuficiente para, por si só, (...) explicar a imprensa regional e local. (...) A proximidade já não se mede por metros. Devemos estar preparados para conceber a produção de conteúdos que, embora longe de nossas casas, nos são próximos, bem como para assistir à produção nas regiões de conteúdos tão homogeneizados e massificados quanto os das grandes corporações de *media*.

No entanto, a pesquisadora pondera ao reconhecer que, “(...) ao mesmo tempo em que não permite a demarcação exata de fronteiras”, o lugar onde se dão os fatos divulgados pela mídia local tem peculiaridades, já que “(...) carrega o sentido de um espaço determinado, de um lugar específico ou até mesmo de uma região, na qual a pessoa se sente inserida e partilha sentido com seus semelhantes”. Trata-se, então, de um “espaço que lhe é familiar e congrega identidades” (Peruzzo, 2003, p. 68). Neste estudo, busca-se destacar a importância do jornalismo de proximidade no que diz respeito à atividade

(...) que expressa as especificidades de uma dada localidade, que retrata os acontecimentos orgânicos a uma determinada região e seja capaz de ouvir e externar os diferentes pontos de vista, principalmente a partir dos cidadãos, das organizações e dos diferentes segmentos sociais (Peruzzo, 2005, p. 81).

Carlos Camponez, autor do livro “Jornalismo de Proximidade”, entende que as empresas que optam por uma comunicação que delimita o seu território de atuação favorecem a identificação entre as pessoas que recebem as informações e os fatos ocorridos no território que faz parte do convívio delas. Ele considera que,

(...) a proximidade tem a ver com as realidades sociais que nos rodeiam, os serviços de que dispomos na nossa vila ou aldeia. E essa realidade só pode ser apreendida pela imprensa local e por uma abordagem bastante segmentada do público (Camponez, 2002, p. 119).

Já o jornalista português Pedro Jerónimo (2010) destaca que “a vocação da imprensa regional é o jornalismo de proximidade, pois são as notícias-de-ao-pé-da-porta, que escapam à grande imprensa generalista que lhe garantem reconhecidos e invejáveis índices de fidelização de leitores”.

Carlos Ventura⁷, editor-executivo do jornal *O Liberal*, de Americana, no interior de São Paulo, acrescenta que o jornalismo regional é o que mais cresce no mundo. Ventura valoriza o jornalismo que se pratica no local ou na região onde o meio de comunicação está inserido. “Independente da plataforma (impresso, rádio, televisão e internet), as pessoas querem cada vez mais saber o que está acontecendo aonde elas vivem”, argumenta em entrevista ao autor desta pesquisa.

Não basta dizer que o valor da cesta básica subiu em sete capitais brasileiras. O cidadão quer saber como estão os preços nos supermercados e varejões de sua cidade. São esses os papéis da mídia regional: contextualizar conteúdos estaduais, nacionais e internacionais e noticiar assuntos locais.

Ventura defende que um bom jornal regional é aquele que é pautado essencialmente pela comunidade da qual faz parte. “Para conseguir captar os anseios da sociedade, cabe ao veículo criar canais que permitam o fácil acesso à redação. Ou seja, um periódico obtém sucesso à medida que desenvolve a capacidade de observar, sentir e ouvir seus leitores”, define Ventura.

Além de divulgar assuntos locais e, com isso, fomentar a identificação entre os receptores dessas informações, outra peculiaridade do jornalismo de proximidade é a possibilidade de participação oferecida ao seu público. Em sua dissertação de mestrado, a jornalista Juliana Colussi Ribeiro ressalta que,

⁷ A entrevista concedida ao autor desta pesquisa pelo jornalista Carlos Ventura está em Anexos.

(...) ao ter acesso às notícias regionais, o leitor interage com os acontecimentos da comunidade onde vive, no sentido de refletir sobre as questões principais de um determinado momento, sugerir alternativas e reivindicar melhorias para um determinado setor. Participação e exercício da cidadania surgem como desafios para a prática jornalística, sejam em abordagens de temas sociais ou políticos (Ribeiro, 2005, p. 56).

Para Cláudio Gioria⁸, editor-executivo do jornal *Todo Dia*, distribuído nas 19 cidades que formam a RMC (Região Metropolitana de Campinas), também no interior de São Paulo, os moradores das pequenas e médias cidades “têm a possibilidade de interagir com maior facilidade com o meio de comunicação, ligando para a rádio que ele escuta diariamente ou ligando para o jornal que lê para sugerir reportagens. Eles se vêem mais no jornal do que o leitor da grande imprensa”.

Marini partilha da opinião de Gioria, acrescentando, em entrevista ao pesquisador⁹, que a interação proporcionada pelo aproveitamento da proximidade entre moradores de uma determinada localidade e os meios de comunicação da região torna as relações entre essas partes mais verdadeiras.

O jornalista não fica no olimpo, numa redação escrevendo o que bem entende sem saber o impacto disso na vida das pessoas. Desse prisma, interagir com a comunidade pelo jornalismo local é mais difícil do que atuar num grande veículo, mas é com certeza mais gratificante e, se feito com ética e profissionalismo, rende mais resultados para a vida da cidade e região.

A respeito da possibilidade de participação do leitor no relato dos acontecimentos que o cercam, Carlos Ventura destaca duas denúncias que foram encaminhadas no dia 8 de setembro de 2010 à redação de *O Liberal*, e que são exemplos da marcante interação dos leitores com a imprensa local.

⁸ A entrevista com o jornalista Cláudio Gioria está em Anexos.

⁹ A entrevista com o jornalista Wilson Marini está em Anexos.

Em uma delas, um morador de Americana relata a destruição de objetos de uma escola pública da cidade, durante a realização da 34ª edição dos *Jogos Jurídicos*, que reúnem, anualmente, durante quatro dias, estudantes de Direito das principais faculdades do Brasil. Nesse período, os jovens participam de atividades que vão desde disputas esportivas a festas musicais que atravessam a noite.

O leitor que entrou em contato com o jornal, disposto a manifestar sua indignação, mora ao lado de uma das escolas municipais que abrigaram os estudantes universitários e, por isso, além de denunciar a bagunça promovida pelos jovens, o morador contribuiu para o enriquecimento do trabalho desenvolvido pelo jornal, ao se dispor a detalhar os fatos ocorridos ao longo do período em que os “atletas” permaneceram na cidade.

Ele encaminhou à redação fotos de vários objetos que foram destruídos em atos de vandalismo, como vasos sanitários e portas da escola. “O dia em que essa reportagem foi publicada coincidiu com a realização da sessão na Câmara, e esse assunto rendeu um grande debate, que resultou na criação de uma lei que disciplina a utilização de espaços públicos do município em eventos como esse”, conta o editor-executivo.

Na mesma edição em que *O Liberal* tornou público os estragos causados pela permanência dos jovens na escola, apenas uma página separava a reportagem sobre os *Jogos Jurídicos* de outro fato inusitado, também envolvendo estudantes e o poder público. Dias antes do desfile cívico de 7 de Setembro, a diretora da *Escola Estadual Dilecta Ceneviva Martinelli*, em Americana, pediu à *Secretaria de Estado da Educação* que disponibilizasse um ônibus para levar os alunos que integram a fanfarra da escola até o local das apresentações, uma rua na região central da cidade.

O editor-executivo de *O Liberal* conta que o pedido sequer foi respondido pelo Estado e, diante da impossibilidade de fazer com que os alunos percorressem alguns quilômetros carregando os instrumentos musicais, uma professora pediu ao marido que emprestasse o caminhão-baú, usado por ele para transportar móveis ao longo da semana, para que pudesse oferecer o transporte gratuito, e bastante arriscado, aos seus alunos.

O fato chegou ao conhecimento dos integrantes da redação por intermédio de uma mulher que mora em um prédio ao lado da escola de onde os jovens partiram para participar do desfile. Nas primeiras horas da manhã do dia 7 de setembro, a moradora presenciou, da janela de seu apartamento, crianças de várias idades sendo auxiliadas pelo inspetor de alunos

para que conseguissem entrar no caminhão, que não oferecia nenhuma condição adequada para que seu espaço reservado para cargas acomodasse as crianças.

Indignada com a cena, a mulher registrou as imagens e as enviou ao chefe de reportagem do jornal. Diego Juliani, repórter do jornal *O Liberal*, saiu a campo em busca de depoimentos que pudessem comprovar a denúncia e oferecer explicações para o episódio. Foram ouvidas a diretora da escola, a professora que também era a dona do caminhão, a moradora que flagrou o transporte arriscado e a Prefeitura, que organizou o desfile de 7 de setembro.

Todos confirmaram a história e foram unânimes ao atribuir a responsabilidade do caso à *Secretaria de Estado da Educação* que, por sua vez, se defendeu alegando que só não providenciou o transporte adequado aos alunos porque não recebeu o pedido que os responsáveis pela escola disseram ter encaminhado por meio da *Diretoria Regional de Ensino de Americana*.

De acordo com o editor Carlos Ventura, a publicação da reportagem elaborada a partir das explicações dos protagonistas do arriscado transporte, acompanhada de uma foto na qual as crianças aparecem entrando no baú do caminhão, causou indignação antes mesmo de sua publicação, quando o repórter que havia acabado de voltar da rua compartilhou as informações com os colegas de profissão.

Na edição seguinte, o assunto rendeu um editorial no qual o jornal usou os exemplos das duas reportagens feitas a partir da participação de dois de seus leitores para dizer aos demais que participações como aquelas – seja por meio do envio de cartas, fotos, um telefonema ou um simples e-mail – são fundamentais para que o jornal possa expor situações irregulares e, conseqüentemente, cobrar das autoridades providências para os problemas enfrentados pela sociedade.

As considerações feitas por Cicilia Peruzzo (2005, p. 83) a respeito do jornalismo de proximidade ajudam-nos a entender que a mensagem expressa no editorial de *O Liberal* teve como objetivo reforçar aos leitores o papel de cumplicidade que deve existir entre o meio de comunicação local e a comunidade na qual ele está inserido. “Há interesse das pessoas em ver os temas de suas localidades retratados na mídia, como também há interesse por parte da mídia em ocupar o espaço regional com vistas a atingir seus objetivos mercadológicos”.

Ou seja, ao mesmo tempo em que o jornal se coloca à disposição dos interesses da comunidade, oferecendo a possibilidade para que em suas páginas ela possa se encontrar com denúncias e reivindicações de seu interesse, o meio local se aproveita da atenção despertada nos leitores para vender espaços à publicidade e se legitimar como jornal contemporâneo.

É a imprensa local que dedica seu ‘olhar’ sobre os acontecimentos e problemáticas cotidianas de uma determinada região. Essa atenção voltada à localidade praticamente não existe nos meios de comunicação de grande circulação, se se pensar que esse tipo de mídia estende-se a várias regiões e não tem condições de abordar problemáticas relativas à maioria das comunidades receptoras de suas publicações (Ribeiro, 2005, p. 56).

As empresas que direcionam sua produção a uma determinada localidade podem alcançar um elevado número de leitores, mesmo quando a região de trabalho dessas empresas for a *Grande São Paulo*, por exemplo, que abriga as sedes da maioria das principais empresas de comunicação do Brasil.

O *Diário do Grande ABC*, jornal que circula nas cidades de Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Mauá, Diadema, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra, está fisicamente próximo da mesma área de atuação das redações de grandes jornais da capital paulista, que têm maior estrutura e visibilidade. Isso nos leva a imaginar que, em princípio, o *Diário do Grande ABC* encontra-se em desvantagem na cobertura de assuntos na região em que atua.

Mas, ao contrário do que possa parecer, o *Diário do Grande ABC* representa a seus leitores uma fonte de informações mais importante que os jornais de alcance nacional. A vantagem sobre os poderosos jornais é que a maior parte dos repórteres, fotógrafos e colunistas do *Diário do Grande ABC* atua apenas nas cidades de cobertura do jornal, delimitando assim a área de maior atenção e reafirmando o compromisso do meio de comunicação com o jornalismo regional.

Peruzzo (2005, p. 78) sinaliza que a atenção dos *media*, quando voltada a acompanhar as atividades desenvolvidas pelos moradores de uma localidade específica, confere visibilidade aos vínculos existentes entre eles, permitindo que “o meio de comunicação local tenha a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc.”.

Um exemplo da possibilidade de cobertura diferenciada que um jornal regional possui em relação aos jornais que privilegiam a publicação de conteúdos nacionais pode ser observado na atuação do *Diário do Grande ABC*. Se os moradores das cidades onde o *Diário* circula comprarem jornais como *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*, certamente eles não receberão a mesma quantidade de notícias locais que as oferecidas pelo *Diário*, que acompanha de perto a rotina das cidades que formam a região do *Grande ABC*.

Nos grandes jornais, as notícias das cidades que ficam no entorno da capital paulista, no interior ou no litoral ganham destaque, apenas, quando nessas regiões são registrados escândalos políticos, desastres naturais ou crimes violentos que possam repercutir em outras regiões. Um exemplo foi o assassinato da jovem Eloá¹⁰ que, ao longo de várias semanas, foi amplamente divulgado pelos principais jornais do país, além de receber a cobertura ao vivo de programas em emissoras de rádio e televisão, portais de notícias e revistas.

Com pesquisas direcionadas a acompanhar as peculiaridades da comunicação regional, a jornalista Isabelle Anchieta (2010) ressalta que o comportamento resultante dos vínculos formados entre os moradores das pequenas e médias cidades do interior favorece, inclusive, a aproximação entre o repórter e as pessoas que ele deseja entrevistar. Dessa forma, no momento da elaboração da reportagem, o jornalista pode contar com informações e detalhes que poderão humanizar o seu relato, favorecendo a identificação entre os assuntos destacados e seus leitores.

No interior, o jornalista conhece as pessoas que descreve. Interage com elas o tempo todo no espaço da cidade, mantendo contatos de maior ou menor proximidade. O importante a ser ressaltado aqui é isso: ao escrever, o jornalista, ao contrário do profissional da capital, conhece ‘algo a mais’ sobre as pessoas que descreve. E esse ‘algo a mais’ refere-se às nuances da personalidade dessa pessoa; às várias expressões de suas feições; a seus casos de família; aos aspectos polêmicos e banais que constituem essa história singular; à sua rotina na cidade; às roupas que costuma usar; a seus dias de bom e mau humor; à grandeza e mesquinhez de alguns de seus atos. Ou seja, tem uma informação que a compressão do tempo no amplo espaço dos grandes centros inviabiliza: a de conhecer a complexidade que envolve esse ser humano; fonte de suas matérias.

¹⁰ Eloá Cristina Pimentel, de 15 anos, foi morta por dois tiros disparados pelo ex-namorado, um jovem de 22 anos. O crime aconteceu em um apartamento no bairro Jardim Santo André, na cidade de Santo André, onde ela e os colegas realizavam trabalhos escolares. O ex-namorado invadiu o apartamento e manteve a jovem refém por mais de 100 horas, resultando em um dos casos de cárcere privado mais longos da história de São Paulo. Ao longo de semanas o crime foi destacado no noticiário nacional e internacional por conta da ação da polícia para tentar libertar a jovem.

Para Camponez (2002, p. 94-95), a imprensa do interior “(...) está mais próxima das formas de interação face a face ou mediada, do que de uma quase-mediação que caracteriza a comunicação de massa”. E justamente esse relacionamento, que busca aumentar o interesse do leitor pelo que está a sua volta, representa o que o jornalista Ricardo Noblat (2004, p. 17) estabelece como uma das práticas necessárias para fazer com que os jornais se tornem mais atrativos: “interagir com os leitores e abrir mais espaço para que falem e sejam ouvidos”.

Mas para que as particularidades da comunicação regional sejam totalmente aproveitadas na elaboração de reportagens amplas, que ofereçam aos leitores detalhes dos assuntos retratados em depoimentos e concedam visibilidade aos personagens e às produções locais, é imprescindível que repórteres, editores e as empresas de comunicação estejam dispostos a explorar a proximidade física com as fontes e com os assuntos que podem ser destacados.

Para isso é necessário, sobretudo, que os repórteres se proponham a exercitar a “arte de sujar a sola dos sapatos” ¹¹, definida pelo veterano jornalista Gay Talese como de fundamental importância na prática da reportagem. Na avaliação de Talese, que hoje se dedica à produção literária, somente quando o repórter abre mão de permanecer na redação e vai ao encontro das notícias e de quem as fez é que se torna possível oferecer aos leitores informações de qualidade, capazes de aprofundar o conhecimento deles sobre qualquer assunto, oferecendo, assim, ricas informações dos bastidores que cercam a notícia.

(...) o lugar dos jornalistas é, na abordagem do jornalismo cívico, entre os cidadãos. E esse esforço obriga o a cultivar a proximidade. Tanto mais que o cidadão de que nos fala o jornalismo cívico é, fundamentalmente, o das comunidades locais, com problemas concretos e com preocupações específicas, como a droga, a educação, a violência... (Camponez, 2002, p. 167).

Mas é preciso ir além das recomendações que Talese e Camponez fazem em tom de obrigação aos que se aventuram na produção de reportagens com a pretensão de despertar o interesse dos leitores. Eliane Brum (2006, p. 189-190) chama a atenção para a necessidade de os repórteres adotarem em sua rotina o olhar “que se recusa a enxergar apenas o que está

¹¹ A expressão foi usada pelo jornalista durante entrevista ao programa Roda Viva, da TV Cultura. O programa foi gravado em 16 de julho de 2009 nos estúdios da emissora em São Paulo, e foi levado ao ar em 20 de julho de 2009. ‘A arte de sujar a sola dos sapatos’ é a definição usada frequentemente por Talese para reforçar a opinião de que o bom jornalismo é feito na rua.

programado, o que está na superfície”. Eliane considera que o olhar que olha para ver, que se recusa a ser enganado pela banalidade e que desconfia do óbvio deve ser o primeiro instrumento de trabalho do repórter.

Quando se compara, por exemplo, o texto produzido por um jornalista que esteve no local onde ocorreu um acidente, e que se permitiu apurar detalhes do fato, com o texto elaborado por um jornalista que não foi ao mesmo local, mas que recebeu por telefone as informações básicas sobre o ocorrido; dificilmente esse material terá mais detalhes e poderá ser considerado melhor que o produzido por quem pode observar o cenário do acidente, percebeu o ambiente em que se deram os fatos e ouviu os relatos de todos aqueles que o presenciaram.

Aos profissionais que abrem mão de praticar o jornalismo que se realiza próximo dos fatos e dos entrevistados, torna-se impossível captar, por exemplo, as emoções de um personagem que se dispôs a tornar pública sua opinião a respeito de algum assunto, ou até mesmo a contar importantes passagens da sua história. Em razão desse comportamento, os repórteres acabam privando seus leitores de receber relevantes informações.

Ao favorecer a comunicação de proximidade, Pedro Jerónimo (2010) conclui que “(...) a imprensa regional tem dado um contributo decisivo na promoção da coesão regional, bem como tem sido um estímulo à descentralização. Fatores essenciais ao desenvolvimento harmônico do país”. No artigo “A imprensa regional e o futuro dos jornais”, Marini (2010) considera que todos os jornais são regionais, porque apenas o jornalismo de proximidade é capaz de falar com o seu público cativo que, afinal, não mora no país ou estado, mas numa cidade ou região.

Não existem, aliás, jornais globais nem nacionais, ou seja, de circulação global ou mesmo nacional. Existe uma meia dúzia de jornais de prestígio nacional, devido à história e a força dos mercados metropolitanos em que atuam, em São Paulo e Rio especialmente. Mas todos, sem exceção, são jornais regionais. No mundo todo é assim. Não há um único jornal ou revista capaz de ser uma espécie de McDonald’s da imprensa, com conteúdo e penetração no Oriente e no Ocidente, em várias línguas e costumes. Isso ocorre porque o jornal é uma instituição fundamental numa cidade e numa região. E somente aqueles que possuem raízes com a formação e crescimento da cidade é que vão se manter.

Para ganhar novos interessados em sua produção, os *media* não deveriam abrir mão de acompanhar de perto os assuntos que envolvem seu público e suas histórias. Por essa razão, o pesquisador acredita que o jornalismo regional é o que reúne melhores condições para cumprir as premissas do jornalismo de proximidade, aquele que se caracteriza “(...) por vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade, e não apenas com as forças políticas e econômicas no exercício do poder”. (Peruzzo, 2005, p. 81)

2.2 Identificação e cultura local

O jornalismo desenvolvido em escala regional não proporciona apenas a interação entre o meio que promove a comunicação e as pessoas que participam dela. Essa opção de trabalho contribui, principalmente, para a aproximação entre seus leitores e a consequente identificação entre eles, já que todos acabam submetidos a situações e a lugares comuns.

Escândalos envolvendo a administração municipal, o anúncio da meteorologia para a chegada de um temporal nas cidades da região e os preparativos para uma grande festa tradicional são apenas alguns exemplos de assuntos que, quando transformados em reportagens, têm potencial para mobilizar o interesse de grupos de pessoas que se sentirão afetados pelos mesmos assuntos.

Ao se dedicarem à busca por informações que contribuam para que as pessoas se relacionem, os *media* também estão construindo e, ao mesmo tempo, colaborando para o fortalecimento da identidade cultural nas áreas onde atuam. Em “A verdadeira escolha”, Marini (2010) ressalta que “São os jornais locais que possuem vínculos com a sua comunidade graças à sua história enraizada na cidade e região, e à interação decorrente dessa presença. Os jornais assumem para si a tarefa de (...) aproximar os atores sociais”.

No entanto, para que essa tarefa alcance seu objetivo é preciso que o jornalismo seja realizado cada vez mais próximo do público para o qual sua produção se destina. Só assim é possível oferecer conteúdo de qualidade e que contemple com maior fidelidade informações sobre sua cultura, seu povo, suas artes, seus conflitos e valores.

Desse modo, o jornal se transforma em uma espécie de espelho das relações estabelecidas pelos moradores da região onde atua. “No mundo globalizado, a imprensa regional é fator essencial de preservação das identidades (...). É também fator de enraizamento, porque liga as comunidades à sua terra de origem”. (Jerônimo, 2010)

É importante lembrar, porém, que não se pode considerar o processo de identificação como algo que se desenvolve somente a partir do relacionamento entre os moradores de um mesmo território. A identificação não está condicionada apenas à proximidade física. O desenvolvimento das comunicações tem sido determinante para colocar em contato pessoas que, embora estejam distantes ou nunca tenham compartilhado os mesmos costumes, línguas ou lugares, podem estabelecer vínculos.

É com essa finalidade que milhares de brasileiros que vivem em outros países acessam diariamente sites de jornais presentes em suas regiões de origem. Essas pessoas buscam se informar sobre as notícias em destaque nas cidades onde cresceram ou ainda mantêm familiares ou amigos morando, trabalhando ou estudando. Ao saciarem a curiosidade sobre o que ocorre em um lugar familiar, essas pessoas fazem o que Castells (1999, p. 85) denomina de “recorrer à sua memória histórica”.

Um exemplo dessa interação foi observado pelos editores do jornal *O Liberal*, em Americana, nos dias que se seguiram a 8 de setembro, de 2010. Nessa data, dez pessoas morreram e 18 ficaram feridas em um acidente envolvendo um ônibus e um trem de carga. De acordo com o inquérito policial, o motorista do ônibus, que realizava a última viagem da noite a partir do Centro, não respeitou a sinalização na travessia de nível e cruzou a linha férrea exatamente no momento da passagem de um trem carregado com soja.

Dezenas de e-mails escritos por pessoas que moram em outras cidades e que mantêm ou mantiveram ligações com Americana manifestaram suas opiniões a respeito da tragédia. Nas mensagens, algumas acompanhadas do pedido para que fossem publicadas na seção de opinião dos leitores, os autores relataram que, mesmo à distância, gostam de saber quais informações estão fazendo parte da rotina dos conterrâneos e muitos, nos relatos que enviaram, aproveitaram para dizer que buscam diariamente essas informações nos *media* regionais.

Por considerar que a aproximação pode ocorrer sem a necessidade da presença física, Renato Ortiz (1999, p. 69-70) defende que as sociedades contemporâneas contam com a possibilidade de uma territorialidade desenraizada. Para ele, “(...) o desenraizamento é uma condição de nossa época, a expressão de outro território”. Com base nesse pensamento, Ortiz, ao lado de pesquisadores como Cicilia Peruzzo e Stuart Hall, nos propõe “repensar a metáfora da ‘raiz’, frequente no debate sobre as identidades culturais”.

Essa tarefa de aproximação entre sujeitos e lugares, que a imprensa regional tem condições de realizar com maestria, é citada no livro “A mecânica das águas”, de E. L. Doctorow (1995), que retrata os desafios enfrentados por um jornalista criado pelo autor para viver na cidade de Nova York, em 1871. Ao considerar os impressos como a alma das cidades, o autor atribui aos jornais a função de remediar a inevitável dissociação entre os sujeitos, que ocorre a partir do crescimento das cidades.

Mas, mesmo diante da possibilidade de desenraizamento apresentada, Alain Bourdin (2001, p. 34) destaca a importância do território como espaço fundador da concepção de pertencimento dos sujeitos. Entre as ideias associadas por Bourdin, para constituir uma forma de antropologia da localidade, está a de que “o homem se define, se constrói, através do conhecimento de seu entorno imediato”.

Assim, valendo-se da matéria-prima fornecida pela história, geografia, biologia, pela memória coletiva e por fantasias pessoais, Castells (2006, p. 23) considera que “todos esses materiais são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedade, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espaço”.

Por essa razão, Ortiz (1999 p. 53) conclui que “geógrafos e antropólogos partilham a ideia de que as culturas se enraízam em um meio físico determinado”. Ele considera que “o enraizamento é fruto da existência de uma cultura cujo território encontra-se cartografado. (...) os indivíduos possuem certamente referências (...) que balizam o caminhar de seu movimento”. (1999, p. 69)

Pelo que foi demonstrado, infere-se que as identidades são construídas numa íntima relação com as condições em que as pessoas vivem. Portanto, são históricas e transitórias, permanecem e se renovam no contexto das inter-relações estabelecidas no local e na conectividade estabelecida no mundo (Peruzzo e Volpato, 2009, p. 151).

Retomada a importância das referências locais para a formação da identidade dos sujeitos, seguimos para verificar de que maneira os jornais presentes em várias regiões do interior paulista – que anunciam empenho na missão de representar os territórios e as pessoas que neles vivem – trabalham no sentido de conferir visibilidade aos assuntos que podem fomentar a noção de pertencimento dos sujeitos, principalmente divulgando sistemas de significações e representações culturais.

Partindo do conceito de cultura estabelecido por Milton Santos, os jornais deveriam considerá-la como uma manifestação intimamente ligada às expressões da autenticidade, da integridade e da liberdade coletiva, que reúnem heranças do passado, modos de ser do presente e aspirações do futuro desejado.

Por isso mesmo, ela tem de ser genuína, isto é, resultar das relações profundas dos homens com o seu meio, sendo por isso o grande cimento que define as sociedades locais, regionais e nacionais contra as ameaças de deformação ou dissolução de que podem ser vítimas (Santos, 2002, p. 65).

Nos médios e grandes jornais brasileiros, as páginas usadas para publicar notícias com o objetivo de revelar pessoas, seus comportamentos e informações sobre manifestações culturais presentes em cada região são as que integram o espaço geralmente intitulado caderno de cultura. A definição do tipo de conteúdo até hoje presente nessa seção, na maioria das publicações, teve sua origem no final da década de 1950, no *Jornal do Brasil*, que circulava principalmente no Rio de Janeiro e se notabilizou pelo lançamento de formatos inovadores na imprensa escrita nacional.

Na maior parte dos jornais em circulação nas cidades do interior paulista, existe uma editoria responsável por essa seção. O autor desta pesquisa dedica especial atenção ao conteúdo publicado no caderno de cultura e ao comportamento dos profissionais envolvidos em sua produção. Aos interessados em conhecer detalhes das produções desse caderno, o jornalista Arthur Dapieve (2004, p. 94) – que integrou as equipes responsáveis pelas reportagens de cultura nos jornais *O Globo* e *Jornal do Brasil* – avisa que,

(...) a primeira coisa a ser dita sobre jornalismo cultural talvez seja a seguinte: ele não é, em si, uma forma de arte. Jogado o balde de água fria, cabe então acrescentar calorosamente: apesar disso, os chamados ‘segundos cadernos’ continuam a ser, na imprensa brasileira, o habitat por excelência da experimentação e da renovação, tanto no texto como na apresentação gráfica.

Sob os cuidados dos jornalistas responsáveis pela produção da editoria *Cultura*, normalmente estão a elaboração de pautas, a orientação quanto ao direcionamento que as reportagens devem ter; assim como a definição dos entrevistados, o tamanho que as matérias deverão alcançar e de que maneira fotos ou artes gráficas poderão ser usadas na ilustração do caderno. Editores, subeditores, repórteres, paginadores e estagiários dividem-se na execução dessas tarefas.

No texto “Dilemas do jornalismo cultural brasileiro”, Cunha, Ferreira e Magalhães (2002, p. 4), que atuam como professores em Comunicação, lembram que o conceito de cultura normalmente adotado pelo jornalismo no Brasil é mais restrito que o empregado na antropologia moderna. Referindo-se à opinião de Roque de Barros Laraia, no livro “Cultura: um conceito antropológico”, os autores lembram que “cultura engloba tudo aquilo que é produzido pelo pensamento ou pela ação humana, e transmitido para as gerações posteriores”.

A partir dessa definição, podemos concluir que fazem parte da cultura “as crenças, valores, hábitos, teorias, objetos e obras de arte”. No entanto, Cunha, Ferreira e Magalhães (2002, p. 4) advertem que,

(...) a seguir este conceito, o jornalismo cultural teria que cobrir a política, a economia, a ciência, os esportes, a agricultura etc. Não se justificaria a existência de um caderno de cultura, pois praticamente todo o jornal seria dedicado a questões ‘culturais’ (...).

Por isso, os professores ressaltam que a definição de jornalismo cultural amplamente adotada pelos *media* “tende a optar por um conceito limitado de ‘cultura’, que se concentra nas atividades artísticas e no entretenimento”. E é justamente esse o conceito que os principais jornais do interior paulista adotam no momento da escolha dos assuntos que vão ocupar as páginas dedicadas à seção de cultura.

Caderno C cultura/variedades, Movimento, Fim de Semana, Cultura, Caderno Z, Caderno L, são os nomes de alguns cadernos que se propõem a levar ao conhecimento dos leitores manifestações artísticas e notícias de entretenimento. Essas publicações são encartadas em jornais como *Correio Popular* (Campinas), *Jornal de Piracicaba* (Piracicaba), *Todo Dia* e *O Liberal* (Americana), *A Cidade* (Ribeirão Preto) e *Jornal de Limeira* (Limeira). Em jornais de circulação nacional como *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, esse espaço recebe os nomes *Ilustrada* e *Caderno 2*, respectivamente.

Os textos escritos para esses espaços são considerados mais leves em relação à maior parte do conteúdo das demais editorias, pois normalmente não estão acompanhados da mesma carga de informações críticas ou chocantes existentes em textos como os que são escritos para *Política, Segurança e Economia*, por exemplo.

Nessas editorias, conhecidas como carros chefe do jornalismo, por conta da importância atribuída aos seus assuntos, devemos considerar que dificilmente as reportagens são elaboradas com linguagem simples e direta, o que faz com que esses textos tradicionalmente sejam considerados sisudos, com baixo potencial para despertar o interesse da maior parte dos leitores.

De maneira geral, os cadernos de cultura se caracterizam como espaços para a publicação de colunas de críticos em literatura, cinema e música, prestação de serviços – esta oferecida por meio de roteiros que informam locais e horários dos programas que a equipe responsável pelo caderno considera merecedores de divulgação –, programação das salas de cinemas, horóscopo, grade de programação dos canais de tevê, palavras cruzadas e a coluna social, a qual concentra em uma ou várias páginas fotos de personalidades locais em eventos.

Quando os jornais decidem pela publicação de reportagens sobre atividades culturais desenvolvidas na cidade ou na região, também é nesse espaço que os leitores encontrarão notícias sobre shows realizados em praças, apresentações em escolas de dança, peças de teatro, detalhes de festas que fazem parte da cultura popular de cada região, ou entrevistas com personalidades do mundo artístico, sejam elas reconhecidas na região ou nacionalmente.

Com tamanhos que variam normalmente de 4 a 10 páginas, na maioria das vezes coloridas e contendo várias fotos, as reportagens publicadas na editoria *Cultura* dificilmente usam o espaço para abordar questões polêmicas, ou então que proponham discussões de problemas que evidenciam dificuldades enfrentadas no dia a dia pelos leitores, como ocorre nas demais editorias.

Por serem jornais locais ou até de circulação regional, é de se esperar que a maior parte do conteúdo do caderno de cultura seja dedicada às reportagens que confirmam destaque aos talentos da cidade ou da região, em áreas como artes plásticas, música, dança e teatro, ou ainda que contemplem entrevistas capazes de revelar gostos e hábitos dos moradores locais, curiosidades sobre a vida de personagens da cidade, ou que sirvam para divulgar informações de festas, que remetam os leitores às manifestações tradicionais da cultura no território com o qual mantêm algum tipo de ligação.

No entanto, basta folhear os cadernos de cultura de parte dos jornais do interior para notar que os assuntos de proximidade, que poderiam ser relatados em detalhes a partir da percepção dos repórteres no local onde os fatos ocorrem, nem sempre são divulgados, ou então, quando o são, não recebem grande visibilidade. Por causa disso, raramente são publicados na capa do caderno ou, então, transformados em abres de página¹² nas edições do final de semana.

Ao ser questionado sobre a possibilidade de não aproveitamento pelos jornais das condições e ganhos proporcionados pelo jornalismo de proximidade, Marini ressalta que isso não ocorre na imprensa mais evoluída, que para ele deve sempre priorizar o noticiário local e regional, fonte das manchetes de primeira página, dos temas de editoriais e artigos.

Cito como exemplo e referência os jornais da Rede APJ. Em quantidade -- espaço físico de páginas e jornalistas envolvidos na produção -- o investimento é muito maior no noticiário local/regional. Esses jornais também publicam notícias nacionais e internacionais. Pela razão de que isso não deve ser privilégio de veículos de grandes centros.

Marini tem razão quando diz que os jornais que integram a APJ produzem, de maneira geral, mais páginas com noticiário local/regional que nacional/internacional. Isso é facilmente percebido por meio das editoriais *Cotidiano*, *Política* e *Esportes*. Mas não na editoria *Cultura* que, na maior parte dos jornais do interior, não evidencia aos finais de semana a cobertura de produções culturais locais ou histórias simples, capazes de cativar o leitor por sua identificação com o assunto ou pela maneira como são contadas.

¹² Expressão usada em redações de jornais para se referir ao principal assunto presente na página. Trata-se da maior reportagem publicada na parte superior de uma página.

Mesmo contando com equipe de profissionais para ir ao encontro de atores, bandas, grupos de dança, artistas plásticos, cantores, escritores ou festas que retratam tradições, os assuntos locais não ganham com a mesma frequência o espaço ocupado na maior parte das vezes por matérias sobre cinema, novelas, seriados da tevê ou peças de teatro que contam com atores reconhecidos por participações em programas de redes nacionais de televisão.

Poucos jornais se arriscam a valorizar uma pauta original e diferente em lugar de estampar um texto sobre o filme previsto para estrear na semana, mesmo sabendo que muitos outros jornais, também assinantes das agências de notícias, terão o mesmo material, divulgado nos mesmos cadernos e, inclusive, com chances de usar as mesmas fotos. Por conta disso, a impressão que se tem é de que os jornais buscam ficar parecidos entre si.

(...) em linhas gerais, o jornalista cultural tem de estar periodicamente se perguntando se não está dando atenção demais para um lado e de menos para outro. Se sua ocupação principal é ser crítico de literatura, digamos, deve estar sempre acompanhando a nova produção local (...) (Piza, 2003, p. 61).

Em muitos casos, a pequena ou nula cobertura local na área de cultura dos jornais do interior é atribuída à falta de estrutura adequada nas pequenas empresas de comunicação, que concentram os esforços de suas equipes no trabalho de produção em editorias como *Segurança*, a qual garante a atenção até mesmo das pessoas menos afeitas à leitura, por conta da exposição de casos pitorescos ou chocantes.

Outra editoria que recebe grande atenção nos pequenos e médios jornais é a *Política* que, mesmo trabalhando com assuntos que despertam cada vez menos o interesse da maior parte dos leitores, rende aos donos de jornais maior proximidade com os grupos que administram as prefeituras. A atenção prestada por grande parte dos jornais do interior à divulgação das ações do poder público local também tem entre seus objetivos ganhar o direito de publicar os editais¹³, que rendem grandes somas anuais aos cofres das empresas de comunicação.

¹³ Aviso oficial publicado em jornal ou afixado em local público em referência a convocação, concurso, tomada de preço ou concorrência para a realização de serviços.

Há jornais no interior de São Paulo que, por conta da escolha por priorizar a cobertura de assuntos políticos, acabam deixando de investir na contratação de jornalistas para produzir informações na área cultural. É o caso do *Diário*, da cidade de Santa Bárbara d'Oeste e do *Jornal de Nova Odessa*, ambos na região de Campinas. Esses jornais não têm uma editoria e, tampouco, um caderno específico para assuntos relacionados à cultura. Nessas publicações, as informações relacionadas a essa área, quando divulgadas, acabam diluídas em meio aos demais conteúdos da edição.

Como consequência da não contratação de repórteres para esse setor, jornais como o *Diário* e o *Jornal de Nova Odessa*, para oferecerem vez ou outra aos seus leitores alguma informação cultural, dependem do envio, por meio do departamento de Comunicação das prefeituras, de *releases*¹⁴ sobre apresentações em praças ou no teatro da cidade. Portanto, acabam apenas dando vazão a um material de divulgação das ações do poder público, sem crítica ou enfoque que privilegie as apresentações e os participantes em si.

No *Correio Popular*, maior jornal em circulação na RMC (Região Metropolitana de Campinas), que segundo o IVC (Instituto Verificador de Circulação) chega à tiragem média de 40 mil¹⁵ exemplares aos domingos, assuntos relacionados ao entretenimento nacional e internacional se sobressaem em meio ao conteúdo publicado em todas as páginas do caderno de cultura. Lançamentos de filmes, seriados de televisão, shows e peças de teatro com atores famosos ocupam na maior parte da semana a capa do *Caderno C cultura/variedades*.

Em consequência da adoção dessa linha editorial, as manifestações culturais locais ou regionais recebem pouca ou nenhuma divulgação, resultando na “(...) não democratização da possibilidade de criação e veiculação de produtos culturais, na concentração do poder de decisão, banalização e diluição de movimentos inovadores ou contestadores”. (Cunha, Ferreira e Magalhães, 2002, p. 3)

Pequenas peças de teatro, apresentações de dança e música promovidas em bairros da região de Campinas não encontram espaço nas edições de final de semana do *Correio Popular*. Raramente, as reportagens que apresentam manifestações culturais ainda realizadas na cidade de Santa Bárbara d'Oeste, por exemplo, como os grupos de danças populares de

¹⁴ Textos normalmente produzidos por jornalistas para serem enviados a diferentes meios de comunicação com o objetivo de divulgar informações a respeito de um evento ou produto.

¹⁵ Número apresentado em agosto de 2009 pelo IVC (Instituto Verificador de Circulação), em relatório disponibilizado aos jornais que têm suas tiragens auditadas mensalmente pelo instituto. No mesmo período, a tiragem média diária do *Correio Popular* entre segunda-feira e sábado foi de 30 mil exemplares, entre venda avulsa e assinaturas. Veja detalhes em Anexos.

catira e cururu, ou apresentações de folia de reis, são abordadas pelo *Correio Popular*, mesmo nas edições ao longo da semana.

O jornalista Luciano Assis¹⁶, que atuou como repórter de cultura em revistas e jornais do interior paulista, avalia que faltam matérias de campo no *Caderno C cultura/variedades*, do *Correio Popular*.

A equipe do Caderno C deveria ir mais às ruas ver o que está acontecendo. O caderno acaba divulgando exposições em vários lugares ou um show no Sesc. Campinas tem uma cena punk bem intensa, mas o jornal não divulga. Eles poderiam sair para verificar quem são os jovens da cidade que se julgam punks, por exemplo.

A exemplo do CP, jornais como *O Liberal* e *Todo Dia*, com maior tiragem na cidade de Americana, concedem, nas edições entre sexta-feira e domingo, destaque maior às produções nacionais e globais da indústria do entretenimento, como cinema e televisão. Nos feriados também é marcante a presença de textos produzidos principalmente pelas agências de notícias *Folhapress* e *Estado*.

Nessas condições, é frequente que as manifestações genuínas da cultura, aquelas que têm obrigatoriamente relação com as coisas profundas da terra, sejam deixadas de lado como rebotalho ou devam se adaptar a um gosto duvidoso, dito cosmopolita, de forma a atender aos propósitos de lucro dos empresários culturais (Santos, 2002, p. 67).

Em entrevista ao programa *Repórter 580*¹⁷, Inácio Luiz Souto, integrante do grupo *Estrela de Belém* – um dos únicos a manter a tradição de encenar cantos e danças presentes na cerimônia de folia de reis nas cidades da região de Campinas – revelou que o maior desafio enfrentado atualmente pelo grupo é o da renovação de seus membros. Souto acredita que o fácil acesso à internet e às salas de cinema preenche hoje o período de recreação dos jovens, que, além disso, pela falta de divulgação nos meios locais de comunicação não se interessam em atuar nesses grupos para manter vivas as tradições populares.

¹⁶ A entrevista com o jornalista Luciano Assis está em Anexos.

¹⁷ Apresentado de segunda a sexta-feira pela rádio VOCÊ (AM 580), emissora do Grupo O Liberal de Comunicação, com sede na cidade de Americana, SP. www.radiovoce.com.br. A entrevista de Inácio Luiz Souto foi concedida ao autor desta pesquisa que, no dia 6 de janeiro de 2010, atuou como âncora do programa.

(...) assinala-se a dissolução, ao nível da práxis quotidiana, dos media de interação direta, da cultura e da tradição transmitida sob uma forma narrativa – pelas quais os sujeitos, até há pouco tempo, estabeleciam as suas relações sociais recíprocas numa base comunicacional. Ao esvaziamento da subjetividade constituída motivacionalmente corresponde uma ação cada vez mais penetrante dos media: a produção e imposição (a indivíduos vazios) de universos eletrônicos, fantasmagóricos, por processos de simulação e sedução (Esteves, 2003, p. 78).

A cidade de Americana é uma das únicas na região de Campinas a contar com um *Ponto de Cultura Maracatu*¹⁸ *Nação Luzia*. As oficinas de dança, teatro e música são oferecidas em três escolas estaduais e atendem aos alunos de cinco bairros na região do São Jerônimo, uma das áreas mais populosas do município, que segundo levantamento realizado pelo *Censo 2010* chega a 209.499 habitantes.

Ao autor desse trabalho acadêmico, José Osmar Oliveira, diretor-presidente do ponto de cultura, explicou que a cidade foi contemplada pelo *Ministério da Cultura*, gestor do programa, para ser uma das 300 no Estado de São Paulo a receber incentivos para trabalhar diversos segmentos da cultura popular.

No entanto, embora as ações desenvolvidas no *Ponto de Cultura Maracatu Nação Luzia* garantam a participação de 200 alunos, entre crianças, adolescentes e idosos, raramente os dois maiores jornais da cidade apresentam em suas páginas qualquer das atividades realizadas pelo projeto, que são apresentadas ao longo do ano em vários locais da cidade.

Por parte de quem ouve reivindicações de artistas e produtores por maior divulgação, o jornalista Luciano Assis reconhece a importância que o caderno de cultura tem para conferir visibilidade às produções, fortalecendo as atividades realizadas regionalmente. “Não existe cultura sem expressão, e no ‘mundo moderno’ as mídias são necessárias para repercutir essas manifestações”, afirmou em entrevista ao pesquisador.

¹⁸ Maracatu é uma manifestação cultural da música folclórica pernambucana afro-brasileira. É formada por uma percussão que acompanha um cortejo real. Como a maioria das manifestações populares do Brasil, é uma mistura das culturas indígena, africana e europeia. Surgiu no século XVIII e foi criada para formar uma crítica às cortes portuguesas.

Assis atribui ao jornal a função de traduzir símbolos culturais ao leitor. E, apesar da ampla diversidade cultural brasileira, o jornalista acredita que os jornais do interior, de maneira geral, não se mostram dispostos a contemplar as vertentes da cultura regional.

Nas periferias aqui do interior há toda uma movimentação cultural que na maioria das vezes não encontra espaço nos jornais, que seguem ainda uma linha cultural conservadora. A multiplicidade cultural brasileira é um fato. No seu discurso de posse no Ministério da Cultura, em 2003, o ex-ministro Gilberto Gil afirmou que o Brasil ‘não é o país do isto ou aquilo, mas o país do isto e aquilo’, e completou: ‘Somos um povo mestiço que vem criando, ao longo dos séculos, uma cultura essencialmente sincrética. Uma cultura diversificada, plural, mas que é como um verbo conjugado por pessoas diversas, em tempos e modos distintos. Porque, ao mesmo tempo, essa cultura é una: cultura tropical sincrética tecida ao abrigo e à luz da língua portuguesa’. Acho que ainda não entendemos esse sincretismo cultural.

Portando, somos levados a acreditar que os *media* locais que desejam desenvolver trabalhos de qualidade deveriam explorar mais as vantagens proporcionadas pela proximidade física com seus receptores. Desse modo seria possível revelar o que se realiza no território do qual eles fazem parte. Os meios de comunicação que valorizam a cobertura dos assuntos que ocorrem e envolvem as pessoas e as tradições a sua volta exploram o que Renato Ortiz (1999, p. 59) considera ser uma peculiaridade do espaço local.

O ‘local’ participa ainda de outra qualidade: a diversidade. Na verdade, ele se opõe ao ‘nacional’ e ao ‘global’ apenas como abstração. Visto de perto ele constitui uma unidade coesa. Seria, pois, mais correto falarmos de ‘locais’, no plural. Cada lugar é uma entidade particular, uma descontinuidade espacial.

Feita a exposição dos benefícios que podem ser alcançados tanto pelos *media* quanto pelo público, quando se realiza o jornalismo de proximidade, a pergunta que fica é: por que então os assuntos locais em cultura ficam de fora ou não ganham destaque nas pautas?

A pergunta não deve encontrar como resposta apenas a aparente predileção que repórteres e editores têm por notícias nacionais e internacionais. Antes de analisar a origem das reportagens que mais recebem destaque nas edições de fim de semana, devemos considerar que os vínculos, ou a falta deles, entre os meios de comunicação e o poder público

local – representado nas cidades do interior principalmente pelas prefeituras – influenciam na atenção que a editoria *Cultura* concede aos eventos locais.

Em caso da falta de parceria entre jornal e poder público, estabelecida normalmente por meio da compra de espaços publicitários, é provável que o jornal ignore o evento, independente de ele ser de interesse da maioria dos leitores. Outro motivo que pode levar o meio de comunicação a evitar a divulgação de produções realizadas com dinheiro público pode surgir da falta de afinidade ideológica entre os *media* e as prefeituras.

De maneira inversa, uma empresa de comunicação pode ser levada a supervalorizar em sua programação um evento cultural apenas por causa do estabelecimento de acordos financeiros ou pela simpatia por uma ideia que envolve apenas poucas pessoas e que, dificilmente, motivará o público a acompanhar seu desenvolvimento. Ocorre que, diante da incerteza quanto à aprovação da direção do jornal em relação à publicação de reportagens que enalteçam a produção de uma secretaria de cultura, por exemplo, os editores optam por um conteúdo de fora, podendo esse ser nacional ou internacional.

O fato que merece nossa atenção, nas duas situações relatadas, é que o atrelamento ou não dos *media* às estruturas política ou econômica, principalmente nas pequenas e médias cidades do interior, influencia na escolha dos assuntos que são noticiados e na forma como as notícias serão apresentadas, recebendo destaque ou não. Embora não seja esse o tipo de jornalismo idealizado, sua existência nas editorias locais e regionais é muito comum.

No próximo item veremos as principais características dos cadernos de cultura que são encartados em jornais de cidades do interior paulista. Vamos conhecer o tipo, a origem e as consequências da utilização das informações que predominam na editoria responsável por essas publicações.

2.3 Supervalorização do nacional e do global

Grande parte dos cadernos de cultura dos jornais do interior conta com uma peculiaridade em relação às demais editorias que compõem um jornal: a mescla de assuntos locais, nacionais e internacionais. Em nenhum outro caderno assuntos de diferentes abrangências são apresentados em um mesmo espaço.

A capa do caderno de cultura que hoje pode ser usada para destacar, com o uso de fotos e textos, a apresentação musical de um grupo formado por moradores locais, amanhã poderá abrir espaço exclusivamente para divulgar um filme estrangeiro. “(...) não chega mais a haver uma tensão entre os polos: os extremos que se tocam passaram a uma turva identidade, o universal pode substituir o particular e vice-versa”. (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 122)

Em editorias como *Cotidiano* e *Mundo*, que em algumas publicações recebem os nomes *Cidades*, *Panorama* e *Geral*, a mistura entre informações locais e nacionais ou regionais e internacionais, ou seja, notícias que se referem aos extremos das abordagens micro e macro dificilmente são encontradas em uma única página.

Assim, na capa do caderno *Mundo*, o leitor não vai encontrar os relatos de um acidente ocorrido em uma avenida da cidade onde mora. Da mesma maneira, o leitor não deve esperar ver notícias que abordam decisões tomadas em prefeituras ou em secretarias municipais ao lado de um texto que enfoca as suspeitas dos Estados Unidos sobre o envolvimento do Irã na produção de armas químicas. Na maioria dos jornais de médio e grande porte, os assuntos de diferentes áreas são apresentados em editorias distintas.

As páginas que concentram os assuntos relacionados à cultura destacam-se das demais justamente por oferecerem aos leitores uma coletânea de notícias locais, regionais, nacionais e internacionais. No entanto, ao ler a maior parte dos cadernos de cultura dos jornais do interior, é possível perceber o predomínio de notícias sobre produções do cinema e da televisão, sejam elas nacionais ou internacionais enviadas ou não por agências de notícias.

A escolha dos *media* pela divulgação dos mesmos assuntos acaba levando-os a oferecer aos seus leitores conteúdos semelhantes. Esse comportamento foi apontado na década de 40 por Adorno e Horkheimer (1985, p. 113). Analisando os meios de comunicação de massa da época, os frankfurtianos perceberam que “(...) a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto”. Para atualizar esse pensamento à comunicação contemporânea, devemos acrescentar ao referido sistema a televisão e a internet como meios que contribuem para a difusão das produções da indústria cultural.

A maioria dos textos ligados à indústria do entretenimento, que são divulgados nos jornais do interior paulista, tem sua origem na *Folhapress* ou na *Agência Estado* que, apesar de pertencerem a grandes grupos de comunicação e figurarem entre as principais agências de notícias do Brasil, curiosamente não mantêm jornalistas produzindo reportagens especificamente para as empresas de comunicação que assinam o conteúdo distribuído por elas.

Raul Lopes, coordenador do serviço de texto da *Folhapress*, explica ao pesquisador¹⁹ que as notícias de cultura que a agência disponibiliza aos jornais que comprem sua produção são as mesmas que foram produzidas para o caderno *Ilustrada*, o caderno de cultura do jornal *Folha de S. Paulo*.

Nós não temos reportagem, exceto na área de esportes. Nós pegamos o material produzido para sair na Folha, editamos e mandamos para a rede de assinantes. Então, os repórteres da Folha acabam trabalhando para a Agência Folha (Folhapress). Além do material do *Ilustrada*, usamos o que é produzido para o site *folha.com* e o material produzido pela editoria Show, do jornal *Agora SP*. Aqui na agência nós não temos um editor de cultura.

A mesma informação foi obtida da *Agência Estado* por meio de Roberto Lira²⁰, editor-executivo da agência. “A maior parte dos textos de cultura da agência ainda é reempacotamento do Estadão” (o jornal *O Estado de S. Paulo*), enfatizou.

¹⁹ A entrevista com o jornalista Raul Lopes está em Anexos.

²⁰ O editor-executivo Roberto Lira foi indicado pelo Grupo Estado para responder às perguntas formuladas pelo pesquisador, mas não respondeu a maior parte delas. Logo que informado sobre o assunto da entrevista, ele se limitou a responder, por e-mail, que a Agência Estado distribui aos assinantes o mesmo material produzido para o Caderno 2, o caderno de cultura do jornal *O Estado de S. Paulo*.

Portanto, mesmo atuando como agências de notícias, a estrutura montada por essas empresas não permite a difusão de informações diversificadas aos assinantes. Os mesmos textos produzidos para estampar as páginas de cultura dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* são disponibilizados aos meios que comprem os serviços dessas agências.

Dessa forma, jornais como *O Liberal* e *Todo Dia*, de Americana, *Jornal de Piracicaba*, *A Cidade*, de Ribeirão Preto, *O Vale*, de São José dos Campos, e o *Correio Popular*, de Campinas, que assinam as duas agências, recebem, assim como centenas de outros jornais, os mesmos textos e fotos para reproduzi-los em suas páginas. Consequentemente, além de ficarem parecidos entre si, os cadernos de cultura dos jornais do interior acabam se assemelhando aos dos grandes jornais.

A ordem global busca impor, a todos os lugares, uma única racionalidade. E os lugares respondem ao Mundo segundo os diversos modos de sua própria racionalidade. A ordem global serve-se de uma população esparsa de objetos regidos por essa lei única que os constitui em sistema (Santos, 2006, p. 230).

A semelhança entre as páginas de cultura dos jornais foi constatada pelo pesquisador em novembro de 2010, na ocasião dos 97 anos da artista plástica Tomie Ohtake. Nessa data, o caderno *Ilustrada*, do jornal *Folha de S. Paulo*, produziu uma reportagem que foi publicada em sua capa, ao lado de uma grande foto da artista. No dia seguinte, a *Folhapress* ofereceu o mesmo conteúdo aos seus assinantes.

Há situações, porém, como as de lançamentos de filmes, em que os assinantes recebem as reportagens e as fotos no mesmo dia em que a equipe da *Folha* finalizou a produção. Nesses casos, os jornais do interior têm a chance de saírem no dia seguinte com parte das mesmas reportagens que estarão presentes em grandes jornais. Raul Lopes conta que existe a preocupação na *Folhapress* de se evitar que muitos textos de cultura referentes à cidade de São Paulo sejam enviados aos assinantes.

Apesar de a *Folha de S. Paulo* ser um jornal de amplitude nacional, temos muitas notícias sobre exposições que acontecem na capital e interessam a todos. Mas também há muita coisa local, como crítica de teatro, que quando liberadas enviamos aos assinantes. Mas imagino que essas coisas não tenham muito espaço em nossos assinantes.

Em entrevista ao pesquisador, a editora do *Caderno C cultura/variedade*, do *Correio Popular*, Danila Prandi²¹ apresentou um argumento bastante usado pelos editores dos cadernos de cultura para justificar a opção pelo uso de reportagens produzidas por agências.

Tem assuntos que não têm como ficar de fora, por exemplo, a morte do Michael Jackson. Aliás, amanhã daremos uma matéria falando que o disco póstumo dele, que todo mundo está falando, vazou na internet. Essa é uma matéria de agência. Não tem como deixar de dar uma história dessas.

Aos assinantes das agências, os textos da editoria *Cultura* são oferecidos desde o pacote mais simples até o mais sofisticado, que inclui fotos e textos de agências internacionais, revendidos pela *Agência Estado* e *Folhapress* por meio de acordos com empresas como *Reuters* e *AFP* (Agência France Press).

Os jornais, na sociedade de massa, ganharam cada vez mais o perfil de um bem que resulta de uma produção em série, para a qual se encontrou uma fórmula e um mercado. O jornalismo contribuiu assim para a rotinização da própria dinâmica social, estabilizando-a em acontecimentos - tipo, comportamentos previsíveis e irrupções controladas. A linguagem jornalística, em vez de ser, como se usa pensar, a linguagem do acontecimento puro - correntemente relacionada com uma espécie de inflação anárquica da realidade imprevista - seria, então, uma forma de estabilização e de controle da experiência. Esta estabilização seria tanto mais violenta quanto deveria resultar de uma composição de normas onde a identificação do que é relevante resultaria de um esquematismo pré-determinado (Correia, 2010).

Por conta de os jornais assinantes terem acesso ao mesmo material, é comum haver entre dois diários que circulam na mesma região a disputa para ver quem será o primeiro a oferecer aos leitores as informações sobre o próximo filme americano a estrear nas salas brasileiras, ou ainda os detalhes do livro que um cantor famoso se prepara para lançar, o anúncio da turnê que uma banda de rock inglesa fará no Brasil ou uma crítica a respeito de uma exposição em um museu de São Paulo.

²¹ A entrevista com a jornalista Daniela Prandi está em Anexos.

Por essa razão, há dias em que jornais de uma mesma cidade ou de regiões distantes apresentam muita semelhança quando se compara os assuntos destacados na capa ou em reportagens nas páginas internas dos cadernos de cultura. Ao analisar o modo de ação das empresas de entretenimento ainda na primeira metade do século XX, Adorno e Horkheimer (1985, p. 155) chamaram a atenção para as consequências dessa prática. “A repetição universal dos termos designando as decisões tomadas torna-as por assim dizer familiares, do mesmo modo que, na época do mercado livre, a divulgação do nome de uma mercadoria fazia aumentar sua venda”.

Nas redações, é possível perceber a satisfação entre repórteres e editores quando uma reportagem presente na *Folha de S. Paulo* também está nas páginas do jornal assinante. Para a empresa que reproduz as notícias, assim como entre seus jornalistas, parece haver um clima de satisfação por oferecer aos leitores o que há de melhor em termos de notícias, o que também está na grande imprensa. “Uma hipótese é que esta estratégia é adotada em decorrência da pressão do mercado publicitário, da falta de disposição à inovação e do descaso com a produção cultural local”. (Peruzzo, 2003, p. 73)

Poderíamos ser hoje levados a pensar que, no nosso tempo, estamos a assistir a um processo de homogeneização universal da experiência técnica e que este processo acabaria com a própria possibilidade de livre deliberação e de livre concepção de projetos culturalmente definidos (Rodrigues, 1994, p. 195).

A tendência de os jornais conferirem em seus cadernos de cultura maior atenção às produções de fora, sejam elas nacionais ou estrangeiras, não se limita às empresas de comunicação de cidades do interior. Essa é a opinião do jornalista Luciano Assis, que acompanha diariamente os cadernos de cultura da *Folha de S. Paulo* e do *Estado de S. Paulo*.

Vou dar um exemplo do que normalmente acontece com jornais paulistanos: cadernos de cultura dão capas e grandes destaques a pequenos movimentos alternativos de cidades como Nova York ou Londres, e deixam de lado o que acontece na própria cidade de São Paulo. Alguns jornais do interior também costumam fazer isso, trocando metrópoles do exterior por suas respectivas capitais.

Assis se refere ao fato de que grande parte dos jornais do interior privilegia principalmente nas edições de final de semana a apresentação em suas páginas de produções que envolvem atores, histórias e locais distantes da realidade da maior parte da população presente nas áreas que estão ao alcance da equipe de profissionais da redação.

Para Cicilia Peruzzo (2003, p. 73), os jornais de médio e pequeno porte tendem “(...) à reprodução dos esquemas dos grandes jornais, priorizando temas de interesse nacional e internacional. Muitas vezes esses jornais até copiam ideias temáticas de reportagens especiais que saem na grande imprensa”.

Mas nem sempre os assuntos relacionados à indústria do entretenimento ganharam facilmente as posições de destaque nas páginas dos jornais. Analisando a trajetória do jornalismo cultural brasileiro na grande imprensa, Cunha, Ferreira e Magalhães (2002, p. 7) encontraram um período de transição entre a predileção pelos assuntos nacionais e a preferência pela divulgação de produções estrangeiras.

Nas décadas de 1960 e 1970, os cadernos de cultura tinham uma tendência de abraçar a produção artística nacional, ou aquelas que se identificavam com as causas populares, e tratavam com reserva os produtos e a lógica da indústria cultural, frequentemente identificada com objetivos ‘imperialistas’, de ‘dominação’ cultural. (...) Na década de 1980, esta tendência se inverte, e aquela concepção foi ‘desmantelada por outra, sua oposta, que legitimava a cultura internacional de massas.

Ao abordarmos assuntos ligados à cultura, é preciso considerá-los de maneira micro, quando envolvem os acontecimentos da cidade e da região; e macro, quando se referem às produções distribuídas em escala global. Portanto, assuntos bastante diversificados podem ser oferecidos por essa editoria. Porém, Peruzzo (2003, p. 67) lembra que os leitores “apreciam as vantagens da globalização, mas também querem ver as coisas do seu lugar, de sua história e de sua cultura expressas nos meios de comunicação ao seu alcance”.

Analisando o jornalismo cultural praticado pela maior parte dos *media* no Brasil, o jornalista Breno Castro Alves (2006) ressalta a existência de um caminho que pode ser seguido por repórteres e editores que desejam aumentar a quantidade de pessoas interessadas em acompanhar a produção jornalística em cultura.

As camadas A e B são as principais consumidoras das publicações focadas em cultura. Além disso, a maior parte desse público conta com educação superior e consome regularmente produtos culturais. Essa combinação deixa enorme parte da população brasileira à parte do jornalismo cultural. Talvez, o principal desafio atual desses veículos seja aprender a cativar esse enorme mercado em potencial, podendo até mesmo atuar como mecanismo de motivação e inserção cultural de indivíduos sem essa tradição.

Para Arthur Dapieve (2004, p. 112), o jornalismo cultural não deve se fixar nos produtos que a indústria vive a despejar nas redações e nos mercados “e sim que deva partir deles, tomá-los como pretexto, para falar de questões mais amplas, vida, morte, felicidade, solidariedade. Como um autêntico criador”.

Eleni Destro, editora de *Cultura do Jornal de Piracicaba*, defende que os textos de cultura enviados pelas agências de notícias devem ser usados, na maioria das vezes, para completar o conteúdo dos cadernos. Ou seja, na avaliação da jornalista, a escolha dos textos e fotos que vão compor as páginas dos jornais do interior não deveria ter como base o material nacional ou internacional de agências.

No entanto, Eleni reconhece que os assuntos globais também são de interesse dos leitores e, por essa razão, devem estar presentes nas páginas de cultura dos jornais. A editora do *JP* observa que até mesmo quando o assunto abordado refere-se a um filme estrangeiro é possível, em muitos casos, regionalizar a reportagem, inserindo no texto a opinião e o comportamento dos leitores locais a respeito de um produto com aceitação no mundo todo.

Não ficamos totalmente fora do que acontece no Brasil e no Mundo, justamente para não deixar o bairrismo se instalar. No dia do lançamento de mais uma etapa da série Harry Potter, a notícia foi publicada no Jornal de Piracicaba em uma reportagem que também incluiu entrevistas com fãs da saga que moram na região. O repórter do jornal se misturou às pessoas que foram assistir à pré-estreia do filme.

A presença de assuntos nacionais e internacionais nas páginas dos jornais também é defendida por Marini.

(...) o leitor regional quer se informar sobre o principal do país e do mundo. Deve-se considerar nessa análise que a maioria, entre 80 e 90% dos leitores de uma cidade, tem acesso apenas ao jornal local e, deixar de dar o mínimo, seria privar o leitor desse noticiário que também é importante no dia-a-dia, e eventualmente mais relevante que o local. A prioridade, no entanto, deve ser local, e isso os jornais regionais têm dosado muito bem.

A busca por uma linha editorial que preza pelo equilíbrio na divulgação dos assuntos representa uma opção para oferecer conteúdo diversificado aos leitores. “(...) o interesse pelas raízes insere-se nessa complexidade a ponto de fazer-nos ver o mundo por meio das relações e articulações entre global e local e não mais apenas pela globalização. Trata-se da glocalização”. (Peruzzo e Volpato, 2009, p. 139)

Renato Ortiz (1999, p. 69) considera que “(...) ‘local’, ‘nacional’ e ‘global’ devem ser vistos no seu atravessamento. O ‘lugar’ seria então o cruzamento de diferentes linhas de força no contexto de uma situação determinada”. Trata-se do desafio que os jornais devem enfrentar, de conseguir trabalhar as informações globais nos contextos nacionais e locais.

Mas são poucos os jornais que optam por privilegiar os assuntos locais e, mesmo quando abrem espaço às informações nacionais ou internacionais, procuram acompanhar a repercussão desses assuntos entre seus leitores, contextualizando os assuntos às realidades locais. O jornalista Luciano Assis considera que tudo o que acontece numa localidade serve de pauta para a mídia impressa, mas ressalta que uma ligação com outras realidades oxigena a notícia.

Mesmo enaltecendo a possibilidade de divulgar informações de interesse geral, que são enviadas pelas agências, Assis reforça a necessidade de se analisar os textos de maneira crítica, antes de publicá-los.

Em vez de apenas reproduzir um texto dizendo que a cantora Ivete Sangalo lotou o Medison Square Garden, em Nova York, os jornais do interior poderiam usar essa informação para tentar descobrir se a concorrência para assistir ao show dela foi reflexo da grande presença de imigrantes brasileiros nos Estados Unidos ou se foi apenas uma jogada de marketing para vender mais shows dela no Brasil.

Além das reportagens de capa e daquelas que são apresentadas nas páginas internas do caderno de cultura, outro ponto de convergência de conteúdo entre jornais assinantes das agências de notícias são os roteiros. Com a exibição de um ‘cardápio’ de programação, que inclui resumo de novelas e sinopse de filmes que serão exibidos na tevê aberta, é de se esperar que “os espectadores devem se alegrar com o fato de que há tantas coisas a ver e a ouvir”. (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 150)

Ainda sobre os roteiros de cultura, a possibilidade de diversificação de conteúdo entre os jornais pode ocorrer quando os editores se preocupam em acrescentar informações da programação local de cultura da região ao material enviado pelas agências. Mas quando se dedica muita atenção e espaço ao roteiro, a dinâmica local é subaproveitada e o jornalismo passa a resumir-se à prestação de serviço a um público meramente consumidor.

Nessas condições o jornalismo local deixa de explorar seu imenso potencial de trabalhar com a informação isenta e atender a todos os setores que perfilam a vida de uma ‘comunidade’. Perde, assim, uma oportunidade de mercado, a de trabalhar com competência a informação de proximidade, que é a razão de ser da imprensa local (Peruzzo, 2005, p. 81).

É importante considerar que a forte presença de textos que se referem às produções artísticas nacionais e internacionais nos jornais do interior pode não ter origem apenas na utilização do material oferecido por agências de notícias. Se o repórter for pautado ou tiver a liberdade de sugerir a realização de entrevistas com artistas reconhecidos nacionalmente, ele poderá fazê-las por telefone ou e-mail. Com isso, o jornal terá a chance de apresentar aos seus leitores um material diferente daquele que pode chegar por meio das agências.

2.4 Preferência pela sétima arte

Entre as reportagens publicadas nos cadernos de cultura dos jornais do interior paulista, referentes às informações nacionais e internacionais, as que destacam as produções do cinema têm espaço cativo, principalmente nas edições de sexta-feira, dia de estreia da maior parte dos filmes. Como se estivessem seguindo uma determinação expressa em um manual geral de regras do jornalismo diário, as empresas de comunicação agem de forma similar e apresentam, praticamente nos mesmos dias da semana, textos, fotos, e ainda disponibilizam em seus sites trailers de filmes que estrearão em grande parte das salas de cinema do país.

Nas redações, quando o fim de semana se aproxima, os editores responsáveis pela escolha do conteúdo que vai ocupar as páginas dos cadernos de cultura mantêm a atenção nos sites das agências de notícias. Com os olhos voltados às telas dos computadores, que exibem listas de novos textos enviados a cada minuto aos assinantes, esses profissionais aguardam ansiosamente a chegada do texto sobre a estreia da semana, aquela em torno da qual a indústria do entretenimento criou maior expectativa. “(...) um dia antes das estreias dos filmes aqui na capital mandamos textos sobre cinema”, explica Raul Lopes, coordenador da produção de textos da *Folhapress*.

Os filmes sobre os quais as agências produzem a maior parte de seus textos geralmente são aqueles que a indústria cinematográfica escolheu para investir grandes somas em campanhas publicitárias a fim de divulgá-los em rádio, jornal, televisão, internet, outdoors e outras mídias. Embora se apresentem apenas como sinopses das histórias filmadas em sua maioria em outros países, retratando por vezes culturas distantes, os textos produzidos pelas agências ocupam nos jornais assinantes os mesmos espaços das reportagens que contam com entrevistas de várias pessoas.

A opção dos jornais pela publicação de textos sobre cinema e televisão pode representar às empresas de comunicação a chance de lucrar com base na mesma fórmula adotada nas produções da indústria do entretenimento, que para García Canclini (1999, p. 109), objetivam

(...) alcançar públicos extensos e recuperar os investimentos, promover narrações espetaculares, inteligíveis por espectadores de todas as culturas. As referências nacionais e os estilos locais se dissolvem em filmes, quadros e seriados de televisão que cada vez mais se parecem com São Paulo, Tóquio, Nova York, Cidade do México, Paris e Buenos Aires.

Para Martín-Barbero (2004, p. 90), a circularidade espetacular do mercado informativo explica o empenho dos *media* em conseguir atrair um número cada vez maior de consumidores por meio das notícias.

(...) é acontecimento não aquilo que se passou com tais pessoas, mas sim aquilo de que podem participar, a partir da notícia, o máximo de leitores. Para isso, não se necessita de um ‘grande fato’, mas sim de algo simplesmente interessante, isto é, capaz de interessar, de pôr em movimento todas aquelas virtualidades – radicalmente imaginárias – de participação que possibilitam ao cidadão médio sentir-se afetado, movido em sua rotina, assistindo à emergência do novo.

Além dos textos produzidos por empresas como *Agência Estado* e *Folhapress*, os jornalistas que editam os cadernos de cultura usam frequentemente materiais de divulgação de filmes, que são disponibilizados em sites especializados²². Outro incentivo para que os *media* divulguem produções do cinema chega às redações por meio de correspondências. Grandes empresas de entretenimento, como a *Warner Bros*, enviam mensalmente aos jornais um CD com imagens de filmes para divulgação.

O *press kit digital* apresenta fotos, *releases* e *trailers* dos filmes que estrearão em breve. Todo o material pode ser usado pelos jornais, caso haja interesse em participar da divulgação. Para o professor Rodrigo Duarte (2001, p. 32), o investimento feito pela indústria em aparatos sensoriais tem como objetivo seduzir seus potenciais consumidores, primeiro os jornalistas e, conseqüentemente, seus leitores. “Em qualquer caso, o aspecto estético da mercadoria assume uma dimensão importantíssima, pois é ele que, em última análise, decidirá se os objetos produzidos pela indústria satisfarão as condições para fazer com que o valor se realize (...)”.

²² Entre os sites que oferecem gratuitamente fotos e informações sobre filmes estão www.cinemacomrapadura.com.br e www.cinemaemcena.com.br

Ao abordar o modo de atuação das grandes corporações do entretenimento, vale ressaltar a transformação pela qual essas empresas passaram desde a primeira metade do século XX, quando as formas de atuação da indústria cultural foram apresentadas por Adorno e Horkheimer. Do ponto de vista econômico, Duarte (2008, p. 101-102) chama a atenção para a posição ocupada atualmente por companhias como a *Sony*, que no final da década de 80 comprou a rede americana de televisão *CBS*, nos anos 90 adquiriu a *Columbia Pictures* e, em seguida, criou o canal de televisão *Sony Television*.

Enquanto, no ‘modelo clássico’, Horkheimer e Adorno constataram sua dependência das indústrias de *hardware* (especialmente siderúrgica, eletroeletrônica e química), (...) observa-se uma clara tendência de elas se tornarem independentes e até mesmo de predominarem sobre os setores líderes do passado. Um indício disso é o fato de que muitas empresas transnacionais de *hardware* eletrônico tenham se tornado proprietárias de firmas tradicionais de produção de conteúdo para a cultura de massas.

Além dos filmes em cartaz, essas empresas oferecem imagens de produções que já foram exibidas no cinema e agora são encontradas apenas à venda em DVDs. As corporações de entretenimento sabem exatamente como trabalhar na divulgação de seus produtos, prestando assessoria para que os *media* possam oferecer ao seu público os produtos que o mercado apresenta como representantes daquilo que há de melhor para se prestigiar.

Duarte (2008, p. 105) acredita que a utilização dos recursos audiovisuais pelos *media* permitiu à indústria cultural contemporânea a criação de metadiscursos capazes de alcançar grande sucesso na subordinação de consciências.

Tal fato se liga, a meu ver, a uma hipertrofia no recurso da ‘expropriação do esquematismo’, fazendo com que ele deixe de ser apenas um aspecto ideológico da indústria cultural e assuma um caráter cada vez mais ‘estético’: primeiramente, no sentido de que a percepção das massas possa, segundo uma tendência, ser guiada por ele; em segundo lugar, na medida em que o ‘estilo’ das produções recentes da indústria cultural passa a ser cada vez mais determinado por esse recurso.

Os jornais não querem privar seus leitores daquilo que a indústria do entretenimento propaga como sendo o que há de melhor. “A capacidade rara de satisfazer minuciosamente as exigências do idioma da naturalidade em todos os setores da indústria cultural torna-se o padrão de competência”. (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 121)

A popularização do cinema entre os jornalistas é facilmente percebida em qualquer redação. Passagens de filmes recém-lançados, ou dos clássicos, sempre vêm à tona nos bate-papos, ou quando se buscam comparações entre a ficção e uma boa história que pode ser transformada em reportagem. O grande número de colunistas e críticos de cinema presentes nos meios de comunicação, inclusive em emissoras de rádio, também reflete o interesse dos *media* na divulgação das produções do cinema.

Para comprovar essa preferência, basta questionar um editor que privilegia a divulgação dessas produções para ouvir justificativas conformistas do tipo “mas todo mundo destaca o cinema”. O predomínio das informações sobre cinema no *Caderno C cultura/variedades*, do CP, é justificado pela editora Daniela Prandi simplesmente como o resultado da atenção que deve ser dada a mais popular das culturas. “Todo mundo um dia foi ao cinema. Já ao teatro ou a concertos de músicas eruditas é mais difícil. E o cinema está passando por um bom momento, principalmente o cinema brasileiro”.

Analizando o cinema e a urbanização no contexto da sociedade brasileira no início do século XX, Renato Ortiz (2006, p. 32) oferece informações que nos ajudam a compreender a supervalorização alcançada pela sétima arte, principalmente entre os *media* brasileiros. Ortiz ressalta que o cinema sempre esteve associado a valores como o progresso e a civilização.

(...) a valorização do cinema é, sobretudo, uma representação que articula o subdesenvolvimento da situação brasileira a uma vontade de reconhecimento que as classes dominantes ressentem. Daí o fato de essa atitude estar intimamente relacionada a uma preocupação de fundo, ‘o que diriam os estrangeiros de nós’, o que reflete não somente uma dependência aos valores europeus, mas revela o esforço de se esculpir um retrato do Brasil condizente com o imaginário civilizado.

Por isso, somos levados a pensar que nas redações, a preferência pela sétima arte está associada ao desejo de oferecer aos leitores, ouvintes, espectadores e internautas informações sobre os mesmos assuntos que circulam nos países desenvolvidos, como se isso bastasse para nos proporcionar as mesmas condições de vida dos Estados Unidos e dos países europeus.

Além disso, é importante considerar que os jornais, ao concederem maior espaço às reportagens e fotos de produções da indústria do entretenimento, também estão em busca de atender à demanda daqueles leitores que procuram essas informações com a intenção de usá-las, sobretudo como meio de socialização. Ao propor uma reflexão sobre os efeitos da indústria cultural na sociedade contemporânea, Duarte (2008, p. 104) chama a atenção para a utilização dessas informações pelos leitores. “(...) conversar sobre os filmes, as novelas, os *reality shows* é sempre um meio eficiente de quebrar um silêncio insuportável numa situação social”.

Desse modo, podemos considerar que os editores que se mostram encantados pelas produções do cinema e, com isso, se empenham pela divulgação dessas produções, seguem o mesmo caminho que Adorno e Horkheimer (1985, p. 125) apontavam para o público que recebia essas informações dos meios de comunicação de massa nas primeiras décadas do século XX. “(...) hoje em dia as massas logradas sucumbem mais facilmente ao mito do sucesso do que os bem-sucedidos. Elas têm os desejos deles. Obstinadamente, insistem na ideologia que as escravizam”.

Esse comportamento também demonstra o descompromisso de editores e empresários da comunicação em fortalecer as identidades culturais das regiões onde atuam. Muitos jornalistas usam de maneira egoísta o poder de escolha que têm sobre os assuntos que serão apresentados aos leitores. Deixando de conceder espaços para manifestações de diferentes culturas, muitos editores selecionam em sites de agências ou pautam repórteres para privilegiar notícias que dialogam com o seu gosto, oferecendo ao seu público o que eles consideram como conteúdo legítimo para ocupar as páginas de cultura.

Ao comentar o jornalismo cultural desenvolvido pela maior parte dos *media*, Cremilda Medina (2007, p. 34) atribui aos editores a responsabilidade pela ausência de coberturas que contemplem a diversidade. “Outra vingança da frustração dos editores de cultura se manifesta na marginalização da arte necessária e cotidiana em detrimento dos alvos preferenciais. Acrescento aos problemas citados mais um tópico: a rejeição à identidade cultural brasileira”.

A demanda pela produção de informações sobre entretenimento é constantemente informada às agências de notícias. O coordenador da produção de textos da *Folhapress* conta que os textos sobre filmes e as informações sobre programas de televisão estão entre os conteúdos que não podem faltar aos assinantes. “Eles (assinantes) preferem mais cinema que televisão” (...). “Quando morre alguém na área da cultura, os jornais do interior não nos

cobram pelo envio desse material, mas se faltar alguma coisa sobre cinema ou televisão, meu Deus!”.

Ao longo do ano 2009, primeiro período de análise dos jornais para a realização desta pesquisa, o jornal *O Liberal*, de Americana, adotou às sextas-feiras um modelo de capa diferente de seus concorrentes, e que evidenciou ainda mais a influência do cinema em suas edições. Fotos de filmes que estreariam nesse dia nas salas de cinema da região disputaram espaço com a manchete do jornal. Logo abaixo ou acima do anúncio da principal informação da edição, grandes fotos de cenas da ficção se misturavam às chamadas de notícias factuais de editorias como *Política*, *Esportes* e *Cotidiano*.

A maior parte dos textos sobre cinema, shows e novelas apresentada pelos jornais não passa de mera divulgação comercial em forma de reportagem. Embora preferencialmente ocupem as capas dos cadernos de cultura, ao lado de grandes fotos coloridas, esses textos, na maioria das vezes, não contemplam opiniões ou análises críticas sobre o enredo das histórias que retratam.

Leandro Marshall (2003, p. 149) considera que essas produções visam essencialmente a entreter o público. “(...) as mercadorias dessa nova sociedade são produzidas não mais para satisfazer demandas ou necessidades, mas apenas para alimentar o processo surreal das fantasias e dos fetiches criados artificialmente pela indústria da publicidade”.

Na década de 40, Adorno e Horkheimer (1985, p. 148) já consideravam essa prática intencional por parte da indústria cultural, que então difundia suas produções em meios como rádio e cinema. “O que se poderia chamar de valor de uso na recepção de bens culturais é substituído pelo valor de troca; ao invés do prazer, o que se busca é assistir e estar informado, o que se quer é conquistar prestígio e não se tornar um conhecedor”.

Podemos encontrar facilmente pessoas que parecem motivadas a acompanhar a estreia de um filme somente para não ficar de fora de uma espécie de onda que ampara um novo assunto comentado por colegas nos corredores de escolas, entre os amigos que moram no mesmo prédio ou então entre os companheiros de trabalho.

Na medida em que a cultura se apresenta como um brinde, cujas vantagens privadas e sociais, no entanto, estão fora de questão, sua recepção converte-se no aproveitamento de chances. Os consumidores se esforçam por medo de perder alguma coisa (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 151).



PLÁGIO OLIVEIRA / O LIBERAL

O LIBERAL/COLÉGIO OBJETIVO
Vitória em casa

Time infantil bateu Santa Bárbara ontem pela Série Prata. P. 12



CADERNO L
Sem maestro

Banda Municipal de Americana cancela apresentações. P. 19

teen+

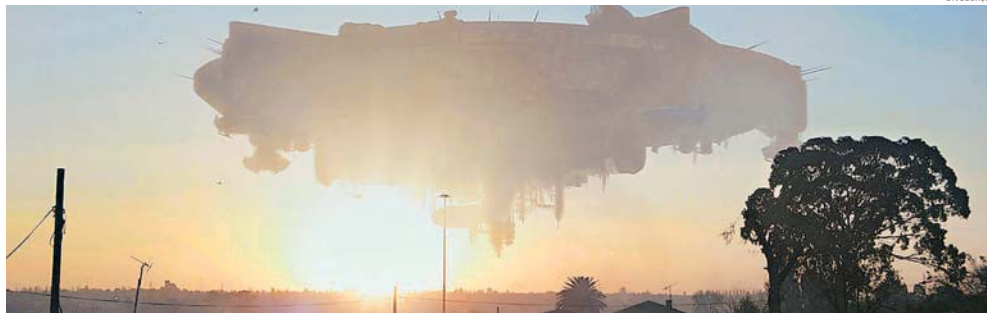
Paixão por salto alto pode custar caro à saúde
SUPLEMENTO



VENDA AVULSA R\$ 1,30

Americana, 16 de outubro de 2009

SEXTA-FEIRA



DIVULGAÇÃO

ETs chegam, mas de forma diferente de outros filmes

Por que extraterrestres invadiriam a Terra? O que eles seriam capazes de fazer? Perguntas desse tipo costumam ser respondidas em filmes de ficção científica. Mas "Distrito 9" apresenta o assunto de uma maneira completamente diferente, mostrando outro ponto de vista sobre um suposto encontro de humanos com aliens. P. 17

EXTRATERRESTRES DIFERENTES | Cena do filme "Distrito 9", que estreia hoje nos cinemas trazendo nova visão sobre como seria uma invasão alienígena

Fatec de Americana coordenará internacionalização no Estado

A experiência pioneira e bem sucedida da Fatec (Faculdade de Tecnologia) de Americana no intercâmbio estudantil com a Suny (State University of New York) credenciou a unidade para atuar na coordenação do processo de internacionalização das

outras 46 Fatecs. O diretor da instituição, Rafael Ferreira Alves, explicou que o Ceteeps (Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza) criará o Subcomitê de Relações Interinstitucionais que contará com membros da unidade de Americana. P.06

Guarda de SB é preso em flagrante por suborno

O guarda civil José Luís Trindade, de 42 anos, foi preso em flagrante em Santa Bárbara d'Oeste quando recebia a segunda parte do pagamento dos R\$ 100 que teriam sido exigidos a um motoboy para que não fosse aplicada uma multa de infração de trânsito (por pneu desgastado). A prisão foi feita por dois delegados da Polícia Civil, um deles o secretário municipal de Segurança Pública, Paulo Roberto Rodrigues Jodas, e acompanhada também por um promotor de Justiça. P.09

Nova Odessa rejeita a 1ª proposta do alcoolduto

A Prefeitura de Nova Odessa comunicou ontem aos representantes da empresa Uniduto Logística S/A a rejeição do município à primeira proposta apresentada para o traçado do projeto "Poliduto", também conhecido como alcoolduto, para o transporte de etanol de Ribeirão Preto a Paulínia. O motivo é a incompatibilidade da proposta com o Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado de Nova Odessa. O alcoolduto cortaria cerca de 200 propriedades rurais. P.08



PAULO A. TIBÉRIO / O LIBERAL

Unificação na Cetesb vai agilizar os licenciamentos

A inauguração da agência unificada ambiental de Americana, que agregará em um mesmo local as atividades da Cetesb e do DEPRN (Departamento de Proteção aos Recursos Naturais), foi comemorada ontem por representantes do Executivo da região. Conforme estimativas do secretário de Estado do Meio Ambiente, Francisco Graziano, a criação de uma porta única de licenciamento reduzirá o tempo de tramitação dos processos em média em um ano. P.05

SUMARÉ

Locação de área para sem-teto é cogitada

P. 07

PARA CIMA | Francisco Graziano, secretário estadual do Meio Ambiente, em Americana

Jornal
De Primeira no Ar
Antes de tudo, jornalismo sério e independente.

Segunda a Sexta das 6h00 às 7h00

www.radiovoce.com.br
Fone: 3475.8801

FECHAMENTO 00H00

Ano 58 • Nº 12.892

ISSN 1809-7014

91771809701009

REDAÇÃO
TEL 3471 0301 | FAX 3471 0307

PARA ASSINAR
TEL 3471 0302 | FAX 3471 0304

PARA ANUNCIAR
TEL 3471 0305 | FAX 3471 0304

www.liberal.com.br

PAINEL DE SERVIÇOS

Veja a previsão do tempo, confira tarifas de ônibus de cada cidade, indicador econômico, loterias, telefones úteis e rodízio. P. 15

ÍNDICE	HOJE 38 PÁGINAS	SUPLEMENTOS	PÁGINAS
Opinião	2 e 3	Seu dinheiro	TERÇA-FEIRA +4
Cidades	4 a 10	Saúde	QUARTA-FEIRA +4
Esportes	11 a 13	Informática	QUINTA-FEIRA +4
Panorama	14 a 16	Teen+	SEXTA-FEIRA +8
Caderno L	17 a 20	Liberatzinho	SÁBADO +8
Classicais	21 a 30	d! e guiaTV	DOMINGO +48

Classicais

1.033 ofertas

Empregos | Veículos
Imóveis | Oportunidades
Serviços | Editais

Ao deixar de prestigiar um lançamento ou aceitar uma indicação apresentada como ótima pelos admiradores de cinema, muitas pessoas se sentem privadas de prestígio e fora de sintonia com uma realidade que parece, por meio dos *media*, estar por toda parte. “A verdade em tudo isso é que o poder da indústria cultural provém de sua identificação com a necessidade produzida, não da simples oposição a ela”. (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 128)

No entanto, é interessante observarmos que, mesmo sendo retratada pelos *media* como uma produção imprescindível de ser prestigiada por milhões de espectadores, com passagens reveladoras capazes de levar o público a momentos de tensão e emoção jamais sentidos, a importância dos filmes que recebem divulgação destacada nos jornais se renova a cada lançamento. Ou seja, o filme mais importante está sempre por vir.

A indústria cultural não cessa de lograr seus consumidores quanto à aquilo que está continuamente a lhes prometer. A promissória sobre o prazer, emitida pelo enredo e pela encenação, é prorrogada indefinidamente: maldosamente, a promessa a que afinal se reduz o espetáculo significa que jamais chegaremos à coisa mesma, que o convidado deve se contentar com a leitura do cardápio (Adorno e Horkheimer, 1985, p. 130).

Ao destacar longos textos, que apenas apresentam os produtos (filmes, novelas, shows e exposições) com o propósito de torná-los atraentes aos consumidores, os *media* passam a ser co-responsáveis na consolidação dos efeitos da indústria do entretenimento, que “impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente”. (Cohn, 1975, p. 295)

Existem, no entanto, algumas incoerências entre o espaço conquistado pelas produções do cinema nos jornais do interior e o número de salas para exibição dos filmes anunciados pelos *media*. O jornalista Luciano Assis observa que, diferente dos anos 70 e 80, quando havia muitos cinemas de rua, hoje as salas são elitizadas. “Antes os cinemas ficavam nas regiões centrais e os ingressos eram baratos. Era uma arte popular para a família. Hoje, a maioria dos cinemas fica em shoppings. Pagam-se caro por estacionamento e ingressos”.

Outra contradição envolvendo o destaque dado ao cinema nos jornais foi apresentada na edição de domingo, 20 de junho de 2010, no próprio *Correio Popular*. Na página A9, no caderno *Cidades*, a jornalista Maria Teresa Costa abordou em uma longa reportagem os resultados da *Munic* (Pesquisa de Informações Básicas Municipais), realizada em 2009 pelo

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). O levantamento apontou que das 19 cidades que formam a RMC (Região Metropolitana de Campinas), 11 sequer tinham uma sala de cinema.

Sob o título “Cidades da RMC têm vazio cultural”, a repórter destaca que Americana, Artur Nogueira, Cosmópolis, Engenheiro Coelho, Holambra, Hortolândia, Monte Mor, Nova Odessa, Santo Antonio de Posse, Vinhedo e Paulínia não têm salas para exibição de filmes. No entanto, o cinema predomina nas edições entre sexta-feira e domingo nos principais jornais que circulam nessas cidades.

Mas a falta de salas para exibição de filmes não pareceu ter sido suficiente para mudar as principais pautas do caderno de cultura do jornal *Todo Dia*, de Americana. Mesmo com a maior parte de seu público morando em cidades sem cinema, em 2009, o jornal supervalorizou os lançamentos em praticamente todas as capas do caderno de cultura nas edições entre quinta-feira e domingo.

Vale ressaltar que a maior parte dos leitores do *Todo Dia*, moradores de Americana, interessada em assistir a um lançamento, precisa ir a um dos shoppings da região. Os mais próximos ficam nas cidades de Campinas, Piracicaba e Santa Bárbara d’Oeste. Ao ser informado sobre o fato de que muitos jornais supervalorizam estreias do cinema com a maior parte de seus leitores morando distante das salas de exibição, o coordenador de textos da *Folhapress* se surpreendeu. “Nossa! Acho isso muito estranho”, espanta Raul Lopes.

Por outro lado, Wilson Marini diz não ver grandes problemas no fato de os jornais que circulam em cidades sem salas para a exibição de filmes abordarem as produções da sétima arte em suas páginas.

Em tese, nesse caso, não há contradição entre divulgar os fatos locais e a programação de cinema, digamos, de um centro regional mais próximo. Os leitores que apreciam o tema podem querer as novidades, inclusive os lançamentos internacionais no momento em que se dão nos EUA.

No entanto, o editor-executivo da *APJ* faz uma importante ressalva. “Somente a sensibilidade do jornalista envolvido com a comunidade pode detectar se isso é prioridade, ou não. E, se o fizer, claro que deve também olhar com atenção para os fatos culturais de sua cidade”, recomenda.

Aliás, quando o assunto é cinema, a cidade de Paulínia ostenta uma contradição à parte. Com pouco mais de 80 mil habitantes, o município que faz limite com Campinas prevê um orçamento, em 2011, de R\$ 892,1 milhões. A invejável receita arrecadada pela prefeitura da pequena cidade tem sua principal origem na presença em seu território de diversas empresas multinacionais dos setores químico e petroquímico, entre elas a americana *ExxonMobil Corporation*, a holandesa *Royal Dutch Shell* e a *Replan*, maior refinaria da Petrobras em volume de produção. Para a Secretaria de Cultura de Paulínia, as empresas são obrigadas a destinar 1,5% de seus ganhos.

A riqueza de Paulínia, no entanto, permitiu que vários prefeitos que a administraram tornassem-na conhecida por algumas construções suntuosas. Entre as obras estão o sambódromo e o *Theatro Municipal de Paulínia*, inaugurado em julho de 2008, ao custo de R\$ 53 milhões. O prédio segue o modelo do *Kodak Theatre*, em Los Angeles, onde a Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Hollywood realiza a cerimônia de entrega do *Oscar*.

Há três anos, o teatro sedia o *Festival Paulínia de Cinema*, que distribui anualmente mais de R\$ 500 mil em prêmios para artistas envolvidos em produções da indústria cinematográfica brasileira. A maior ironia envolvendo Paulínia e o cinema estava, até julho de 2010, no fato de a cidade não ter salas para exibição de filmes ao público. A instalação de duas salas no único shopping da cidade também teve como objetivo por fim aos comentários indignados, que insistiam em ganhar destaque entre os críticos no período do festival. Um deles foi registrado na coluna *Entrelinhas*, assinada pelo jornalista Luciano Assis.

Tudo muito lindo, chique e cheiroso. Mas só tem um probleminha: com fama de receber um dos maiores eventos cinematográficos da América Latina, Paulínia não tem nenhuma sala de cinema. Isso mesmo, nenhuma, igual nós aqui em Americana e Nova Odessa. (...) Dizem que costumamos achar o gramado do vizinho sempre mais verde. Mas você consegue imaginar Veneza, Roma, Cannes ou Hollywood ostentando um mega festival sem nenhuma sala de cinema?²³

²³ Trecho extraído da coluna *Entrelinhas*, publicada pelo jornal O Liberal em 20 de junho de 2009.

Mas falar em cinema sem ter cinema, uma espécie de culto longe de um local de orações, não é exclusividade dos *media* presentes na região de Campinas. A cidade mineira de Tiradentes, com cerca de 20 mil habitantes, realiza há 14 anos uma mostra de cinema, mas também não tem salas para exibição de filmes. Ao saber dessa peculiaridade informada por uma repórter, a jornalista Fabíola Cidral²⁴, da rádio *CBN* de São Paulo, não escondeu a indignação. “Esse é o Brasil que quer ser a quinta maior economia do mundo até 2013”.

Outro detalhe curioso envolvendo os *media* e o cinema pode ser percebido no período que antecede a entrega do *Oscar*. Os jornais e outros meios de comunicação no Brasil reproduzem textos, fotos e comentários sobre as produções que têm chances de levar a cobiçada estatueta, mesmo quando esses filmes ainda não têm data para estrear em terras brasileiras, inclusive nas capitais.

Em 2009, por exemplo, Marcos Petrucelli, comentarista de cinema pela rádio *CBN*²⁵ manifestou seu descontentamento pelo fato de o filme “Quem quer ser um milionário?”, produção favorita a receber premiação em várias categorias, ainda não ter chegado ao Brasil faltando apenas dois dias para a cerimônia de entrega do *Oscar*, que foi transmitida pela *TV Globo*.

Ao conceder destaque às produções do cinema internacional nas edições que concentram as maiores tiragens, os jornais do interior deixam em segundo plano ou simplesmente renegam os assuntos locais, contribuindo para o apagamento das culturas populares, aquelas que têm ligações com as relações históricas de uma comunidade. Por essa razão, Ortiz (1999, p.61) alerta: “A globalização é algo importante, mas alheia ao núcleo de cada um desses espaços”.

²⁴ Fabíola Cidral atuava como âncora do programa *CBN Noite Total* apresentado pela rede *CBN* de rádio. O comentário foi feito pela jornalista no dia 22 de janeiro de 2010, durante a participação da repórter Thais Pimentel, da *CBN* de Belo Horizonte. A repórter estava cobrindo a 13ª edição da Mostra de Cinema de Tiradentes.

²⁵ Em 20 de fevereiro de 2009, o programa *CBN Total*, que vai ao ar de segunda a sexta-feira das 14h às 17h, foi apresentado pela jornalista Tânia Morales, que conduziu a conversa no estúdio com o comentarista Marcos Petrucelli. O filme ‘Quem quer ser um milionário?’ foi o grande vencedor do *Oscar* em 2009. A produção recebeu oito prêmios.

2.5 A cultura da redação

Uma das maiores preocupações presentes em uma redação é o medo de tomar furos dos concorrentes. Ou seja, ficar sabendo de alguma informação pelas páginas do outro jornal. Apesar de serem poucos os leitores com acesso diário a mais de um jornal e, menor ainda a quantidade dos que dedicam parte de seu tempo comparando o que um jornal noticiou antes do outro, sair na frente faz parte da cultura enraizada nas redações.

Na verdade, os *media*, de maneira geral, demonstrariam maior respeito ao seu público se mantivessem esse nível de preocupação para oferecer informações bem apuradas e contextualizadas em seus territórios de atuação. Porém, tomados pelo receio de não serem surpreendidos pelos concorrentes, editores e repórteres procuram olhar para o mesmo horizonte, buscando notícias onde se sabe que elas poderão ser encontradas por todos.

Agências de notícias e fontes oficiais costumam ser as mais requisitadas pelas redações. A seguir esse caminho, e adotar o mesmo tratamento para a informação, a padronização dos assuntos publicados entre os *media* torna-se inevitável. Por essa razão, os jornais podem ser considerados pseudo-individuais na elaboração de grande parte de suas pautas, já que os editores também costumam se orientar pelas páginas dos concorrentes.

Ao abrir mão da possibilidade de inovar – oferecendo boas histórias, garimpadas em meio ao seu público e na rotina vivida por ele –, os jornais passam a valorizar textos como os que se referem às produções de cinema e novelas, por exemplo, que são construídos a partir de narrativas reducionistas, destinadas apenas a tornar as produções em exibição atrativas ao público que os *media* considera como consumidor.

Por meio de contrato com agências de notícias, reprodução de colunas de articulistas renomados ou mesmo a apropriação de temas tratados em reportagens especiais, muitos jornais tendem a se ocupar mais de assuntos comumente tratados pelos jornais de circulação nacional do que com assuntos específicos locais, que demandariam apuração jornalística (...) (Peruzzo, 2005, p. 81-82).

Aos jornais, acaba sendo imposta pelo mercado a mesma condição que Adorno e Horkheimer (1985, p. 144) acreditavam que o indivíduo imerso em uma sociedade padronizada por estilos estava submetido, ou seja,

(...) só é tolerado na medida em que sua identidade incondicional com o universal está fora de questão. Da improvisação padronizada no jazz a dos tipos originais do cinema, que têm de deixar a franja cair sobre os olhos para serem reconhecidos como tais, o que é a pseudo-individualidade.

Além de chegarem prontos, os textos de agências sobre produções nacionais e internacionais proporcionam mais uma facilidade aos editores dos cadernos de cultura: chegam cedo às redações. “Os assinantes pegam muito no nosso pé para mandar materiais o mais cedo possível. Muitos fecham às 16h, e quando mandamos textos depois desse horário eles estrilam”, enfatiza o coordenador de textos da *Folhapress*, Raul Lopes.

Fechar o jornal o quanto antes é uma obsessão na maior parte das empresas. Os processos de edição, paginação, impressão e entrega dos exemplares nas bancas e casas dos assinantes acabam pressionando a redação para que os textos sejam produzidos o mais rápido possível. Essa agilidade, no entanto, custa à empresa abrir mão de acompanhar fatos ocorridos no período da noite, como apresentações de teatro, festivais de música e outros.

Em consequência, a maior parte das reportagens de cultura nos jornais refere-se a uma divulgação prévia dos eventos. O *deadline*²⁶ das edições e a estrutura enxuta das redações não permitem que os repórteres sejam pautados com frequência para acompanhar as reações do público diante dos espetáculos e, também, verificar se o conteúdo prometido pelos produtores na fase de divulgação desses eventos é o mesmo durante as apresentações. Isso permitiria que os espetáculos realizados ao longo de vários dias na mesma região pudessem aparecer nos jornais, acompanhados das impressões dos repórteres que os assistiram.

No entanto, os jornais atuam com maior intensidade como divulgadores das produções que estão por vir. Em acordos firmados entre o departamento comercial do jornal e o de marketing de um cantor ou de um grupo de teatro, fica definido que, em troca da divulgação de determinado evento, ao longo de vários dias ou semanas, o jornal poderá

²⁶ Deadline é o tempo máximo estabelecido pelos editores para que os repórteres entreguem suas reportagens.

publicar em suas páginas bônus que representam descontos aos leitores que desejarem assistir a apresentação.

Outro tipo de negociação comum, envolvendo o destaque de uma peça de teatro ou de uma apresentação musical, pode ser feito pelos *media* visando estritamente ao lucro. Nesse caso, o jornal firma uma parceria com o organizador que está trazendo um grupo de teatro que conta com atores famosos ou então um cantor renomado. Dessa forma, empresa de comunicação e o organizador lucram com a venda dos ingressos ao público. Nesses casos, é fácil entender o grande empenho com que os jornais divulgam determinados eventos, principalmente aos finais de semana.

A percepção generalizada na sociedade é de que os jornais tornaram-se um grande shopping de mercadorias, em que a diversão, o espetáculo e a emoção funcionam como estratégias de audiência nessa gigantesca máquina de dinheiro (Marshall, 2003, p. 41).

Manifestando preocupação com o futuro dos jornais impressos, muitos de seus proprietários não se dão conta da contradição da qual a cada dia passam a fazer parte. Ao mesmo tempo em que a agilidade se coloca à disposição das mídias digitais, permitindo a elas a divulgação de informações quase no mesmo instante em que os fatos ocorrem, a maioria dos jornais antecipa cada vez mais seus horários de fechamento e reduz o número de jornalistas em seus quadros de profissionais, o que impede que textos bem contextualizados sejam produzidos e, assim, sirvam para diferenciar as reportagens dos jornais da maior parte dos textos escritos para os meios digitais.

Por conta da ditadura do tempo, imposta ao fechamento das edições, repórteres e editores dedicam maior atenção aos assuntos previsíveis, ou seja, aqueles que não correm grandes riscos de sofrerem alterações até o dia seguinte. Filmes que estrearão nos cinemas e programas de televisão são alguns exemplos de assuntos produzidos em abundância pelas agências, e que dificilmente sofrerão mudanças de um dia para o outro, pois estão prontos, livres de imprevistos.

A falta de profissionalismo em grande parte dos jornais do interior é outro comportamento marcante, principalmente na editoria *Cultura*. Quando as empresas de comunicação optam pela contratação de estagiários em jornalismo, por meio de convênios com faculdades de comunicação, a maioria desses jovens aprendizes recebe a missão de produzir para as páginas de cultura.

Afinal, as chances de os jornais receberem processos ou sofrerem perdas financeiras por erros cometidos por estagiários é menor na editoria *Cultura*, ao contrário dos prejuízos que o jornal poderá sofrer se a reportagem apresentar falhas envolvendo assuntos de editorias como as de *Segurança* e *Política*. Por isso, manter os aprendizes atuando em *Cultura* é menos arriscado.

Porém, o pouco conhecimento da profissão pode não favorecer os estagiários na percepção daquilo que pode ser interessante para produzir um bom texto. Mesmo assim, o *JP* apostou na contratação de estudantes de jornalismo para produzir grande parte do conteúdo oferecido por sua editoria *Cultura*. Além da editora Eleni Destro e de um repórter, quatro estagiários produzem para a editoria. No *CP*, oito profissionais fazem parte da equipe responsável pelo *Caderno C*, a maioria jornalistas formados.

Apesar de parecer simples, o trabalho de um repórter que tem como tarefa escrever com qualidade sobre cultura exige conhecimento específico na área. Para o jornalista Luciano Assis, “o não investimento dos jornais em profissionais gabaritados ou em espaço para que sejam trabalhadas para o leitor as diferenças entre cultura e lazer inibe o avanço do setor cultural”. Assis também considera que as poucas vagas de trabalho oferecidas no interior para repórteres especializados contribuem para que os jornalistas interessados nessa área sigam, depois de formados, para grandes centros, como São Paulo.

Por isso, Peruzzo (2005, p. 81) acredita que a pequena estrutura montada para a editoria *Cultura*, aliada muitas vezes ao trabalho de pessoas ainda não totalmente preparadas para o exercício do jornalismo, faz com que os textos produzidos por agências também figurem nas redações como boas opções para as edições de fim de semana.

Acrescente-se, em alguns casos, a opção administrativa de donos de veículos locais, de aceitar com naturalidade o exercício de um jornalismo baseado em fontes oficiais, já que isso garante a sobrevivência do veículo. Nessas condições o jornalismo local deixa de explorar seu imenso potencial de trabalhar com a informação isenta e atender a todos os setores que perfilam a vida de uma ‘comunidade’.

Ainda sobre a estrutura dos jornais, o número de profissionais em *Cultura* pode levar os editores a recorrerem às agências de notícias. No jornal *O Liberal*, por exemplo, apenas um repórter produz informações locais para o *Caderno L*, o caderno de cultura. Por essa razão, aos sábados e domingos, na folga desse profissional, se a produção deixada por ele ao longo da semana não for suficiente para preencher os espaços dessas edições, os textos das agências, por estarem atualizados, se tornam mais atrativos.

No capítulo a seguir, veremos como os jornais *Correio Popular* e *Jornal de Piracicaba*, responsáveis pela veiculação dos cadernos escolhidos como objetos de estudo desta pesquisa, trabalham os assuntos de cultura. Além de um breve histórico dos jornais e das suas cidades sedes, o leitor encontrará as análises das reportagens de capa de quatro edições dos cadernos de cultura, sendo duas de cada jornal.

CAPÍTULO III – CORREIO POPULAR E JORNAL DE PIRACICABA

3.1 Correio Popular

Não espere ouvir de um campineiro que a cidade localizada a pouco mais de 90 quilômetros da capital paulista fica no interior do Estado. A referência mais comum passada por quem vive em Campinas é a de que, usando carro, são necessários apenas 50 minutos para chegar a São Paulo. A população de 1.080.999 habitantes, segundo o *Censo 2010*, coloca Campinas na posição de 14ª cidade mais populosa do Brasil. A cidade natal do compositor Carlos Gomes também se destaca no cenário nacional nas áreas de pesquisa e desenvolvimento.

O trabalho apresentado pelos principais meios de comunicação de Campinas, entre eles o jornal *Correio Popular*, procura destacar aspectos que caracterizam a cidade como cosmopolita. Seja na divulgação de estudos da *Unicamp* (Universidade Estadual de Campinas), que recebe pesquisadores de várias partes do país, seja na apresentação de espetáculos e exposições que passaram apenas por capitais, ou na capacidade de atração de novas empresas. Tudo isso é uma característica marcante da sua macro região, que no início do século XX foi escolhida por imigrantes italianos e, entre as décadas de 70 e 80, recebeu intenso fluxo migratório de outras partes do estado e do país.

A configuração econômica atual de Campinas, marcada pela industrialização e pelo setor de prestação de serviços, teve início a partir do final da década de 1920, quando o plantio de café deixou de ser a principal atividade da região. Foi nesse período, em 1927, que o português Álvaro Ribeiro, que havia fundado os jornais *Cidade de Campinas* e o *Diário do Povo*, criou o *Correio Popular*. Assim como muitos outros jornais do interior, o *CP* foi idealizado por um homem de trajetória na vida pública. Ribeiro exerceu o mandato de vereador durante sete legislaturas seguidas em Campinas.

Apesar de ser um jornal com mais de 80 anos, o *CP* foi administrado por apenas duas famílias ao longo da sua história. Em 1938, os herdeiros de Álvaro Ribeiro venderam a empresa para o jornalista Sylvino de Godoy, que ficou à frente da empresa até 1970. Hoje, o *Correio Popular* é presidido por Sylvino de Godoy Neto. Entre as atuações marcantes do *CP*,

em seus primeiros anos de existência, destacamos o período entre julho e outubro de 1932, que marcou a *Revolução Constitucionalista*.

O *Correio Popular* foi o único jornal do interior paulista a apoiar o movimento contra o governo provisório de Getúlio Vargas. Depois de publicar em sua primeira página o editorial intitulado “Por um Brasil Forte e Unido”, o jornal declarou-se contra o regime e sofreu retaliações de grupos que apoiavam o Estado Novo. O jornal foi impedido de circular durante cinco dias.

Outro momento marcante no desenvolvimento contemporâneo da empresa teve origem em 1994. O *CP* aliou seu desejo de grandeza à promessa feita pelo então candidato à presidência da República, Fernando Henrique Cardoso (PSDB), que manifestava a intenção de tornar oficial a *RMC* (Região Metropolitana de Campinas). Com o objetivo de consolidar a região como um polo industrial, de ensino, pesquisa e gerador de riquezas, a *RMC* foi criada, oficialmente, pela lei Complementar 870, em 19 de junho de 2000. Para marcar a nova região metropolitana, formada por 19 cidades, o *CP* lançou, no mesmo ano, o caderno *Metropolitano*, que concentra as reportagens regionais.

Propostas como a ampliação e modernização do *Aeroporto Internacional de Viracopos* e a instalação do *Trem de Alta Velocidade*, que ligará as cidades de Campinas, São Paulo e Rio de Janeiro são as atuais bandeiras defendidas pelo *Correio Popular*. A desapropriação de áreas residenciais para a instalação de novos terminais de passageiros e de cargas no aeroporto e as formas de financiamento dos US\$ 11 bilhões que serão usados para a construção do trem-bala estão entre os assuntos mais abordados na cobertura regional do *CP*.

O *Correio Popular* é o jornal de maior circulação na região de Campinas, e um dos maiores do Brasil fora das capitais. Desde a primeira edição do *CP*, o jornal publica o lema de Álvaro Ribeiro, e que até hoje a direção da empresa acredita que seja seguido. “*Seremos na imprensa vigilantes fiscais na administração pública e zeladores intransigentes do direito coletivo*”.

No início da década de 90, o jornal passou pelo processo de cadernização, que o segmentou nas editorias de *Economia*, *Opinião*, *Cidades*, *Brasil*, *Mundo*, *Esportes*, *Motor*, *Turismo*, *Correio Criança* e *Caderno C*, este criado em 1991 para reunir as informações e reportagens sobre variedades e eventos culturais promovidos em Campinas e região. Ainda na primeira metade da década de 90, o *CP* deixou de ser impresso em preto-e-branco e passou a circular também às segundas-feiras.

Em 2005, o *CP* passou por uma reformulação gráfica e editorial que incluiu a adoção de nova tipologia e elementos gráficos nas reportagens, como boxes e infográficos. O objetivo foi oferecer maior organização às matérias e estimular a leitura. O estúdio *Cases y Associats*, na Espanha, que esteve à frente de reformulações em jornais como o argentino *Clarín* e o inglês *The Independent*, foi o responsável pela reforma gráfica.

Segundo a pesquisa IPSOS: Marplan EGM, realizada em 2007 a pedido do jornal, o *Correio Popular* é o jornal líder de Campinas, com 67% dos leitores de jornais da cidade, o que corresponde a 247 mil pessoas. Além de Campinas, o *CP* pode ser encontrado nas cidades de Americana, Artur Nogueira, Cosmópolis, Engenheiro Coelho, Estiva Gerbi, Holambra, Hortolândia, Mogi-Guaçu, Mogi-Mirim, Monte Mor, Nova Odessa, Paulínia, Pedreira, Santa Bárbara d'Oeste, Santo Antonio de Posse, Sumaré, Valinhos, Vinhedo, Indaiatuba, Itapira e Jaguariúna.

Nas entrevistas concedidas pela direção do *Correio Popular* à equipe de repórteres que produziu o suplemento *RAC 15 Anos*, encartado no *CP* em novembro 2009, encontramos as opiniões dos diretores do jornal sobre o relacionamento do meio com os leitores e a região representada em suas páginas. O diretor editorial Nelson Homem de Mello resume o que considera ser o espírito que caracteriza o *CP* ao longo da sua trajetória.

O *Correio Popular* é reconhecido pelos seus leitores como um jornal que, quando entra em uma briga, não sai dela nunca mais. Não são só pelos seus leitores que o *Correio* é conhecido assim. Jornalistas do Brasil inteiro comentam essa característica de defender até o fim uma ideia, uma proposta, uma aspiração da cidade. Não entregamos os pontos enquanto as questões acompanhadas por nós não forem resolvidas. Também não permitimos que elas adormeçam em alguma gaveta do poder público ou que haja falta de empenho em algum setor.

Já o diretor-presidente, Sylvino de Godoy Neto, classifica o jornalismo de proximidade como de fundamental importância para promover a identificação entre os leitores e o meio de comunicação.

Todos os jornais têm que contar com notícias nacionais e internacionais, mas as bandeiras que eles devem defender realmente são as da região onde estão baseados. Se não é um dos jornais daqui da cidade a defender os interesses de Campinas, não será um jornal de São Paulo que vai defender. Precisamos contar sempre com o ‘glocal’, que significa noticiar o global, dando a ênfase ao cenário local. Por exemplo: uma coisa que acontece lá na Suíça, nós temos que saber como isso vai impactar aqui na nossa vida, na nossa região.

O jornalismo que enfoca a produção local de conteúdos também é valorizado pelo diretor-superintendente do *CP*, Adhemar J. de Godoy Jacob. “A força do jornalismo regional talvez seja maior do que aquela dos ditos grandes jornais, que quiseram abraçar uma cobertura nacional e hoje estão mal cobrindo as suas próprias cidades. Os jornais regionais são mais próximos, falam mais com a comunidade”, argumenta.

Ao longo das últimas décadas, a família que controla o *CP* foi ampliando sua atuação na comunicação regional. Em 1996, a empresa *Correio Popular S/A* comprou o *Diário do Povo*, jornal mais antigo em circulação na cidade de Campinas. A partir de então, o *Diário do Povo*, que sempre adotou uma linha editorial popular, e até então era de propriedade do ex-governador de São Paulo, Orestes Quércia, passou a publicar parte do mesmo conteúdo presente nas páginas do *CP*.

De posse dos dois principais jornais em circulação na cidade, a família Godoy criou a *RAC* (Rede Anhanguera de Comunicação), que hoje é a única empresa de jornalismo impresso em Campinas. Além do *Correio Popular* e do *Diário do Povo*, a *RAC* também é responsável pelas revistas *Panorama RAC*, voltada ao mercado imobiliário, e *Metrópole*, com assuntos diversos. As duas são encartadas no *CP*. Outros meios da família Godoy são os jornais *Notícia JÁ*, *Gazeta do Cambuí*, *Gazeta de Piracicaba* e *Gazeta de Ribeirão*.

Na internet, o grupo lançou em 2010 o *Portal RAC*, que abriga a *TV RAC* e disponibiliza informações sobre fatos registrados na região de Campinas, no Brasil e no mundo. Em abril de 2011, o *Grupo RAC* apresentou o site *Correio de Ofertas*, dedicado às compras coletivas e, em maio de 2011, o *CP* preparava-se para lançar o suplemento *Mercado de Luxo*, uma publicação voltada à divulgação de reportagens com enfoque em lojas de roupas, buffets, concessionárias de carros, jóias e outros acessórios voltados ao público da chamada classe A.

Em seu site, a *RAC* apresenta-se como o maior conglomerado de mídia impressa do interior do Estado de São Paulo, com presença destacada nas regiões de Campinas, Piracicaba e Ribeirão Preto, as três áreas economicamente mais importantes do Estado. Recentemente, o grupo investiu na reformulação dos sites de seus jornais e criou versões de seus conteúdos para a plataforma *iPad*. Com isso, o *Correio Popular* se tornou o primeiro jornal do grupo, e da região de Campinas, a oferecer esse aplicativo aos leitores.

Seguindo os passos de grandes grupos de comunicação do Brasil, como *Estado e Folha*, que a partir de seus jornais criaram agências de notícias para ampliar sua atuação vendendo informações e, também, revendendo o conteúdo produzido para outras empresas de comunicação, o *Grupo RAC* criou, no ano 2000, a *AAN* (Agência Anhanguera de Notícias), que oferece fotos e textos desenvolvidos por jornalistas dos meios que integram o grupo.

O parque gráfico do *Grupo RAC*, onde são impressos os exemplares do *Correio Popular* e de seus outros jornais, ocupa uma área total de 4,5 mil metros quadrados na Vila Industrial, em Campinas. Os exemplares do *CP* são vendidos nas bancas por R\$ 2,20, de segunda a sábado, e R\$ 3,50 aos domingos. Mesmo quem não é assinante pode ter acesso gratuitamente ao conteúdo do jornal pelo período de 15 dias, desde que acesse o *Portal RAC* e cadastre-se.

3.2 **Jornal de Piracicaba**

Ao contrário da confusão que se pode arranjar chamando um morador de Campinas de caipira, em Piracicaba a brincadeira costuma ser recebida com risos bem humorados. As raízes do piracicabano representam, para a maioria dos que nasceram ou vivem na cidade, motivos de orgulho, mesmo quando o que se evidencia nas piadas é o sotaque caracterizado pelo prolongamento da letra R.

Assim como Campinas, a cidade de Piracicaba, que de acordo com o *Censo 2010* tem 364.872 habitantes, está entre as mais desenvolvidas do Estado. Dessa forma, não é possível caracterizá-la como cidade típica do interior, principalmente quando se analisam o ritmo de vida e a maior parte da paisagem urbana. A quantidade de carros nas ruas, a presença de grandes empresas em seu território, como *Caterpillar*, *Case*, *Dedini* e *Hyundai*; franquias de lojas e lanchonetes internacionais fazem de Piracicaba a maior cidade de uma região com mais de um milhão de habitantes.

Além do extenso parque industrial, outra semelhança entre Piracicaba e Campinas pode ser apontada na presença de algumas das principais instituições de ensino do país, entre elas a *Esalq/USP* (Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz), *FOP/Unicamp* (Faculdade de Odontologia de Piracicaba) e a *Unimep* (Universidade Metodista de Piracicaba). Por essa razão, Piracicaba também recebe estudantes e pesquisadores de várias partes do Brasil.

Mas Piracicaba é diferente. A cidade cresceu, mas não perdeu sua identidade com o passado. É como se representasse exatamente a observação que Milton Santos (2002) faz ao lembrar que “cosmopolitismo não é forçosamente universalismo”. Em Piracicaba, o tempo e as transformações provocadas pelo desenvolvimento não mudaram ou contribuíram para o esquecimento das tradições culturais e o desapego de seus moradores à história.

O nome da cidade, que tem origem no tupi-guarani “lugar onde o peixe para” é um indicativo da relação de seu povo com o *Rio Piracicaba*, um cartão postal da cidade, que no final do século XIX se transformou, por meio do cultivo da cana de açúcar, em uma das principais cidades brasileiras. Outra tradição local de Pira, como a cidade é carinhosamente conhecida, é o *Jornal de Piracicaba*, que circula há 111 anos e, segundo o *IVC*, tem tiragem

média aos domingos de 18 mil exemplares²⁷. O *JP* foi fundado em 04 de agosto de 1900 pelo engenheiro Manuel Buarque de Macedo, então dono da *Fábrica de Tecidos Arethuzina*.

Com a ajuda de dois amigos, que assumiram as funções de redator chefe e diretor-gerente, “o *JP* veio para descortinar a verdade dos fatos”, avisava o editorial impresso na capa da primeira edição. À época, a cidade tinha 14 mil habitantes. Depois dos fundadores, o jornal passou a ser controlado por vários grupos, antes de ser comprado pela empresa *J.R. Losso & Cia*, em 19 de março de 1939. A empresa era formada por José Rosário Losso e os filhos Fortunato Losso Netto e Eugênio Luiz Losso. Hoje, o *JP* segue sob o controle dos herdeiros da família Losso, tendo como diretores Antonietta Rosalina da Cunha Losso Pedroso, o irmão José Rosário Losso Neto e Marcelo Batuira da Cunha Losso Pedroso, filho de Antonietta.

As primeiras campanhas lançadas pelo *Jornal de Piracicaba*, ainda em seus primeiros anos de atividade, priorizaram assuntos relacionados à educação e à cultura local, como a criação do gabinete de leitura – um espaço para serem arquivadas as publicações que seriam conseguidas com os intelectuais e a população –, a reforma do *Teatro Santo Estevão* e a criação de uma orquestra municipal. Mendez e Polacow (2007, p. 3) lembram que “o *Jornal de Piracicaba* nasceu em um tempo em que a cidade era conhecida como a ‘Atenas paulista’, devido a sua projeção no cenário das artes e ao seu avançado desenvolvimento no campo da educação”.

Os irmãos Fortunato e Eugênio são apontados pela editora do *Caderno Cultura*, Eleni Destro, como os responsáveis pela ampliação da política de valorização das manifestações culturais, contemplando nas páginas do *JP*, além da cobertura dos eventos eruditos, as manifestações tradicionais da cultura local. Mendez e Polacow (2007, p. 6) relatam que Fortunato Losso Netto foi “amante da música erudita e das artes plásticas, ele se envolveu com praticamente todas as associações e eventos culturais que havia, à sua época, em Piracicaba. Foi assíduo frequentador das principais casas de espetáculos da cidade, como o auditório da Escola de Música de Piracicaba”.

²⁷ Número apresentado em agosto de 2009 pelo IVC (Instituto Verificador de Circulação), em relatório disponibilizado aos jornais que têm suas tiragens auditadas mensalmente pelo instituto. No mesmo período, a tiragem média diária do *Jornal de Piracicaba* entre terça-feira e sábado foi de 15 mil exemplares, entre venda avulsa e assinaturas. Veja detalhes em Anexos.

Os pontos históricos de Piracicaba estão sempre nas páginas do *JP*, principalmente quando são usados como cenários para apresentações artísticas ou eventos, como as festas da *Pamonha*, *Cachaça*, *Peixe*, *São João*, *Divino Espírito Santo*, *Polenta*, apresentações de serestas e vários outros eventos presentes no calendário cultural de Piracicaba, a cidade que se orgulha de ter o *Dicionário Caipiracicabano*, e que desde 2008 realiza anualmente o *Fórum em Defesa das Tradições Populares de Piracicaba*.

O amor pela cidade e suas tradições também pode ser percebido por quem visita algum comércio na região central ou passeia pelo *Shopping Piracicaba*. Quadros em paredes simples de bares e lanchonetes ostentam pinturas ou fotos de lugares históricos como o *Rio Piracicaba*, *Rua do Porto*, *Largo dos Pescadores*, *Casa do Artesão* ou o conjunto de salões que compõem o *Engenho Central*.

Na praça de alimentação do shopping, os vidros usados para separar as mesas do corredor que abriga os restaurantes têm imagens que representam a *Ponte Pencil*, a *Cachoeira Véu da Noiva* e os salões do engenho. Em uma das paredes, a gravura de um pescador em tamanho real, usando chapéu e uma rede, lembra a figura das famílias que viviam da pesca às margens do *Rio Piracicaba*, nas primeiras décadas do século XX.

A atenção especial dada aos assuntos ocorridos na cidade ou na região de Piracicaba pelo jornalismo desenvolvido pelo *JP* é marcante desde a gestão de Fortunato Losso Netto, que esteve à frente do *Jornal de Piracicaba* durante 46 anos (1939 – 1985). Jornalista por vocação, Netto fazia questão de destacar em seus editoriais os assuntos que poderiam interessar diretamente aos leitores do *JP*.

Em Mendez e Polacow (2007, p. 7), o jornalista Antonio Bueno de Camargo, que foi secretário de redação do jornal entre as décadas de 60 e 70, conta que certa vez Netto disse considerar mais importante dar uma notícia de formatura de jardim da infância, e colocar o nome das crianças, do que dizer que o governador sofreu um grave acidente em uma cidade muito distante.

O professor Samuel Pfromm Netto, que integra o conselho editorial do jornal, destaca um dos diferenciais do *Jornal de Piracicaba*. Para ele, Piracicaba é uma das únicas cidades brasileiras a possuir um registro centenário de sua história nas páginas de um jornal. “É possível encontrar em outras cidades algo semelhante, mas não com a mesma continuidade, porque muitos jornais desaparecem. Essa característica do *JP* é mais do que louvável, pois tem importância local, nacional e internacional” (Benvegnu, 2010, p. 96).

O *JP* passou por sua primeira reformulação gráfica na década de 70, com a substituição do sistema tipográfico a quente pelo sistema de fotocomposição e impressão off set. Em 1995, o jornal construiu um parque gráfico e passou a ser totalmente digitalizado, suas páginas ganharam cor e os assuntos foram divididos entre as editoriais *Opinião, Cidade, Economia, Região, Conjuntura, Esportes, Cultura*. Três anos mais tarde, o conteúdo do *JP* também foi disponibilizado aos assinantes com acesso à internet.

Ao longo da semana, o *JP* encarta suplementos que oferecem informações segmentadas aos leitores interessados em conteúdos sobre carros, viagens, decoração, novidades para crianças e adolescentes, entre outros. Entre essas publicações, destacam-se *Autos JP, Sua Viagem, Empregos e Concursos, Minha Casa, Tribos e Jornalzinho*. A exemplo de outros jornais do interior paulista, como *O Liberal*, de Americana, e *Diário da Região*, de São José do Rio Preto, o *JP* está investindo na formação de um núcleo de jornalistas responsável pela produção de revistas encartadas periodicamente no jornal, com assuntos sobre decoração, moda, gastronomia e outros.

Entre as principais bandeiras defendidas pelo *Jornal de Piracicaba*, ao longo das últimas décadas, está a despoluição do *Rio Piracicaba*, que em época de estiagem se transforma em esgoto a céu aberto, conduzindo a poluição de mais de 4 milhões de pessoas que moram nas 54 cidades que formam a *Bacia do Rio Piracicaba*. O jornal também se empenhou na coleta de assinaturas encaminhadas ao governo do Estado, que resultou na duplicação da rodovia SP-304, ligando as cidades de Piracicaba e São Pedro.

Anualmente, o *JP* realiza campanhas para recolher agasalhos, brinquedos para crianças carentes e alimentos para vítimas de enchentes; para despoluir as margens do *Rio Piracicaba* e para promover campanhas de orientação, como a de prevenção à AIDS, ao câncer, às drogas e para a redução de acidentes de trânsito.

Assim como a maior parte dos jornais de médio e grande porte do interior, o *JP* reserva espaço para a opinião de seus leitores. Ainda na gestão de Fortunato Losso Neto, foi instituída a publicação na página 02, que abriga os artigos dos leitores, a frase do filósofo francês Voltaire, que simboliza a diversidade de opiniões que, na avaliação da família Losso, deve compor as páginas de um jornal. “Não concordo com uma só palavra que dizeis, mas defenderei até a morte o vosso direito de dizê-lo”.

Além da cidade sede, o *JP* circula em Santa Maria da Serra, Ipeúna, Capivari, Rio das Pedras, Mombuca e Saltinho, municípios na região de Piracicaba. No entanto, com o objetivo de intensificar a cobertura regional e aumentar a proximidade com os leitores de outras cidades vizinhas, há pouco mais de um ano foi criada uma versão semanal do *Jornal de Piracicaba* específica para as cidades de Charqueada, São Pedro e Águas de São Pedro. Cada exemplar do *JP* é vendido a R\$ 1, durante a semana, e R\$ 2,50 aos domingos.

Ao contrário do *Grupo RAC*, que nos últimos anos investiu na compra e na criação de vários meios de comunicação, a família que administra o *JP* não multiplicou suas formas de atuação entre os *media*. A diretora Antonietta Rosalina Losso Pedroso tem participação societária nas emissoras *Onda Livre AM* e *Onda Livre FM*, que atuam na região de Piracicaba. No entanto, essas rádios não reaproveitam conteúdos do *JP* nos programas jornalísticos. Na FM, por exemplo, a programação é praticamente toda musical.

Mas a participação de Antonietta na sociedade das emissoras resultou em uma grande ironia do destino. O sócio de Antonietta nas emissoras é Lourenço Jorge Tayar, que durante muitos anos foi o responsável pelo departamento Comercial do *JP*, mas hoje é sócio-diretor da *Gazeta de Piracicaba*, a qual também pertence ao *Grupo RAC*, e é hoje o maior concorrente do *Jornal de Piracicaba*.

3.3 Análises

Para identificar os assuntos que predominaram nos cadernos de cultura do *Correio Popular* e do *Jornal de Piracicaba*, e de que maneira eles foram apresentados aos leitores, o pesquisador selecionou edições de dois períodos dessas publicações, ao longo do desenvolvimento da pesquisa: 22 de outubro a 15 de novembro de 2009, e 17 de fevereiro a 13 de março de 2011. Cada período corresponde a quatro semanas, sempre entre quinta-feira e domingo, totalizando 64 edições. O primeiro foi definido nos meses seguintes ao início do estudo, já o segundo representa o fechamento da pesquisa, e foi escolhido com o propósito de verificar se houve alterações significativas nos objetos analisados.

Nesse item estão as considerações do pesquisador sobre as principais características do *Caderno C cultura/variedades* e dos cadernos de cultura do *JP*, como singularidades, diferenças e uma análise quantitativa de reportagens; notas e fotos que cada um apresentou sobre assuntos locais e regionais, ou, nacionais e internacionais, nos exemplares pesquisados. Os números de cada edição e a somatória de cada período podem ser vistos nas tabelas em *Anexos*.

Apesar de a pesquisa focar as diferenças entre as duas publicações, é importante considerarmos que em vários pontos os cadernos de cultura dos dois jornais assemelham-se. Destacam-se entre as similaridades: o número de páginas dos cadernos, a divisão de espaços entre as informações de cultura e as colunas sociais, ou entre cultura e as páginas sobre turismo, gastronomia e decoração. Portanto, os cadernos de cultura dos dois jornais, assim como em centenas de outras publicações do interior paulista, oferecem conteúdos que se distanciam tanto das produções do cinema e da tevê, como de trabalhos apresentados por grupos de cultura local.

Passatempos como palavras cruzadas, jogo dos sete erros, piadas, quadrinhos, horóscopo, figuras para colorir e colunas esotéricas, por exemplo, estão presentes tanto nas páginas do *Caderno C*, quanto nos cadernos *Cultura*, *Fim de Semana* e *Movimento*, do *JP*. Enganam-se aqueles que acreditam que, por serem conteúdos destinados apenas à distração do leitor, essa seção recebe espaços menores que os destinados às reportagens. No *CP* e no *JP*, o espaço usado para publicar esse tipo de material ocupa em média uma página, diariamente.

Outro ponto em comum entre os cadernos analisados é o espaço destinado para divulgar programações dos canais de televisão, abertos e a cabo, e das salas de cinema presentes nas cidades da região. Grandes quadros com nomes de filmes, horários e fotos, em sua maioria das produções hollywoodianas, dividem as mesmas páginas com textos que resumem capítulos de novelas ou notas sobre exposições regionais. Para essa prestação de serviços, os dois cadernos utilizam diariamente pelo menos duas de suas páginas.

A informação de serviço é fundamental desde que o jornalismo existe, mas, por outro lado, sempre ouve a necessidade da voz individual, da voz de opinião. (...). Portanto, historicamente, o que realmente vai se desenvolver no jornalismo é a amplitude das vozes e dos significados das coisas. E para tecer essas amplitudes não há como dispensar o repórter, a reportagem ou a cobertura jornalística que oferece a polifonia e a polissemia (Medina, 2007, p. 33).

As diferenças entre os dois jornais podem começar pelas notas que divulgam eventos locais e regionais. Não é fácil encontrar no *CP* notas de destaque, com até mil caracteres, mesmo nos quadros de programação, para eventos realizados na cidade sede do jornal ou nas 19 cidades que compõem a *Região Metropolitana de Campinas*. Por outro lado, o leitor recebe com frequência informações sobre eventos em São Paulo, para onde o jornal *CP* parece incentivar seus leitores a irem quando estampa na capa de seu caderno de cultura eventos programados para a capital.

No primeiro e segundo períodos de análise, o *Caderno C cultura/variedades* também apresentou como diferencial a publicação de colunas vendidas por agências de notícias, ou então produzidas por escritores, críticos de artes ou profissionais da própria redação. Os leitores das edições de fim de semana do *CP* encontraram na parte interna do *Caderno C* a coluna de José Simão, vendida pela *Folhapress*.

Carregado de humor, o texto que Simão desenvolve satiriza acontecimentos gerais do cotidiano, com atenção especial aos assuntos políticos, e, portanto, que não tiveram relação direta com produções locais ou nacionais, ou seja, assuntos que esta pesquisa considera como diretamente relacionados às produções culturais.

Ainda sobre as edições do *CP*, outros colunistas se revezaram na produção de textos para as edições de quinta-feira a domingo. Entre eles, o jornalista Cecílio Elias Neto, os escritores Rubem Alves e Rubem Costa, e o repórter da *Agência Anhanguera de Notícias*, Rogério Verzignasse. Nas edições analisadas, o pesquisador encontrou apenas crônicas produzidas por essa equipe com base em assuntos diversos, na maioria das vezes passagens vividas por cada um deles.

Por outro lado, a presença de cronistas não foi tão marcante nas páginas dos cadernos de cultura do *JP*. Nas edições de sábado, em 2009, apenas a poetisa e escritora Ivana Maria França de Negri ofereceu aos leitores o espaço *Letras e Rimas*, enquanto o repórter Ronaldo Victoria escreveu a coluna *Tela à Vista*, sobre filmes lançados no cinema ou em DVD, e que foram recomendados por ele aos leitores.

No primeiro período de análise, o pesquisador constatou nas capas do *Caderno C* o predomínio de reportagens sobre produções do cinema. Sete entre 16 capas foram dedicadas à sétima arte, sendo que em apenas uma delas o assunto cinema foi regionalizado. Nesse caso, o texto do repórter Rodrigo de Moraes enfocou o fechamento do *Cine Paradiso*, o último no Centro de Campinas a encerrar suas atividades por falta de público. As demais edições que trouxeram o cinema na primeira página contaram com textos do crítico João Nunes, especialmente enviado pelo *CP* para acompanhar a 33ª *Mostra de Cinema de São Paulo*.

As produções do cinema receberam destaque no *CP* mesmo nos meses do primeiro semestre, que historicamente registram menor quantidade de lançamentos mundiais, ou ainda em edições que saem durante a semana, dias em que não há estreias previstas. A sétima arte conseguiu emplacar muitas de suas produções nas capas do caderno de cultura do maior jornal do interior paulista. Sua influência sobre a editoria *Cultura* do *CP* pareceu ir muito além da abordagem dos filmes que entraram em cartaz nas salas da região.

Festivais de cinema como o da cidade de Tiradentes, em Minas Gerais, e o de Berlim, na Alemanha, também tiveram alguns de seus filmes apresentados em longos textos e fotos nas edições do *CP*. O detalhe ficou por conta de que a maior parte dos filmes exibidos em mostras, e que se transformaram nas principais reportagens do caderno de cultura, não tinham data para estrear na região de Campinas. Ou seja, o jornal destacou um produto mesmo considerando que a maioria de seus leitores não teria acesso imediato a ele.

Nos dois períodos de análise, o *CP* também estampou nas capas do *Caderno C* lançamentos de livros e CDs. No entanto, todos esses eventos não envolveram autores ou artistas da região e, sequer, foram lançados ou apresentaram alguma relação com a cidade onde se concentra a maior parte de seus leitores. Foram reportagens com enfoque em produtos de circulação nacional e, portanto, mesmo se fossem vendidas pela *Agência Anhanguera de Notícias* para meios de comunicação de outras cidades ou estados, essas reportagens não precisariam ser adaptadas para terem sentido como conteúdos de abrangência nacional.

No dia 31 de outubro de 2009, por exemplo, o *Caderno C* apresentou uma reportagem sobre o lançamento do livro “Chico Buarque – Histórias de Canções”, com direito a duas grandes fotos, uma do cantor e outra da capa do livro. No dia 14 de novembro do mesmo ano foi a vez de um livro sobre Darcy Ribeiro ocupar toda a capa. Já no dia 6 de março de 2011, o destaque foi dado ao CD duplo em homenagem ao sambista carioca Nelson Cavaquinho.

A falta de atenção e valorização da equipe da editoria *Cultura* do *CP* na cobertura de pautas locais não se encerrou no ano de 2009. No dia 17 de fevereiro de 2011, segundo período de análise, a principal reportagem do *Caderno C* abordou o lançamento do primeiro CD do violonista paulistano Emiliano Castro. No texto, o leitor não é informado sobre qualquer relação do cantor com a cidade ou a região de abrangência do jornal.

Acompanhado por duas fotos e um quadro com informações sobre o local do show e os valores dos ingressos, o texto do repórter Bruno Ribeiro abordou rapidamente trabalhos que o artista desenvolveu como músico ao lado de nomes da música brasileira e as passagens dele por países como Moçambique e Espanha, que o teriam influenciado na criação do novo trabalho. A reportagem teve como principal objetivo divulgar o artista, que faria o lançamento do CD no dia seguinte à publicação, no Sesc Pompeia, em São Paulo.

É importante destacar que, ao contrário dos demais jornais do interior, que concedem maior visibilidade às reportagens envolvendo produções nacionais ou internacionais, dificilmente um texto publicado na capa do caderno de cultura do *CP* levou a assinatura de uma agência que não fosse a *Agência Anhanguera de Notícias*, logo abaixo do nome de um de seus repórteres.



/ **PERSONAGEM** /
O músico Nelson
Cavaquinho, cujo
centenário é
lembrado com
CD duplo, cantava
o que vivia

Bruno Ribeiro
DA AGÊNCIA ANHANGUERA
bruno@rac.com.br

A voz de Nelson Cavaquinho era rouca e vacilante, esculpida pelo cigarro e pelo conhaque. Os versos de suas canções eram estranhos, tocavam na ferida, tinham obsessão pela morte. As melodias, por sua vez, eram incomuns: pareciam simplórias e logo se mostravam geniais. E, para arrematar, ele tocava violão beliscando as cordas com o polegar e o indicador — uma técnica amadora, mas de estilo inconfundível.

Os não iniciados em Nelson Cavaquinho talvez não entendam a beleza que mora em seus sambas. Afinal, o que pode haver de especial em um amontoado de referências toscas, sujas, exalando bebida? Qual é a importância de um homem que, nas palavras do artista plástico Nuno Ramos, era "o nosso contato imediato com aquilo o que deu errado em nós"?

Escola de samba Manguieira desfila em sua memória

A beleza de Nelson Cavaquinho está justamente no fato de ter se embrenhado, como nenhum outro compositor brasileiro, pelos becos mais escuros da alma humana. E havia nesta aventura existencial uma virtude: Nelson não fantasiava nada. Ele cantava o que vivia. E vivia o que cantava, sem medir as consequências.

"Houve um tempo em que alguns artistas exerciam seu ofício pura e simplesmente por prazer. Não queriam ser bonitos, aparecer na TV e muito menos ser ricos. Nelson Cavaquinho era um desses sujeitos", diz o produtor Rodrigo Faour no encarte do CD duplo *Degraus da Vida*, que a EMI acaba de lançar em homenagem aos 100 anos de nascimento de Nelson Cavaquinho.

Segundo Faour, o sambista — que morreu aos 74 anos, em 1986 — tinha um pavor irrestrito da morte. As faixas que compõem o disco tributo corroboram a afirmação: a maioria das letras passa por temas soturnos, melancólicos ou até mesmo mórbidos — como é o caso de *Depois da Vida*, o único samba de que se tem notícia a falar de necrofilia.

O álbum compila uma série de gravações antológicas feitas por vários intérpretes, dentre os quais Paulinho da

Homenagem ao 'rei vadio'



Nelson Cavaquinho em tela da série Boêmios, do artista plástico campineiro Alvaro Azzan: sambista será homenageado hoje pela Manguieira

ESTANTE

✓ O quê:
CD duplo Nelson
Cavaquinho —
Degraus da Vida

✓ Lançamento:
EMI

✓ Quanto:
R\$ 30,00
(preço sugerido)



Viola, Elizeth Cardoso, Roberto Silva, Dalva de Oliveira, Elza Soares, Clara Nunes e, como não poderia deixar de ser, Beth Carvalho — a maior divulgadora da obra de Nelson. A seleção é competente, mas deixa lacunas.

O grande barato é ouvir Nelson Cavaquinho interpretando a si mesmo — e nesse aspecto o CD organizado por Rodrigo Faour comete um deslize: não há uma só faixa na voz do compositor. Está

claro que a proposta de Faour era mostrar de que forma outros artistas compreenderam e interpretaram sua obra. É uma opção válida, mas ela exclui a atmosfera metafísica criada pelo sambista.

Vida e obra

Nelson Antônio da Silva era um tipo caboclo, nascido e criado no bairro de São Cristóvão, no Rio de Janeiro. Quem o conheceu diz ter sido alguém tão desprendido de valores materiais que foi capaz de se apaixonar perdidamente por uma mendiga chamada Lígia, cujo nome tatuou no ombro direito e a quem dedicou o samba *Ta-*

tuagem ("Muita gente tem o corpo tão bonito/ Mas tem a alma toda tatuada").

Seu parceiro mais constante era Guilherme de Brito, com quem dividiu a maior parte das letras. Juntos, formavam uma dupla da pesada. Se fossem roqueiros e não sambistas, Nelson e Guilherme teriam a mesma importância de Mick Jagger e Keith Richards. Foram tão ou mais radicais do que os astros da música pop. A diferença é que acabaram pobres e relativamente esquecidos.

Nelson Cavaquinho se intitulava "rei vadio". Ele era, como dizia a letra do samba homônimo, o "dono das calçadas". Boêmio, passava dias longe de casa. Seu programa favorito era se enfiar no morro da Mangueira, onde o samba e a cachaça corriam soltos. Em uma dessas incursões, sua mãe morreu e foi enterrada sem que ele fosse localizado. Nelson nunca conseguiu se livrar da culpa, transferindo-a para suas músicas.

Muitos críticos o compararam a Cartola, mas as semelhanças param no fato de que foram amigos e contemporâneos. Cartola obteve um reconhecimento profissional do qual Nelson nunca gozou. Ele tinha uma voz afinada e seu violão era clássico — o que fazia dele um artista mais palatável. Além disso, seus sambas buscavam sempre a beleza possível da vida. Nelson era o oposto.

"Feliz daquele que sabe sofrer" é um verso magnífico. Ele está presente no samba *Rugas* e sintetiza com perfeição a vida e a obra de Nelson Cavaquinho. Para ele, a felicidade era uma impossibilidade filosófica que dava ao homem apenas uma alternativa: aceitar o sofrimento e extrair dele a sabedoria necessária para continuar existindo. A tristeza lhe era tão natural quanto a alegria: "Tire o seu sorriso do caminho/ Que eu quero passar com a minha dor".

Para Paulinho da Viola, Nelson foi o primeiro hippie da música brasileira: vivia apenas o momento, cultuava o desapego e passava a maior parte do tempo na rua. Retrato do antiprofissionalismo, apresentava-se quase sempre embriagado. Muitas vezes deu parcerias em troca de uma conta no boteco — o que fez de alguns oportunistas seus parceiros em sambas antológicos. Qual seria a probabilidade de um artista assim fazer sucesso?

Se as gravadoras e a mídia nunca foram simpáticas a Nelson Cavaquinho, o povo lhe fez imortal. O álbum *Degraus da Vida* é uma justa homenagem ao gênio, mas o maior presente que o compositor ganhará pelo seu centenário será dado pela Estação Primeira de Mangueira, sua escola de samba, que desfilará hoje com o enredo *O Filho Fiel*, em sua memória. São as flores que ele nunca recebeu em vida.

JORNAL DE OPINIÃO
às 9h30
COM WALTER PAIVADILLA
E J. TANAKUS

DESTAQUES
às 11h
COM DURKA SANTOS

BRASIL AGORA
às 15h
COM EDGARDO MARTINS

MUITO +
JORNALISMO
MUITO +
INFORMAÇÃO

JORNAL DA MANHÃ DA JOVEM PAN 5h às 9h30

rádio
brasil
1270 - campinas 4FM
JORNALISMO DE CREDIBILIDADE



Gracias, África

/ **MÚSICA** / O CD *Kanimambo*, que no dialeto moçambicano, significa "obrigado", mistura referências ibéricas, africanas e latinas

Bruno Ribeiro
DA AGÊNCIA ANHANGUERA
bruno@rac.com.br

O violonista Emiliano Castro começa a sentir o gosto de ser "artista" pela primeira vez. Acostumado a acompanhar grandes nomes da música brasileira, como Guinga, Zizi Possi e Nei Lopes, o paulistano de 34 anos lança o seu primeiro álbum solo, o independente *Kanimambo* — cujo lançamento será amanhã, às 21h, no Sesc Pompeia, em São Paulo.

O CD, gravado com apoio do Programa de Ação Cultural da Secretaria de Estado da Cultura, apresenta uma interessante mistura de temas e sonoridades brasileiras, africa-

nas, espanholas e latino-americanas. "O músico só se sente artista quando deixa de acompanhar os outros para mostrar seu próprio trabalho. Mas tem que ser um trabalho com a sua cara", diz Emiliano.

Violonista apresenta seu primeiro trabalho amanhã em São Paulo

Kanimambo cumpre a função de traduzir fielmente a alma de seu criador — um jovem que passou a primeira infância em Moçambique, morou e trabalhou na Espanha e conta com vasta experiência no meio musical de São Paulo. "O disco traz um pouco de cada lugar que vivi. Eu diria que é a soma de todas as minhas principais influências", define.

Produzido por Paulo Bellinati, um dos maiores nomes do violão brasileiro na atualidade, o CD convence em todos os aspectos. O mais importante é o discursivo: *Kanimambo*, que em chângana (um dos idiomas falados na África) significa "obrigado", soa todo o tempo como um agradecimento às matrizes



Emiliano Castro: influência da infância passada em Moçambique e do tempo que viveu na Espanha



Capa do primeiro CD do músico, que promove encontro de culturas

culturais que fizeram da música brasileira a mais rica do mundo.

Em *Cunene*, faixa que abre

o país havia acabado de conquistar a sua independência e esta canção política era entoada pelos moçambicanos nas ruas. Foi a primeira música que cantei na vida", conta. Ainda inspirado no clima das músicas africanas, Emiliano compôs *Famba Mamana*, interpretado no álbum por Chico Saraiva e Daniel Murray. Entre as regravações, destaca-se a nova versão para *Tamborero*, do uruguaio Jorge Drexler. Entre o tango e o flamenco, *Saudade Moura* e *Rojita Valiente* também merecem audição apurada.

Longe de ser um trabalho pretensioso, no sentido de falar em "resgate" ou tentar parecer "moderno", *Kanimambo* é fruto da vivência autêntica de seu autor em outras terras. "Na minha música não faltam referências africanas e ibéricas, embora eu nunca te-

nha buscado por elas. O meu som é natural, não precisei aprender ou pesquisar", explica.

Quem comparecer ao show de lançamento irá ouvir as canções de *Kanimambo* na voz de convidados especiais, como Luciana Alves, Renato Consorte, Chico Saraiva, Daniel Murray, Zé Pitoco, Jotagê Alves e Maicira Trevisan. Emiliano será acompanhado por João Poletto (sopros), Marcos Paiva (contrabaixo acústico) e Douglas Alonso (bateria).

No CD e no palco, músicas instrumentais convivem harmonicamente com músicas cantadas. O que faz o compositor é promover um encontro mágico entre culturas geograficamente distantes, mas sentimentalmente próximas e conectadas. Pelas cordas do violão de Emiliano Castro transitam séculos de história.



SAIBA MAIS

- ✓ **O que:** *Kanimambo* — Show de lançamento do CD de Emiliano Castro
- ✓ **Quando:** Amanhã, às 21h
- ✓ **Onde:** Sesc Pompeia (Rua Clélia, 93, Pompeia, São Paulo)
- ✓ **Quanto:** R\$ 16,00 (inteira), R\$ 8,00 (meia) e R\$ 4,00 (usuários do Sesc matriculados)

COLEÇÃO CARAS
SONHO ORIENTAL

PARA TER A SUA, OU VOCÊ VIAJA ATÉ O OUTRO LADO DO MUNDO OU VAI ATÉ A BANCA MAIS PRÓXIMA.

Kenzo Takada, designer e artista

CHEGOU O MAIS NOVO SUCESSO DE CARAS, A COLEÇÃO SONHO ORIENTAL. SÃO MAIS DE 40 PEÇAS DE MESA DA CULINÁRIA ORIENTAL, CRIADAS E ASSINADAS POR KENZO TAKADA, UM DOS MAIS CONCEITUADOS DESIGNERS DO MUNDO. TODA SEMANA, GRÁTIS COM A SUA CARAS.

JÁ NAS BANCAS. VENHA SONHAR COM A GENTE. CARAS.COM.BR/SONHO

GRÁTIS
COM A SUA REVISTA CARAS

EM PRESENTE: **CADerno**

Não pode ser usado em conjunto com outras promoções. Presente da Campanha exclusiva para leitores e assinantes. Peça disponível com validade e limitação. O integrante "meu" elemento é exclusivo de leitores e assinantes da coleção.

Assim como nos grupos *Folha* e *Estado*, os repórteres do Grupo RAC entram em contato com artistas nacionais e internacionais para escrever reportagens que depois são publicadas nos jornais e no site do grupo campineiro de comunicação. Essa prática permite que a empresa produza vários textos com enfoque nacional ou global diferente dos que foram publicados por dezenas de jornais. Portanto, mesmo sendo assinante das tradicionais agências, o *Correio Popular* também imprimiu sua marca nas reportagens com enfoque nacional.

No entanto, o maior jornal do interior não demonstrou essa mesma disposição para produzir reportagens e notas que pudessem contribuir para fomentar a produção regional em cultura. Das 16 capas do *Caderno C* selecionadas em 2009, apenas quatro trataram de assuntos locais. Já em 2011, os assuntos que enfocaram personagens da cidade ou da região estiveram presentes em seis das 16 capas analisadas²⁸.

Também foi possível perceber que o *CP* adotou em vários textos uma prática de associação da produção da sua equipe com o material disponibilizado pela *Folhapress* ou pela *Agência Estado*. Várias reportagens foram assinadas por jornalistas da *Agência Anhanguera de Notícias*, mas no final do texto havia o nome de uma das empresas de São Paulo. Isso porque parte das informações era das agências tradicionais.

Essa prática de associação na produção de reportagens é adotada normalmente quando os jornais decidem ampliar a abordagem do material recebido das agências. A ação mais comum nesses casos é a regionalização dos assuntos. Assim, o repórter pode ser pautado para acompanhar entre os moradores locais o comportamento dos fãs de determinada produção ou ainda a repercussão de um assunto ou história abordada em uma produção que está ganhando projeção em várias partes do mundo.

Mas essa ação que visa ao estabelecimento de uma relação com o local não foi percebida nas edições do *Caderno C*. Todas as reportagens elaboradas pelas equipes do *CP* e das agências *Folhapress* e *Estado* foram sobre filmes, e nenhuma foi regionalizada. Por sua vez, o *JP*, quando abordou na capa do caderno *Cultura*, dia 4 de março, o desfile das escolas de samba de São Paulo, trouxe, além de uma entrevista com o presidente da *SPTuris*, Caio Carvalho, que administra o Sambódromo do Anhembi, informações sobre piracicabanos que desfilariam por duas escolas paulistanas.

²⁸ As tabelas que permitem a visualização da diferença entre os números de reportagens locais e nacionais produzidas pelos dois jornais estão em Anexos.

Dos quatro livros abordados em reportagens que estamparam a capa do *Caderno C*, durante os dois períodos de análise, e o show do violonista Emiliano, nenhum apresentou qualquer relação com Campinas e região. Sequer foram lançados ou contaram com sessões de apresentação na cidade. Mesmo em páginas internas, onde são comuns reportagens menores, às vezes até sem fotos, o *CP* não valorizou obras de artistas locais.

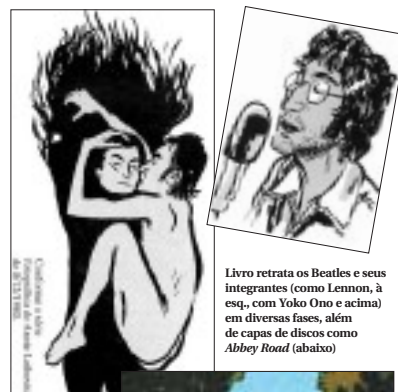
O *JP*, por sua vez, se diferenciou. Manteve-se em sintonia com as produções da cidade ou da região. Quer seja divulgando livros, exposições, festas populares, mostras ou recitais. A quantidade de notas, reportagens e fotos que revelaram quais são as produções e quem são os artistas por trás delas foi muito maior nos cadernos do *JP*, como o leitor desta pesquisa pode conferir nas tabelas em *Anexos*. Das 32 capas correspondentes aos períodos analisados, em apenas seis as pautas locais ou regionais deixaram de ocupar o principal espaço na editoria *Cultura*.

As capas do *JP* nas edições de 23 de outubro, 6 e 13 de novembro de 2009, por exemplo, foram dedicadas às apresentações da cantora Alcione e dos grupos *Traditional Jazz Band* e *The Moscow Rachmaninov Trio*. No entanto, mesmo nessas datas, em que o destaque foi concedido a uma cantora reconhecida nacionalmente e a um trio internacional, as apresentações de grupos de dança e exposições de trabalhos artísticos locais ou regionais não deixaram de receber atenção nas páginas internas, seja em reportagens ou em notas acompanhadas de fotos.

Por outro lado, o *Caderno C*, nas edições de 24 e 27 de fevereiro e 4 de março de 2011 – em que assuntos nacionais e internacionais figuraram como as principais apostas das reportagens, na capa ou em páginas internas –, ofereceu aos seus leitores apenas uma reportagem local. Em meio aos textos das agências *France Press*, *Estado*, *Folhapress* e da equipe da *Agência Anhanguera*, somente a pequena reportagem sobre a banda campineira *Pipoca Moderna*, que abriu a seção *Roteiro* do dia 27, constou como pauta local.



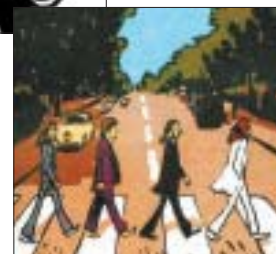
Foto: Reprodução



Livro retrata os Beatles e seus integrantes (como Lennon, à esq., com Yoko Ono e acima) em diversas fases, além de capas de discos como *Abbey Road* (abaixo)

Beatles em HQ

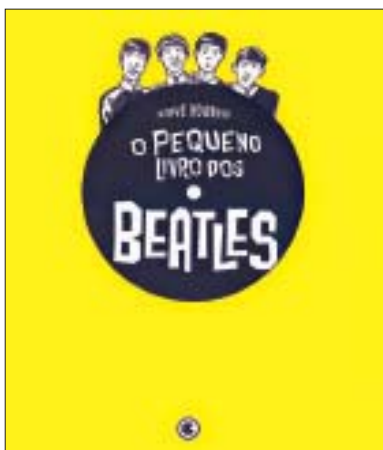
/ **MÚSICA** / Em novo livro, ilustrador francês Hervé Bourhis narra a saga da banda mais famosa da história



Rodrigo de Moraes
DA AGÊNCIA ANHANGUERA
rodrigo@rac.com.br

Hervé Bourhis é um maníaco. Por detalhes, que fique claro. O quadrinista francês, autor do impagável *O Pequeno Livro do Rock*, resolveu mergulhar na história do quarteto mais popular de todos os tempos e se saiu com *O Pequeno Livro dos Beatles*. O título, que ganha uma versão brasileira pela editora Conrad, conta por meio de charges e ilustrações — entre reproduções de capas de discos, infográficos, retratos dos integrantes e outros personagens ligados, direta ou indiretamente, à banda — a saga do grupo que mudou para sempre a cara da música pop.

Obra é do mesmo autor de *O Pequeno Livro do Rock*



Bourhis, também roteirista e ilustrador de revistas e jornais franceses, exerce sua obsessão pelo detalhe em 164 páginas, que compreendem 39 anos em ordem cronológica: desde 1940, ano de nascimento de John Lennon, em uma Liverpool assolada pelos bombardeios nazistas, a 2009, quando o autor assistiu a um show de Paul McCartney em Paris. A cada ano desse pe-

ríodo, Bourhis dedica entre duas a quatro páginas, em média. Com seu traço preciso, e ao mesmo tempo econômico, o ilustrador narra desde os primórdios do grupo, em que Lennon, então vocalista da banda Quarrymen, impressiona McCartney por sua performance, passando pelos primeiros shows dos Beatles no lendário Cavern Club e em Hamburgo, o primeiro single, o disco de estreia, a beatlemania, a "conquista" dos Estados Unidos, a evolução da sonoridade da banda, os primeiros conflitos, a dissolução do grupo e, ufa, as carreiras solo de cada integrante. Boa parte do livro aliás, é dedicado ao que John, Paul, George e Ringo fizeram sozinhos depois que cada um deles tomou seu próprio rumo.

Bourhis é fã, mas não é beatlemaníaco chato. Ao mesmo tempo em que desafia seu conhecimento enciclopédico sobre o grupo, consegue manter distanciamento crítico ao dar nota aos álbuns e compactos, tanto os do quarteto quanto da

SAIBA MAIS

O Pequeno Livro dos Beatles, de Hervé Bourhis
Editora Conrad (164 páginas, R\$ 44,90, tradução de Dorothee de Bruchard)

fase solo. *Yellow Submarine* (1969), por exemplo, é classificado como "uma bizarrice dentro da discografia dos Beatles" e *The Beatles* (1968), popularmente conhecido como "Álbum Branco", é descrito por Bourhis como "a única obra-prima que tem 25% das músicas dispensáveis, sendo uma inaudível".

Enfim, *O Pequeno Livro dos Beatles* pode tanto servir como leitura descompromissada, lida aleatoriamente como um almanaque, ser devorado em algumas horas durante um fim de semana, ou servir como obra de referência, tamanha a quantidade de informações sobre o "Fab Four" que traz em suas páginas.

LIQUIDAÇÃO
3 1/2 DIAS DE LOUCURA
IGUATEMI
Campinas
DO ATÉ DOMINGO

COMEÇA HOJE. NÃO PERCA!

FIDELIDADE
3 DIAS DE LOUCURA

20 Vale Compras
de R\$ **500**

VOCÊ ACABA DE GANHAR ESTACIONAMENTO GRÁTIS.

Com este voucher você aproveitará os 3 1/2 Dias de Loucura de 26 e 27 de fevereiro com muito mais comodidade. Resgate esta parte e apresente no caixa de estacionamento para receber sua cortesia*.



Eduardo de Almeida

Os significados das coisas

Que coisas? Sei lá, qualquer coisa. Mas como vou explicar o significado de uma coisa que não sei qual é? Ela pode significar uma coisa para mim e outra para você. Esse é o ponto, percebe? Não. Pois é.

Estive pensando nos significados que damos para as coisas ao nosso redor, desde um objeto banal ao acontecimento mais místico. Porque essas coisas não significam nada por si próprias, somos nós que inventamos encargos para elas.

Tive essa revelação pouco extraordinária lendo uma biografia da doutora Nise da Silveira — possivelmente a psiquiatra mais importante que o Brasil já produziu e de quem a vida é tão interessante quanto a obra. É um livro

que o autor preferiu chamar de "conjunto de biografemas" — coisa que, no final das contas, dá praticamente no mesmo, exceto que deixa a história mais repetitiva. O jornalista Bernardo Carneiro Horta complicou a narrativa para agradar à doutora, de quem era amigo e que considerava o formato biográfico tradicional uma maneira pouco justa de se definir um sujeito.

Enfim, minha revelação se deu porque a doutora Nise tinha na parede de sua biblioteca um brasão criado por ela mesma, constituído de uma peneira no centro e dois abanadores, dispostos um de cada lado. Esquisitíssimo, eu sei. Só que, para ela, aquilo lembrava o doce de laranja preparado por sua tia,



que era peneirado sete vezes em fogo brando, controlado com abanadores meticulosos. Ficava delicioso, e o sabor provinha da minúcia e da paixão da cozinheira. Nise empregava essa fórmula em suas pesquisas e o tal brasão ficava pendurado lá para lembrá-la de como agir. Quem nunca teve um amuleto assim?

Como historiador da arte, eu vivo decifrando esquisitices dos outros, principalmente do passado mais distante, também mais difícil de entender. Artistas têm uma grave propensão à esquisitice, o que não deixa de ser divertido

sal tinha uns parafusos a menos.

Nós todos temos uma percepção específica do que acontece ao nosso redor. Vivemos em um mundo particular. Não tem jeito, cada um pensa à sua maneira, com sua própria bagagem cultural, suas conexões e seu grau de abstração pessoal. Por mais que eu explique a beleza da proposta de Duchamp, muita gente jamais vai compreendê-la como eu a compreendo.

Não faz muito tempo, li um artigo na revista *Vida Simples* em que a autora resolveu se desfazer de 50 dos seus pertences como tentativa de averiguar a relação que estabeleceria com eles. Mas não bastava sumir com 50 CDs, por exemplo, tinham que ser coisas diferentes. Foi assim que ela percebeu a imensa carga emocional contida em cada uma delas.

Nós emprestamos significados às coisas e, de alguma maneira, são também as coisas ao nosso redor que dão significado à vida. Juntando aquela reprodução do Abaporu emoldurada na sala de estar, esta caneta tinteiro e uma pilha de livros, dá para ter ideia de quem eu sou, caso um dia desperte sem me lembrar de nada.

Isso é coisa antiga, não

tem nada a ver com sociedade de consumo. Os faraós do antigo Egito, por exemplo, eram sepultados com diversos "tesouros", hoje dignos de suspeita. Eram objetos pessoais, às vezes ordinários, mas que podiam fazer falta no outro mundo. Quem visita o Museu do Cairo observa aquele monte de potinhos, colares e besouros dourados sem saber ao certo o que significavam para seus donos originais.

Pensei nesse monte de coisas a partir de um diálogo comigo mesmo. Uma conversa estranha entre a metade que acredita no desapego material e a outra que não consegue viver longe de objetos imbuídos em memória e valor afetivo. Uma conversa em busca de um equilíbrio ideal, que seria perfeitamente representado por uma balança em miniatura. Assim como fez a doutora Nise da Silveira, essa balança seria o meu brasão, ficaria ótima em cima da escrivaninha. Uma coisa para me lembrar do significado de outras coisas. Gostei. Não parece má ideia comprar uma dessas, né? Tenho certeza de que não.

■ ■ ■ Eduardo de Almeida é publicitário, crítico e historiador da arte.
Site: www.artefazparie.com

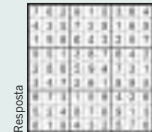
sudoku



Os jogos pertencem aos livros *Sudoku Puzzles 100*, volumes 1, 2, 3, 4, 5, 6 e 7 publicados pela Verus Editora. Mais informações em www.veruseditora.com.br

Como jogar

* Cada filera (vertical e horizontal) deverá conter números de 1 a 9;
* Cada grade menor, de 3 x 3 quadradinhos, deverá conter números de 1 a 9;
* Nas fileras horizontais e verticais da grade maior, cada número deverá aparecer uma só vez;
* O objetivo do jogo é preencher cada quadradinho com um número de 1 a 9, considerando que o número deverá aparecer apenas uma vez na horizontal, na vertical e na grade menor.



quadrinhos

Tatu-man / Bira



Tubino / Tannus Jr.



Dilbert / Scott Adams



Xaxado / Antonio Cedraz



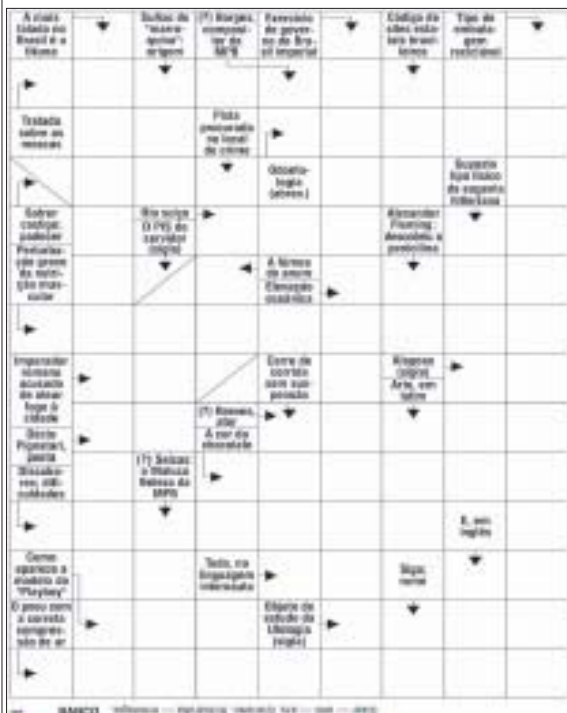
Hagar / Dik Browne



Recruta Zero / Mort Walker



cruzadas



josé simão

Ueba! Gaddafi é a baiana do quibe!

Qual é a semelhança entre a trans Ariadna e o São Paulo? Não têm mais bolinhas! Rarará!

BUEMBA! BUEMBA! Macaco Simão Urgente! O escultor-bambador-geral da República!

De turbante e tudo! Baiana do quibe! Como diz o Eramos.

E quem é o estilista do Gaddafi? A filha do Dunga? Rarará. E ele tava a cara do Seu Madruga! Fantasiado de xexé de Agadir. Ou o califa do E o Tchan!

E o chargista Zedassilva revela os três maiores inimigos dos ditadores árabes: Orkut, Facebook e Twitter! Rarará! E o cenário do discurso do Muammar Kadáfí? Laje de cenário de *Tropa de Elite*. Ou *Cidade de Deus*.

E essa enracada do meu São Paulo Futebol Clube? "Justiça determina que São Paulo tem 24 horas pra devolver a Taça das Bolinhas. Rarará. Os bambis ficaram sem as bolinhas. Qual a semelhança entre a trans Ariadna e o São Paulo? Não têm mais bolinhas! Rarará!

E esse Carnaval que não chega? Acho que vou sair no Bloco da Ansiedade. Do Carnaval do ano que vem!

E tô adorando os blocos 2011. Direto de Salvador: Os Filhos do Pau Mole! Deve ser uma dissidência dos Filhos de Gandhi.

E, direto de Belém do Pará, um bloco só de sapatas: Casa das Juntas! Rarará.



E em Búzios uns coroaes fizeram um bloco chamado Os Tremendo. Bloco do mal de Parkinson ou "delirium tremens".

E direto do Rio: Passa a Mão Mas Não Mete o Dedo! Isso, vamos elevar o nível do Carnaval. Mais respeito com o Carnaval! Rarará!

E sabe quem tá namorando a filha do Berlusconi? O Pato! O Berlusconi apronta o bunga bunga e quem paga o Pato é a filha!

O Pato vai ter que sair no bloco Se o Berlusconi, nós também queremos comer! A Brasileira é Cordial! Olha o desabafo duma leitora revoltada com as diferentes grafias de Gaddafi ou Khadafi: "Se eu pegar o jornalista metido a xexé de Agadir fantasiado de califa do E o Tchan que decidiu mudar a grafia do nome do Khadafi, vou fazer esse cruzamento de Ali Babá com Akinator transcrever todos os discursos do Maluf até convencer o povo que ele é mais honesto que o Mubarak. Conto com todos. Assinado: leitora revoltada". Rarará. Não sofre mais nos gózz!

Que eu vou pingar o meu colírio alucinôgeno!

simao@uol.com.br

televisão

em destaque

SENSUALIDADE

Documentário faz panorama da vida de Dita Von Teese

A faixa *Noites Quentes* do GNT explora a sensualidade da atriz e modelo americana Dita Von Teese (foto), hoje, à meia-noite.

O documentário inédito *Dita Von Teese: Beleza Revelada* se propõe a mostrar traz um lado da atriz pouco conhecido. Por meio de entrevistas exclusivas e vídeos raros, como performances

ao vivo em shows, a produção faz um panorama da vida e carreira da performer. Conhecida mundialmente ao assumir a estética pin-up, Dita sempre provocou os mais conservadores com o seu jeito de se vestir e o fetichismo.

Desde criança, gostava de musicais e adorava imitar as estrelas de Holly-

wood. Durante dois anos, foi casada com o músico Marilyn Manson, de quem se separou em 2006.

Quem assistir ao programa pode se preparar para cenas bem sensuais de tirar o fôlego, além de declarações calientes da musa. (Da Agência Anhanguera)



CUIDADO/RECUPERAÇÃO

Série traz ex-presidenciários cuidando de pit bulls

Ex-presidenciários e pit bulls: eles são a vida e o trabalho de Tia Maria Torres, que diariamente dá oportunidades de recuperação a homens e animais com péssima reputação. É o que mostra a série *Pit Bulls e Condenados*, que estreia hoje, às 22h, no *Animal Planet*. O programa mostra o Centro de Recuperação Villalobos, o maior canil dos EUA para pit bulls, seis homens em liberdade condicional cuidam dos cães.



SOCIALITE/ENTREVISTA

David Letterman recebe Paris Hilton no Late...

No programa *Late Show* with David Letterman de hoje, no ar à 1h, no GNT, Paris Hilton é a entrevistada. Quando foi exibido nos Estados Unidos, exatamente uma semana atrás, Paris estava completando 30 anos. Na entrevista, ela falou sobre ter filhos, como conheceu atual namorado, o carro que possui e seus negócios — perfumes, hotéis etc. Letterman tira sarro da socialite, que fica sem graça, mas sobrevive...



os filmes

As Patrulhas de Beverly Hills (Questões) — 19h30 no GNT. EUA, 1997. Direção: Andy Hecckling. Com Alicia Silverstone, Stacy Dash. No auge de sua popularidade na escola, uma garota de 15 anos só pensa em fazer compras no shopping, namorar garotos bonitos e manter a bateria do celular sempre carregada. Mas agora ela tem dois projetos especiais: unir dois professores solitários e dar um novo visual para a amiga brega.

Tudo Que Uma Garota Quer (What a Girl Wants) — 17h30 no SBT. EUA, 2003. Direção: Dermie Gordon. Com Amanda Bynes, Colin Firth. Uma garota foi criada apenas por sua mãe, com muito amor, carinho e total liberdade. O pai, um importante político inglês, ela só conhece por foto. Ao completar 17 anos, ela decide ir para a Inglaterra conhecer o pai. Não demora muito para que os rigidos costumes britânicos e a sua educação liberal entrem em rota de colisão.

Brincando Com a Morte (Playing God) — 23h20 no Band. EUA, 1997. Direção: Andy Wilson. Com David Duchovny, Timothy Hutton. Um cirurgião pede sua licença médica quando opera um paciente, que morreu durante a cirurgia, com altas doses de antídotos. Dez meses depois ele vai em uma casa noturna comprar drogas e acaba salvando um homem, que estava ao seu lado e foi baleado.

poltrona do joão

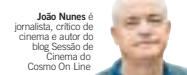
Todos nós sentimos atraídos pelo mistério. Daí que, *Sinais* (*HBO Plus*, 17h, 12 anos), de M. Night Shyamalan, que nada tem de especial, pega o espectador por falar sobre o desconhecido. Um ex-pastor (Mel Gibson) perdeu a fé após a morte da mulher, mas precisa cuidar da família quando estranhos sinais aparecem na fazenda onde ele mora. Shyamalan dirigiu *O Sexto Sentido*, que provocou impacto em 1999 (*Sinais* é de 2002) ao falar de distorção. Filme para quem gos-



ta do assunto. Nos anos 1980, Richard Gere era jovem e bonito — tempo para explorar essa beleza na tela. Como em *A Força do Destino* (*Telecine Cult*, 19h45, 14 anos), de 1982 dirigido por Taylor Hackford. Teve seis indicações e



foi vencedor do Oscar de ator coadjuvante (Louis Gossett Jr.) e canção original. Zack Mayo é um rapaz sem perspectivas, que apesar da infância e adolescência problemáticas, entra para a escola de oficiais da Marinha atrás de um futuro, conhece jovem à procura de marido e amadurece sob as ordens de um sargento. Bom drama.



João Nunes é jornalista, crítico de cinema e autor do livro *Sessão de Cinema do Cinema do Cinema* On Line.

programação

Bandeirantes 06h00 - Espaço Vida Vibrante 06h05 - Primeiro Jornal 07h00 - Acústica Regional 08h00 - Brasil Hoje 08h15 - Na TV 11h15 - Jogo Aberto 12h30 - Jogo Aberto Regional 13h00 - Boa Tarde Regional 14h00 - Jogo Mundial do Poder de Deus	Fundamental 07h00 - Novo Telecurso - Ensino Médio 07h15 - Novo Telecurso - Profissionalizante 07h30 - Saúde Brasil 08h00 - Série de Gramática Teórica - Lúgano 08h30 - Uma Tarde Diferente 09h00 - Super Fala 09h15 - Vila Sésamo 09h45 - As Aventuras de Miss Spider 10h00 - Dora, a Aventureira 10h30 - Pink, Dina Doo 10h45 - O Mundo Redondo de Olie 11h15 - Zóocrono no Campo 11h30 - As Aventuras das Tiggly Wiggles 12h00 - Conto de Fada 12h30 - Zóocrono 13h00 - Baú de Histórias 14h00 - Dora, a Aventureira 14h30 - Vila Sésamo 15h00 - O Pequeno George 15h30 - Zóocrono no Castelo 15h45 - Escola sem Calamidade 16h00 - Cobiça, Rico 16h30 - Arthur 16h45 - Gato Rá-Tim-Bum 17h00 - Drag 17h30 - Colômbia 18h00 - Shaun, O Camponês 18h30 - Minicômico - A Vida Real dos Insuáveis	17h00 - Gesta News 18h00 - Gesta Esportiva 18h30 - Jornal da Rede Família 19h00 - Jogo Aberto do Reino de Deus 20h30 - História Política Partidária - PTC 21h00 - Jogo Aberto do Reino de Deus 22h00 - Super Esporte 22h30 - Tudo Seu 23h00 - Gesta Indivíduos 00h30 - Gesta Shopping 01h00 - Quiz TV
SBT 06h00 - Jornal da SBT - Manhã 07h00 - Carnaval Animado 08h00 - Bom Dia e Cia 12h45 - Chaves 13h15 - Chaves 13h30 - Jovane 14h15 - Perla Negra 15h00 - Música Espetacular 15h30 - Canais 16h00 - Cinema em Casa - Tudo Que Uma Garota Quer 18h00 - Eu, A Patinha e As Orelhas 19h45 - SBT Brasil 20h00 - História: Estágio Gratuito 20h30 - Topo do Não Topo 21h30 - Programa do Ratinho 22h05 - A História de Ana Raia e Zé Muriel 23h00 - A Praça é Nossa 00h30 - Jornal da SBT 01h15 - Série: Two and a Half Men 01h30 - Série: The Fungies 01h45 - Série: Pushing Daisies 02h00 - Jornal da SBT	Record - TV Globo 06h00 - Bom Dia São Paulo 07h15 - Bom Dia Cidade 07h30 - Bom Dia Brasil 08h00 - Mais Você 08h45 - Fala Brasil 09h00 - Hoje em Dia 09h30 - TV Gazeta 10h00 - Jornal da Record 12h00 - Balança Geral Campinas 12h30 - Notícias em Detalhe 14h00 - Tudo a Ver 14h30 - Série: Tudo Mundo Sobre o Chis 18h45 - Record Kids 19h45 - O Pátrio - Jornal Local 20h05 - Jornal da Record 20h30 - História Política - PTC 20h45 - Jornal da Record - Continuação 21h15 - Série: CSI - Investigação Criminal 22h15 - Novela: Rêveria do Tempo 22h30 - Fala Brasil 00h15 - Série Dr. House 00h15 - Programação do LURD	17h00 - Gesta News 18h00 - Gesta Esportiva 18h30 - Jornal da Rede Família 19h00 - Jogo Aberto do Reino de Deus 20h30 - História Política Partidária - PTC 21h00 - Jogo Aberto do Reino de Deus 22h00 - Super Esporte 22h30 - Tudo Seu 23h00 - Gesta Indivíduos 00h30 - Gesta Shopping 01h00 - Quiz TV
Rede TV 06h00 - Jogo Internacional da Grapa de Deus 06h15 - Letra Dinâmica 06h30 - Manhã Major 06h45 - Manhã Major 07h00 - Manhã Major 07h15 - Letra Dinâmica 07h30 - Manhã Major 07h45 - Letra Dinâmica 08h00 - Manhã Major 08h15 - Letra Dinâmica 08h30 - Manhã Major 08h45 - Letra Dinâmica 09h00 - Manhã Major 09h15 - Letra Dinâmica 09h30 - Manhã Major 09h45 - Letra Dinâmica 10h00 - Manhã Major 10h15 - Letra Dinâmica 10h30 - Manhã Major 10h45 - Letra Dinâmica 11h00 - Manhã Major 11h15 - Letra Dinâmica 11h30 - Manhã Major 11h45 - Letra Dinâmica 12h00 - Manhã Major 12h15 - Letra Dinâmica 12h30 - Manhã Major 12h45 - Letra Dinâmica 13h00 - Manhã Major 13h15 - Letra Dinâmica 13h30 - Manhã Major 13h45 - Letra Dinâmica 14h00 - Manhã Major 14h15 - Letra Dinâmica 14h30 - Manhã Major 14h45 - Letra Dinâmica 15h00 - Manhã Major 15h15 - Letra Dinâmica 15h30 - Manhã Major 15h45 - Letra Dinâmica 16h00 - Manhã Major 16h15 - Letra Dinâmica 16h30 - Manhã Major 16h45 - Letra Dinâmica 17h00 - Manhã Major 17h15 - Letra Dinâmica 17h30 - Manhã Major 17h45 - Letra Dinâmica 18h00 - Manhã Major 18h15 - Letra Dinâmica 18h30 - Manhã Major 18h45 - Letra Dinâmica 19h00 - Manhã Major 19h15 - Letra Dinâmica 19h30 - Manhã Major 19h45 - Letra Dinâmica 20h00 - Manhã Major 20h15 - Letra Dinâmica 20h30 - Manhã Major 20h45 - Letra Dinâmica 21h00 - Manhã Major 21h15 - Letra Dinâmica 21h30 - Manhã Major 21h45 - Letra Dinâmica 22h00 - Manhã Major 22h15 - Letra Dinâmica 22h30 - Manhã Major 22h45 - Letra Dinâmica 23h00 - Manhã Major 23h15 - Letra Dinâmica 23h30 - Manhã Major 23h45 - Letra Dinâmica 00h00 - Manhã Major 00h15 - Letra Dinâmica 00h30 - Manhã Major 00h45 - Letra Dinâmica 01h00 - Manhã Major 01h15 - Letra Dinâmica 01h30 - Manhã Major 01h45 - Letra Dinâmica 02h00 - Manhã Major 02h15 - Letra Dinâmica 02h30 - Manhã Major 02h45 - Letra Dinâmica 03h00 - Manhã Major 03h15 - Letra Dinâmica 03h30 - Manhã Major 03h45 - Letra Dinâmica 04h00 - Manhã Major 04h15 - Letra Dinâmica 04h30 - Manhã Major 04h45 - Letra Dinâmica 05h00 - Manhã Major 05h15 - Letra Dinâmica 05h30 - Manhã Major 05h45 - Letra Dinâmica 06h00 - Manhã Major 06h15 - Letra Dinâmica 06h30 - Manhã Major 06h45 - Letra Dinâmica 07h00 - Manhã Major 07h15 - Letra Dinâmica 07h30 - Manhã Major 07h45 - Letra Dinâmica 08h00 - Manhã Major 08h15 - Letra Dinâmica 08h30 - Manhã Major 08h45 - Letra Dinâmica 09h00 - Manhã Major 09h15 - Letra Dinâmica 09h30 - Manhã Major 09h45 - Letra Dinâmica 10h00 - Manhã Major 10h15 - Letra Dinâmica 10h30 - Manhã Major 10h45 - Letra Dinâmica 11h00 - Manhã Major 11h15 - Letra Dinâmica 11h30 - Manhã Major 11h45 - Letra Dinâmica 12h00 - Manhã Major 12h15 - Letra Dinâmica 12h30 - Manhã Major 12h45 - Letra Dinâmica 13h00 - Manhã Major 13h15 - Letra Dinâmica 13h30 - Manhã Major 13h45 - Letra Dinâmica 14h00 - Manhã Major 14h15 - Letra Dinâmica 14h30 - Manhã Major 14h45 - Letra Dinâmica 15h00 - Manhã Major 15h15 - Letra Dinâmica 15h30 - Manhã Major 15h45 - Letra Dinâmica 16h00 - Manhã Major 16h15 - Letra Dinâmica 16h30 - Manhã Major 16h45 - Letra Dinâmica 17h00 - Manhã Major 17h15 - Letra Dinâmica 17h30 - Manhã Major 17h45 - Letra Dinâmica 18h00 - Manhã Major 18h15 - Letra Dinâmica 18h30 - Manhã Major 18h45 - Letra Dinâmica 19h00 - Manhã Major 19h15 - Letra Dinâmica 19h30 - Manhã Major 19h45 - Letra Dinâmica 20h00 - Manhã Major 20h15 - Letra Dinâmica 20h30 - Manhã Major 20h45 - Letra Dinâmica 21h00 - Manhã Major 21h15 - Letra Dinâmica 21h30 - Manhã Major 21h45 - Letra Dinâmica 22h00 - Manhã Major 22h15 - Letra Dinâmica 22h30 - Manhã Major 22h45 - Letra Dinâmica 23h00 - Manhã Major 23h15 - Letra Dinâmica 23h30 - Manhã Major 23h45 - Letra Dinâmica 00h00 - Manhã Major 00h15 - Letra Dinâmica 00h30 - Manhã Major 00h45 - Letra Dinâmica 01h00 - Manhã Major 01h15 - Letra Dinâmica 01h30 - Manhã Major 01h45 - Letra Dinâmica 02h00 - Manhã Major 02h15 - Letra Dinâmica 02h30 - Manhã Major 02h45 - Letra Dinâmica 03h00 - Manhã Major 03h15 - Letra Dinâmica 03h30 - Manhã Major 03h45 - Letra Dinâmica 04h00 - Manhã Major 04h15 - Letra Dinâmica 04h30 - Manhã Major 04h45 - Letra Dinâmica 05h00 - Manhã Major 05h15 - Letra Dinâmica 05h30 - Manhã Major 05h45 - Letra Dinâmica 06h00 - Manhã Major 06h15 - Letra Dinâmica 06h30 - Manhã Major 06h45 - Letra Dinâmica 07h00 - Manhã Major 07h15 - Letra Dinâmica 07h30 - Manhã Major 07h45 - Letra Dinâmica 08h00 - Manhã Major 08h15 - Letra Dinâmica 08h30 - Manhã Major 08h45 - Letra Dinâmica 09h00 - Manhã Major 09h15 - Letra Dinâmica 09h30 - Manhã Major 09h45 - Letra Dinâmica 10h00 - Manhã Major 10h15 - Letra Dinâmica 10h30 - Manhã Major 10h45 - Letra Dinâmica 11h00 - Manhã Major 11h15 - Letra Dinâmica 11h30 - Manhã Major 11h45 - Letra Dinâmica 12h00 - Manhã Major 12h15 - Letra Dinâmica 12h30 - Manhã Major 12h45 - Letra Dinâmica 13h00 - Manhã Major 13h15 - Letra Dinâmica 13h30 - Manhã Major 13h45 - Letra Dinâmica 14h00 - Manhã Major 14h15 - Letra Dinâmica 14h30 - Manhã Major 14h45 - Letra Dinâmica 15h00 - Manhã Major 15h15 - Letra Dinâmica 15h30 - Manhã Major 15h45 - Letra Dinâmica 16h00 - Manhã Major 16h15 - Letra Dinâmica 16h30 - Manhã Major 16h45 - Letra Dinâmica 17h00 - Manhã Major 17h15 - Letra Dinâmica 17h30 - Manhã Major 17h45 - Letra Dinâmica 18h00 - Manhã Major 18h15 - Letra Dinâmica 18h30 - Manhã Major 18h45 - Letra Dinâmica 19h00 - Manhã Major 19h15 - Letra Dinâmica 19h30 - Manhã Major 19h45 - Letra Dinâmica 20h00 - Manhã Major 20h15 - Letra Dinâmica 20h30 - Manhã Major 20h45 - Letra Dinâmica 21h00 - Manhã Major 21h15 - Letra Dinâmica 21h30 - Manhã Major 21h45 - Letra Dinâmica 22h00 - Manhã Major 22h15 - Letra Dinâmica 22h30 - Manhã Major 22h45 - Letra Dinâmica 23h00 - Manhã Major 23h15 - Letra Dinâmica 23h30 - Manhã Major 23h45 - Letra Dinâmica 00h00 - Manhã Major 00h15 - Letra Dinâmica 00h30 - Manhã Major 00h45 - Letra Dinâmica 01h00 - Manhã Major 01h15 - Letra Dinâmica 01h30 - Manhã Major 01h45 - Letra Dinâmica 02h00 - Manhã Major 02h15 - Letra Dinâmica 02h30 - Manhã Major 02h45 - Letra Dinâmica 03h00 - Manhã Major 03h15 - Letra Dinâmica 03h30 - Manhã Major 03h45 - Letra Dinâmica 04h00 - Manhã Major 04h15 - Letra Dinâmica 04h30 - Manhã Major 04h45 - Letra Dinâmica 05h00 - Manhã Major 05h15 - Letra Dinâmica 05h30 - Manhã Major 05h45 - Letra Dinâmica 06h00 - Manhã Major 06h15 - Letra Dinâmica 06h30 - Manhã Major 06h45 - Letra Dinâmica 07h00 - Manhã Major 07h15 - Letra Dinâmica 07h30 - Manhã Major 07h45 - Letra Dinâmica 08h00 - Manhã Major 08h15 - Letra Dinâmica 08h30 - Manhã Major 08h45 - Letra Dinâmica 09h00 - Manhã Major 09h15 - Letra Dinâmica 09h30 - Manhã Major 09h45 - Letra Dinâmica 10h00 - Manhã Major 10h15 - Letra Dinâmica 10h30 - Manhã Major 10h45 - Letra Dinâmica 11h00 - Manhã Major 11h15 - Letra Dinâmica 11h30 - Manhã Major 11h45 - Letra Dinâmica 12h00 - Manhã Major 12h15 - Letra Dinâmica 12h30 - Manhã Major 12h45 - Letra Dinâmica 13h00 - Manhã Major 13h15 - Letra Dinâmica 13h30 - Manhã Major 13h45 - Letra Dinâmica 14h00 - Manhã Major 14h15 - Letra Dinâmica 14h30 - Manhã Major 14h45 - Letra Dinâmica 15h00 - Manhã Major 15h15 - Letra Dinâmica 15h30 - Manhã Major 15h45 - Letra Dinâmica 16h00 - Manhã Major 16h15 - Letra Dinâmica 16h30 - Manhã Major 16h45 - Letra Dinâmica 17h00 - Manhã Major 17h15 - Letra Dinâmica 17h30 - Manhã Major 17h45 - Letra Dinâmica 18h00 - Manhã Major 18h15 - Letra Dinâmica 18h30 - Manhã Major 18h45 - Letra Dinâmica 19h00 - Manhã Major 19h15 - Letra Dinâmica 19h30 - Manhã Major 19h45 - Letra Dinâmica 20h00 - Manhã Major 20h15 - Letra Dinâmica 20h30 - Manhã Major 20h45 - Letra Dinâmica 21h00 - Manhã Major 21h15 - Letra Dinâmica 21h30 - Manhã Major 21h45 - Letra Dinâmica 22h00 - Manhã Major 22h15 - Letra Dinâmica 22h30 - Manhã Major 22h45 - Letra Dinâmica 23h00 - Manhã Major 23h15 - Letra Dinâmica 23h30 - Manhã Major 23h45 - Letra Dinâmica 00h00 - Manhã Major 00h15 - Letra Dinâmica 00h30 - Manhã Major 00h45 - Letra Dinâmica 01h00 - Manhã Major 01h15 - Letra Dinâmica 01h30 - Manhã Major 01h45 - Letra Dinâmica 02h00 - Manhã Major 02h15 - Letra Dinâmica 02h30 - Manhã Major 02h45 - Letra Dinâmica 03h00 - Manhã Major 03h15 - Letra Dinâmica 03h30 - Manhã Major 03h45 - Letra Dinâmica 04h00 - Manhã Major 04h15 - Letra Dinâmica 04h30 - Manhã Major 04h45 - Letra Dinâmica 05h00 - Manhã Major 05h15 - Letra Dinâmica 05h30 - Manhã Major 05h45 - Letra Dinâmica 06h00 - Manhã Major 06h15 - Letra Dinâmica 06h30 - Manhã Major 06h45 - Letra Dinâmica 07h00 - Manhã Major 07h15 - Letra Dinâmica 07h30 - Manhã Major 07h45 - Letra Dinâmica 08h00 - Manhã Major 08h15 - Letra Dinâmica 08h30 - Manhã Major 08h45 - Letra Dinâmica 09h00 - Manhã Major 09h15 - Letra Dinâmica 09h30 - Manhã Major 09h45 - Letra Dinâmica 10h00 - Manhã Major 10h15 - Letra Dinâmica 10h30 - Manhã Major 10h45 - Letra Dinâmica 11h00 - Manhã Major 11h15 - Letra Dinâmica 11h30 - Manhã Major 11h45 - Letra Dinâmica 12h00 - Manhã Major 12h15 - Letra Dinâmica 12h30 - Manhã Major 12h45 - Letra Dinâmica 13h00 - Manhã Major 13h15 - Letra Dinâmica 13h30 - Manhã Major 13h45 - Letra Dinâmica 14h00 - Manhã Major 14h15 - Letra Dinâmica 14h30 - Manhã Major 14h45 - Letra Dinâmica 15h00 - Manhã Major 15h15 - Letra Dinâmica 15h30 - Manhã Major 15h45 - Letra Dinâmica 16h00 - Manhã Major 16h15 - Letra Dinâmica 16h30 - Manhã Major 16h45 - Letra Dinâmica 17h00 - Manhã Major 17h15 - Letra Dinâmica 17h30 - Manhã Major 17h45 - Letra Dinâmica 18h00 - Manhã Major 18h15 - Letra Dinâmica 18h30 - Manhã Major 18h45 - Letra Dinâmica 19h00 - Manhã Major 19h15 - Letra Dinâmica 19h30 - Manhã Major 19h45 - Letra Dinâmica 20h00 - Manhã Major 20h15 - Letra Dinâmica 20h30 - Manhã Major 20h45 - Letra Dinâmica 21h00 - Manhã Major 21h15 - Letra Dinâmica 21h30 - Manhã Major 21h45 - Letra Dinâmica 22h00 - Manhã Major 22h15 - Letra Dinâmica 22h30 - Manhã Major 22h45 - Letra Dinâmica 23h00 - Manhã Major 23h15 - Letra Dinâmica 23h30 - Manhã Major 23h45 - Letra Dinâmica 00h00 - Manhã Major 00h15 - Letra Dinâmica 00h30 - Manhã Major 00h45 - Letra Dinâmica 01h00 - Manhã Major 01h15 - Letra Dinâmica 01h30 - Manhã Major 01h45 - Letra Dinâmica 02h00 - Manhã Major 02h15 - Letra Dinâmica 02h30 - Manhã Major 02h45 - Letra Dinâmica 03h00 - Manhã Major 03h15 - Letra Dinâmica 03h30 - Manhã Major 03h45 - Letra Dinâmica 04h00 - Manhã Major 04h15 - Letra Dinâmica 04h30 - Manhã Major 04h45 - Letra Dinâmica 05h00 - Manhã Major 05h15 - Letra Dinâmica 05h30 - Manhã Major 05h45 - Letra Dinâmica 06h00 - Manhã Major 06h15 - Letra Dinâmica 06h30 - Manhã Major 06h45 - Letra Dinâmica 07h00 - Manhã Major 07h15 - Letra Dinâmica 07h30 - Manhã Major 07h45 - Letra Dinâmica 08h00 - Manhã Major 08h15 - Letra Dinâmica 08h30 - Manhã Major 08h45 - Letra Dinâmica 09h00 - Manhã Major 09h15 - Letra Dinâmica 09h30 - Manhã Major 09h45 - Letra Dinâmica 10h00 - Manhã Major 10h15 - Letra Dinâmica 10h30 - Manhã Major 10h45 - Letra Dinâmica 11h00 - Manhã Major 11h15 - Letra Dinâmica 11h30 - Manhã Major 11h45 - Letra Dinâmica 12h00 - Manhã Major 12h15 - Letra Dinâmica 12h30 - Manhã Major 12h45 - Letra Dinâmica 13h00 - Manhã Major 13h15 - Letra Dinâmica 13h30 - Manhã Major 13h45 - Letra Dinâmica 14h00 - Manhã Major 14h15 - Letra Dinâmica 14h30 - Manhã Major 14h45 - Letra Dinâmica 15h00 - Manhã Major 15h15 - Letra Dinâmica 15h30 - Manhã Major 15h45 - Letra Dinâmica 16h00 - Manhã Major 16h15 - Letra Dinâmica 16h30 - Manhã Major 16h45 - Letra Dinâmica 17h00 - Manhã Major 17h15 - Letra Dinâmica 17h30 - Manhã Major 17h45 - Letra Dinâmica 18h00 - Manhã Major 18h15 - Letra Dinâmica 18h30 - Manhã Major 18h45 - Letra Dinâmica 19h00 - Manhã Major 19h15 - Letra Dinâmica 19h30 - Manhã Major 19h45 - Letra Dinâmica 20h00 - Manhã Major 20h15 - Letra Dinâmica 20h30 - Manhã Major 20h45 - Letra Dinâmica 21h00 - Manhã Major 21h15 - Letra Dinâmica 21h30 - Manhã Major 21h45 - Letra Dinâmica 22h00 - Manhã Major 22h15 - Letra Dinâmica 22h30 - Manhã Major 22h45 - Letra Dinâmica 23h00 - Manhã Major 23h15 - Letra Dinâmica 23h30 - Manhã Major 23h45 - Letra Dinâmica 00h00 - Manhã Major 00h15 - Letra Dinâmica 00h30 - Manhã Major 00h45 - Letra Dinâmica 01h00 - Manhã Major 01h15 - Letra Dinâmica 01h30 - Manhã Major 01h45 - Letra Dinâmica 02h00 - Manhã Major 02h15 - Letra Dinâmica 02h30 - Manhã Major 02h45 - Letra Dinâmica 03h00 - Manhã Major 03h15 - Letra Dinâmica 03h30 - Manhã Major 03h45 - Letra Dinâmica 04h00 - Manhã Major 04h15 - Letra Dinâmica 04h30 - Manhã Major 04h45 - Letra Dinâmica 05h00 - Manhã Major 05h15 - Letra Dinâmica 05h30 - Manhã Major 05h45 - Letra Dinâmica 06h00 - Manhã Major 06h15 - Letra Dinâmica 06h30 - Manhã Major 06h45 - Letra Dinâmica 07h00 - Manhã Major 07h15 - Letra Dinâmica 07h30 - Manhã Major 07h45 - Letra Dinâmica 08h00 - Manhã Major 08h15 - Letra Dinâmica 08h30 - Manhã Major 08h45 - Letra Dinâmica 09h00 - Manhã Major 09h15 - Letra Dinâmica 09h30 - Manhã Major 09h45 - Letra Dinâmica 10h00 - Manhã Major 10h15 - Letra Dinâmica 10h30 - Manhã Major 10h45 - Letra Dinâmica 11h00 - Manhã Major 11h15 - Letra Dinâmica 11h30 - Manhã Major 11h45 - Letra Dinâmica 12h00 - Manhã Major 12h15 - Letra Dinâmica 12h30 - Manhã Major 12h45 - Letra Dinâmica 13h00 - Manhã Major 13h15 - Letra Dinâmica 13h30 - Manhã Major 13h45 - Letra Dinâmica 14h00 - Manhã Major 14h15 - Letra Dinâmica 14h30 - Manhã Major 14h45 - Letra Dinâmica 15h00 - Manhã Major 15h15 - Letra Dinâmica 15h30 - Manhã Major 15h45 - Letra Dinâmica 16h00 - Manhã Major 16h15 - Letra Dinâmica 16h30 - Manhã Major 16h45 - Letra Dinâmica 17h00 - Manhã Major 17h15 - Letra Dinâmica 17h30 - Manhã Major 17h45 - Letra Dinâmica 18h00 - Manhã Major 18h15 - Letra Dinâmica 18h30 - Manhã Major 18h45 - Letra Dinâmica 19h00 - Manhã Major 19h15 - Letra Dinâmica 19h30 - Manhã Major 19h45 - Letra Dinâmica 20h00 - Manhã Major 20h15 - Letra Dinâmica 20h30 - Manhã Major 20h45 - Letra Dinâmica 21h00 - Manhã Major 21h15 - Letra Dinâmica 21h30 - Manhã Major 21h45 - Letra Dinâmica 22h00 - Manhã Major 22h15 - Letra Dinâmica 22h30 - Manhã Major 22h45 - Letra Dinâmica 23h00 - Manhã Major 23h15 - Letra Dinâmica 23h30 - Manhã Major 23h45 - Letra Dinâmica 00h00 - Manhã Major 00h15 - Letra Dinâmica 00h30 - Manhã Major 00h45 - Letra Dinâmica 01h00 - Manhã Major 01h15 - Letra Dinâmica 01h30 - Manhã Major 01h45 - Letra Dinâmica 02h00 - Manhã Major 02h15 - Letra Dinâmica 02h30 - Manhã Major 02h45 - Letra Dinâmica 03h00 - Manhã Major 03h15 - Letra Dinâmica 03h30 - Manhã Major 03h45 - Letra Dinâmica 04h00 - Manhã Major 04h15 - Letra Dinâmica 04h30 - Manhã Major 04h45 - Letra Dinâmica 05h00 - Manhã Major 05h15 - Letra Dinâmica 05h30 - Manhã Major 05h45 - Letra Dinâmica 06h00 - Manhã Major 06h15 - Letra Dinâmica 06h30 - Manhã Major 06h45 - Letra Dinâmica 07h00 - Manhã Major 07h15 - Letra Dinâmica 07h30 - Manhã Major 07h45 - Letra Dinâmica 08h00 - Manhã Major 08h15 - Letra Dinâmica 08h30 - Manhã Major 08h45 - Letra Dinâmica 09h00 - Manhã Major 09h15 - Letra Dinâmica 09h30 - Manhã Major 09h45 - Letra Dinâmica 10h00 - Manhã Major 10h15 - Letra Dinâmica 10h30 - Manhã Major 10h45 - Letra Dinâmica 11h00 - Manhã Major 11h15 - Letra Dinâmica 11h30 - Manhã Major 11h45 - Letra Dinâmica 12h00 - Manhã Major 12h15 - Letra Dinâmica 12h30 - Manhã Major 12h45 - Letra Dinâmica 13h00 - Manhã Major 13h15 - Letra Dinâmica 13h30 - Manhã Major 13h45 - Letra Dinâmica 14h00 - Manhã Major 14h15 - Letra Dinâmica 14h30 - Manhã Major 14h45 - Letra Dinâmica 15h00 - Manhã Major 15h15 - Letra Dinâmica 15h30 - Manhã Major 15h45 - Letra Dinâmica 16h00 - Manhã Major 16h15 - Letra Dinâmica 16h30 - Manhã Major 16h45 - Letra Dinâmica 17h00 - Manhã Major 17h15 - Letra Dinâmica 17h30 - Manhã Major 17h45 - Letra Dinâmica 18h00 - Manhã Major 18h15 - Letra Dinâmica 18h30 - Manhã Major 18h45 - Letra Dinâmica 19h00 - Manhã Major 19h15 - Letra Dinâmica 19h30 - Manhã Major 19h45 - Letra Dinâmica 20h00 - Manhã Major 20h15 - Letra Dinâmica 20h30 - Manhã Major 20h45 - Letra Dinâmica 21h00 - Manhã Major 21h15 - Letra Dinâmica 21h30 - Manhã Major 21h45 - Letra Dinâmica 22h00 - Manhã Major 22h15 - Letra Dinâmica 22h30 - Manhã Major 22h45 - Letra Dinâmica 23h00 - Manhã Major 23h15 - Letra Dinâmica 23h30 - Manhã Major 23h45 - Letra Dinâmica 00h00 - Manhã Major 00h15 - Letra Dinâmica 00h30 - Manhã Major 00h45 - Letra Dinâmica 01h00 - Manhã Major 01h15 - Letra Dinâmica 01h30 - Manhã Major 01h45 - Letra Dinâmica 02h00 - Manhã Major 02h15 - Letra Dinâmica 02h30 - Manhã Major 02h45 - Letra Dinâmica 03h00 - Manhã Major 03h15 - Letra Dinâmica 03h30 - Manhã Major 03h45 - Letra Dinâmica 04h00 - Manhã Major 04h15 - Letra Dinâmica 04h30 - Manhã Major 04h45 - Letra Dinâmica 05h00 - Manhã Major 05h15 - Letra Dinâmica 05h30 - Manhã Major 05h45 - Letra Dinâmica 06h00 - Manhã Major 06h15 - Letra Dinâmica 06h30 - Manhã Major 06h45 - Letra Dinâmica 07h00 - Manhã Major 07h15 - Letra Dinâmica 07h30 - Manhã Major 07h45 - Letra Dinâmica 08h00 - Manhã Major 08h15 - Letra Dinâmica 08h30 - Manhã Major 08h45 - Letra Dinâmica 09h00 - Manhã Major 09h15 - Letra Dinâmica 09h30 - Manhã Major 09h45 - Letra Dinâmica 10h00 - Manhã Major 10h15 - Letra Dinâmica 10h30 - Manhã Major 10h45 - Letra Dinâmica 11h00 - Manhã Major 11h15 - Letra Dinâmica 11h30 - Manhã Major 11h45 - Letra Dinâmica 12h00 - Manhã Major 12h15 - Letra Dinâmica 12h30 - Manhã Major 12h45 - Letra Dinâmica 13h00 - Manhã Major 13h15 - Letra Dinâmica 13h30 - Manhã Major 13h45 - Letra Dinâmica 14h00 - Manhã Major 14h15 - Letra Dinâmica 14h30 - Manhã Major 14h45 - Letra Dinâmica 15h00 - Manhã Major 15h15 - Letra Dinâmica 15h30 - Manhã Major 15h45 - Letra Dinâmica 16h00 - Manhã Major 16h15 - Letra Dinâmica 16h30 - Manhã Major 16h45 - Letra Dinâmica 17h00 - Manhã Major 17h15 - Letra Dinâmica 17h30 - Manhã Major 17h45 - Letra Dinâmica 18h00 - Manhã Major 18h15 - Letra Dinâmica 18h30 - Manhã Major 18h45 - Letra Dinâmica 19h00 - Manhã Major 19h15 - Letra Dinâmica 19h30 - Manhã Major 19h45 - Letra Dinâmica 20h00 - Manhã Major 20h15 - Letra Dinâmica 20h30 - Manhã Major 20h45 - Letra Dinâmica 21h00 - Manhã Major 21h15 - Letra Dinâmica 21h30 - Manhã Major 21h45 - Letra Dinâmica 22h00 - Manhã Major 22h15 - Letra Dinâmica 22h30 - Manhã Major 22h45 - Letra Dinâmica 23h00 - Manhã Major 23h15 - Letra Dinâmica 23h30 - Manhã Major 23h45 - Letra Dinâmica 00h00 - Manhã Major 00h15 - Letra Dinâmica 00h30 - Manhã Major 00h45 - Letra Dinâmica 01h00 - Manhã Major 01h15 - Letra Dinâmica 01h30 - Manhã Major 01h45 - Letra Dinâmica 02h00 - Manhã Major 02h15 - Letra Dinâmica 02h30 - Manhã Major 02h45 - Letra Dinâmica 03h00 - Manhã Major 03h15 - Letra Dinâmica 03h30 - Manhã Major 03h45 - Letra Dinâmica 04h00 - Manhã Major 04h15 - Letra Dinâmica 04h30 - Manhã Major 04h45 - Letra Dinâmica 05h00 - Manhã Major 05h15 - Letra Dinâmica 05h30 - Manhã Major 05h45 - Letra Dinâmica 06h00 - Manhã Major 06h15 - Letra Dinâmica 06h30 - Manhã Major 06h45 - Letra Dinâmica 07h00 - Manhã Major 07h15 - Letra Dinâmica 07h30 - Manhã Major 07h45 - Letra Dinâmica 08h00 - Manhã Major 08h15 - Letra Dinâmica 08h30 - Manhã Major 08h45 - Letra Dinâmica 09h00 - Manhã Major 09h15 - Letra Dinâmica 09h30 - Manhã Major 09h45 - Letra Dinâmica 10h00 - Manhã Major 10h15 - Letra Dinâmica 10h30 - Manhã Major 10h45 - Letra Dinâmica 11h00 - Manhã Major 11h15 - Letra Dinâmica 11h30 - Manhã Major 11h45 - Letra Dinâmica 12h00 - Manhã Major 12h15 - Letra Dinâmica 12h30 - Manhã Major 12h45 - Letra Dinâmica 13h00 - Manhã Major 13h15 - Letra Dinâmica 13h30 - Manhã Major 13h45 - Letra Dinâmica 14h00 - Manhã Major 14h15 - Letra Dinâmica 14h30 - Manhã Major 14h45 - Letra Dinâmica 15h00 - Manhã Major 15h15 - Letra Dinâmica 15h30 - Manhã Major 15h45 - Letra Dinâmica 16h00 - Manhã Major 16h15 - Letra Dinâmica 16h30 - Manhã Major 16h45 - Letra Dinâmica 17h00 - Manhã Major 17h15 - Letra Dinâmica 17h30 - Manhã Major 17h45 - Letra Dinâmica 18h00 - Manhã Major 18h15 - Letra Dinâmica 18h30 - Manhã Major 18h45 - Letra Dinâmica 19h00 - Manhã Major 19h15 - Letra Dinâmica 19h30 - Manhã Major 19h45 - Letra Dinâmica 20h00 - Manhã Major 20h15 - Letra Dinâmica 20h30 - Manhã Major 20h45 - Letra Dinâmica 21h00 - Manhã Major 21h15 - Letra Dinâmica 21h30 - Manhã Major 21h45 - Letra Dinâmica 22h00 - Manhã Major 22h15 - Letra Dinâmica 22h30 - Manhã Major 22h45 - Letra Dinâmica 23h00 - Manhã Major 23h15 - Letra Dinâmica 23h30 - Manhã Major 23h45 - Letra Dinâmica 00h00 - Manhã Major 00h15 - Letra Dinâmica 00h30 - Manhã Major 00h45 - Letra Dinâmica 01h00 - Manhã Major 01h15 - Letra Dinâmica 01h30 - Manhã Major 01h45 - Letra Dinâmica 02h00 - Manhã Major 02h15 - Letra Dinâmica 02h30 - Manhã Major 02h45 - Letra Dinâmica 03h00 - Manhã Major 03h15 - Letra Dinâmica 03h30 - Manhã Major 03h45 - Letra Dinâmica 04h00 - Manhã Major 		



**O MELHOR
DO BRASIL
AGORA VOCÊ
VÊ NA MELHOR
DE CAMPINAS.**

EM CAMPINAS
VOCÊ VÊ O
RODRIGO FARO
NA TVB.

- Canal 6 (TV Aberta)
- Canal 14 (NET)
- Canal 28 UHF (TVB HD)

AGORA A TVB
É RECORD.



tvb
AFILIADA RECORD
www.tvb.com.br



Justin Bieber, apenas um garoto de 16 anos

/ CINEMA /
Documentário
sobre o cantor
que se tornou
fenômeno pop
chega amanhã
ao Brasil

Fernanda Ezabella
DE LOS ANGELES

O? Desculpe, pode falar mais alto? Fui à pré-estreia de *Justin Bieber: Never Say Never* na semana retrasada e estou surda até hoje.

Afinal, foi uma hora e meia de gritos histéricos das fãs. E aqui vão as minhas cenas favoritas do filme, que chega ao Brasil amanhã: Justin come um doce que pegou do lixo; Justin dá um tapa no rosto do

segurança, de brincadeira; Justin toca violão por uns trocados na rua; Justin pede para fazer a barba.

São passagens que nos lembram de que, no fim das contas, trata-se apenas de um menino de 16 anos.

**Em Campinas,
longa será exibido
em cópias dubladas**

Há também Justin sem camisa (umas cinco vezes) e um close pornográfico nas suas amígdalas infeccionadas.

O filme narra a trajetória do músico desde que era bebê, numa cidadezinha no Canadá, por meio de vários vídeos caseiros fofos.

Depois vem o agente Scooter Braun, a fada madrinha que o achou no YouTube. Ele fala das dificuldades que teve para conseguir emplacar o garoto de 15 anos, hoje queridinho do influente Usher e con-



O artista em cenas do documentário gravado em 3D que acompanha sua trajetória pelo mundo pop

tratado da prestigiosa gravadora Island Records.

"Não há um DJ no país que não tenha conhecido Justin Bieber", fala o agente, que fez Justin tocar ao vivo em diversas rádios dos EUA.

O resto do filme é como um grande extra de DVD de bastidores de shows, esses sim rodados em 3D.

O moleque é talentoso, não há dúvida. E uma gracinha, apesar do tique nervoso com

o franjão. Os vídeos caseiros mostram que ele sabe mesmo tocar bateria e violão desde pirralho. Tem uma boa voz e é cheio de confiança.

O problema é que ele virou um produto, um boneco, uma

AGENDA-SE

Justin Bieber: *Never Say Never* terá sessões a partir de amanhã em 3D, em cópias dubladas, nos cinemas de Campinas.

marca de esmalte.

No palco, tudo é grandiloquente, artificial. Toda a inocência e espontaneidade viram uma música pasteurizada e uma coreografia padrão.

Dá aflição pensar que ele não sabe a juventude que está perdendo, cercado por adultos o tempo inteiro, fãs histéricas, trabalho intenso.

Será interessante saber o que o futuro lhe reserva. Parece o enredo das trajetórias de Jody, Michael Jackson ou Ricky Martin.

E, em nenhum dos casos, as fãs saíram ganhando. (Da Folhapress)

Oscar: palco de concorrida passarela fashionista

/ EVENTO /
Estilistas e
designers de
joias disputam as
atenções das
estrelas

OSCAR 2011



Philippa Leach
DE LOS ANGELES

Os fashionistas, aficionados por moda, vivem um verdadeiro frenesi com a contagem regressiva para o Oscar 2011 em Hollywood, onde estilistas e designers de joias competem para oferecer vestidos e pedras preciosas para as estrelas que desfilaram na passarela mais famosa do mundo, o tapete ver-

melho, no próximo domingo. O espetáculo do Oscar oferece às marcas uma oportunidade única para exibir suas criações mais espetaculares a milhões de telespectadores em diversos pontos do planeta.

A publicidade não tem preço, e esta espécie de tomada de posição tácita por parte das celebridades em relação a uma marca também pode influenciar nas principais tendências da moda para as próximas temporadas; com impacto, finalmente, nas ruas. É um verdadeiro teste para as marcas.

O atemporal e estiloso vestido prateado ou em tons de prata foi o figurino mais popular entre as famosas no último Oscar. Entre elas estava Sandra Bullock, que levou a estatueta de melhor atriz, com um espetacular vestido justo em tons de prateado, da marca Marchesa.

A carismática Helen Mirren seguiu Bullock com um look em prata de Badgley Mischka. Kate Winslet desfilou um platino da maison francesa Yves St.



Colin Firth e a mulher, Livia: alinhado com terno Tom Ford



Anne Hathaway, referenciada para as jovens fashionistas



A vencedora Sandra Bullock em look prateado muito copiado

Laurent e Cameron Diaz apareceu magnífica em um tomara-que-caia de saia ampla e perfume vintage de Oscar de la Renta.

Nos anos anteriores, as tonalidades ouro e prata também imperaram no prêmio, onde tanto jovens atrizes como Anne Hathaway (Armani Privé 2009) e Jessica Biel (Prada, 2009), quanto a reconhecida Julianne Moore (Calvin Klein, 2010) caminharam para o teatro Kodak de Hollywood em tons brilhosos.

Nada pode ser mais simbólico do estilo vintage de alta costura como o look de Julia Roberts, de Valentino, quando ganhou como melhor atriz por *Erin Brockovich*, há dez anos. Cinco anos depois, Reese Witherspoon celebrou sua vitória no Oscar de 2006 com um vintage da maison Dior, um modelo de conto de fadas de tule prateado adornado com bordados de fios de ouro, com-

prado em Paris, segundo a atriz. Entre as indicadas deste ano, talvez somente Michelle Williams, postulada por seu papel em *Blue Valentine*, poderia usar um look prata, por ter um estilo próprio naturalmente voltado para o clássico, sua marca nas festas de gala e estreias americanas.

Já Helena Bonham Carter parece ter nascido para usar a alta-costura de época, dizem alguns, mas a peculiar atriz britânica é conhecida por eleger looks de estilo excêntrico e pessoal: sabe usar um modelo Vivienne Westwood com muita propriedade e defende o estilo gótico. Vale lembrar que a atriz usou um sapato de cada cor no tapete vermelho do Globo de Ouro deste ano.

As principais concorrentes como melhor atriz, Natalie Portman, indicada por seu papel em *Cinse Negro*, e Annette Bening, por *Minhas Mães e Meu Pai*, têm estilos muito próprios.

Bening só se veste de preto, com a elegância e a modernidade de Armani, ou não tem dúvidas em usar um smoking feminino. Enquanto isso Natalie Portman, no final da gravidez, provavelmente vai escolher para o domingo um modelo da Rodarte, marca que desenhava parte dos figurinos das cenas de dança de *Cinse Negro*.

Outras grandes estrelas, como Nicole Kidman, ainda restam para serem vestidas, e para isso os representantes das atrizes são realmente assediados pelos representantes da Lanvin, Chanel, Balenciaga, John Galiano para Dior, Tom Ford e John Paul Gaultier.

Marilyn Heston, que representa a marca Alexander McQueen, Nicole Miller e Zac Posen, entre outros, diz que os stylists, responsáveis pelos looks das famosas, têm pedido estilistas menos conhecidos. Hoje em dia "talvez aconteça uma reação negativa à existência de X número de pessoas



Veja mais no portal RAC
Confira vídeos sobre o Oscar
www.rac.com.br

ALMIR REIS
societa@rac.com.br

società



Viver Muito 1

Um livro que aponta os desafios da longevidade está fazendo sucesso entre os leitores de Jorge Felix, numa linguagem acessível e atraente. A obra foi publicada recentemente pela editora Leya Brasil.

Viver Muito 2

Questionando a imagem utilizada em propagandas para falar da velhice, o livro *Viver Muito* discute algumas implicações econômicas e sociais do envelhecimento de nossa população e a do mundo.



CORRIDA DA LUA 1

Quem participa todos os anos da corrida noturna que reúne diversos segmentos da sociedade sabe, além de tudo, que o evento é muito agradável. O evento acontece no próximo sábado, às 20h, em torno da Lagoa do Taquaral.

CORRIDA DA LUA 2

A prova completa este ano 15 edições de sucesso, reunindo corredores e caminhantes de Campinas e região, nas distâncias de 10km e 6km, com largada na Praça Arautos da Paz, com patrocínio da Amil, DPaschoal, Lix, Claro e Medley.



Fotos: Tatiana Ferro/Especial para AAN



ANIMADAS COM Carnaval e Samba da A Academia: Juliana De Laguardia, Cecy Pinto de Oliveira e Cecília Carmem Leme Mazon

HAPPY BIRTHDAY

Conhecida nos meios jurídicos da cidade e com trânsito livre em sociedade, Tereza Dóro recebe hoje os cumprimentos pelo nível. Ela foi presidente da OAB-Campinas e atualmente é presidente da Setec.

ANFITRIÕES
DA festa
esportiva
carnavalesca:
Renato
Cantúcio e
Cris Cantúcio



QUEIMA DE ESTOQUE

Mais uma vez, o Iguatemi Campinas dá vida e cor aos 3/4 de Loucura, que promete ser sucesso. A megaliquidação acontece de hoje ao próximo dia 27, com descontos de até 70% na maioria das lojas. Quem for ao estacionamento e ainda poderá ganhar um vale-compras no valor de R\$ 500,00 por meio do Programa de Fidelidade. Imperdível.



YARA CARNIELLI
de bate-papo
com Cassiano
Alaite

SUCESSO

Desde que deixou a carreira de jovem executivo que o ator campineiro Ricardo Tozzi deu uma guinada na trajetória e foi para os palcos e a televisão. Atualmente, Tozzi faz parte do elenco da novela *Insensato Coração*, da TV Globo, no papel de irmão da atriz Deborah Secco. Uau!



ORLANDO
ZANIN
circulando pela
festa do samba

TROTE DA CIDADANIA

Com o propósito de perpetuar nos meios universitários o Trote da Cidadania pelo Consumo Consciente, a Unicamp teve esta semana uma programação especial alusiva ao tema. A cerimônia, aberta pelo reitor Fernando Costa, deu boas vindas aos ingressantes. Loas.



CRISTINA KHATTAR
de Godoy curtiu bons
momentos entre amigos



ISABEL CANTÚCIO
em plena atividade
socioesportiva

experimento
A PIONEIRA EM INTERÂMBIO

ÚLTIMAS VAGAS PARA HIGH SCHOOL COM EMBARQUE EM 2011.
Escolha entre mais de 10 países.
Vagas limitadas para os Estados Unidos com pacotamento especial 10x sem juros no MasterCard.

AV. FERNANDO DE OLIVEIRA
FUNDADA: 1980-2000
PAC: 0800 3000 1000

Os sucessos dos grandes carnavais nos balões de salão do Almanaque

NOITES BRANCAS
COM REPERCUSSÃO, MASCARADO E AMANHÃ TEM PAUÇA!

KIT FOLHA
6.6.2.8 MARÇO 08-30
MARÇO 15-30
6.7.3 MARÇO 15-30

CVC

SABE QUAL SOFÁ COMBINA COM SUA CASA?

O que tem até 70% OFF

design exclusivo artefacto **entrega pronta**

A ARTEFACTO OFF É UMA LOJA DE OPORTUNIDADES, ONDE VOCÊ ENCONTRA MÓVEIS COM DESCONTOS DE ATÉ 70% E PRONTA ENTREGA PERMANENTE.

CAMPINAS: PARQUE D. PEDRO SHOPPING
Av. Duília, 500 - Estrada das Pedras - Tel. 19 3709 7300
ABERTURA DA SECCIONAL A ARTEFACTO CAMPINAS: 04/03/11 - 04/03/11 - 04/03/11

arteacto
Artefacto no valor Off no preço.

papo C

No papel do **ESTILISTA** Jacques Leclair, Alexandre Borges tem **CONQUISTADO** as atenções. O ator de 44 anos frequenta a lista dos **HOMENS** mais sexy do País e **MOSTRA**, nesta entrevista, que não **PERMITE** deixar o ego **INFLAR** com a fama.



Um homem de família

/ ENTREVISTA /

Alexandre Borges fala sobre seu trabalho e da relação com a mulher e o filho

Aline Nunes
DE SÃO PAULO

Alexandre Borges, de 44 anos, está em boa parte das listas dos homens mais sexy do País, mesmo não se sentindo um sex symbol. Até os homens costumam elogiar o ator, por causa do personagem Jacques Leclair, que ele vive na novela das 19h da *Globo*, *Ti-ti-ti*. Mas ele tenta levar uma vida comum, sem deixar o ego inflar com a fama. No final de semana, curte uma cervejinha. Em casa, cozinha e coloca o filho para dormir. E há 17 anos casado com a atriz Julia Lemmertz, de 47 anos, diz, na entrevista a seguir, que a rotina sexual é até boa. "Só a intimidade nos permite percorrer alguns caminhos de olhos fechados."

Ator afirma que gosta de levar uma vida comum



Fotos: Divulgação

"Esse encontro do homem com a mulher dá um sabor à vida. As mulheres, as paqueras, o jogo de sedução, a libido, fazem com que a vida fique mais colorida."

Agência Estado — Na novela, seu personagem (Jacques Leclair) vive no mundo do glamour e é mulhengo. Você tem algo em comum com ele?

Alexandre Borges — Você diz no sentido de mulhengo? (risos). Olha, sempre admirei as mulheres. Esse encontro do homem com a mulher dá um sabor à vida. As mulheres, as paqueras, o jogo de sedução, a libido, fazem com que a vida fique mais colorida. Esse jogo estimula a energia sexual, que é uma energia vital para o ser humano, né?

Qual a fórmula que você e a Julia (Lemmertz, mulher dele) usam para estar 17 anos juntos?

A gente tem uma cumplicidade muito grande, compreensão. Nesse mundo do teatro, cinema, TV, você precisa de um apoio incondicional da pessoa. Numa relação como a nossa, o ciúme não pode ser uma coisa que a gente dê importância. A tranquilidade para que a pessoa fique duas, três semanas fora, sem cobrança, é super importante. A liberdade é um dos grandes tesouros que a gente tem. Procuramos não ter um casamento machista. Se precisar cozinhar, eu cozinho. Se precisar colocar o filho para dormir, eu coloco.

Nessa relação moderna, o sexo já chegou a cair na rotina?

A rotina é importante. A necessidade do novo, do inesperado existe. É saudável. Mas a rotina também é boa. A rotina sexual é uma coisa que só ela pode proporcionar certos prazeres. Só a intimidade permite descobrir canais, caminhos que você já percorreu, que você conhece tão bem que já vai de olhos fechados (risos). É bem diferente de tédio, entendeu?

E vocês conversam de sexo com o Miguel (10 anos)?

Com certeza. Esses assuntos estão pipocando em todos os lugares: na turma de amigos, num filme. Acho importante a criança saber que tem a confiança nos pais. Eu

quero que meu filho não tenha vergonha e nem pudor de nada comigo. Eu o ensino a respeitar as pessoas, ser alguém legal, ter fé.

Que tipo de fé você transmite a ele? Crê em vida após a morte?

Sou católico, mas também transito em outros ensinamentos: espiritismo, budismo, judaísmo. Busco renovar a fé nessas religiões. Por isso gosto tanto do Natal, que é um período de renovação da fé.

Que erros você cometeu e não gostaria que seu filho fizesse?

Procuro mostrar a ele que ele tem de ser um cara que se cuida, que saiba se expressar, que dê sua opinião. Erros, problemas ou coisas que eu passei me ajudaram a formar o caráter que tenho hoje. Sou um pai superprotetor. Mas há coisas que ele vai ter de passar na vida. Não quero torná-lo um garoto isolado. Espero sempre estar perto para ele poder contar comigo, dividir e superar qualquer tipo de dificuldade que enfrentar.

E ele está assistindo à novela?

Ele vê, mas não acompanha muito. Ele curte, gosta quando me abordam na rua. Ele é muito engraçado. Quando algum fã pede para tirar foto comigo, ele pergunta: 'Quer que eu tire?'. Já eu, na minha infância, assistia a muita novela. Meu pai fazia teatro, minha mãe também trabalhava. Daí, eu ficava muito em casa sozinho. Resultado: virei noveleiro. Hoje, me sinto um ator muito querido. E o Jacques Leclair é um personagem que aumentou essa dimensão. Eu me surpreendo com a intensidade do retorno, com a empatia que o personagem tem. Crianças, adultos, senhoras, até homens estão vendo muito a novela. É um retorno que não tem preço! A novela está fazendo bem para o público. Somos um povo vaidoso. A roupa, a moda, o glamour sempre estão um na mente do brasileiro.

Falando de vaidade, você

se sente um sex symbol?

Não (risos). Sou um representante do homem brasileiro, latino. Todo homem, toda mulher é um pouco sex symbol. A gente tem um sex appeal forte. Isso é saudável. Nós, artistas, representamos um pouco isso.

Você sofreu alguma crise quando chegou à casa dos 40 anos?

Amo minha fase, idade, e tudo que isso acarreta. Para mim, a maior dificuldade é essa evolução da vida, que é inevitável. Na fase adulta, o mundo fica pequeno. Você quer abraçar o mundo. Quando chega aos 40, que você já tem o seu ganha pão, sua família, você se permite mais olhar para dentro. Essa coisa dos 40 não é necessariamente ruim. É mais uma reflexão.

Mas existe uma preocupação a mais com a forma física?

Eu procuro fazer o básico. Alimentação é o começo de tudo. Ao mesmo tempo, sou uma pessoa desencana. Gosto de comer fora, me dar o direito de comer chocolate, sair para beber um vinho com a Julia, um churrasquinho, uma cervejinha. Adoro relaxar e curtir.

É nesse momento de relax que escuta Elvis Presley, de quem você já declarou ser fã?

Desde meus 12 anos, eu assistia aos filmes do Elvis

"Sou católico, mas também transito em outros ensinamentos: espiritismo, budismo, judaísmo. Busco renovar a fé nessas religiões."

Presley na Sessão da Tarde. Ele morreu e me tornei ainda mais fã. Ele tinha tudo: insegurança, problemas, talento. Ele se sacrificou pelo palco. Tinha um amor muito grande pelos fãs.

É fácil se iludir com o mundo artístico? Já passou por isso?

É verdade! É um exercício diário para não deixar o ego inflar demais. Se você vai inflando, sai da Terra. Às vezes, o artista precisa se perder um pouco. Admiro o Elvis por isso. O ator tem de amar seu público. Sair na rua e dar atenção.

Como você se sente no Rio? Acha que a violência amenizou?

Eu torço para isso. As dro-

gas são um comércio milionário. Mas a solução para o tráfico não é a violência, a falta de infraestrutura, o descaso. O abandono das pessoas só traz revolta. Mas tem essa coisa de que a droga é uma praga, uma coisa negativa, que escraviza a pessoa. Assim, existe uma preocupação com os adolescentes, no sentido de alertar, conscientizar.

Você já teve contato com drogas? Fala disso com o seu filho?

Chega uma hora na vida da pessoa que cada um tem o direito de fazer o que quiser, de uma maneira que não prejudique o próximo. Se você vai beber ou fumar por diversão ou curiosidade, eu não condeno. Uma criança não tem esse equilíbrio de decidir. Sempre vou falar ao meu filho que droga é algo negativo, que ele deve evitar. Quando ele for adulto,

vai decidir o que fazer. Acho que o importante é esclarecer e afastar os jovens desse universo.

Mas você teve ou não teve contato com alguma droga?

Você vai na praia e vê pessoas, né? (risos). Tem uma coisa inegável que é o fato de a droga estar muito inserida na nossa vida, na nossa sociedade. É uma questão de você optar ou não. O mais preocupante é que o contato com as drogas tem ocorrido de forma precoce. Eu fico sempre atento a isso.

A gente começou a entrevista falando da sua admiração pela mulher. O que acha de termos uma mulher na Presidência?

É uma conquista enorme. Quebra um tabu. Acho fundamental a igualdade entre os sexos. (Da Agência Estado)



"Hoje, me sinto um ator muito querido. E o Jacques Leclair é um personagem que aumentou essa dimensão. Eu me surpreendo com a intensidade do retorno."

Será que o rei vai discursar?

/ CINEMA /
Vencedores da maior premiação da sétima arte serão conhecidos hoje; longa sobre monarca inglês gago é o favorito

OSCAR 2011



João Nunes
ESPECIAL PARA O CORREIO

A cerimônia é longa e cansativa, muitas vezes cafonha, cheia de piadinhas que nem sempre se entende, mas anualmente milhões de pessoas se sentam diante da TV para assistir à entrega do Oscar, a festa mais importante da mais importante indústria de cinema do mundo. Depois de intensas disputas entre produtores, estúdios e artistas por uma indicação, hoje conheceremos os vencedores.

A Rede Social e Bravura Indômita correm por fora

dores do ano. A cerimônia começa às 22h (hora de Brasília) e a TV Globo e o canal TNT anunciam transmissão ao vivo.

A princípio, tudo parece estar definido. Com 12 indicações, *O Discurso do Rei*, de Tom Hooper, deverá ser o vencedor. Apesar de não ter levado o Globo de Ouro (ganhou *A Rede Social*), quem de fato determina o Oscar não são os jornalistas estrangeiros, mas os grandes sindicatos da indústria.

Pode haver surpresa? Talvez *Bravura Indômita*, dos ir-



Na tarde da última sexta-feira, a instalação de painéis com a figura do desejado Oscar no percurso do tapete vermelho movimentou a entrada do Kodak Theater em Los Angeles

mãos Coen, por ter dez indicações. Mas eles ganharam há dois anos com *Onde os Fracos não Têm Vez*. É difícil que repitam a dose em tão pouco tempo. Mas não se pode descartar. Por fora correm *A Rede Social* (David Fincher) e *A Origem* (Christopher Nolan), ambos com oit-

O restante não tem chance alguma. Dos dez indicados a filme — a lista é muito grande — não há mais que quatro ou cinco bons. Ne-

nhum ótimo, nada que se destaque. E alguns são perfeitamente dispensáveis, como *Minhas Mães e Meu Pai*. Estes, portanto, levarão, no máximo, prêmios para os atores e técnicos.

Caso de *O Vencedor* (David O. Russell), em que Christian Bale deve confirmar o favoritismo como coadjuvante — o filme leva também um dos prêmios de atriz coadjuvante (são duas concorrentes, Melissa Leo e Amy Adams) —, e de *Cisne Negro* (Da-

rew Garfield nem sequer foi indicado.

Para *A Origem* vão sobrar prêmios técnicos, como direção de arte, efeitos especiais e a música de Hans Zimmer. Os outros vão se dividir nas demais categorias — algumas importantes, como roteiro original (talvez *A Origem*), a fotografia maravilhosa de *Bravura Indômita*, a animação de *Toy Story 3*. A grande dúvida será em relação ao Oscar de direção. Nos últimos anos o filme

premiado leva também o de diretor. Mas qualquer dos cinco indicados tem chance — talvez David Fincher consiga o seu. Mas a tendência é que Tom Hooper saia vencedor.

Por fim, há duas categorias interessantes, para o Brasil em especial. Na de filme estrangeiro, *Em um Mundo Melhor* (Dinamarca) é forte concorrente, depois de ter ganhado o Globo de Ouro. O mexicano-espanhol *Biutiful*, apesar de bom, deve se contentar em ter sido indicado. *Incêndios* (Canadá), mesmo sendo tema caro a Hollywood (guerra no Oriente Médio) corre por fora.

O interesse do Brasil se concentra em *Lixo Extraordinário*, de Lucy Walker, João Jardim e Karen Harley. Não há indícios de que o filme ganhe. Talvez o tema do meio ambiente e a visibilidade de Vik Muniz nas artes plásticas somem pontos. Aliás, Vik Muniz é um dos personagens principais, o catador de lixo Tião dos Santos, estarão na festa. Mas, se o filme ganhar, quem leva o troféu para casa é a britânica Lucy Walker.

LEIA MAIS NA PÁGINA C5



A estatueta dourada marca presença no cenário de Hollywood

TV Globo e o canal pago TNT vão exibir a premiação ao vivo, além de especiais

A Rede Globo anuncia a transmissão da cerimônia do Oscar para depois do reality show *Big Brother Brasil 11*. A apresentação será de Maria Beltrão, com comentários do ator José Wilker. Durante o *Fantástico*, a correspondente Giuliana Morrone entra em flashes ao vivo, de Hollywood, mostrando a preparação da

cerimônia e a chegada dos famosos ao teatro. No canal fechado TNT, a transmissão começa às 21h com o "pré-show", que apresenta o desfile dos astros e estrelas pelo tapete vermelho. A apresentação será de Chris Nicklas e os comentários do crítico de cinema Rubens Ewald Filho. Às 22h, começa a

cerimônia, que será apresentada pelos atores James Franco e Anne Hathaway. A premiação acontece no Kodak Theatre, em Los Angeles, pelo décimo ano consecutivo. Mais de 3,5 mil convidados estarão presentes aguardando o anúncio dos vencedores das 25 categorias. (JN/Especial para o Correio)

TRATAMENTO QUE MODELOU O ROSTO E O CORPO DA APRESENTADORA FLOR

Antes: Depois:

Específico p/ gordura localizada. Braço - Papada e Pescoço

Há 13 anos fazendo diferença. Exclusividade de Rosita Moraes no Cumbul. rosita.moraes@hotmail.com

(19) 3254-2368 / 9606-7087. Confira foto no site [Rosita Moraes](http://RositaMoraes.com)

ENTRE O BLACK E O CLARO, FIQUE COM OS DOIS

2ª, 4ª, 5ª e 6ª das 17h às 20h. Terça, a noite toda.

Elab. o melhor chopp. Catedral de chopp & Beer

catedraldechopp.com.br

rubem alves



ADEMAR FERREIRA DOS SANTOS

Homenagem a um amigo encantado

Quem o visse pela primeira vez julgaria tratar-se de um profeta: a longa barba branca desgrenhada, os pequenos olhos mansos e penetrantes, uma calvície que se anunciava pela testa, cabelos longos e lisos que escorriam até o ombro e uma gargalhada de cristal.

Era o ano de 2000. Começaram a chegar-me e-mails de Portugal. Eram-me enviados por um educador que eu não conhecia. Uma amiga brasileira que vivia em Portugal lhe havia dado um desprezioso livrinho de 108 páginas. Tratava-se de uma coletânea de pequenas histórias sobre a escola e a educação. Ele leu, gostou, e descobriu que sem nos conhecermos, já nos entendíamos. Convidou-me a visitar

Portugal.

Aceitei. E lá estava ele no aeroporto, aquele rosto que descrevi. Colocou-me numa pousada numa encosta de montanha de onde eu podia ver a cidade de Braga que se espalhava na planície. A desculpa para a minha presença lá era fazer uma série de palestras em universidades e escolas. Pelo menos era isso que ele me tinha dito.

Feitas as minhas palestra, numa manhã, sem aviso prévio, na porta da pousada, ele me disse: "Hoje vais conhecer uma escola diferente..." Achei estranho porque ele, durante os meses que havíamos trocado e-mails e em todos os dias em que estivemos juntos em Portugal, ele jamais mencionara essa "es-



cola diferente." Tive a impressão de que essa "escola diferente" era um segredo que ele guardava. Ele sabia que a tal escola não podia ser explicada em palavras ou dita em teoria. Teria que ser vista.

"Como é essa 'escola diferente', perguntei. Ele sorriu, não me respondeu, e me disse: "O Rubem Alves verá..."

Descemos a encosta e ele me levou a uma pequena cidade chamada Vila das Aves. Lá estava a Escola da Ponte

que me espantou e que eu nunca teria imaginado. Fiquei amigo de alunos e professores. Vi a escola acontecendo, como coisa viva. Minha imaginação explodiu. E dessa explosão surgiu o livro *A escola com que sempre sonhei sem imaginar que pudesse existir*. Acho que essa foi a maior contribuição que eu fiz aos educadores: dizer que uma escola como aquela era possível e existia. O crédito pela revolução nos meus pensamentos sobre es-

colas deve ser dado a ele.

Viajamos muito, visitando escolas. Conversávamos. Ouvíamos música. Falávamos sobre literatura. Foi o Ademar que me apresentou à Sophia de Mello Breyner Andresen, de poemas cristalinos e contos fantásticos. Seu conto *A Viagem* é assombroso. Mexe mais com minhas vísceras que *A terceira margem do rio*, de Guimarães Rosa e *O afogado mais lindo do mundo*, de Gabriel García Márquez.

■ ■

O tempo passou. Um ano depois. O salão estava cheio. Era o lançamento do meu livro *Por uma educação romântica - Breve tratado de exercícios de imortalidade*. Fora publicado para distribuição gratuita, por patrocínio da Câmara Municipal da Vila Nova de Famalicão, iniciativa do Ademar... Foi ele também que escreveu o texto introdutório ao livro, em que ele me apresentou ao público português. Não sei como ele o conseguiu: colocou-me vivo dentro das suas palavras. Quem lê o seu texto está me devorando... (Essa introdução se encontra na edição brasileira de *Por uma educação romântica*, ed. Papirus).

O Ademar se levantou.

Fez um gesto sem palavras pedindo silêncio. Feito o silêncio, ouviu-se uma das músicas mais belas e dilacerantes que eu jamais tinha ouvido. Era o 2º *Movimento do Concerto em sol*, de Ravel, para piano e orquestra.

O Ademar era assim. Acho que se ele fosse reescrever o primeiro versículo do evangelho de João, ele escreveria: "No Princípio era a beleza..."

Imprevisível. Não se sabia direito o que ele iria fazer a seguir. Não se sabia o que ele tinha guardado na sua cabeça inquieta. Não sei quantos CDs das obras de Vivaldi ele me deu. E foi numa de nossas viagens que ele me fez ouvir pela primeira vez o maravilhoso Réquiem de Fauré.

Mas ele ficou encantado. Mora um pouco na minha casa, no livro de poemas de Bocage, nos inúmeros livros da poesia da Sophia de Mello Breyner Andresen, nos CDs de Vivaldi e Fauré, no concerto de Ravel, nos seus escritos... São sacramentos: sinais visíveis de uma amizade invisível.

Me lembro dele e ouço uma de suas gargalhadas...

■ ■ ■ Rubem Alves é escritor, teólogo e educador

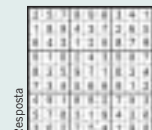
sudoku



Os jogos pertencem aos livros *Sudoku Puzzles 100*, volumes 1, 2, 3, 4, 5, 6 e 7 publicados pela Verus Editora. Mais informações em www.veruseditora.com.br

Como jogar

* Cada filera (vertical e horizontal) deverá conter números de 1 a 9;
* Cada grade menor, de 3 x 3 quadradinhos, deverá conter números de 1 a 9;
* Nas fileras horizontais e verticais da grade maior, cada número deverá aparecer uma só vez;
* O objetivo do jogo é preencher cada quadradinho com um número de 1 a 9, considerando que o número deverá aparecer apenas uma vez na horizontal, na vertical e na grade menor.



Resposta

quadrinhos

Tatu-man / Bira



Tubino / Tannus Jr.



Dilbert / Scott Adams



Xaxado / Antonio Cedraz



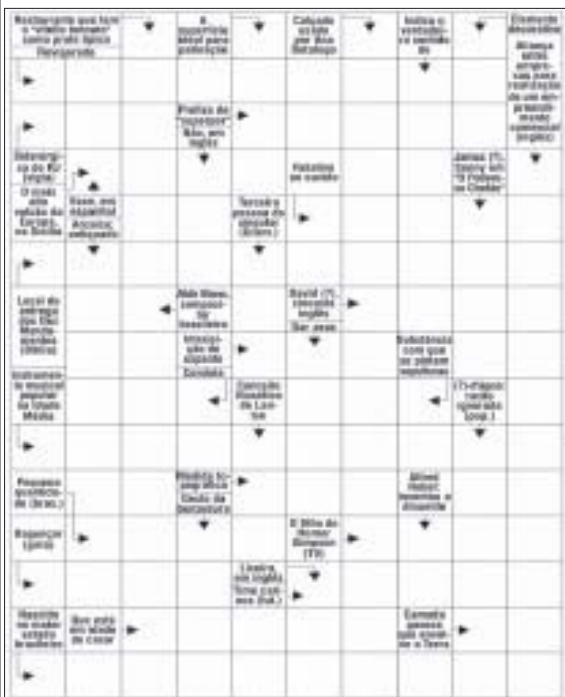
Hagar / Dik Browne



Recruta Zero / Mort Walker



cruzadas





**ELA É ALTA.
A AUDIÊNCIA É ALTA.
A EXPECTATIVA PARA
ESSA NOVIDADE
TAMBÉM.**

**AGORA A TVB
É RECORD.**

EM CAMPINAS
VOCÊ VÊ A
**ANA HICKMANN
NA TVB.**

- Canal 6 (TV Aberta)
- Canal 14 (NET)
- Canal 28 UHF (TVB HD)



tvb
AFILIADA RECORD
www.tvb.com.br

cinema

recomendados

Bruna Surfistinha

/ **ESTREIA** / Longa é baseado no livro *O Doce Veneno de Escorpião*, de Raquel Pacheco

Deborah Secco (foto) dá vida a Bruna Surfistinha, codinome de Raquel Pacheco, moça de classe média que resolve ingressar na prostituição. O diretor Marcus Baldini retrata as conquistas da personagem, como um grande apartamento, onde começa a receber os clientes, e as entrevistas em programas de televisão) com a população de seu bloq, mas também o lado de ela ter de manter relações sexuais com caras nojentos e o seu vício em cocaína.



Lixo Extraordinário

Documentário indicado ao Oscar narra trabalho do artista plástico Vik Muniz com catadores de lixo.



O Ritual

Seminarista cético passa período no Vaticano e descobre lado obscuro da igreja e da fé. Com Anthony Hopkins.



O Discurso do Rei

Longa recordista de indicações ao Oscar traz Colin Firth no papel do Rei George VI, que sofria de gagueira.

especial

Cinematerna — Sessão para mães acompanhadas de filhos de até 18 meses com iluminação especial, som mais baixo, estacionamento de carrinhos e trocadores na sala. **O Discurso do Rei**, no **Cinemark 8** (terça, 14h). Classificação: 12 anos.

estrelas

Bruna Surfistinha — Drama. 90 min. Brasil, 2011. Direção: Marcus Baldini. Com: Deborah Secco, Drica Moraes, Fabíula Nascimento. Jovem de classe média decide se tornar garota de programa. Baseado na autobiografia *O Doce Veneno de Escorpião*, de Raquel Pacheco. **Box Cinemas 1** (14h20, 16h40, 19h, 21h20); **Cine Valinhos 2** (15h, 17h20, 19h35, 21h50); **Cinemark 1** (16h30, 21h40); **Cinemark 2** (11h50, 14h10, 16h30, 19h, 21h40); **Cinesystem Cinemas Galeria 3** (14h20, 16h50, 19h20, 21h50); **Kinoplex 5** (14h05, 16h25, 18h45, 21h10); **Kinoplex 13** (14h45, 17h, 19h20, 21h40); **Moixens 2** (14h50, 17h05, 19h20, 21h35); **Topázio Shopping Prado 2** (14h15, 16h30, 19h20, 21h35). Classificação: 16 anos.

Desconhecido (Unknown) — Suspense. 103 min. Canadá/França/Japão/Reino Unido/EUA/Alemanha, 2011. Direção: Jaume Collet-Serra. Com: Liam Neeson, Diane Kruger, January Jones. Homem sai de casa após quatro dias e descobre que sua mulher não o reconhece mais e um homem está usando sua identidade. **Box Cinemas 4** (14h, 16h25, 18h50, 21h35); **Cinemark 3** (14h40, 17h10, 19h45, 22h10); **Kinoplex 1** (14h, 16h30, 18h55, 21h30). Classificação: 12 anos.

ENDEREÇOS

Box Cinema — Campinas Shopping, piso térreo, Rua Jaci Teixeira de Camargo, 940, Jardim do Lago, fone: 4005-1717. Ingressos: segunda, R\$ 7,00; R\$ 9,50 (meia); terça e quinta, para sessões iniciadas até as 17h, R\$ 10,00 (inteira), R\$ 5,00 (meia); após este horário, R\$ 12,00 (inteira), R\$ 6,00 (meia); quartas, R\$ 9,00, R\$ 4,50 (meia); sextas, sábados, domingos e feriados, para sessões iniciadas até as 17h, R\$ 14,00 e R\$ 7,00; após esse horário, R\$ 16,00 (inteira) e R\$ 8,00 (meia). Preço para filmes em 3D, de segunda a quinta, R\$ 20,00 e R\$ 10,00 (meia); sexta, sábado, domingo e feriado, R\$ 21,00 (inteira), R\$ 10,50 (meia). Promoções no site www.bocinemas.com.br. Pessoas com mais de 60 anos, estudantes com carteirainha e pessoas com até 18 anos, mediante documento que comprove a idade, pagam meia-entrada.

ATENÇÃO: Todas as informações sobre programação, horários e ingressos são de responsabilidade dos cinemas. Por ordem do juizado de menores a entrada nos cinemas só será permitida mediante apresentação de RG ou certidão de nascimento, mesmo em filmes de classificação livre. Horários válidos somente para hoje.

roteiro

Pipoca Moderna, que mistura Tropicália e Vanguarda Paulista, faz show de estreia hoje

Há até pouco tempo, *Pipoca Moderna* era somente uma música de Caetano Veloso do disco *Joia* (1975), na qual o compositor colocou uma letra genial em um tema regional. Mas, há pouco mais de um mês, é também o nome de uma banda campineira que toca músicas da Tropicália e da Vanguarda Paulista, que estreia hoje, às 15h, em frente ao túnel de pedestres da Vila Industrial, no “esquenta” do desfile do bloco Nem Sangue Nem Areia. “Para a ocasião, vamos tocar músicas com mais samba, com clima de Carnaval, ainda que não muito carnavalescas e pouco usuais dos chamados autores malditos — Novo Baianos, Jorge Mautner, Jorge

Ben, Elza Soares, Nação Zumbi e até mesmo *Eu Bebo Sim* (Luiz Antônio e João do Violão)”, conta o vocalista André Prada. Nascida a partir da ideia de três membros da banda Let It Bleed, cover dos Rolling Stones, Pipoca Moderna é um desvio em comum de seus integrantes, que têm as mesmas influências da música brasileira. “Como tocamos muito rock nas bandas das quais fazemos parte, pensamos em algo diferente e ligado às nossas influências de música brasileira. Nessa mistura de rock com MPB que quase ninguém toca na noite”, conta o guitarrista Bruno Mothé, que na ocasião vai tocar violão. Acostumado a passar os

carnavais no Rio de Janeiro, Mothé sempre pensou em criar uma banda assim. “A ideia me ocorria sempre quando ia aos blocos do Rio, que não tocam apenas

percussionistas do bloco que estivessem presentes. “Já combinamos com alguns e outros poderão subir ao palco. A ideia é fazer uma grande banda de música tropicalista”, antecipa Prada. Além dos dois integrantes, a banda é formada originalmente por Sezaão (bateria), Marlon Andrei (baixo) e Israel Tchê (guitarra). Logo na primeira apresentação da banda, improvisada em um churrasco, a ideia foi muito bem recebida pelos amigos. “Em um churrasco eu estava mal intencionado e levei as letras. O André e o Tchê estavam lá então tocamos e todos gostaram. No ensaio desta semana todos nós ficamos positivamente

surpreendidos porque conseguimos fazer a nossa interpretação das músicas, com o sotaque forte de rock’n’roll”, elogia Mothé. (Paula Ribeiro/Da Agência Anhanguera)

SAIBA MAIS

O que: Estreia da banda Pipoca Moderna no aquecimento do desfile do bloco Nem Sangue Nem Areia
Quando: Hoje, às 15h
Onde: Rua Francisco Teodoro, altura do número 1.050, em frente ao túnel de pedestres da Vila Industrial
Quanto: Entrada franca

O nome dele é Oscar



Fotógrafos e cinegrafistas registram imagens da estatueta dourada cobiçada pela nata do cinema norte-americano há 82 anos

/ CINEMA /
Estatueta mede 33cm, pesa 3,85kg e todo mundo que chega a Hollywood sonha em levar uma para a casa

OSCAR 2011



De Los Angeles

Ele mede apenas 33cm, pesa 3,85kg e se chama Oscar: este careca musculoso, banhado a ouro e que se ergue sobre um rolo de filme, é o prêmio mais importante do mundo da sétima arte. Ainda que o Goya espanhol, o Urso de Berlim ou o César francês tenham um enorme significado

Primeira cerimônia de premiação durou 15 minutos

para seus cineastas e para a comunidade do cinema independente, há 82 anos o Oscar é visto por milhares de pessoas ao redor do mundo co-



Modelos usados ao longo do tempo: primeiras estátuas eram feitas de bronze e pedestal estreou em 1945

mo um dos eventos mais egocêntricos de Hollywood: repleto de estrelas com roupas glamorosas.

O mistério da origem do nome tão comum, fato raro para um prêmio, é uma das lendas utilizadas para atrair mais a atenção. A Academia das Artes e Ciências Cinematográficas criou o Oscar em 1927 para promover seus filmes e honrar o desempenho de atores, atrizes, diretores e outros realizadores, que competem em 24 categorias. Originalmente, a Academia contava com 36 membros e hoje so-

ma 5.830.

O diretor de arte do estúdio Metro-Goldwyn-Mayer, Cedric Gibbons, foi eleito para desenhar a estatueta: um cavaleiro desnudo e corcubento, com os braços cruzados segurando uma espada e parado sobre um rolo de filme.

A primeira cerimônia — simples e rápida — ocorreu no dia 16 de maio de 1929 no Hotel Roosevelt de Hollywood, a poucos metros de onde atualmente são entregues os prêmios, o Teatro Kodak. Desde a primeira cerimônia, milhares de troféus foram en-

tegues em uma festa que se tornou um evento pomposo, e que se mostrou séria em tempos de guerra ou de atentados como os de 11 de Setembro de 2001.

As primeiras estatuetas eram de bronze, mas durante a Segunda Guerra Mundial — devido à escassez de metais — os troféus começaram a ser feitos de gesso, sendo logo substituídos pelas atuais figuras banhadas a ouro e prata.

O troféu não foi sempre chamado de Oscar, mas sua forma não mudou desde seu

nascimento, exceto quando foi acrescentado um pedestal, em 1945.

Uma lenda indica que a responsável pela biblioteca da Academia e eventual diretora-executiva Margaret Herrick achava a estátua muito parecida com seu tio Oscar. Então, seus funcionários começaram a se referir à estatueta como Oscar.

Um editorialista especializado em Hollywood, Sidney Skolsky, utilizou o nome em uma coluna de 1934 ao se referir ao prêmio de melhor atriz recebido por Katharine

Hepburn, e a Academia começou a utilizar o "apelido" em 1939.

A primeira cerimônia durou 15 minutos e foram distribuídas 15 estatuetas. Hoje em dia é uma transmissão de mais de três horas vista por cerca de 1 milhão de telespectadores no mundo. Divulgados inicialmente pelo rádio, os prêmios da Academia foram transmitidos pela televisão em preto e branco pela primeira vez em 1953, passando para a transmissão em cores em 1966. (Da Agência France Press)

PONTO DE VISTA



João Nunes
Crítico de cinema do Correio

As ausências e as apostas

São dez indicados. Nenhum excepcional filme, desses que entram para a história, que marcam a edição de um Oscar. A média, no entanto, é boa. Em minha opinião faltou *Além da Vida*, de Clint Eastwood — mesmo não sendo o melhor do velho Clint, é um ótimo filme.

Ele poderia perfeitamente ter entrado no lugar de *Minhas Mães e Meu Pai*, este, uma história cheia de preconceitos às avessas. Fala do universo gay, mas seu discurso lembra famílias do século 19. E, em pleno século 21, em casa de mulheres gays, homens héteros não entram. Um fiasco num tempo em que se fala em fim de preconceito contra gays. Voltando a *Além da Vida*, ele recebeu uma única e mísera indicação, a de efeito especial. Indicação merecida, diga-se, pois não é exibicionista, mas está a serviço da história.

Entretanto, não dá para competir com efeitos de *A Origem*, só para ficar num exemplo. Ficaria também de bom tamanho uma indicação para roteiro original, assinado por Peter Morgan.

Meu filme preferido, *A Rede Social*, apesar das oito indicações, deve ficar com duas ou três estatuetas, no máximo. Deve levar a de roteiro adaptado (ganhou o Globo de Ouro), mas não tem suporte entre as indicações para ganhar o prêmio principal. Não tem, por exemplo, atrizes nem atores — Jesse Eisenberg, apesar de ótimo no papel, não é páreo para Colin Firth, que já ganhou todas as competições neste ano. Dos cinco concorrentes na categoria filme estrangeiro assisti a três — o favorito *Em um Mundo Melhor*, da Dinamarca, eu não vi. Mas

gostaria muito que *Biutiful*, do mexicano Alejandro González Iñárritu, levasse. É um filme triste, mas muito bom. O argelino *Fora da Lei* e o canadense *Incêndios* correm por fora por conta do tema — guerras regionais —, que custava seduzir a Academia. Quanto ao brasileiro, só seria legal por ser brasileiro — na verdade, coprodução com Inglaterra — mas o filme tem muitos problemas. A começar pelo fato de ressaltar demais o quão legal é o artista Vik Muniz a ponto de realizar obras no lixão e ajudar os catadores de lixo. No final das contas, o documentário vira uma grande peça de marketing do próprio artista, além de enfatizar uma nova tendência do cinema atual, a de levar "mensagens", ensinar boas lições para o mundo — uma espécie de cinema de autoajuda. O que é detestável. Mas como o Brasil nunca ganhou Oscar, ficarei satisfeito que ele ganhe, lembrando que a representante legal junto à academia é a britânica Lucy Walker. É ela quem irá receber o prêmio, discursar e levar a estatueta para casa. Ocorre que a Academia não aceita a inscrição de mais de um nome de diretor e de produtor. Vejamos depois, se ganhar, para quem ficará o crédito desse Oscar. Uma última palavra para mencionar meus destaques em 2011: Jesse Eisenberg, belíssimo ator de *A Rede Social*; James Franco, outro que brilhou intensamente em *127 Horas*; Javier Bardem, de *Biutiful*; Mark Ruffalo, Annette Bening e Julianne Moore, todos de *Minhas Mães e Meu Pai*; e David Fincher (*A Rede Social*).

SAIBA MAIS

Confira a lista dos indicados ao Oscar 2011.

Filme

- **A Rede Social**
- **O Discurso do Rei**
- *Cisne Negro*
- *O Vencedor*
- *A Origem*
- *Toy Story 3*
- **Bravura Indômita**
- *Minhas Mães e meu Pai*
- *127 Horas*
- *Inverno da Alma*

Diretor

- David Fincher (**A Rede Social**)
- Tom Hooper (**O Discurso do Rei**)
- Darren Aronofsky (*Cisne Negro*)
- Joel e Ethan Coen (**Bravura Indômita**)
- David O. Russell (*O Vencedor*)

Ator

- Jesse Eisenberg (**A Rede Social**)
- Colin Firth (**O Discurso do Rei**)
- James Franco (*127 horas*)
- Jeff Bridges (*Bravura Indômita*)
- Javier Bardem (*Biutiful*)

Atriz

- Annette Bening (*Minhas Mães e meu Pai*)
- Natalie Portman (**Cisne Negro**)
- Nicole Kidman (*Rabbit Hole*)
- Michelle Williams (*Blue Valentine*)
- Jennifer Lawrence (*Inverno da Alma*)

Ator coadjuvante

- Mark Ruffalo (*Minhas Mães e meu Pai*)
- Geoffrey Rush (*O Discurso do Rei*)
- Christian Bale (**O Vencedor**)
- Jeremy Renner (*Atração Perigosa*)
- John Hawkes (*Inverno da Alma*)

Atriz coadjuvante

- Helena Bonham Carter (**O Discurso do Rei**)
- Melissa Leo (**O Vencedor**)
- Amy Adams (*O Vencedor*)
- Hailee Steinfeld (*Bravura Indômita*)
- Jacki Weaver (*Reino Animal*)

Roteiro original

- *Minhas Mães e meu Pai*
- *O Vencedor*
- **A Origem**
- *O Discurso do Rei*
- *Another Year*

Roteiro adaptado

- **A Rede Social**
- *127 Horas*
- *Bravura Indômita*
- *Toy Story 3*

Longa de animação

- *Como Treinar o seu Dragão*
- *O Mágico*
- **Toy Story 3**

Direção de arte

- Alice no País das Maravilhas
- Harry Potter e as Relíquias da Morte - Parte 1
- **A Origem**
- **O Discurso do Rei**
- *Bravura Indômita*

Efeitos visuais

- Alice no País das Maravilhas
- Harry Potter e as Relíquias da Morte - Parte 1
- *Além da Vida*
- **A Origem**
- *O Homem de Ferro 2*

Fotografia

- *Cisne Negro*
- *A Origem*
- *O Discurso do Rei*
- *A Rede Social*
- **Bravura Indômita**

Maquiagem

- *Minha Versão para o Amor*
- *Caminho da Liberdade*
- *O Lobisomem*

Figurino

- Alice no País das Maravilhas
- *I am Love*
- **O Discurso do Rei**
- *Bravura Indômita*
- *The Tempest*

Documentário longa-metragem

- *Exit Through the Gift Shop*
- *Gasland*
- *Inside Job*
- *Restrepo*
- *Lixo Extraordinário*

Documentário curta-metragem

- *Killing in the Name*
- *Poster Girl*
- *Strangers no More*
- *Sun come Up*
- *The Warriors of Glogang*

Edição

- **Cisne Negro**
- *O Vencedor*
- *O Discurso do Rei*
- *127 horas*
- *A Rede Social*

Filme de língua estrangeira

- *Biutiful* (México)
- *Dogtooth* (Grécia)
- **Em um Mundo Melhor** (Dinamarca)
- *Incendies* (Canadá)
- *Outside the Law* (Argélia)

Trilha sonora original

- *Como Treinar seu Dragão* (John Powell)
- **A Origem** (Hans Zimmer)
- *O Discurso do Rei* (Alexandre Desplat)
- *127 horas* (A.R. Rahman)
- *A Rede Social* (Trent Reznor e Atticus Ross)

Canção original

- *Coming Home* (Country Strong)
- **I See the Light** (Enrolados)
- *If I Rise* (127 horas)
- **We Belong Together** (*Toy Story 3*)

Curta-metragem

- *The Confession*
- *The Crush*
- *God of Love*
- *Na Wewe*
- *Wish 143*

Curta-metragem de animação

- *Day & night*
- *The Gruffalo*
- *Let's Pollute*
- *The Lost Thing*
- *Madagascar, Carnet de Voyage*

Edição de som

- **A Origem**
- *Toy Story 3*
- *Tron: o Legado*
- **Bravura Indômita**
- *Incontrolável*



Os assinalados são as apostas do Caderno C

Editoria de Arte: Sana/AAAP

josé simão

Carnaval! Só Como na Rua!

As Virgens do Formigueiro Quente. Devem ser Susana Vieira, a Angela Bismarchi e a Monique Evans!

BUEMBA! BUEMBA! Macaco Simão Urgente! O escultambador-geral da República tem tensão no Mundo Árabe! Últimas Notícias! Breaking News: Arrote de quibe do Habib's espalha guerra bacteriológica no mundo árabe! Rara-

rá! Tensão no Habib's. Daqui a pouco vai ter Rebelião no Habib's. Já imaginou se ele aumenta o preço da esfiha? A esfiha agora custa R\$ 8,99! BUM! Derruba! E o chargista Zedassila revela os três piores inimigos dos ditadores árabes: Orkut,

Facebook e Twitter! E essa foi a semana do Gaddafi, ops, Kagadha! Que tá a cara do Seu Madruga! E sempre com aquele traje trajico: Baiana do Quibe. De turbante e tudo. Quem é a estilista do Gaddafi? A filha do Dunga. Rarará.

E o Berlusconi, o Maluf Pomô? Adorei que as surubas do Berlusconi se chamam Bunga Bunga. E adivinha quem ensinou o Berlusconi a fazer bunga bunga? O Gaddafi, o próprio. Por isso que teve rebelião na Líbia. O povo também quer bunga bunga. Esfiha barata, bunga bunga e internet.

Ou seja, tudo o que um ser humano precisa pra ser feliz. É como aquele cartaz no botequim de Minas: "Aqui nós tem fumo, cachaca, rapadura e rapariga". Ou seja, tudo o que um ser humano precisa pra ser feliz.

E o Romário que só dorme nas sessões do Congresso. Vai ter que mudar o no-



me pra Roncário. E esse Carnaval que não chega? Vou pular no Bloco da Ansiedade. E três frases clássicas de todos os carnavais: 1) se a Gretchen soltar um pum

num saco de confete, é carnaval o ano inteiro. Então o que ela tá esperando? 2) transar com uma mulher só é tirar todas as outras. 3) Faça sexo seguro. Segura aqui, ó!

Rarará!

E tô adorando os Blocos 2011! Direto do Rio: Já Comi Pior, Pagando. Isso não é um bloco, é uma verdade insossí-mável! E uns corações de Búzios que fizeram um bloco chamado Os Tremendo! Mal de Parkinson com delirium tremens! E uns corações de Copacabana: Os Imóveis! E direto de São Gonçalo: Passa a Mão Mas Não Mete o Dêdo! Isso, vamos elevar o nível do Carnaval. Mais respeito com o Carnaval.

E direito de Olinda: Bloco Gastronômico Só Como na Rua! Rarará! E direito de Minas: As Virgens do Formigueiro Quente. Devem ser a Susana Vieira, a Monique Evans e a Angela Bismarchi!

E tá certo, o Carnaval é um formigueiro quente! Nós sofre mas nós goza!

Que eu vou pingar o meu colírio ulcinôgeno!

simao@uol.com.br

televisão

em destaque

MÚSICA

A&E exibe show de Santana e convidados

Hoje, às 23h, o A&E apresenta o show *Santana, Multidimensional Warrior*, com o guitarrista tocando ao lado de músicos consagrados, como Eric Clapton, Dave Matthews e Rob Thomas, na famosa casa de shows The Fillmore, em São Francisco, local no qual despontou sua carreira musical de mais de quatro décadas.

No concerto, Santana to-

ca sucessos como *Let There Be Light*, *Brotherhood*, *Spirit*, *Right Now* e *Praise* — todos de seu mais recente álbum, *Multidimensional Warrior*.

Nascido no México em 1947, Santana sempre foi mais conhecido por seu talento como guitarrista. Mas é também um compositor e cantor que gosta de misturar estilos de diferentes gêneros

e culturas, na tentativa de encontrar uma música que fale ao mundo inteiro. Ele começou a tocar violino aos 5 anos de idade, com seu pai, um experiente maricchi. Aos 8, adotou a guitarra e passou a se apresentar em bares e clubes. (Da Agência Anhanguera)



programação

Bandreirantes 0545 - Espaço Vida Vitoriosa 0700 - Band Hits 0800 - Lourenço & Tabali 0830 - Terra Nôvã 0930 - Band Motor 1030 - Entre Elas 1030 - Brasil Caminhoneiro 1100 - Informacional 1200 - Auto+ 1245 - Band Esporte Clube 1300 - Fórmula Truck - Etapa de Santa Cruz do Sul, RS 1430 - Magazine da Liga Uefa 1500 - Band Esporte Clube 1530 - Futebol 2011 - Campeonato Paulista - São Paulo/Palmeiras 1800 - Terceiro Tempo 2000 - V.I.P. - Segurança Especial 2100 - Domingo no Cinema - Harley Davidson e Marlboro Man: Capota Sem Trégua 2300 - Band Folia 2330 - Canal Livre 0030 - Entrevista Coletiva 0100 - Show Business 0145 - Cine Band - Por Uns Dólares a Mais 0415 - Espaço Vida Vitoriosa	02h15 - Super Papo 0300 - Igreja da Graça - Nossos Livros TV Cultura 0600 - Clássicos Aceno 0730 - Saúde Brasil 0800 - Nossos Tempos 0900 - Música de Aquarela 0900 - Viola, Minha Viola 1015 - Sr. Brasil 1115 - Mestre do Risco: Festival Darcy Gonçalves 1245 - Minúsculos - A Vida Privada dos Insetos 1300 - O Mundo Secreto dos Jardins 1400 - Intérop 1500 - Interp 1600 - Interp 1700 - Polítopo 1815 - Informacional 1830 - Onda, Santana e Viola 1900 - Rancho do Pescador 1930 - Polítopo 2000 - Interp 2100 - Nossos Tempos 2130 - TV Travel News 2200 - Betty Abrahão & Voçô 2300 - Nossos Tempos 2330 - Vigília das Grandezas de Deus	00h00 - Quiz TV Rede Família 0500 - Nossos Tempos 0700 - S.O.S. Espiritual 0730 - Sortido de Luz 0800 - Nossos Tempos 0900 - Polítopo 1230 - RF Shop 1300 - Rival 1400 - Lourenço & Tabali 1430 - Patrícia Gargal 1500 - Vigília das Grandezas de Deus 1600 - Interp 1700 - Polítopo 1815 - Informacional 1830 - Onda, Santana e Viola 1900 - Rancho do Pescador 1930 - Polítopo 2000 - Interp 2100 - Nossos Tempos 2130 - TV Travel News 2200 - Betty Abrahão & Voçô 2300 - Nossos Tempos 2330 - Vigília das Grandezas de Deus
SBT 0800 - Aventura Selvagem (reprise) 0700 - Pesca Alternativa 0800 - Vrum 0830 - Ganhe Mais Dinheiro com Jequi 0900 - Série - As Vozes de Raven 0945 - Série - Mais que Uma Família 1015 - Série - Eu, a Patroa e As Crianças 1100 - Domingo Legal 1200 - Eliana 1900 - Roda a Roda Jequi 1945 - Programa Silvio Santos	02h15 - Super Papo 0300 - Igreja da Graça - Nossos Livros TV Cultura 0600 - Clássicos Aceno 0730 - Saúde Brasil 0800 - Nossos Tempos 0900 - Música de Aquarela 0900 - Viola, Minha Viola 1015 - Sr. Brasil 1115 - Mestre do Risco: Festival Darcy Gonçalves 1245 - Minúsculos - A Vida Privada dos Insetos 1300 - O Mundo Secreto dos Jardins 1400 - Intérop 1500 - Interp 1600 - Interp 1700 - Polítopo 1815 - Informacional 1830 - Onda, Santana e Viola 1900 - Rancho do Pescador 1930 - Polítopo 2000 - Interp 2100 - Nossos Tempos 2130 - TV Travel News 2200 - Betty Abrahão & Voçô 2300 - Nossos Tempos 2330 - Vigília das Grandezas de Deus	00h00 - Quiz TV Rede Família 0500 - Nossos Tempos 0700 - S.O.S. Espiritual 0730 - Sortido de Luz 0800 - Nossos Tempos 0900 - Polítopo 1230 - RF Shop 1300 - Rival 1400 - Lourenço & Tabali 1430 - Patrícia Gargal 1500 - Vigília das Grandezas de Deus 1600 - Interp 1700 - Polítopo 1815 - Informacional 1830 - Onda, Santana e Viola 1900 - Rancho do Pescador 1930 - Polítopo 2000 - Interp 2100 - Nossos Tempos 2130 - TV Travel News 2200 - Betty Abrahão & Voçô 2300 - Nossos Tempos 2330 - Vigília das Grandezas de Deus

MTV/ TOP 10

Ellen Jabour estreia como VJ em março

Ellen Jabour é a nova VJ da MTV. A modelo e atleta radica nas horas vagas e já fez alguns trabalhos em televisão como no *Video Show*, da Globo, mas nunca trabalhou com o que ela diz ser sua verdadeira paixão, a música. A partir de março Ellen vai comandar o *Top 10*. O programa é a parada diária, votada pela audiência, dos dez cliques mais representativos da programação musical da emissora.



CHUVA/ COMBATE

Repórter Eco mostra união dos moradores

O *Repórter Eco* de hoje (*Cultura*, 18h) mostra que a união da população faz a diferença no combate às enchentes. O programa mostra um grupo de voluntários que se uniu a fim de enfrentar as inundações. Um morador chamado Djalma, por exemplo, construiu muros reforçados e comportas, além de abrir um tanque subterrâneo para captação da água da chuva, que depois é usada para irrigação.



os filmes

Os Caçadores da Arca Perdida (*Raiders of the Lost Ark*) — 13h45 na Globo. Estados Unidos, 1981. Direção: Steven Spielberg. Com Harrison Ford, Karen Allen. O arqueólogo Indiana Jones é contratado para encontrar a Arca da Aliança, que continha Os Dez Mandamentos que Moisés trouxe do Monte Horeb. Mas, como a lenda diz o que o espírito que a possui será invencível, Indiana Jones terá um adversário de peso na busca pela arca perdida: o próprio Adolf Hitler.

Harley Davidson e Marlboro Man: Capota Sem Trégua (*Harley Davidson and Marlboro Man*) — 21h na Band. EUA, 1991. Direção: Simon Wincer. Com Mickey Rourke, Don Johnson. Dois amigos descobrem que um velho amigo deles irá perder seu bar, porque o banco quer construir um novo complexo e exige US\$ 2,5 milhões para renovar o contrato de aluguel. Para ajuda-lo roubam o carro de segurança errado do banco e acabam se apossando de uma enorme quantia de uma nova droga sintética.

A Batalha de Riddick (*The Chronicles of Riddick*) — 23h na Record. EUA, 2004. Direção: David Twohy. Com Vin Diesel, Judi Dench. Os Necromongers são

guerreiros interplanetários que vivem de assolar novos mundos, oferecendo aos seus habitantes duas opções: se converter ou morrer. Os poucos que conseguem sobreviver aos Negromongers, liderados pelo sinistro Lord Marshal, são obrigados a acreditar em mitos e profecias, já que não vêem outra saída para se salvar.

Por Uns Dólares a Mais (*For a Few Dollars More*) — 19h45 na Band. Itália, 1965. Direção: Sergio Leone. Com Clint Eastwood, Lee Van Cleef. Um astuto caçador de recompensas está na perseguição de Indio, o mais temeroso e ameaçador criminoso do território. Mas seu impiedoso rival, o coronel Mortimer está determinado em capturar Indio primeiro.

Onde os Fracos Não Têm Vez (*No Country for Old Men*) — 19h55 na Globo. Estados Unidos, 2007. Direção: Ethan Coen, Joel Coen. Com Tommy Lee Jones, Javier Bardem. Um veterano do Vietnã, que vive no Oeste do Texas, aproveita uma venda de drogas fraca para fugir com dois milhões de dólares. Mas passa a ser perseguido por dois assassinos frios e determinados que ninguém pode conter.

poltrona do joão

Hoje é dia de clássicos

Um domingo de clássicos para cinefilo algum reclamar. São quatro grandes filmes exibidos na sequência e no mesmo canal. Começa com *Zorba, o Grego* (TCM, 15h, livre), de Michael Cacoyannis (1964), baseado no belo livro homônimo de Nikos Kazantzakis, sobre professor que conhece um grego (Anthony Quinn) apaixonado pela vida. Segue com *A Malhada* (TCM, 17h30, livre), de Joseph Mankiewicz (1950), com Bette Davis. Na verdade, "Tudo sobre Eva", no original, título que inspirou Pedro Almodóvar em *Tudo sobre Minha Mãe*, e fala sobre jovem atriz que busca o estrelato com ajuda de famosa diva dos

palcos, *Hannah e Suas Irmãs* (TCM, 19h55, 12 anos), Woody Allen (1986), um dos melhores filmes do diretor, sobre amores e desventuras de três irmãs durante o feriado de Ação de Graças. Encerra a mini-maraton com uma longa mais recente: *Perfume de Mulher* (TCM, 22h, 14 anos), de Martin Brest (1992), sobre jovem estudante (Chris O'Donnell) que vai caldar de ex-militar cego, em ótima e comovente performance de Al Pacino.

João Nunes é jornalista, crítico de cinema e autor do blog Sessão de Cinema do Cosmo On Line



A TRANSFORMAÇÃO DAS RELIGIÕES. Data estelar: Lua que migra transito pelo signo de Capricórnio. A imposição de dogmas que afastam nossa humanidade do relacionamento necessário com o mundo divino do qual somos feitos é, com certeza, a principal das transgressões que merece reificação. Mexer nesse assunto é como mexer numa colmeia de abelhas africanas completamente na. O poder material e de convencimento das castas sacerdotais de todas as religiões detém uma influência dogmática sobre as massas, alimentada por fantasias terríveis que assumem nossa humanidade desde a mais tenra infância. Ante essa transgressão evidente, eu nossa humanidade se religiou no fanatismo e passou a defender os dogmas cega e violentamente, ou tentou se libertar criando para si alternativas que não foram eficientes. Uns e outros precisam ser protegidos e incentivados a promover a transformação das religiões.

ÁRIES - 21/3 a 20/4
É sabido não depender da sorte, porém, ainda mais sábia é a atitude de aproveitar os lances de sorte quando esses acontecem. Para isso é necessário manter a mente clara e bem focada naquilo que se pretende conquistar.
TOURO - 21/4 a 20/5
A liberdade é sagrada, serve para criar maravilhas e perpetrar crimes. Isso torna nossa humanidade responsável por tudo que acontece aqui na Terra e que a natureza não produziu. Cuide de suas responsabilidades.
GÊMEOS - 21/5 a 20/6
Evite confundir-se ou iludir-se, tudo que de bom poderia acontecer agora depende inteiramente do grau de ousadia que você decidir aplicar através das atitudes. É hora de demonstrar sua na vida e destino.

CÂNCER - 21/6 a 21/7
Confinar-se em relacionamentos para as pessoas se maltrataram mutuamente é uma tolice. Afinal, o que caracteriza o progresso da alma é o exercício da liberdade. Agora é tempo de você colocar sua liberdade em prática.
LÂB - 22/7 a 22/8
A necessidade é a mãe do destino e a verdadeira justificativa de todos os direitos. Lutar por direitos que não forem realmente necessários levanta a suspeita de haver um mero capricho alimentando o conflito.
VIRRE - 23/8 a 22/9
A verdadeira e eterna riqueza consiste em desenvolver relacionamentos desinteressados. Esses serão a base do ulterior desenvolvimento e progresso, porque as pessoas incentivarão você a seguir pelo caminho certo.

LIBRA - 23/9 a 22/10
A simplicidade é disponível a você, por que não aproveitá-la? Enquanto isso, deixe os grandes e por enquanto insolveis problemas de lado, num futuro mais distante você administrará melhor de acordo com a necessidade.
ESCORPIÃO - 23/10 a 21/11
Dentre todas as necessidades, divertir-se é uma das mais importantes. A alma leve e plena de alegria sempre será capaz de tomar decisões mais sábias, as quais, evidentemente, beneficiarão todos as pessoas.
SAGITÁRIO - 22/11 a 21/12
Distribuir para progredir, está é a lei do momento. Todo progresso depende de suprir reais necessidades, perante as quais o maior número possível de pessoas se beneficiará. Pense nisso e tome suas atitudes.

CAPRICÓRNIO - 22/12 a 20/1
Ainda que as pessoas próximas não compreendam sua radical guinada e critiquem você por ter transformado suas opiniões, se a sua alma segue o caminho da necessidade será protegida pelo destino calcado sobre essa.
ÁQUÁRIO - 21/1 a 19/2
É impossível criar se sua alma se acomoda na realidade dominante. É necessário opor-se à realidade, mesmo que aos olhos do mundo essa seja a melhor possível. Acomodar-se é o oposto do processo de criação.
PEIXES - 20/2 a 20/3
Confiar menos na sorte e mais na sua capacidade de enfrentar o que parece tão temível, mas que só representa o estor de um passado que ao não fazer mais sentido perde sua força numa velocidade estonteante.

ALMIR REIS
societa@rac.com.br

società@rac.com.br

società



Vitória do bem 1

Um novo homem está surgindo no cenário mundial após conquistas e lutas pela liberdade de viver e de atingir novos patamares sociais, culturais e políticos. O resultado é da vitória do bem sobre o mal.

Vitória do bem 2

As religiões também são parte dessa nova sociedade oriunda de classes sociais menos privilegiadas, desempenhando um papel importante nas conquistas através de ações dignas do bem. Que assim seja!



CHUVA DE ARROZ

Festeiros que só eles, Luiz Alceste e Cinthia casam-se no dia 12 de março, às 20h, na Sociedade Hípica de Campinas, com uma elegante recepção que promete ser das melhores. Eles vão reunir a juventude dourada para brindar a data inesquecível. Enquanto isso, os pais Luiz Alceste Del Cistia Thonon e Solange Maria Vieira Thonon, mais Umberto Antonio Nespoli e Roseli Granzo Nespoli, recebem *tout le monde* para um souper grifado.



**TODA CHARMOSA e feliz da vida,
Luciana da Cunha ao lado do marido Raphael Araújo**



MARIA TERESA Arruda Camargo da Cunha
e Lix da Cunha Neto, pais da noiva



RENATO E Cláudia Henry no casamento que movimentou a Hípica

DONA
DA BOLA

Ficou mesmo comprovado que os modelitos da Diane von Furstenberg fazem sucesso por aqui. A loja na Iguatemi em Sampa faturou bem mais que a flagship dela em Nova York. O big boss Carlinhos Jereissati Filho está pra lá de feliz com o feito histórico, já que a grife de Diane no shopping teve um volume de vendas em janeiro bem maior do que as demais ao redor do mundo.



MARCELO DA Cunha e Thais Lapa festejando com os noivos



**GUSTAVO DA
Cunha e Regiane
Pegorari na
elegante festa**

PSIU!

Se linda não fosse, além de chique que é, Natália Afonso Ferreira faria sucesso apenas pela meiguice. A jovem socialite campineira recentemente foi a bola da vez durante um festão em Nova York. A moça promete trilhar um caminho pra lá de vitorioso. Anote aí.

LINDA &
MARAVILHOSA

Uma boa dica da semana pra você ficar ainda mais bonita nas festas badaladas: depois de preparar o rosto com base líquida e pó compacto, passe em toda pálpebra móvel uma sombra violeta e arremate com lápis preto a raiz dos olhos. Logo após, use e abuse do rímel preto nos cílios até alongá-los ainda mais. Finalize o make com um sensual batom vermelho. Vai arrasar!

CHIQUE DE DOER

Os olhares das grã-finas estão voltados para o novo lançamento das bolsas Burberry Biker, que estão uma graça. Aos poucos elas desembarcam no Brasil, mas algumas campineiras antenadas já trouxeram algumas peças de Londres. Uau!



MARCOS DA Cunha Henry e Vitória Bittar no casório dos Cunha/Araújo

Encha o prato com ainda mais sabor e satisfação.

AGORA VOCÊ TAMBÉM PODE SABOREAR À VONTADE AS DELÍCIAS DA MAMMA.

Além do self-service com preço por prato, cliente Mamma Maria Cambari como o quanto quiser pagando apenas R\$ 27,90, incluindo a sobremesa.

Rua José Pinheiro Neto, 214 - Curitiba
Tel: (41) 3296-4020
aberto de 11h às 11h

Mamma Maria Cambari
ESTABELECIMENTO
Cambari

Preço promocional sujeito a alteração sem aviso prévio. Consulte nosso cardápio.

MAIOR LOUCURA

**OUTLET TREVÓ
DAS MARCAS**



MAIOR LOUCURA

SUPER QUEIMA DE CALÇAS JEANS

LADY DENIM - R\$ 25,00 cada
BY PURAMANIA

CAMISETAS MASCULINAS - KOTHOOS - **R\$ 19,90**
CALÇA LEVIS - **R\$ 98,00** | VESTIDOS KOTHOOS - **R\$ 29,90**
CALÇA LEE A PARTIR DE **R\$ 84,00**

REGATA LEE FEMININA - **R\$ 16,99** - TAMANHO P
REGATA PURA MANIA MASCULINA - **R\$ 19,99**
POLO LEVIS FEMININA - **R\$ 50,00**

EM ATÉ 3X

REF.: ATRÁS DO BRADESO DO JARDIM DO TREVÓ
NESTE SÁBADO 26/02 E DOMINGO 27/02 DAS 9H ÀS 14H
Rua Fernão Pompeu de Camargo, 1477 - Jd. Trevo

Fone: (19) 3579.2477

Os sucessos dos grandes carnavais nos bailes de salão do Almanaque

MÚSICAS GRANDES
COM OS MELHORES MUSICANTES E DANÇAS DE TODOS OS CARNAIS

KIT FOLIO

6, 7 E 8 MARÇO 21:30
MÚSICA E BAILÃO CARNAVALESCOS E BAILÃO DE SALÃO DE INVERNO E CARNAVAL DE SALÃO DOS CARNAIS

CVC
Círculo Verde de Curitiba

**Aproveite a Semana
Jantar Gourmet
e ganhe o Cheque Mulher
com 30% do valor
desses produtos
para novas compras.**

Lleve para sua casa tapas, massas, pratos de salada
e garbanzo e promova excelentes dias a três de mulher.
Cheque Mulher para o seu estilo de comprar e economizar.

etna
www.etna.com.br

[illegible]

**zuza homem
de mello**

zuza.k@terra.com.br



O beijo de Ney Matogrosso

Ney Matogrosso já percorreu o Brasil e Portugal com a turnê *Beijo Bandido*, espetáculo em que o cantor combina melodia e poesia com rara competência. O repertório do show traz obras de compositores aparentemente incomunicáveis entre si, como Caetano Veloso e Vinícius de Moraes, Luiz Bonfá e Herbert Vianna, mas o intérprete conseguiu integrá-las de uma maneira que parecem ter sido criadas pelo mesmo compositor em parceria com o mesmo letrista



Ney Matogrosso durante show da turnê *Beijo Bandido*, que estreou em Minas Gerais em 2009 e já rodou o Brasil em 96 apresentações, além de Lisboa, Porto e Açores

Depois do show retornávamos pela Marginal Pinheiros para nosso apartamento, torcendo para que a energia tivesse voltado, evitando subir os seis andares que separam nosso aconchego da rua agitada. Bom, seis andares não é tanto assim, mas um elevadorzinho ajuda muito. No caminho só falávamos do lindo espetáculo que tínhamos visto, *Beijo Bandido*, com o Ney Matogrosso.

Fomos cumprimentá-lo no camarim conduzidos por João Mário Linhares, seu competente empresário e nosso querido amigo. Na comprida fila, do pé da escada à porta do camarim, a turma de fãs declarados de Ney esperava a sua vez sem se irritar. Ney atende um por um com atenção. Incrível como agrada a todo mundo. Senhoras de idade e garotas misturadas com homens maduros e rapazes, não dá para identificar qual a classe, o sexo ou a faixa etária dos admiradores de Ney. É uma legião indefinível de quem não perde seus shows por nada. Um caso à parte na música popular brasileira. Faz quantos anos mesmo?

No camarim

Nosso encontro foi breve como é inevitável nessa situação, a de cumprimentos em camarim. Breve mas o suficiente para que ele confirmasse o que sentíamos e lhe perguntamos: "É isso mesmo, diverte-me muito com o show." Ney é amoroso e tranquilo, nada a ver com aquele azogue no palco de pouco tempo antes. Abraçamo-nos carinhosamente e, como de hábito, beijamo-nos no rosto.

O beijo na face é absolutamente natural, principalmente no meio musical, entre homens que se gostam. No Brasil, de uns anos para cá, há muitos na Argentina, na Itália, França, na Espanha e outros países. É uma demonstração mútua de amizade, um hábito que conservo há bastante tempo com os queridos amigos portenhos. A amizade entre homens é uma preciosa

dádiva cultivada através dos anos, independente da distância.

Descompostura

Ainda há quem faça restrição a esse gesto de carinho tão significativo, o de dar e de receber um beijo no rosto. Trinta anos atrás levei o maior esbregue de uma ex-namorada depois de dar um beijo em meu querido amigo Hermínio Bello de Carvalho. Perdi o rebolado com aquela descompostura calcada num hipotético mau juízo sobre nosso comportamento. Desnecessário dizer que o namoro foi para o brejo, enquanto a amizade com Hermínio cresce a cada encontro. Homens que se cumprimentam com beijo são homens que se gostam, como os turcos que andam de mãos dadas pelas ruas de Istambul.

O trunfo da verdade

A relação entre homens é o primeiro assunto que vem à tona quando o alvo de uma entrevista é Ney Matogrosso. Em um dos inúmeros recortes de jornal que guardo em meu arquivo há uma frase que bem define sua personalidade. Apavorado com sua primeira entrevista depois da separação dos Secos e Molhados, súbito encontrou a solução para a temida pergunta que certamente viria, aberta ou insinuada: "Tenho que dizer a verdade". A verdade de Ney é seu trunfo invencível, o que faz dele um artista incomum, uma atração cuja performance vale sempre mais do que o preço do ingresso.

Há 30 anos

Foi o que ficou claro numa de minhas críticas para o jornal *O Estado de S. Paulo* de agosto de 1981, que bem poderia servir para descrever seu espetáculo atual *Beijo Bandido*.

"Afinal, em que consiste o show de Ney: dança com música ou música com dança? Aí é que está: na fortíssima presença que assume no palco, com gestos, requebros, voos

e expressões, ele consegue embaralhar com total dignidade o nu e o vestido, o masculino e o feminino, o estranho e o comum, o claro e o escuro, o metal e o couro, a voz e o movimento e, como consequência de tudo, a música com a dança. Sem jamais esquecer beirar o mau gosto, Ney tem uma proposta enfeitada com brilhos de anéis e pulseiras, ondulações de corpos nus e franjas, que é plenamente atingida do primeiro ao último momento desse espetáculo (...). Mas onde seu espetáculo pega o espectador é

na fantasia que ele consegue provocar, e vejamos só como, através do físico. Aí, provavelmente, a razão que faz o público ficar enfeitado, vendo e ouvindo Ney Matogrosso, mas na verdade, por ele alçado, à fantasia. Desnecessária a conclusão, mas ainda assim, lá vai: Ney faz o melhor show de sua carreira, que vale integralmente o dinheiro do ingresso, um 'must' como se diz na gíria mundana".

Olhar certo

Trinta anos mais tarde seu novo espetáculo, estreado em



Postura do artista em cada uma das canções é variada, embora o repertório gire em torno de um único tema: o da relação amorosa

Juiz de Fora em setembro de 2009, já rodou o Brasil em 96 apresentações. Esta foi a quarta vez na Capital paulista, a partir de novembro de 2009 no teatro Bradesco, passando pelo Citybank Hall em março de 2010 e pelo Sesc Pinheiros em novembro de 2010. Rodou com casa cheia pelas principais capitais brasileiras do Sul, Centro-Oeste, Norte e Nordeste, além de Lisboa, Porto e Açores, em Portugal, onde faz sempre muito sucesso.

Desta vez ele se apresenta com a mais trivial vestimenta embora elegantíssima: um terno bege com forro vermelho no casaco, camisa aberta ao peito e gravata preta e fina enrolada no pescoço. Seu olhar, um arco de flecha que mira e acerta a sensibilidade de cada espectador, combinado com os movimentos do corpo, braços, pernas e mãos expressivas traduzem coreograficamente o tema de cada canção.

Difícil encontrar outro intérprete da nossa música capaz de juntar com tamanha adequação motivos melódicos e poéticos díspares que se tornam tão integrados na proposta do espetáculo. Sua postura em cada uma das canções é impressionantemente variada, embora todas elas girem em torno de um tema comum, o da relação amorosa em suas múltiplas vertentes, a conquista, o ciúme, o desentendimento, a separação, o medo, o abandono, a sedução, o desejo, a posse, a traição, a dissimulação, a saudade, a falsidade, a verdade.

Para montar o repertório de seu show, Ney revolve o mundo de canções brasileiras numa pesquisa que bem se pode imaginar quão imensa e trabalhosa foi. Consegue juntar canções, aparentemente incomunicáveis, numa convivência tal que parecem ser movimentos de uma sinfonia ou "score" de um musical criado pelo mesmo compositor em parceria com o mesmo letrista. Assim, Ney inte-

gra num caldeirão cubos com bolas, Caetano com Vinícius de Moraes, Luiz Bonfá com Herbert Vianna, Jacob do Bandolim com Zé Ramalho. Em sua triunfal interpretação de *À Distância*, de Roberto e Erasmo Carlos, extrai o que não se supunha existir. Mais do que nunca Ney Matogrosso demonstra que a trajetória de uma canção nunca alcança um fim, que ela sempre pode ser revivida em todo o seu esplendor. Depende de quem o faz.

Espectáculo de gala

Recentemente, após reger *Iphigénie en Tauride* no Metropolitan de New York, revelou-me o maestro Patrick Summers que aos 70 anos a voz de Plácido Domingo está perfeita, algo muito raro na música lírica. Apesar de também beirar os 70, Ney está cantando cada vez melhor, com expressividade e segurança em toda a extensão de sua voz privilegiada de tenor contratado. Quanto mais difícil de cantar uma canção, melhor ele canta.

Ney é também o coreógrafo intuitivo de si próprio, outra tarefa de que se incumbem com brilhantismo no tratamento dado a cada canção. Os modelares arranjos do pianista Leandro Braga, líder do quarteto que funciona como uma orquestra, e a iluminação do próprio Ney com Juares Farinon compõem o quadro que torna esse show um espetáculo de gala no cenário atual da música popular brasileira abundantemente servida por sub-espetáculos que arrepiam pelo primarismo, pela apelação vulgar e sobretudo pela incompetência musical de seus realizadores, num dos países melhor dotados para a música popular em todo o mundo.

Resta mencionar que a turnê de *Beijo Bandido* incluiu até agora duas cidades do Estado de São Paulo além da capital, Santos e Ribeirão Preto. Campinas infelizmente ainda não teve esse privilégio. Por enquanto.

Um drama comovente



A garota Morgana Davies interpreta Simone, que se apegua à ideia de que o pai morto vive em árvore

/ ESTREIA /
Longa *A Árvore*,
da cineasta
francesa Julie
Bertucelli,
mostra a
dor da perda

A paisagem idílica do imenso planalto australiano serve como pano de fundo para o belo *A Árvore*, que estreia hoje. Numa casa construída embaixo de uma enorme figueira, vive um casal com seus três filhos.

Longa integrou a seleção do Festival de Cannes

O longa começa com um belo take da casa sendo literalmente transportada em cima de uma carreta, até ser instalada embaixo da árvore. A vida da família O'Neil é pacata e feliz até que o pai morre após sofrer um ataque do coração. A fatalidade devasta a família. A mãe, Dawn, interpretada por Charlotte Gainsbourg, entra em depressão e desestabiliza toda a casa. Os filhos já não sabem mais o que fazer enquanto a mãe passa os dias chorando.

O filme que, a princípio, poderia levar o espectador a achar que se trata de um dramalhão denso e melancólico, passa a ganhar contornos mais leves e palatáveis quando a filha Simone (papel muito bem interpretado pela jovem Morgana Davies), de apenas 8 anos, com sua maturidade e alegria, passa a acreditar que o espírito do pai incorporou na grande fogueira. Aos poucos, a mãe começa a retomar a vida, arruma um emprego (até então ela não trabalhava) e, quem sabe, também encontrar um novo amor.

Como um fantasma, no entanto, a árvore parece assombrar a família. Galhos que se desprendem e destroem partes da casa, e as raízes que cresceram demais e passam a prejudicar as tubulações de esgoto e água são apenas alguns dos problemas causados pela árvore. Nada disso parece incomodar a garota e, posteriormente, a mãe, que embarca na fantasia da filha. Simone acha que pode ouvir a voz do pai saindo da figueira.

A imensa árvore funciona na longa como uma metáfora daquilo que a família perdeu e não conseguiu esquecer. A figura já está morta e deve ser cortada, pois há o risco de cair em cima da casa e matar todos. O pai já morreu, mas para eles não está sendo fácil superar essa perda. O longa é carregado de emoção, sem ser piegas, mas o ritmo da narrativa pode cansar alguns espectadores.

A *Árvore* é dirigido por Julie Bertucelli (de *Desde que Otari Partiu*), baseado no livro *Our Father Who Art in the Tree*, de Judy Pascoe. **(Da Agência Estado)**

NEXTEL

ACESSO ÀS REDES SOCIAIS E SUA REDE
NEXTEL NO MESMO APARELHO É ÓTIMO.
COM ESSE DESCONTO, É IMPERDÍVEL.

8
Gb

REDES SOCIAIS
ANDRÓIDE MARKET
GPS NEXTEL
CÂMERA 3.0
CONEXÃO DIRETA VIA 3G

PREÇO DE
DE R\$ 1.299,00
POR APENAS
649,00
POR R\$ 64,00

NEXTEL.COM.BR
0800 70 30 145

Preço sugerido de varejo. Preço promocional sujeito a aprovação da operadora. Preço promocional sujeito a aprovação da operadora. Preço promocional sujeito a aprovação da operadora.

SEM ANUO NO CARIÓTIPO DE BOM DIA POR 1 ANO

O Serviço Móvel Especializado é destinado a pessoas jurídicas ou a grupos de pessoas, baseado na política, caracterização pelo realce da atividade econômica, no caso de pessoas jurídicas, e atividade econômica baseada na política, caracterização da atividade econômica. Serviço Móvel Especializado é um sistema de radiomóveis para uso exclusivo de empresas. Não é possível a utilização do Serviço Móvel Especializado para uso pessoal. A utilização do Serviço Móvel Especializado para uso pessoal é considerada uso indevido e pode acarretar a suspensão do serviço. A utilização do Serviço Móvel Especializado para uso pessoal é considerada uso indevido e pode acarretar a suspensão do serviço. A utilização do Serviço Móvel Especializado para uso pessoal é considerada uso indevido e pode acarretar a suspensão do serviço.

Comédia aposta mas 'habilidades' de Sandler

Esposa de Mentirinha — que estreia hoje — é o sexto filme de Adam Sandler com o diretor Dennis Dugan. Como de hábito, temos um longa que aposta suas escassas fichas na “habilidade” de Sandler para compor personagens cujo horizonte mental é o de um adolescente cretino com gags grosseiras e sem graça. Danny Maccabee (Sandler) é um cirurgião plástico capaz de mentir com a mesma facilidade com que respira. Em uma festa, cai de amores pela curvilinear Palmer Dodge (Brooklyn Decker).

No dia seguinte, convença Katherine (Jennifer Aniston), sua assistente, a lhe dar uma mãozinha. Quando conheceu Palmer, Danny lhe disse três mentiras: que era casado, tinha dois filhos e estava em processo de divórcio. Para seguir em frente com o embuste, ele pede que Katherine banque a quase ex-esposa e traga seus dois filhos para a farsa.

Essa turma acaba indo parar no Havai, onde mais quiproquós acontecem, assim como novas mentiras, o único combustível dessa comédia de fôlego curto.

Mas o verdadeiro amor chega e, então, Danny é obrigado a ser sincero. Essa súbita irrupção de bons sentimentos no coração do patife não convence e nem diverte. Pior, traz carga tremendamente moralizadora: quando se diz a verdade, tudo entra nos eixos. Edificante.

Paupérrima, a intriga de *Esposa de Mentirinha* não tem nem o mérito da originalidade, pois foi "inspirada" na comédia *Flor de Cactus* (1969), de Gene Saks. O filme dilui seu modelo, desnaturando-o com piadas vulgares e situações cafaístes. (Alexandre Agabiti Fernandez/Da Folhapress)

Anões de jardim em versão inusitada

/ **INFANTIL** /
Gnomeu e Julieta,
que entra em
cartaz hoje,
adapta com
humor clássico
de Shakespeare

Luiz Carlos Merten
DE SÃO PAULO

Cinefílo que se preze já viu muitas vezes a história de Romeu e Julieta na tela. Além das versões literais de George Cukor, Renato Castellani e Franco Zeffirelli, Romeu e sua Julieta já cantaram e dançaram (*Amor, Sublime Amor*), foram parodiados (nas chanchadas da Atlântida, com Oscarito e Grande Otelo) e até fizeram a Segunda Guerra (*Romeu e Julieta nas Trevas*). Mas ainda falta-

va a versão que estreia hoje. *Gnomeu e Julieta* não é só a nova animação do codiretor de *Shrek 2*, Kelly Asbury. Como o título sugere, a dupla trágica de Shakespeare se metamorfoseia em... anões de jardim.

Existe a casinha vermelha e a azul. A primeira pertence ao sr. Capuleto e a outra, à sra. Montéquio. Embora vizinhos, os donos não se falam. A aventura começa quando os humanos saem de casa. Romeu é o anão azul, Julieta veste-se de vermelho, cada um no seu jardim. São atraídos um pelo outro, mas o mundo conspira contra eles. A aia, frei Tucker, veja para saber em que as figuras secundárias — mas essenciais na trama — se transformam.

Animações envolvem longos processos de gestação (e realização). *Gnomeu e Julieta* demorou 11 anos para ser feita. Onze anos! O produtor associado, além de autor da tri-



Cena da animação *Gnomeu e Julieta*: paródia aposta nas crianças

lha, Elton John aposentou momentaneamente o título de "sir" e armou o maior baraco na imprensa norte-americana. *Gnomeu e Julieta* converteu-se num grande sucesso da Disney. Somente nos EUA, faturou de cara US\$ 75

milhões. Estourou na Europa e lidera as bilheterias em Paris.

Elton John acusa John Lasseter (da Pixar) de ter sido contra o projeto, que não considerava rentável, tendo dificuldade ao máximo sua realização. John acrescenta que *Gnomeu e Julieta* só não faturou mais porque foi mal lançado. Os filmes da Pixar, independentemente de serem parcerias com a Disney ou não, investem no roteiro e na tecnologia (de preferência digi-
tal).

Gnomeu usa a ferramenta do 3D, mas Lasseter não investe no processo (como em *Up — Altas Aventuras*, por exemplo). O roteiro, desta vez, visa menos ao público adulto — e aposta nas crianças (o que não significa que seus pais não possam se divertir). A curiosidade é saber se Gnomeu vai repetir aqui seu triunfo internacional. (Da Agência Estado)

Veja mais no portal RAC

Confira

os trailers

cecílio



Curtir pai e mãe

Prometi-me, neste Carnaval, ser vagabundo e rei. Haverá de ser. À minha maneira. Pois, deste meu lugar, não ouvirei sons de tambores, de cuicas, nem sentirei o odor do lança-perfume. Confete e serpentina existirão, caídos dos galhos de árvores, trazidos pela chuva ou pelo vento. E haverá solidões profundos. E, por isso mesmo, fecundos.

Ao iniciar a escrita, num dia chuvoso, dei-me conta da data: 3 de março. E pensei em meus pais, quase que uma nostalgia insuportável, ausência de um tempo e um lugar, de pessoas. Foi saudade de um mundo, na certeza de algo morto de morte morrida. Tudo, então, se misturou: sentimentos, emoções, lembranças, saudade, vazios de alma e um significativo 3 de março em véspera de Carnaval.

Minha mãe era festeira. Faceira, vaidosa, bonita, de

alegria absurda e contagiante. Ela, até na dor, conseguia rir, rindo e chorando, sorrindo e derrubando lágrimas. E meu pai apenas a olhava, os olhos tristes, de um azul límpido mas melancólico. Sempre me pareceu que ela ria, sorria, alegrava-se para ele não mergulhar na tristeza que o acompanhava pelo resto da vida, desde que viu minha irmãzinha sob as rodas de um caminhão. Enlouquecido, ele tentou erguer, com mãos desesperadas, o veículo assassino. Nunca mais se ouviu uma risada dele. Apenas sorrisos tímidos, olhares que ele dirigia à minha mãe como a lhe pedir: "ria por mim."

Amor é sentimento tão complexo que não consigo falar ou escrever dele com naturalidade. Houve até quem o comparasse a uma afecção, um afeto que afeta. Ainda é como se sexualidade, erotismo e amor fossem

fontes de águas diferentes que, em algum momento, se misturam. Entre pais e filhos, porém, o amor transparece numa virtude até mais generosa, a que se dá o nome de piedade. E, por piedade, temos que entender o que os antigos sabiam com mais clareza: uma certa devoção - como a que se professava aos deuses - temperada com misericórdia e caridade.

Nas tábuas da lei - que Moisés disse ter recebido do próprio Deus - o amor é destinado a Deus e ao próximo. Aos filhos, a lei apenas ordena: "Honrar pai e mãe." Não diz sequer de gostar, muito menos de amar. São os pais que nutrem essa devoção assustadoramente visceral aos filhos. Sem nada exigir, sem pedir reciprocidade. De filhos, esperam-se a responsabilidade e o dever de gratidão, de consideração, de estima. Honrar alguém é isso. Honrar pai e mãe, é isso com mais enlevo. Mas há amor, sim.

Não gosto do verbo curtir, que tem substituído o usufruir, o fruir. Mas parece-me ser o mais apropriado para dizer daquilo que me vai pela alma. Quando meus filhos eram pequenos, adolescentes - e ainda agora, de uma outra maneira - eu curtiá-los com eles, brincar com



eles. Foi quando comecei a entender meu pai, sua doação integral, o carinho, a ternura, com os filhos, a mulher, a família. E como ele curti - não me esqueço - estar comigo, o primeiro filho homem, apresentando-me a vida e à vida, preparando-me para ela até nos folguados. Sei, hoje, ter-me, ele, orientado tão generosamente quanto um passarinho-pai ensina o filhinho a voar.

Guardo recordações desde os meus dois, três anos de idade. Ele me levava à beira

do rio amado, como se me batizasse quase todas as tardes naquelas águas, revelando pequenos segredos, ensinando-me a nadar, a saltar do trampolim. E eu, do alto, me atirava, sem medo algum, a certeza inabalável de ele estar, de braços abertos, à minha espera. Nunca mais, em minha já longa vida, temi perigos, pois sempre me pareceu haver uma proteção a me esperar. Algumas vezes, não houve. E os tombos doeram. Mas eu sabia, por lição de meu pai, ter que ir em busca de uma luz.

Pois ele me garantiu tudo já estar escrito nas estrelas, o "mactub" árabe.

Agora, quando a vida se alongou, tudo entendo ainda melhor. E o desejo, cada vez mais profundo e intenso, é o de que meus filhos me curtem, pois o fruto amadureceu, está pronto para ser sugado, mordido, chupado, como manga madura, jaticaba no pé. Na verdade, na verdade, quero-o muito menos por mim e muito mais por eles, meus filhos. Para que, quando envelhecerem, não sintam essa solidão aguda, esse sentimento irreversível de orfandade, o desgosto de, por mais que eu tivesse reverenciado meu pai, não tê-lo curtido mais. Por que não o mordi, não o comi, não o devorei em toda a sua generosidade e doação? Não sei e lamento-me.

Nesta véspera de Carnaval, no dia 3 de março, meu pai chegaria aos 100 anos. Perdoe-me o leitor por eu fazer uma celebração pessoal neste cantinho. Mas é meu Carnaval de rei e de vagabundo. Dei-me o direito de amar com saudade. Mesmo morto, meu pai está tão vivo em mim que a carne me dói.

■ Cecílio Elias Netto é escritor e jornalista. E-mail: cecilio@terra.com.br

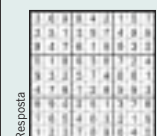
sudoku



Os jogos pertencem aos livros Sudoku Puzzles 100, volumes 1, 2, 3, 4, 5, 6 e 7 publicados pela Verus Editora. Mais informações em www.veruseditora.com.br

Como jogar

* Cada filera (vertical e horizontal) deverá conter números de 1 a 9.
* Cada grade menor, de 3 x 3 quadradinhos, deverá conter números de 1 a 9.
* Nas fileras horizontais e verticais da grade maior, cada número deverá aparecer uma só vez.
* O objetivo do jogo é preencher cada quadradinho com um número de 1 a 9, considerando que o número deverá aparecer apenas uma vez na horizontal, na vertical e na grade menor.



Resposta

quadrinhos

Tatu-man / Bira



Tubino / Tannus Jr.



Dilbert / Scott Adams



Xaxado / Antonio Cedraz



Hagar / Dik Browne



Recruta Zero / Mort Walker



cruzadas



Charlie Sheen conquista o Twitter

/ ATOR /
Após polêmicas,
artista atrai
1 milhão de
seguidores
em um dia

Pouco menos de 24 horas após aderir ao Twitter, o ator Charlie Sheen conquistou 1 milhão de seguidores. A estrela da série *Two and a Half Men* entrou no Twitter na manhã da última terça-feira e, na quarta-feira, no mesmo período, cerca de 1 milhão de pessoas já acompanhavam suas publicações. "Com toda sinceridade... Obrigada comu-

nidade do Twitter pela recepção calorosa e por todos os seguidores que me ajudaram a ter 1 milhão em 24 horas", escreveu Sheen. No Twitter, Sheen chegou a conquistar cerca de 2,5 mil seguidores por minuto, antes mesmo de ter escrito alguma coisa.

Seriado *Two and a Half Men* acaba de ser suspenso

Two and a Half Men foi suspensa na semana passada e não será mais gravada nesta temporada. A decisão foi tomada pouco depois do site *TMZ* publicar que Sheen teria ameaçado o criador da série Chuck Lorre durante uma bri-

ga. O ator disse ao site que Lorre era um "estúpido, um pequeno homem estúpido, um idiota que eu nunca gostaria de ser". Segundo fontes ligadas à produção, essa foi a gota d'água para a CBS e a Warner Bros. Não houve nenhum pronunciamento sobre como ou quando será feita a próxima temporada. Com *Two and a Half Men*, Sheen alcançou o mais alto salário da TV americana: embolsa US\$ 1,2 milhão por episódio. O ator enfrenta uma série de problemas com álcool e drogas, admitiu inclusive que fumava crack. Atrizess pornô têm sido a companhia mais constante dele, desde que o casamento com Brooke Mueller acabou. (Da Folhapress)



Charlie Sheen em cena de *Two and a Half Men*, série em que ganhava US\$ 1,2 milhão por episódio

JOSÉ SIMÃO ESTÁ EM FÉRIAS ATÉ O DIA 15 DE MARÇO

televisão

em destaque

EXÉRCITO

Especial mostra rotina de franco-atiradores

Ele é a arma mais perigosa de todas. Ataca sozinho, escondido em um lugar estratégico e com pouca munição. Se errar o tiro, talvez não tenha outra chance. O atirador profissional é reconhecido pela habilidade no manuseio de suas armas e pela precisão de seus tiros. Hoje, às 21h, o *The History Channel* apresenta *Snipers – Missões Mortais*.

O especial inédito de duas horas mostra as façanhas incríveis destes profissionais em qualquer circunstância. Captura a essência da rotina e as táticas de franco-atiradores do exército norte-americano – homens capazes de acertar um alvo a um quilômetro de distância.

Mas para atingir este nível, eles precisam de muito

treino para dominar suas habilidades e emoções.

O programa se conecta ao ponto de vista do atirador e cria, com o auxílio de computação gráfica, demonstrações de disparos impactantes. (Da Agência Anhanguera)



MULHER/ GRAVIDEZ

Desejo de ter filha é tema de documentário

O GNT exibe hoje, às 21h, o documentário inédito *A Espera da Filha*. Em pauta, mães que já passaram por mais de quatro gestações e convivem com a frustração de não ter tido um bebê do sexo feminino. A produção mostra também os avanços da ciência para tentar realizar esse desejo. O filme conta histórias de mulheres que fazem de tudo para ter uma menina, mesmo quando a gravidez pode ser considerada de risco.



PAIXÃO/ VIDA

Elsa & Fred é o filme de hoje da TV Cultura

Quem não assistiu à produção hispano-argentina *Elsa & Fred – Um Amor de Paixão* (2005) pode conferir o filme hoje, a partir das 23h45, na *Cultura*. A produção, de grande delicadeza, mostra o amor entre dois idosos de perfis completamente diferentes. Enquanto Fred é perfeccionista e meticuloso, Elsa é irreverente e quer aproveitar a vida. Os dois acabam se apaixonando e compartilhando aventuras.



os filmes

A Fantástica Fábrica de Chocolate (*Willy Wonka & Co. Factory*) — 17h45 no SBT. EUA, 1971. Direção: Mel Stuart. Com Gene Wilder, Jack Albertson. Charlie é um menino muito pobre que teve a sorte de encontrar um dos cinco bilhetes dourados que Willy Wonka espalhou pelo mundo. Junto com mais quatro crianças, ele fará uma visita inesquecível à fantástica fábrica de chocolate.

Elsa & Fred — Um Amor de Paixão (*Elsa y Fred*) — 22h na *Cultura*. Argentina, Espanha, 2005. Direção: Marcos Carnevale. Com Manuel Alexandre, China Zorrilla. Fred é um homem aposentado com mais de 80 anos, que leva uma vida tranquila até descobrir que está doente. O que parecia ser o fim de sua vida muda completamente quando ele conhece Elsa, sua vizinha, que também tem em torno de 80 anos. Juntos eles realizam novas experiências, redescobrimo o prazer de viver.

poltrona do joão

Última obra de Altman exalta nostalgia

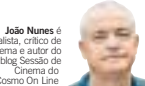
O último trabalho do grande Robert Altman se chamou, no Brasil, *A Última Noite* (*Televic Cult*, 20h05, livre), de 2006.

O show de variedades *A Prairie Home Companion* (título original) numa rádio vai encerrar as atividades. Como se pode perceber, é um show de música country em geral, e preciso gostar do gênero para ter simpatia pelo filme. Mas vale a pena vê-lo nesse ambiente nostálgico de algo afetivo que está acabando. E tem a gloriosa Meryl Streep (que deveria ganhar uns 20



Oscar) cantando de verdade. Com *O Último Mestre do Ar*, o indiano M. Night Shyamalan ganhou merecidamente na semana passada o Framboesa de Ouro como pior filme de 2010. Mas descubra ou reveja o filme que o revelou, o aterror-

izante *O Sexto Sentido* (*HBO*, 21h02, 12 anos), de 1999, suspense com cores espíritas — moda no cinema brasileiro atual. O ex-fortão super-herói Bruce Willis interpreta psicólogo infantil que trata de um garoto (o ótimo Haley Joel Osment), atormentado pelo fato de ver pessoas mortas. Tente, se tiver coragem.



João Nunes é jornalista, crítico de cinema e autor do blog *Sessão de Cinema do Cosmo On Line*.

programação

Bandeirantes 05h45: Espaço Vida Vitória 06h45: Primeiro Jornal 07h30: Reportagem 08h00: Sessão de Cinema Teatral 08h15: (SA TV) 09h00: O Dia Dia 10h00: O Dia Dia 11h15: Jogo Aberto 12h30: Jogo Aberto Regional 13h00: São Paulo Regional 14h00: Jogo Mundial Poder de Deus 15h00: Futurama 15h30: Quase Anjos 16h15: Viciados 17h00: Brasil Urgente 18h45: Brasil Cidade 19h15: Jornal da Band 20h10: Futurama 20h30: Show da Fé 21h00: Vídeos 21h15: N.C.I.S.: Unidade de Elite 22h15: Brasil Folia 00h00: Jornal da Noite 00h30: Brasil Folia 03h30: Espaço Vida Vitória	07h00: Novo Telecurso: Ensino Médio 07h15: Novo Telecurso Profissionalizante 07h30: Reportagem Eco 08h00: Sessão de Cinema Teatral - Lullaby 08h30: Uma Turma Diferente 09h00: Super Fofa 09h15: Vila Sésamo 09h45: As Aventuras de Miss Spider 10h00: Pink Dink Don 10h30: O Mundo Redondo de Olie 11h15: Cocorô no Campo 11h30: As Aventuras de Piggy Winks 12h00: Cortes de Fada 12h30: Zoolândia 13h00: Baci de História 13h30: Dora e Aventuras 14h00: O Pequeno George 14h30: Vila Sésamo 15h00: Cocorô na Cidade 15h45: Escola pra Cachorro 16h00: Qual é Bêbe? 16h30: Arthur 17h00: Castelo Ra-Tim-Bum 17h30: Drag 18h00: Quêzaco 18h30: Shaun, O Carneiro 18h40: Minicursos: A Vida Privada dos Insetos 19h45: Sessão da Hora: Angelo Zack 19h55: Sessão da Hora: O Mandado Beakman 19h55: Cultura Mundo: América do Sul: Um Continente Fascinante: Praia de Pirajuba (parte 2) 20h15: Metrópolis 21h00: Jornal da Cultura 22h00: Mostra Internacional do Cinema na Cultura - Elsa e Fred - Um Amor de Paixão 22h15: Cultura Documentários 01h15: Moscos - Jorge Ben Jor	20h00: Igreja Universal do Reino de Deus 20h00: Super Esparte 20h15: Todo Seu 20h30: Falei Sobre Sexo 00h00: Gasta Imóveis 00h30: Gasta Shopping 01h00: Quiz TV
SBT 06h00: Jornal da SBT - Manhã 06h30: Carrossel Animado 06h45: Bom Dia e Cia 12h45: Chaplin 13h15: Chaves 13h45: Anjo da Noite 14h15: Pista Negra 14h45: Mafalda 15h45: Casos de Família 17h45: Cinema em Casa 18h00: Eu, A Pateta e As Crianças 19h45: SBT Brasil 20h30: Uma Noiva de Sucesso 21h30: SBT Folia 22h15: A História de Ana Raio e Zé Tralado 23h00: SBT Folia 01h15: Jornal da SBT Noite 01h45: Tele Séculos II, The Great e Half Men 02h15: Tele Séculos III, The Chaser 02h45: Tele Séculos III, The Chaser 03h15: Tele Séculos III, The Chaser	07h00: Novo Telecurso: Ensino Médio 07h15: Novo Telecurso Profissionalizante 07h30: Reportagem Eco 08h00: Sessão de Cinema Teatral - Lullaby 08h30: Uma Turma Diferente 09h00: Super Fofa 09h15: Vila Sésamo 09h45: As Aventuras de Miss Spider 10h00: Pink Dink Don 10h30: O Mundo Redondo de Olie 11h15: Cocorô no Campo 11h30: As Aventuras de Piggy Winks 12h00: Cortes de Fada 12h30: Zoolândia 13h00: Baci de História 13h30: Dora e Aventuras 14h00: O Pequeno George 14h30: Vila Sésamo 15h00: Cocorô na Cidade 15h45: Escola pra Cachorro 16h00: Qual é Bêbe? 16h30: Arthur 17h00: Castelo Ra-Tim-Bum 17h30: Drag 18h00: Quêzaco 18h30: Shaun, O Carneiro 18h40: Minicursos: A Vida Privada dos Insetos 19h45: Sessão da Hora: Angelo Zack 19h55: Sessão da Hora: O Mandado Beakman 19h55: Cultura Mundo: América do Sul: Um Continente Fascinante: Praia de Pirajuba (parte 2) 20h15: Metrópolis 21h00: Jornal da Cultura 22h00: Mostra Internacional do Cinema na Cultura - Elsa e Fred - Um Amor de Paixão 22h15: Cultura Documentários 01h15: Moscos - Jorge Ben Jor	20h00: Igreja Universal do Reino de Deus 20h00: Super Esparte 20h15: Todo Seu 20h30: Falei Sobre Sexo 00h00: Gasta Imóveis 00h30: Gasta Shopping 01h00: Quiz TV

horóscopo

oscar quiroga

A PARTIR DESTA MOMENTO... Data estelar: Sua almeja a fase Novo no signo de Peixes. A partir deste momento conscientemente auspicioso faça o necessário para garantir conforto e proteção aos seus queridos, mas crie a disciplina mental que tire a cobia do comando de suas percepções e atos. A partir deste momento auspicioso se discipline para exercer todo senso de distinção e exclusividade que os dogmas religiosos, o dinheiro ou a estrutura moral da civilização tentaram inculcar em sua mente; saiba que por trás de todas essas argumentações espere a soberba. A partir deste momento auspicioso se discipline para iniciar uma vida infeliza, conflita em relação a todos os seres, mas não no sentido simpático de quem desaja seduzir, porém, em claro sinal de respeito e integração à Vida que anima todas as vidas. O momento é agora, é propício demarcar todos os traços.

ÁRIES - 21/3 a 20/04
Deixe o barco corar, confie cegamente nos desígnios misteriosos do destino, este é o momento em que sua alma tem a oportunidade de demonstrar a qualidade de sua fé na vida e no Altíssimo.
TÓURIO - 21/4 a 20/5
A complexa relação de poder estivo de ponta-cabeça, viradas do avesso, e tornou-se evidente que o domínio foi perdido. Neste momento será melhor não adiantar-se a nada nem cobrir o poder de ninguém.
GÊMEOS - 21/5 a 20/6
Agora será propício preservar a objetividade, porque talvez nunca como no tempo atual as portas estiveram tão escancaradamente abertas para você realizar suas prefeções. Nada de vacilo, exerce a timidez!

CÂNCER - 21/6 a 21/7
As perspectivas se mostram tão amplas e abrangentes que, talvez, sua alma tente a sensação de não ser capaz de discernir se isso é bom ou se é um problema maior do que aquele disposto por tudo ser limitado.
LIBRA - 22/7 a 22/8
A falta de calma tempo demais da última vez que sua alma se deixou encantar pelo espírito de aventura e assumiu riscos enormes, tanto que provavelmente você esqueceu quantos benefícios a situação, apesar de tensa, produziu.
VIRGEM - 23/8 a 22/9
Sair do casulo e deparar-se com inúmeras pessoas que requerem sua presença é uma experiência vertiginosa para uma alma virginal, que prefere a discrição e a perspectiva de ter domínio sobre tudo que lhe diga respeito.

LIBRA - 23/9 a 22/10
Certos poderes são necessários, porque de outro modo tudo seria grosseiro demais e agrediria o senso estético. Porém, até esses poderes devem ser limitados para que a alma nunca deixe de fazer o que for necessário.
SCORPIÃO - 23/10 a 21/11
Divertir-se não é uma atividade superficial, é a justa medida das coisas para uma alma que se esforça sinceramente todos os dias no sentido de fazer dar certo seus objetivos. Divertir-se é uma necessidade.
SAGITÁRIO - 22/11 a 21/12
Sem saída, agora será necessário enfrentar a complexa dinâmica de vínculos familiares que embola o meio do campo. Sua alma terá a certeza de não haver tempo para isso, mas melhor será reservar uma boa fatia desse.

CAPRICÓRNO - 22/12 a 20/1
Inúmeras portas se abrem, mas as que as você será capaz de administrar imediatamente. Porém, não será sábio fechar ou rejeitar nenhuma. Apreço e suspensão e mantenha-o por tempo indeterminado.
ÁQUÁRIO - 21/1 a 19/2
Colocar em prática todo o conhecimento e coordenar a teoria com seus atos é a forma mais avançada de espiritualidade no momento. As vezes isso parecerá enveredar no âmbito materialista, mas no fundo será espiritual.
PEIXES - 20/2 a 20/3
O vento da liberdade sopra de forma mais evidente porque sua alma se encontra limitada pelas circunstâncias que exigem atenção e cuidado. Afinal, liberdade não seria necessária não fossem as justas limitações.

Pé na
estrada

Na pacata Artur Nogueira, foliões fantasiados vão às ruas para, ao som de marchinhas, fugir das investidas de uma vaca de mentira. A tradição, criada na década de 30, é uma boa alternativa para aproveitar o feriado na região.

Cuidado que o Bloco da Vaca vem aí



Bruno Ribeiro
DA AGÊNCIA ANHANGUEIRA
bruno@rac.com.br

Artur Nogueira, com pouco mais de 30 mil habitantes, é uma cidade pequena, pacata e sem vocação turística. É constituída por uma praça, uma igreja e famílias que se conhecem há várias gerações. O ritmo de seus habitantes, comparado com o de quem mora nos grandes centros, transcorre em câmera lenta. No Carnaval, porém, Artur Nogueira desponta como um dos destinos preferidos dos foliões paulistas. É quando uma legião de pessoas fantasiadas vão às ruas para, ao som de marchinhas carnavalescas, fugir das investidas de uma vaca de mentira. Não seria absurdo dizer que o Bloco da Vaca deu identidade cultural ao município.

Criado na década de 30 pela família Montoya, o Bloco da Vaca (na época chamado de Banda do Boi) era uma tentativa irreverente de reviver as touradas realizadas em seu país de origem, a Espanha. A brincadeira deu tão certo que a população abraçou com entusiasmo. Depois dos Montoya, outros se encarregaram de cuidar de sua organização: os Pulz, os Duzzi, os Caetano...

"É uma tradição muito antiga. Minha mãe tem 80 anos e diz ter saído atrás do bloco quando ainda era criança", conta o comerciante Eduardo Pietrobon, um dos atuais organizadores do bloco ao lado do aposentado Geraldo Townsend, o popular Lelo, responsável pela fabricação da vaca.

Segundo Lelo, de 77 anos, a construção da vaca dura cerca de 30 dias. É o tempo necessário para que ele consiga uma cabeça de gado em bom estado e a encaixe na ponta da estrutura feita com espuma e forquilha de cipó. A vaca é coberta com um pano pintado à mão. Pronto, a fantasia pode ser conduzida por até quatro pessoas e chega a pesar 60 quilos.

Banda
A Banda Louca, responsável por executar sambas e marchinhas durante o "desfile" da vaca, é formada por cerca de 70 componentes, entre músicos profissionais e amadores. A vaca, à frente, investe contra a multidão para abrir passagem. Os tombos são inevitáveis e há até quem exiba com orgulho um machucado causado pela queda. "Um joelho ralado é como uma medalha de guerra para o folião", brinca Pietrobon. Durante todos esses anos, contudo, o Bloco da Vaca nunca registrou uma ocorrência grave. "As pessoas esperam o ano inteiro por isso e a maioria se conhece", afirma. Qualquer pessoa pode



César Rodrigues/IAN



Fotos: Leandro Ferreira/22fev2009/IAN

À esq., Geraldo Townsend, o Lelo, prepara com Eduardo Pietrobon a vaca que será usada neste ano; acima e abaixo, imagens da folia registradas durante a festa de 2009



César Rodrigues/IAN



Praça central de Artur Nogueira: cidade pequena, pacata e sem nenhuma vocação turística se transforma durante o período do Carnaval

DICA DO REPÓRTER

Artur Nogueira tem um Carnaval divertido e recebe muitos visitantes. O problema é que há pouquíssimas opções de hospedagem na cidade — um hotel e uma pousada. O ideal é planejar a viagem com bastante antecedência e reservar um quarto na região central. Se não quiser correr o risco de ser "atropelado" pela vaca, fique observando da calçada. Uma vez no asfalto você entra na brincadeira e se torna um alvo em potencial. Se não for para entrar no espírito do bloco, não saia de casa. PS: Chegue cedo e não deixe de visitar, nos arredores da Rua Tiradentes, a Lagoa dos Patos, a área mais bonita da cidade (foto no alto da página).



César Rodrigues/IAN

Fachada do Hotel Jataí, opção de hospedagem no Centro, bem perto do agito carnavalesco

AGENDA-SE

ONDE SE HOSPEDAR

- **Hotel Jataí**
Rua Rui Barbosa, 646, Centro,
(19) 3877-2100
- **Hotel e Pousada Europa**
Rod. Prof. Aziz Lian, s/n°, saída para Holambra, (19)
3877-1021

carregar o animal e participar da brincadeira. A única orientação é que não deixe a vaca cair. "Mas, às vezes, ela cai", diverte-se o comerciante.

A tradição manda os homens se vestirem de mulher e as mulheres se vestirem de homem. A adesão é tão maciça que uma pessoa sem fantasia se sentirá deslocada. Também vale se fantasiar de monstro, de índio, de grego, de árabe, de anjo, de diabo, de super-herói, de Silvio Santos, de presidente Lula... A criatividade do povo é garantia de diversão.

A novidade este ano será o desfile do bloco Filho da Vaca, formado exclusivamente por crianças, às 19h de hoje. "Fizemos uma vaquinha menor para elas. É importante porque a participação da criança faz com que o bloco não morra lá na frente", avalia Lelo Townsend.

Um detalhe importante: tudo é feito na raça, com o dinheiro dos próprios organizadores — Eduardo, Lelo, Euclides, David e Romildo — e o apoio de grande parte do comércio local. O Bloco da Vaca vai para as ruas de Artur Nogueira no domingo e na terça, a partir das 19h, com saída da esquina entre as ruas 24 de Outubro e Expedicionários, no Centro.

Nas edições do *Caderno C*, às quintas-feiras, a última página foi reservada para uma entrevista que recebeu o nome de *Papo C*. Na maior parte das edições analisadas, essas entrevistas foram realizadas com personalidades nacionais ou internacionais. Em 29 de outubro de 2009, os palhaços franceses Roche e Lebarbier, que visitaram a cidade, foram os entrevistados. Em 5 de novembro foi a vez do músico Benito Di Paula, que não tinha shows marcados para a região, contar um pouco de sua história na música brasileira. Em 12 de novembro, foi entrevistado o islandês Magnus Scheving, criador da série infantil *Lazy Town*, exibida no Brasil pelo canal pago *Discovery Kids*.

Em 2011, a pauta do *Papo C* continuou priorizando artistas reconhecidos nacionalmente. Em 24 de fevereiro, o ator Alexandre Borges, que à época protagonizava a novela *Ti-Ti-Ti*, da *TV Globo*, foi o destaque. Marianna Armellini, humorista da nova geração paulistana, marcou presença na edição de 3 de março.

Estreias de novelas, seriados ou programas de televisão foram em sua maioria apresentadas em reportagens de capa do *Caderno C*. Por não terem relação direta com a área de cobertura do jornal, essas entrevistas poderiam ser facilmente utilizadas em jornais de outras regiões, como Piracicaba e Ribeirão Preto, onde atua o *Grupo RAC*, ou ainda serem vendidas para publicações de outros estados, como fazem as agências *Folhapress* e *Estado*.

Ainda sobre os assuntos abordados nas capas do *Caderno C*, vale ressaltar que, quando esses se referiram às produções realizadas em Campinas, foram em sua maioria trabalhos de artistas reconhecidos nacionalmente, como o cantor e compositor Arnaldo Antunes, em 6 de novembro de 2009, e o ator Marcelo Médici, em 25 de fevereiro de 2011. Destaque ainda para a música erudita, como as apresentações da *Orquestra Sinfônica de Campinas*. Nenhuma peça de teatro ou apresentação cultural que envolvesse artistas amadores da cidade ou da região foi destacada nos períodos analisados.

Quanto à apresentação estética, a diferença marcante do *CP* em relação ao *JP*, em 2009 e em 2011, é apontada pelo pesquisador na opção por um projeto gráfico que supervalorizou fotos de filmes em pequenas chamadas, na capa do jornal ou nas páginas do *Caderno C*. A edição das fotos, feita a partir do recorte de figuras que foram inseridas sobre os textos, ocupando muitas vezes espaço maior que eles, evidenciou a intenção do jornal em capturar a atenção da maior parte dos leitores para as produções da indústria do entretenimento.

papo C

Marianna Armellini esbanja **BOM HUMOR** e gosta de fazer **RIR**. A atriz, que nasceu em São José do Rio Preto, passou sua **INFÂNCIA** e adolescência em **BARÃO GERALDO** antes de seguir para São Paulo e descobrir que a **COMÉDIA** era o seu gênero.



/ ENTREVISTA /
Marianna Armellini
fala sobre sua
atuação no
programa da *Band*,
sua carreira e
influências

Paula Ribeiro
DA AGÊNCIA ANHANGUERA
paula.ribeiro@rac.com.br

Ao entrevistar Marianna Armellini, vem a certeza de que ela é dessas pessoas que encontrou a carreira certa. Muito bem-humorada e engraçada em tempo integral, ela provoca o riso, mesmo que a entrevista seja feita por telefone, como foi o caso. Apaixonada por palco desde criança, chamava a atenção do público das apresentações de balé no final do ano não tanto por seu talento como bailarina, mas mais pelo sorriso estampado no rosto. Quando saiu da escola de balé, logo descobriu o teatro, que também a levava ao palco, como ela mesma conta. Pouca gente sabe, mas a atriz que aranca risada dos telespectadores do programa *É Tudo Improvado*, no ar na *Band*, às segundas-feiras, durante as férias do CQC, nasceu em São José do Rio Preto, mas cresceu em Barão Geraldo. Depois de estudar teatro com Dan Stulbach, em São Paulo, sentiu que a comédia era seu gênero. A entrevista, na íntegra, pode ser lida a seguir.

Atriz viveu em Campinas dos 4 aos 18 anos

Caderno C — Qual sua ligação com Campinas?

Marianna Armellini — Eu fui morar em Campinas, em Barão Geraldo, com 4 anos de idade. Fiquei na cidade até os 18. Meus pais ainda moram aí. Pelo menos uma vez por mês eu os visito. A memória que eu tenho de casa, da escola, é de Campinas. Eu me considero campineira.

Você chegou a fazer algum curso de teatro em Barão Geraldo, conhecido como celeiro de artistas?

Pois é. O que aconteceu comigo foi assim: eu sempre fui uma criança muito tímida e não era de correr atrás das coisas. Estudava no Rio Branco e eles deram início a um curso de teatro em 1993 com um diretor chamado José Tonerzi, da Unicamp. Fui fazer. Depois que saí de Campinas, percebi que Barão tinha o pessoal do Lume, do Barracão Teatro. Há pouco tempo conheci o Cabaré do Semente...

Quando você vem para cá, procura ir a algum espetáculo?

Na verdade, vou menos do que queria. Meus amigos daí nunca estão. Geralmente eu só vou passar o dia ou faço um programa mais família. Mas, sempre que dá, eu procuro ir sim. É sempre que o Lume vem a São Paulo, assisto. Adoro.

Como foi a sua infância? Você tinha essa veia artística?

Eu sempre fui uma criança tímida, mas dentro de casa sempre fui muito espontânea. Comecei a fazer balé aos 6 anos, na Lina Penteado. Fiz dos 6 aos 12 e era uma paixão imensa. Eu tinha muita alegria, prazer de me apresentar no final do ano, no palco. Apesar de não ser uma exímia bailarina, eu fazia uma cara tão feliz que chamava a atenção. Sempre achei muito legal, muito gostoso a coreografia, a fantasia, estar lá, me apresentar três dias. Eu me sentia superimportante. Quando parei o balé, aos 12, ficou faltando alguma coisa. E quando veio o teatro eu achei que poderia ser isso. Meus pais não me levavam muito ao teatro, mas o colégio incentivava muito. Eu lembro de assistir às peças do grupo Tapa. Quando comecei a fazer teatro, nunca mais pa-



Marianna Armellini: apaixonada pelos palcos desde criança, atriz integra a trupe do *É Tudo Improvado*

rei. Nunca mais mesmo, de 1993 para cá, é o que eu faço. Cheguei a prestar artes cênicas na Unicamp (*Universidade Estadual de Campinas*), mas não passei na prova de aptidão.

E você fez qual faculdade?

Eu vim para São Paulo para fazer Publicidade na ESPM. Entrei na faculdade e a primeira coisa que eu fui fazer foi procurar um grupo de teatro. Entrei no grupo de teatro que era dirigido pelo Dan Stulbach e pelo Fábio Herford. Depois, saí da ESPM, prestei Escola de Artes Dramáticas (*EAD*) na Universidade de São Paulo e entrei.

Como criou o grupo teatral As Olívias?

O curso da EAD não é uma graduação, então as pessoas que lá estudam geralmente são mais velhas, já são atores há algum tempo, têm registro e tudo e estão mais preparadas para por a mão na massa. Quando entrei lá, já sabia que comédia era a minha pegada, então você vai conhecendo as pessoas e vai se juntando. Um belo dia, eu estava sentindo falta de trabalhar, ganhar uma grana e lembro de ter visto uma matéria com a Ingrid Guimarães e a Heloisa Pêrriss — que eu adoro — falando com elas tinham começado o *Côco*, com dinheiro do próprio bolso, uma produção pequena e estavam fazendo sucesso. Ai eu pensei que elas eram boas, mas a gente poderia fazer o que elas fazem. Foi então que eu conheci a Cristiane (*Werson*) e a Renata (*Augusto*), que eram de outra turma; a Sheila Friedhofer, que tinha feito cênicas comigo, e a gente começou a conversar. Vimos que o tipo de humor batia, a gente gostava das mesmas coisas. A gente foi vendo qual que era e acabou que se tornou um espe-

táculo. E a partir daí a gente não parou mais.

Vocês escrevem o texto de As Olívias Palitani?

A gente que escreveu, mas a gente tem uma dramaturga chamada Andréa Martins e é a pessoa que organiza o texto. É uma coletânea de situações do cotidiano vivenciadas por nós.

As Olívias Palitani ainda está em cartaz?

Estamos paradas, mas reformulando. O texto nunca é o mesmo. É o mesmo nome, mas está sempre mudando. Agora a gente está parada porque tem duas meninas acabou de ter bebê. No meio do ano voltaremos em cartaz em São Paulo. A gente ficou em cartaz bastante tempo em Campinas também. Foi muito bom. Campinas tem um público maravilhoso.

Como você se descobriu atriz de comédia? Chegou a fazer personagens dramáticos?

Na verdade, eu adoro o drama e quero sempre fazer quando puder. Gosto de voltar a fazer. Não foi que eu fracassei no drama. Mas o meu olhar para o mundo é um olhar de humor. O meu pensamento o tempo todo é da piada. Talvez porque eu tive uma adolescência complicada. Eu sofri bullying. Mas eu tinha problema porque não era a gostosa, a bonita. Então eu fui escapando para ser engraçada. Era uma coisa que era natural em mim. De repente, você começa a ter um olhar engraçado para o mundo. Por muito tempo eu sofri, mas depois eu comecei a tirar sarro.

Viver de teatro é difícil?

Beira o impossível. Hoje em dia a gente tem mais sorte por-

que eu e a Cris estamos na TV (*É Tudo Improvado*, da *Band*) então isso ajuda. Mas, honestamente, viver de teatro é teimosia. É muito difícil. Teatro é o tipo de coisa que você realmente faz por prazer. Os teatros são caros, a divulgação é cara, o ingresso está caro. Hoje as pessoas conseguem ver tudo pela internet, então não saem mais de casa. Comédia tem um público mais cativo, mas é difícil viver de teatro. E eu não sei se é fácil em algum lugar, sabe? Estive em Amsterdã agora e o pessoal lá fala que é difícil também, apesar dos incentivos. É bem mais incentivo do que aqui, mas não é tanto. É que eles são um país menor, então é mais fácil. Isso porque eu sou uma atriz paulista. Imagine o que é um cara em Roma tentando fazer teatro. É muito complicado. É muito difícil os grupos sobreviverem, terem apoio, terem dinheiro. Não tem jeito. A cultura tem que ser uma preocupação governamental, mas não é.

O que mudou na sua vida depois de ir para a TV? Você já foi assediada por emissoras?

Não. É que o nosso trabalho no *É Tudo Improvado* é tão específico que eu não sei se eles enxergam. "Essa menina vai dar uma boa melhor amiga da...", sabe assim? Já fiz muito teste em emissora. Já tentei muito entrar em minissérie e novela, mas eu acho que, como diria a minha mãe, a gente tem que esperar, quando o caminho certo chega, ele chega. Estou muito feliz fazendo este programa, fazendo As Olívias, e acho que a coisa aconteceu da maneira que tinha que acontecer. O que vai ser daqui pra frente a gente nunca sabe, mas para chegar até aqui foi certo por linhas tortas, assim.

"Ver o público rir é a melhor coisa do mundo. A comédia é imediata."

E como você foi parar no *É Tudo Improvado*?

Quando se começou a falar do *É Tudo Improvado*, o diretor do programa queria mais gente, então os meus colegas de trabalho que estavam lá me chamaram.

Você sentiu alguma dificuldade quando começou na TV?

Sim. A gente tem que se preocupar com câmeras e isso é um exercício muito difícil porque o ator que estuda em escola de teatro tem pouco contato com a câmera, então quando a gente começou o programa foi uma dificuldade. Demorou pelo menos umas duas temporadas para a gente conseguir ficar quieto, sabe? Quando você se mexe muito a câmera perde o foco. Agora a gente tem uma sincronia muito grande com as câmeras.

Dá saudade do programa quando ele sai do ar? As pessoas param de reconhecer na rua?

Dá uma diminuída no assédio sim. Mas eu sinto falta dele porque gosto de assistir. A gente se reúne para assistir. Eu gosto de ver os comentários, mesmo os que não são positivos. Eu gosto de saber o que as pessoas acham. É legal ver o trabalho sendo visto. Gostar ou não gostar é uma coisa secundária. Gosto de ver o que as pessoas acham disso porque elas estão vendo aquilo pela primeira vez porque é diferente. O que aquela senhora que me para na rua tinha visto de improviso antes?

É tudo improviso mesmo, ou vocês dão uma ensaiadinha?

Nunca. Na verdade, a gente treina. Eu chego sabendo como são os jogos. Eu sei como fazer um "troca", não é uma surpresa. Você vai aprendendo ao longo do tempo maneiras de fazer melhor. Mas você, a plateia, o que acontece na hora, a banda, é tudo improviso mesmo.

Essa capacidade de improvisação é dom ou pode ser aprendida?

Eu não sei te responder isso. Existem duas coisas. Eu tenho 17 anos de carreira. É diferente um ator fazer um trabalho de improvisação de uma pessoa que não é ator. É um treino mesmo. A partir do momento que você faz muito aquilo, você começa a ficar mais esperto. É como treinar qualquer esporte. Depois que você começa a ver resultado, você se empolga. Ali, a gente usa referências do teatro. Eu acho que eu tenho uma predisposição porque trabalho como atriz há muito tempo, mas é o treinamento. Conheço atores excelentes, amigos meus, que não são capazes de fazer o que eu faço não por incapacidade, mas por falta de treino. É como ser capaz de chorar na novela. A pessoa treina isso.

Qual é a sensação de ver o público rir da sua piada?

É a melhor coisa do mundo. O comédia é imediata. O drama você não sabe se en-

trou na pessoa ou não. Porque a pessoa pode ter sido tocada pelo espetáculo e não ter chorado e ninguém gosta de ver uma comédia sem ter rido. É um gol. É fazer um gol bonito. Ver que a pessoa se mobilizou, identificou e se divertiu.

E no caso contrário?

É uma tristeza, mas a gente está acostumada. Você para de sofrer. Eu sofria muito, falava que eu era péssima. Mas agora eu identifico os erros. É como perder um gol, mas claro que você preferiria ter feito.

Já pensou em fazer stand up?

Nunca fiz. Já chegou a passar pela minha cabeça, mas acho uma arte muito difícil. Tenho pânico porque é difícil mesmo. É uma arte que começa muito antes. Tem que ter um texto genial. Tem que ter uma segurança de estar ali sozinho. Eu sou muito carente, muito medroso. Se você não acertar, não tem pra onde correr. Se as pessoas não riram, elas não riram de VOCÊ, da SUA história, do jeito que VOCÊ quis falar. Não é que a cena não foi boa. Também não é o caso de "eu fui bem, mas a Cris tá me salvando, o Marcão fez uma piada boa". Eu estou ali sozinho. Acho isso de uma coragem... Admiro muito e tenho inveja de quem consegue.

Quais comediantes você admira?

Monty Python é uma referência na minha vida. Eles são geniais. Fazem um tipo de humor que admiro muito. Aqui no Brasil, me matava de rir com Os Trapalhões. Eu achava aquilo muito bom. Eles eram tão politicamente incorretos. Aquilo era tão divertido. Eu cresci com o tipo de humor deles. Hoje o humor está muito politicamente correto e isso me incomoda um pouco. Eu acho que a gente tem que ser capaz de rir de tudo. Claro que eu não quero ofender ninguém, mas quero poder sair do lugar comum. Politicamente correto é a coisa mais chata que existe. Gosto também de toda a galera da *TV Pirata* — quem criou, escreveu, dirigiu, atuou —. A *Grande Família* tem um humor fino. Sempre gostei de Fernanda Torres, Regina Case. Acho que estou tão envolvida neste meio que não tenho mais idéio. Luís Fernando Guimarães, Pedro Cardoso, Dercy Gonçalves sempre!

Existe algum personagem emblemático de comédia que você tem o sonho de interpretar?

Tem uma peça do Shakespeare que eu gosto muito que eu gostaria de um dia poder fazer que é *Muito Barulho por Nada*. A personagem é a Beatriz. Ela é muito boa.

O que você assiste na TV?

Fora o *É Tudo Improvado*? Eu sou meio viciada em séries: *House*, *Friends*, *Two and a Half Men*, *The Big Bang Theory*, *Desperate Housewives*. Admiro muito os roteiristas de séries americanas. Quase mori com *Lost*. E *Brothers & Sisters*, que é para ser cafona um pouco, que eu adoro.

E de projetos futuros só a volta de As Olívias Palitani aos palcos?

A gente volta mais forte neste ano. Tem projeto, mas eu de teste ficar falando porque sempre parece que a gente não está fazendo nada. Quando o ator fala que tem uns projetos é porque não tem muita coisa. De concreto mesmo é a volta de As Olívias e o *É Tudo Improvado* que está no ar e, quando o CQC voltar, a gente não sabe o horário, mas vamos para uma quarta temporada.

Processos de fragmentação da informação (seleção, montagem, e edição), a formulação de mensagens para se dirigir a um público médio, o caráter mercadológico que se interpõe na lógica da produção jornalística e ficcional, por exemplo, podem restringir o potencial de crítica e de apreensão da realidade pela audiência (Costa, 2001, p. 148).

Aos assinantes, as agências de notícias têm oferecido uma quantidade cada vez maior de gráficos e infográficos desenvolvidos em seus departamentos de artes para serem usados como ilustrações em reportagens sobre catástrofes naturais, assassinatos ou a ação de uma bactéria no corpo humano, por exemplo.

O interesse dos jornais em aprimorar a utilização de imagens em suas páginas pode ser percebido em consequência dos constantes investimentos feitos no departamento de paginação, por meio da compra de computadores e *softwares* que permitem ações que vão desde o simples tratamento de fotos à inserção de figuras e textos em cenários criados em apenas alguns segundos.

Isso parece indicar a existência de um processo contínuo de aperfeiçoamento dos meios que culminaria com o advento da ‘realidade virtual’, em que a distinção para com o real fica quase impossível, concretizando-se um mundo de (literalmente) meras aparências, de pura ‘superficialidade’ (...) (Duarte, 2008, p. 107).

A busca das empresas de comunicação por novas tecnologias pode representar o desejo de potencializar o que Duarte classifica como o realismo do meio. No caso dos jornais, por exemplo, a argumentação dele sugere que a associação de imagens às reportagens sobre mercadorias culturais pode levar a um reforço da expropriação do esquematismo²⁹ por parte da indústria cultural.

(...), pois o sistema de dominação adquiriu um poder ‘físico’ de orientar as percepções. Pode-se talvez concluir daí que apenas um realismo ‘relativo’ do meio é o âmbito em que a expropriação do esquematismo se torna mais adequada e, provavelmente, mais necessária (Duarte, 2008, p. 107).

²⁹ O termo ‘expropriação do esquematismo’, citado por Rodrigo Duarte, se refere à livre apropriação que Adorno e Horkheimer fizeram do conceito de esquematismo desenvolvido por Kant. Para os autores de *Dialética do Esclarecimento*, o sistema de dominação representado pelo capitalismo teria roubado a capacidade reflexiva dos sujeitos, impondo-lhes, assim, uma percepção dirigida para aquilo que interessa à indústria cultural.

A tentativa de capturar a atenção do leitor a partir da utilização de fotos editadas pode ser percebida na página C3, da edição de 4 de março, do *Caderno C*. No alto da página, um pequeno texto traz informações sobre a pré-estreia do filme *Rango*, uma animação sobre a vida de um cameleão. A imagem, em tamanho desproporcional ao texto, parece servir como isca para atrair os leitores, despertando neles o desejo de prestigiar a mais nova produção do cinema. Por essa razão, Duarte (2001, p. 40) conclui que a tecnologia permitiu aos meios de comunicação acesso ao

(...) aparato a partir do qual realidades sensoriais podem ser artificialmente ‘produzidas’ e não apenas reproduzidas, como nos meios tradicionais empregados pela indústria cultural até há bem pouco tempo. Todos esses desenvolvimentos não alteraram em nada aquilo que Adorno e Horkheimer na década de 1940 denunciaram a respeito da indústria cultural. Poderíamos dizer que apenas os meios para a hedionda dominação lá descrita foram grandemente aperfeiçoados e modernizados.

Outra característica da maior parte das edições do *Caderno C* foi a adoção de um modelo de diagramação que permitiu a presença de apenas uma reportagem por página. Aos repórteres, esse formato permitiu ampliar os textos a partir da elaboração de textos menores que completam o texto usado como abre de página, já os editores tiveram à disposição mais espaço para utilizar fotos, infográficos e ilustrações disponibilizados pelas agências.

Portanto, quando a editoria decidiu destacar um assunto que colocou em evidência um filme, por exemplo, não houve chance de um texto que fazia referências a um evento local ganhar espaço na primeira página. Dessa forma, quando um assunto local constava como aposta em página interna, esse podia ser encontrado pelo leitor normalmente nas páginas 4 ou 5, já que as anteriores foram usadas para a divulgação das programações do cinema e da televisão, além de anúncios publicitários.

O *Jornal de Piracicaba*, por sua vez, adotou com maior frequência o uso de uma diagramação que permitiu aos editores de *Cultura* destacar mais de uma reportagem em cada capa³⁰. A exceção foi o caderno *Movimento*, que, aos domingos, apresentou apenas um assunto na primeira página. A visibilidade concedida pelo *JP* aos assuntos que envolveram artistas locais foi quase três vezes maior que a oferecida pelo *CP*³¹.

³⁰ Veja em Anexos as capas do *JP* que destacam três ou mais assuntos.

³¹ As tabelas que permitem visualizar a diferença entre os números de reportagens locais produzidas pelos dois jornais estão em Anexos.

Outro detalhe visual que diferenciou as edições do *CP* foi a adoção de cor em todas as páginas internas do caderno de cultura, ao contrário de algumas páginas dos cadernos do *JP*, ainda impressas em preto e branco. Nas edições analisadas, foi possível perceber que o número de páginas dos cadernos de cultura dos dois jornais variou de 6 a 8, dependendo da quantidade de eventos presentes na coluna social ou ainda de seções agregadas a esses cadernos em cada dia da semana.

As capas do caderno de cultura do *CP* nos dias 24 e 27 de fevereiro de 2011 foram fundamentais para perceber as diferenças entre as linhas editoriais seguidas pelos dois jornais. No dia 24, a principal reportagem abordou o lançamento do livro de HQ dos *Beatles*, produzido pelo ilustrador francês Hervé Bourhis. Pelo menos oito figuras extraídas do livro ilustraram a capa assinada por Rodrigo de Moraes, repórter da *Agência Anhanguera de Notícias*.

Quatro dias antes, o mesmo assunto foi apresentado aos leitores do *JP* em um texto de aproximadamente 1,5 mil caracteres, que ocupou o espaço logo abaixo do abre da página 2, do caderno *Movimento*. Os leitores do *JP* não foram privados da notícia sobre o livro que ilustra histórias do quarteto de Liverpool; simplesmente não a receberam por meio de um longo texto e muitas fotos. Certamente, se o assunto interessou, os leitores do *JP* puderam acessar a internet para saber mais sobre a obra a que o jornal se referiu.

Se pudessem comparar as duas edições, provavelmente os fãs dos *Beatles* iriam dizer que o trabalho apresentado pelo *CP* foi mais atraente que o do *JP*, que optou por não estampar em sua capa mais um dos milhares de produtos que fazem referências a banda de rock mais famosa da história. Mas, ao privilegiar informações sobre o livro de HQ na capa e abrir as demais páginas com fotos, notas e quadros com a programação dos canais de tevê e das salas de cinema, os assuntos locais e regionais desapareceram da pauta do *Caderno C*, na edição de 24 de fevereiro de 2011.

Já no dia 27, o domingo de entrega do *Oscar 2011*, a capa do *Caderno C* concedeu o lugar de maior destaque à festa do cinema americano. Logo no título, a pergunta ao leitor: ‘Será que o rei vai discursar?’, em referência ao filme “O discurso do rei”, um dos favoritos a receber o maior número de estatuetas. Na mesma data, o *JP* não deixou de abordar o assunto. Aliás, uma página inteira do caderno *Movimento* apresentou em textos, fotos e ilustrações produzidos pela *Folhapress*, os principais candidatos aos prêmios do cinema americano.

Mesmo em um domingo com maior apelo à indústria do entretenimento, o *JP* não seguiu a tendência da maioria dos jornais de médio e grande porte. Na escolha por um assunto de capa, Maria Benedita de Toledo, de 59 anos, a dona benê, moradora de Piracicaba e dirigente de uma escola de samba, foi quem teve parte de sua história contada em uma entrevista publicada na capa do *Movimento*. Os assuntos locais não perderam visibilidade, mesmo quando uma festa de prestígio mundial bateu à porta.

Por meio da análise dos cadernos de cultura do *JP* foi possível perceber com facilidade a intenção do jornal em promover os eventos regionais ou locais, principalmente por meio do desenvolvimento de pautas que se transformaram em reportagens. Diferentemente do tratamento dispensado pelo *Correio Popular* aos assuntos relacionados à televisão ou ao cinema, o *Jornal de Piracicaba* não os destacou com a mesma frequência na capa de seus cadernos de cultura. Em apenas uma das capas analisadas, em 18 de fevereiro, o *JP* apresentou informações e uma foto do filme *Besouro Verde*, que estrearia naquela data nos cinemas da região.

Na maior parte das edições dos cadernos de cultura do *JP*, as reportagens que abordaram a programação dos teatros, pontos de cultura local, realização de exposições, festas tradicionais ou lançamentos de livros de escritores nascidos ou radicados na região de Piracicaba foram valorizadas. Quando não estiveram na capa, algo difícil de ocorrer, mesmo durante a semana, a cobertura dos assuntos locais não desapareceu das páginas internas, dando, assim, apenas espaço à programação televisiva. Por meio das tabelas em *Anexos*, o leitor poderá conferir que os holofotes da editoria *Cultura* do *CP* não estiveram voltados com a mesma potência que os do *JP* à promoção de qualquer tipo de manifestação da cultura local.

Em relação ao primeiro período de análise, os dois jornais não registraram grandes mudanças em suas coberturas nas edições de 2011. O *JP* manteve a valorização dos assuntos locais, mesmo quando a responsável pela editoria *Cultura*, Eleni Destro, esteve em férias, justamente entre os meses de fevereiro e março. Nesse período, os editores Rodrigo Guidi e Leandro Lacerda, que se revezaram na função, apenas deram sequência à linha editorial adotada pelo jornal.

Domingo, 27 de
fevereiro de 2011Edição: Leandro Cardoso
leandrocardoso@jppjornal.com.br
Eleni Destro
eleni@jppjornal.com.br

Na escola do samba

RONALDO VICTORIA
ronaldo@jppjornal.com.br

Maria Benedita de Toledo, 59, a Bene, estreia entre as escolas de samba piracicabanas este ano no comando da Estrela de Prata. É um sonho que acalenta desde 2007 para unir os jovens da comunidade do Mario Dedini, algo que vem fazendo aos poucos. Bene conta que nasceu no meio do samba e desfilou pela primeira vez aos seis anos de idade. Aposentada depois de 32 anos de trabalho em escola infantil, também enxerga o lado educativo do Carnaval.

Como estão os preparativos para o Carnaval?

Estão a todo vapor. Estamos agora trabalhando na montagem dos carros e das fantasias, dando o melhor de nós.

E como fica o nervosismo com a estreia da Estrela de Prata?

Dá uma expectativa e uma emoção muito grandes. Depois de um trabalho acirrado de dois anos, agora graças a Deus fico muito feliz de poder ver o nosso trabalho sendo concluído.

Há quanto tempo sonha com isso?

Desde 2007, quando a escola foi fundada, no fundo de quintal, durante uma conversa entre amigos, gente de Carnaval de muitos anos. E nasceu a ideia de a gente trazer essa escola, tentando resgatar o Carnaval que a gente já não vê mais, como era há alguns anos.

O que mudou de lá pra cá?

Estou chegando agora, não dá para falar muita coisa em relação a outras escolas. Mas existe uma grande vontade dos presidentes trabalhar muito para mudar a organização.

O que o Carnaval perdeu? Organização?

Perdeu muito a essência, em termos de organização, de público. Acho que o povo ficou um pouco descrente. E isso é quase um compromisso da gente de fazer voltar essa expectativa no povo, ver de novo as pessoas na avenida cantando, levantando as escolas.

O que não acontece faz tempo. Quando começou a perder isso?

A gente acompanhou os Carnavais da Zoon-Zoon, da Ekypexato, Ekypelanka, Unidos da Cidade Alta. E para voltar a essa fase, estamos buscando valores da escola, fantasias de alto nível, engrandecer as escolas em termos de integrantes. Queremos um Carnaval muito colorido, bem descontrado, para que o povo fique à vontade e participe com a gente.

Mas precisa de dinheiro para isso, não?

Precisamos de dinheiro, de muito dinheiro. Infelizmente, o que a gente tem para fazer o Carnaval não atende às expectativas das escolas.

Vocês contam só com a subvenção da prefeitura?

Recebemos da prefeitura R\$ 21.106. Mas não deu nem para o começo. Ainda estamos correndo atrás, buscando parcerias, amigos que nos ajudam. Também estamos buscando patrocínio para

ajudar mais.

Para este ano não dá mais, não?

Isso. Este ano tivemos uma ajuda pequena, porém significativa. Críticos dizem que vocês são muito dependentes dessa verba. O que responde?

Desde 2007 a gente vem plantando nossa sementinha, desenvolvendo vários eventos durante o ano. Porém, nossos eventos têm entrada franca e o público que nos acompanha é uma comunidade um pouco carente e não gasta. A gente fica com falta de muita coisa, mas o importante é trazer as pessoas para a escola.

A comunidade principal é o Mario Dedini?

É o Mario Dedini. Estou morando no bairro há nove anos. O Mario Dedini no início era um bairro que deixava a desejar, por estar no começo, sem muita estrutura e recursos. Hoje tem muita força, é uma comunidade participativa, com vários talentos, pessoas que gostam muito de trabalhar.

Como fazer para que a escola seja um canal para a juventude sem opções?

Por meio de projetos nossos, e ainda buscamos parcerias, tentamos trazer alguns de nossos jovens e adolescentes para a escola. Queremos passar para eles informações sobre cursos profissionalizantes que pudessemos aproveitar até no futuro barracão da escola.

A escola precisaria crescer para isso?

Tem de crescer, ter seu barracão próprio. Hoje alugamos um espaço para montagem de carros alegóricos e ensalamos no varejo. As fantasias estão sendo confeccionadas na rua Ulhoa Cintra, por nosso carnavalesco Pádua Soares. À medida que vão ficando prontas, trazemos para cá.

Qual é o enredo?

O Mundo Fantástico das Águas. Vamos falar desde o Egito, com o rio Nilo, do rio Ganges, os igarapés. A frente da escola fala da água doce e atrás da bateria vamos explorar água salgada. E torcemos para esse enredo dar sorte, pois queremos descer para disputar o campeonato.

Há quanto tempo você é do samba?

Eu nasci no samba, meus pais eram do Carnaval há muitos anos. A minha mãe foi baiana da Zoon-Zoon. Meu pai vem desde o tempo do Nacional da Cidade Alta, do falecido Bonga. A minha família nasceu no samba e a geração que ficou está tentando buscar isso de volta.

Com que idade desfilou pela primeira vez?

Com seis anos no Leão da Cidade Alta, que depois virou Nacional e depois Leão da Pauliceia. Também era ligado à minha família. A família Toledo se envolve há tempos com o folclore de Piracicaba.

Você é aposentada?

Sou. Fui funcionária pública e trabalhei na área de educação infantil durante 32 anos. Fiquei 29 anos na escola municipal Antonio Rodrigues Domingues, na Vila Fátima. E concluí meu período, com três anos e nove meses na Olívia Caprânico, do Mario Dedini.

Qual o maior desafio da educação infantil?

É a paciência. O que muda da criança para o adulto, porque adulto é mais complicado.

Quer então fazer da sua escola de samba uma nova escola?

É uma escola, onde todos vão aprender juntos, cada um trabalhando com sua parte.

Bene, como ela própria diz, nasceu no samba: desfilou pela primeira vez aos seis anos de idade na escola extinta Leão da Cidade Alta



O *CP*, por sua vez, apesar de manter o predomínio dos assuntos nacionais e internacionais, principalmente os relacionados à indústria do entretenimento, criou em 2011 o espaço *Pé na Estrada*, nas edições de sexta-feira do *Caderno C*. Mesmo sendo uma página dedicada às informações de turismo pelo Brasil, em pelo menos duas edições as cidades de Amparo e Artur Nogueira, na região de Campinas, foram destacadas nas reportagens, que revelaram em fotos e em várias entrevistas, peculiaridades das tradições locais.

Apesar de ocupar a última página do caderno, a iniciativa contribuiu para aumentar o número de reportagens regionais produzidas pelo caderno de cultura do *CP* em relação à contagem feita em 2009. Outra consideração positiva a ser feita em relação ao *Pé na Estrada* é que os textos foram produzidos pelos repórteres da editoria *Cultura*. Aos domingos, as edições de 2011 do *Caderno C* contaram com a coluna do crítico de música Zuza Homem de Mello.

A seguir estão as apresentações e as considerações do pesquisador sobre quatro reportagens de capa publicadas pelos dois jornais em 2009 e em 2011. O objetivo do pesquisador é verificar os tipos de informações destacadas por cada jornal, como são apresentadas as notícias locais e nacionais, e identificar a presença de narrativas no desenvolvimento das pautas da editoria *Cultura*.

Como as produções do cinema tiveram presença garantida nas páginas do *Caderno C*, um dos textos escolhidos para ser analisado abordou esse assunto. Pretende-se verificar por meio dessas reportagens quais características das produções o *CP* valorizou. Do mesmo jornal também foi escolhida uma das poucas produções que tiveram enfoque local.

Representando o *JP* estão os textos do caderno *Movimento* sobre a histórica *Sorveteria Braga*, escolhido por representar os textos escritos com a intenção de estabelecer uma relação dialógica entre a cidade, seus moradores e o leitor, e textos sobre o desfile das escolas de samba de São Paulo, nos quais a editoria *Cultura* do *JP* buscou regionalizar um assunto de abrangência nacional.

3.4 Reportagens

Reportagem nº 1 – ‘Cinema à moda sueca’. Texto publicado no *Caderno C cultura/variedades*, em 1º de novembro de 2009.

A reportagem ocupou a capa da edição de domingo, dividindo espaço apenas com um anúncio publicitário localizado na parte inferior da página. Sob o título *Cinema à moda sueca*, o texto destacou o filme *Deixa ela entrar*, apresentado na 33ª *Mostra Internacional de Cinema*, realizada entre os dias 25 de outubro e 5 de novembro, em São Paulo. A capa foi escolhida por contemplar o tipo de texto adotado pelo *Caderno C* em reportagens sobre lançamento de filmes.

Assinada por João Nunes, jornalista com mais de 25 anos de experiência em redações de grandes jornais, e colunista do *CP*, a reportagem escrita com pouco mais de 5 mil caracteres, ilustrada com foto de uma cena do filme, destacou uma entrevista feita por Nunes com os integrantes de um grupo formado por diretores, produtores e executivos suecos, que tiveram alguns trabalhos exibidos naquela edição da mostra. Segundo o jornalista, a vinda desses profissionais teve como objetivo, além da participação no evento, buscar parcerias para distribuir as produções no Brasil.

O contato com o texto, logo no primeiro parágrafo, remete o leitor às informações que caracterizam a Suécia, como a riqueza e o número de habitantes do país. Em seguida, o autor da reportagem ressalta a surpresa que teve ao receber atenção e simpatia dos suecos, na entrevista concedida durante um almoço servido à imprensa. As impressões do jornalista descritas aos leitores revelam o deslumbramento dele com a oportunidade recebida.

Ao longo dos demais parágrafos, Nunes descreve conversas reservadas que teve com os executivos do filme e, inclusive, a opinião que emitiu ao ser questionado por um dos diretores sobre a projeção digital do filme. Antes de seguir com o bate-papo que parece acontecer entre amigos, e apresentar a história do longa sueco, o jornalista lança um balde de água fria nas intenções de quem talvez tenha, até aí, se interessado pelo assunto da reportagem, ao dizer que o filme sobre o qual ele tecerá mais alguns parágrafos não tem previsão para ser exibido em Campinas, cidade onde vive a maior parte dos leitores para os quais a reportagem foi apresentada.

A opinião dos suecos sobre o cinema brasileiro, algo que poderia servir para que os leitores soubessem como as produções que retratam situações do país são vistas na Suécia, também não foi contemplada no texto, já que os entrevistados confessaram conhecer muito pouco sobre o que é produzido por aqui. O filme *Deixa ela entrar*, segundo a reportagem, conta a história de um garoto de 12 anos que, para fugir das constantes provocações dos colegas de escola, se refugia na casa da nova vizinha e descobre que ela é vampira.

Além de não ser criativo, o texto não propõe uma relação de interação com o leitor. Ao apresentar textos com esse tipo de conteúdo, o jornal demonstra claramente a intenção de apenas entreter seu público. Os relatos não produzem sentido ou relação com os contextos sociais. Para Medina (2003, p. 48), esse tipo de narrativa “(...) deixa os consumidores fruidores ou parceiros do caos contemporâneo, frustrados com o universo simbólico tal qual o organizam as coberturas jornalísticas”.

No texto analisado, a história do filme é contada rapidamente, pois o que predomina é a divulgação do contato que o jornalista teve com os diretores suecos. Mas nas reportagens em que o *Caderno C* enfoca lançamentos de filmes, João Nunes investe na descrição das histórias dos personagens. Muitas vezes, os relatos enriquecidos de detalhes, e que dão conta dos anseios e dificuldades dos personagens, ocupam mais de cinco parágrafos, como no texto sobre o filme *Vigaristas*³².

Assim, é possível perceber que as narrativas que poderiam ampliar o conhecimento do leitor são usadas apenas quando se deseja descrever algo com o objetivo de aguçar a curiosidade do mesmo sobre o produto em questão. “A notícia – como mercadoria – estrutura-se como produto à venda, explorando as dimensões do espetacular, o que causa sensação, como incentivo para sua circulação”. (Costa, 2001, p. 149)

O principal jornal de uma região com mais de 3 milhões de habitantes estampou na capa do seu caderno de cultura um assunto que nada teve a ver com alguma produção da rica região de Campinas ou tampouco com a maior parte do Brasil. No final da reportagem, o jornalista, que participou do evento a convite da Mostra Internacional de São Paulo, anunciou que outras informações sobre cinema poderiam ser vistas na página 8 do mesmo caderno.

³² A reportagem sobre o filme *Vigaristas*, que recebeu o título de *Simpáticos Picaretas*, ilustrou a capa do Caderno C no dia 23 de outubro de 2009 e pode ser vista em Anexos.



Cinema à moda sueca

/ MOSTRA DE SP /
Delegação da
Suécia quer
intercâmbio
com brasileiros

João Nunes
ESPECIAL PARA O CORREIO

A Suécia tem cerca de 9 milhões de habitantes. É menor que São Paulo, a cidade que abriga a delegação sueca para a programação especial de filmes que contempla produções de diversos períodos. Pois esse país, um dos mais ricos do mundo, trouxe à 33ª Mostra Internacional de Cinema simpática trupe de diretores, produtores e executivos. Vieram exibir filmes e querem distribuí-los no Brasil.

Produções antigas e recentes ganharam programação especial

Pode parecer redundância dizer que um artista é simpático, se ele está tentando divulgar seu trabalho. Nem sempre. Há artistas históricos, mal-educados, estrelas, com humores instáveis. Assim, faz todo o sentido elogiar os suecos, que receberam a imprensa para um almoço e no qual falei com um executivo e três diretores.

O executivo Petter Matt-

son, do Instituto de Cinema da Suécia, disse estar feliz com o convite da Mostra e espera que o intercâmbio entre os países se efetive a partir de agora. É fácil entender o que ele está dizendo. Cinema sueco no Brasil até por ser encontrado em salas de arte, mas filmes brasileiros por lá, quase nem pensar. "Sinto até vergonha em falar sobre isso, mas conheço muito pouco o cinema do Brasil, vi *Cidade de Deus* (Fernando Meirelles)", em óbvia referência recente no Exterior.

Peço para ele falar sobre produções. Ele conta que a co-produção se tornou necessidade no mundo globalizado. Também comenta as leis de incentivo, muito parecidas com as da França e da Argentina, em que porcentagem da bilheteria vai para produções nacionais, assim como há taxaço para filmes estrangeiros — direcionada para novos filmes.

Depois, converso em particular com Rainer Hartleb, diretor de *Quando Eu Crescer* (2009). Ele pergunta se eu tinha gostado da projeção, pois o longa foi rodado em digital. "Não vi problemas", eu disse, e ele pareceu se satisfazer com a resposta. Ele conta como foi o processo do filme, rodado numa escola infantil. São crianças suecas e algumas refugiadas (os pais foram viver na Suécia fugindo de guerras) da Bósnia, da Somália, da Argélia, entre outros. Estão na faixa dos 8 anos. Quando elas



Cena de *Deixa Ela Entrar*, sucesso dirigido por Tomas Alfredson ainda inédito nas salas de Campinas

se formaram no Ensino Fundamental, o diretor foi convidado a rever essas crianças. Elas, agora, estão com 15.

É interessante observar as transformações pelas quais passaram e ver os mesmos traços, os sorrisos, o jeito de olhar. Há um sueco, Niclas, que sonha ser electricista. Ele tinha, quando criança, um olhar reflexivo, meio perdido, agarrado à mãe (o pai parece não existir). E, adolescente, segue com o mesmo olhar de quem enxerga o nada e não sugere muitas perspectivas.

Do lado dos refugiados, o tema é o da identidade. O diretor pergunta se eles se sentem

suecos. Uns dizem, aqui é meu lar, outros querem ao menos conhecer a terra natal. Não é uma Suécia dos sonhos esta de *Quando eu Crescer*, pois não há ricos, mas tampouco pobres. Mas são pessoas simples que encontram um jeito de sobreviver. E buscam se acertar, falam do futuro incerto, apostam em carreiras convencionais, outras nem tanto.

Terror

Quem viu *Deixa Ela Entrar*, de Tomas Alfredson, se surpreendeu. O filme, que ainda não chegou a Campinas, conta a história de Oskar, garoto frágil

de 12 anos que vive sendo provocado pelos colegas de escola e se refugia na companhia da nova vizinha, a menina Eli. Fascinado por histórias de terror, ele descobre que a amiga é vampira.

Parece história conhecida? Pois Tomas escreveu o filme há mais de cinco anos, quando ainda não existia a onda de vampiros adolescentes, que culminou com *Crepúsculo* e, agora, *Lua Nova*. Além de tudo, conta o diretor, sua história se baseou num livro.

Segundo ele, *Deixa Ela Entrar* não é filme de terror, mas de amor. E confessa algo inesperado: detesta fitas de terror,

prefere comédias. E por que escolheu esse livro para filmar? "Seduzi-me a história do garoto tentando se entender aos 12 anos e se adaptar à sociedade. Para mim, o vampiro é a imagem da raiva que ele sente".

Pergunto o que achou das ótimas críticas que o longa recebeu em todo o mundo. Ele jura não se importar com elas. Alguns críticos não gostaram, afirma, mas diz que o diretor não pode se pautar pelos comentários na hora de pensar nos próximos projetos.

Tomas parece um sujeito desencanado, que faz seu trabalho e deixa as coisas acontecerem. Só se exaspera um pouco com a possibilidade de sair de seu país, pois eu pergunto se ele pretende morar nos Estados Unidos. A pergunta procede porque, depois do sucesso de *Deixa Ela Entrar*, ele disse ter recebido muitos convites para filmar fora. "Nem pensar em viver nos Estados Unidos. Não me vejo fazendo cinema sem minha equipe, amigos e a família".

Ah, ele também não gostou de saber que seu filme será adaptado para versão norte-americana. No fundo, diz, gostaria que eles vissem meu trabalho em vez de fazer uma réplica dele adaptada ao gosto dos norte-americanos.

* O repórter participa do evento a convite da Mostra Internacional

LEIA MAIS NA PÁGINA C8

HOPI HARI
10 anos

PERSONAGENS INCRÍVEIS
ESTÃO ESPERANDO VOCÊ

31/10 a 29/11
finais de semana
e feriados

PASSAPORTE ANTECIPADO:
de **R\$59,90** por **3xR\$16,63***

ATRAÇÕES:
Personagens incríveis por todo o parque,
5 cenários especiais para fotos,
show exclusivo de contos infantis e
Parada Encantada com os personagens.

COMPRÁKI WWW.HOPIHARI.COM.BR OU 0300 789 5566**

*Preço válido para compra antecipada com pagamento em cartão de crédito no site www.hopihari.com.br.
0300 789 5566 ou pontos de venda autorizados. Atracões extras ou acomodadas por fichas, brinquedos magnéticos,
alimentação, bebidas, estacionamento, serviços especiais e transporte não incluídos no preço do
passaporte. Mais informações, consultar www.hopihari.com.br ou 0300 789 5566. **Custo de ligação local.

Reportagem nº 2 – ‘Mudar pra quê?’. Texto publicado no caderno *Movimento*, em 1º de novembro de 2009.

Nessa data o *Jornal de Piracicaba* estampou na capa do caderno, que apresenta aos domingos informações sobre cultura e variedades, a história da *Sorveteria Braga*, que acabara de completar 54 anos, resistindo a todos os tipos de mudanças e modernizações disponíveis aos fabricantes e vendedores de sorvetes. A reportagem que revelou um pouco da história da família que fundou e administra a sorveteria, e o produto que, apesar de simples, é capaz de atrair consumidores de cidades vizinhas, foi anunciada em chamada de capa, como um dos destaques daquela edição do *JP*.

Na parte interna do caderno, sob o título *O mesmo e (delicioso) sorvete há 54 anos*, o texto de 6 mil caracteres escrito pelo jornalista Ronaldo Victoria ocupou uma página inteira e foi acompanhado por três fotos que retratam o personagem principal da história e os produtos fabricados por ele. O texto tem início pela localização da sorveteria, em um modesto prédio na esquina das ruas XV de Novembro com a Silva Jardim, no Bairro Alto, em Piracicaba.

O repórter partiu então para a descrição dos detalhes que contribuíram para que a sorveteria contrariasse todas as tendências de inovação oferecidas aos fabricantes de sorvetes e conseguisse desfrutar de um prestígio especial entre os consumidores. O chão de lajota, as paredes pintadas com um amarelo claro desbotado, a pequena variedade de sabores à venda, o cheiro do local, um freezer antigo e a ausência de mesas e cadeiras para os clientes se acomodarem contrastaram com a fama dos sorvetes produzidos direto da fruta por José Pizzol, 82 anos.

Durante pouco mais de uma hora, o jornalista permaneceu na sorveteria como um observador, ouvindo relatos do proprietário, da filha dele e de algumas pessoas que passaram pelo local; também de alguns fregueses da sorveteria há décadas e que vêm até de cidades vizinhas para se deliciar na sorveteria Braga. Em vários parágrafos, o repórter proporcionou aos leitores proximidade com as tarefas diárias de Pizzol, ao relatar passo a passo sua rotina diária de trabalho.

Isso só foi possível por causa do desprendimento que o repórter demonstrou ter diante da pauta que recebeu ou sugeriu ao editor. Ele foi ao encontro do objeto e se permitiu colocar em prática o que Eliane Brum (2006, p. 190) chama de a arte de olhar. “Se o telefone e a internet são invenções geniais, não há tecnologia capaz de tornar obsoleto o encontro entre um repórter e seu personagem”.

Ao ler os relatos de cumplicidade que Pizzol teve com a falecida esposa e idealizadora da sorveteria, o leitor é levado à intimidade do entrevistado, que parece ter sido conquistado pela atenção que o repórter apresentou em relação às suas histórias e aos sorvetes. Isso fica claro quando o entrevistado se dispõe a revelar que os filhos foram criados e cursaram o ensino universitário com a ajuda do dinheiro da sorveteria.

O repórter do *JP* está carregado do encanto proporcionado pelas histórias ordinárias, que precisam ser contadas pelo jornalismo que deseja alcançar a atenção de seu leitor com a pretensão de transformá-lo, mostrando as riquezas que o cercam. Para Eliane Brum (2006, p. 187), os repórteres precisam “contar os dramas anônimos como os épicos que são, como se cada Zé fosse um Ulisses, não por favor ou exercício da escrita, mas porque cada Zé é um Ulisses. E cada pequena vida uma Odisséia”.

O comerciante entrevistado atribuiu o segredo do sucesso de sua sorveteria à simplicidade adotada na fabricação de picolés sem conservantes. Ao repórter, o entrevistado contou como fabricar o sorvete de abacate, o mais procurado. Os parágrafos finais do texto revelam a origem das frutas usadas na fabricação dos sorvetes, trazem informações sobre as finanças do comércio, as opiniões dos fregueses de Piracicaba e das cidades da região.

Ao se lançar em um voo original, como Medina (2003, p. 50) classifica as experiências que transcendem o relato de informações explícitas, o repórter do *Jornal de Piracicaba* humanizou seu relato e praticou “(...) o exercício da intuição ao passar, no subtexto, os mistérios não controlados pela lógica do senso comum”. Além de investirem mais em reportagens, como recomenda o jornalista Ricardo Noblat, os jornais precisam valorizar nelas os relatos capazes de despertar as emoções dos leitores.

Essa ação resulta nas narrativas que Cremilda Medina (2003, p. 118) classifica como sendo vivas. Nelas, “imagens, sons ou relatos linguísticos se remetem à vida cotidiana, ao conhecimento comum, às sabedorias locais e universais. Nas histórias de vida a construção narrativa se vale da intuição no contato humano (...)”. Essa aposta de fomento à ação social é feita pelo *JP* aos domingos, nas edições do caderno *Movimento*.

A reportagem sobre a *Sorveteria Braga* contou a história de um lugar e, ao relatar os hábitos de seu proprietário, serviu de incentivo aos demais comerciantes da cidade pelos exemplos de superação relatados pelo fundador da sorveteria e, além disso, cumpriu o papel de contar a seus leitores um pouco da cultura local, ofereceu informações sobre um lugar próximo, que pode e deve ser prestigiado pelos moradores de Piracicaba e da região. O espaço nobre do caderno de cultura foi preenchido sem o uso de reportagens produzidas por agências.



'O nosso sorvete é simples, caseiro, feito aqui mesmo, é natural, a gente faz direto da fruta'



'Se a gente mudasse, perderia a graça: seríamos apenas mais um', diz Pizzol

O MESMO (E DELICIOSO) SORVETE HÁ 54 ANOS

RONALDO VICTORIA
ronaldo@jornal.com.br

O sucesso da Sorveteria Braga, que completou recentemente 54 anos ininterruptos de funcionamento em Piracicaba, sempre no mesmo lugar — na rua XV de Novembro, esquina com a Silva Jardim, no Bairro Alto — não pode ser explicado por meio das modernas teorias de administração. Afinal, dizem os economistas modernos, uma sorveteria hoje em dia precisa estar num local atraente para o público, "descolado" segundo o conceito moderno.

O ambiente precisa ser de bom gosto, com mesinhas e cadeiras para as pessoas apreciarem os gelados. Deve, claro, ter uma oferta de produtos que vá além das casquinhas e picolés, incluindo água mineral e refrigerante. Agora, quanto aos sorvetes em si, é necessário que se apresente uma longa lista de opções para os frequentes, sabores exóticos e o chocolate de todos os dias, do aerado ao light.

Pois a Sorveteria Braga não tem nada disso. Suas instalações são pra lá de acanhadas, com um lajotão branco no chão, que chega até o meio da parede, de um amarelo claro desbotado. As duas velhas máquinas que fazem sorvete de massa, hoje desativadas, só ocupam espaço. Os sorvetes são colocados num freezer antigo, de tamanho médio. Não há mesas nem cadeiras, os frequentes ficam em pé. Nem existe aquela tabela clássica com os sabores disponíveis. Por que as alternativas são poucas, e variam a cada dia.

Então qual o segredo do sucesso? Simples: o sorvete. "O nosso sorvete é simples, caseiro, feito aqui mesmo, é natural, a gente faz direto da fruta", conta José Pizzol, que aos 82 anos mantém o serviço praticamente sozinho, apenas com apoio da filha caçula, Magda, hoje com 50 anos. Pizzol conta que o sobrenome foi "herdado" da esposa, Zuleica Braga, falecida há cinco anos, que era, segundo ele, a "alma" da sorveteria.

"Ela foi uma grande mulher, uma grande companheira. A gente viveu junto mais de 50 anos, convivendo sempre. Ela não gostava de sair, nem eu, então era só eu e ela juntos nessa vida", lembra Pizzol, saudoso. De acordo com ele, foi de Zuleica a ideia, ainda no começo do casamento, de se dedicarem ao ramo de sorvetes. "Era nos anos 50 e aqui que a gente tinha um mercadinho. Acontece que nessa época começaram a aparecer os supermercados em Piracicaba e a concorrência passou a ser muito grande. Então fechamos o mercado e reabrimos como sorveteria em 1955", diz.

Contrariando as tais teorias



Nostalgico, Pizzol diz que a ideia de criar a sorveteria foi de sua mulher que morreu há cinco anos

de administração, pode-se dizer que do começo até hoje a Sorveteria Braga mudou muito pouco, quase nada. "Tem gente que fala que a gente devia modernizar, fazer sabores diferentes, sorvetes de massa, mas eu acho que se fosse assim, perderia a graça. A gente mudaria, seria mais um só", diz, sabidamente.

SÓ PICOLÉ

Já faz alguns anos que a sorveteria faz apenas picolé, e não

mais sorvetes de massa. Isso porque as tais máquinas quebradas e que faziam o serviço. Entre os sabores, quase todos são de fruta. No máximo, conta Pizzol, chegam a dez variedades. E de dia para dia, as ofertas variam. Na quarta-feira à tarde, por exemplo, só havia quatro opções: coco, abacaxi, limão e acerola. Na parte da manhã, ainda havia a opção tamarindo, uma das mais diferentes.

O sabor da fruta fica autêntico. Logo na primeira mordida do picolé de tamarindo, se sente o

gostinho azedo característico. No de coco, talvez o mais vendido, há pedacinhos ralados no meio. "Nós fazemos mais sorvete de fruta. O de coco, branco ou queimado, é o que mais sai. Outro que faz muito sucesso é o de abacate, que fica bem cremoso. Também fazemos de jaca e de ameixa, mas dependendo da estação das frutas", conta Pizzol.

Hoje ele acredita que venda de 200 a 300 picolés por dia. Claro que isso em dias de calor. "Se está muito frio, a gente não tem o que

fazer, vende menos", afirma. O cotidiano do sorveteiro, em que pese a idade avançada, é bastante movimentado. Acorda todo dia às 5h, faz os sorvetes, atende sozinho de manhã (a filha só fica à tarde) e trabalha até as 18h. "Mas consegui criar quatro filhos apenas com a venda de sorvete. E tris tem diploma de faculdade", conta. Dos filhos, José Paulo é engenheiro, Mara Sandra psicóloga e Márcia Cristina trabalha no banco. Magda, que ajuda o pai, não se formou. "Eu estou ajudando dire-

to há uns cinco anos para que ele não fique sozinho. Porque desde a morte da minha mãe ele deu uma caída no ânimo", conta. Magda lembra que vive no ambiente da sorveteria desde que era criança. Hoje colabora para criar receitas diferentes, como coco queimado e cereja. Em todo esse tempo, conta a filha, só os pais foram responsáveis pelo negócio. A sorveteria nunca teve funcionários. É uma pequena empresa genuinamente familiar.

Os sabores tradicionais é que garantem o movimento. O de abacate é um dos mais famosos. Faz-lo, conta Pizzol, é simples. Ele pega dois ou três abacates maduros, bate com leite no liquidificador, coa, adoça e congela. Depois coloca nas forminhas com um pouco de álcool e espera congelar. "O bom é que fica cremoso e é isso que o pessoal gosta. Sorvete de fruta tem de ser natural, nunca usei química nem conservante."

Outro dado importante é o preço. Os picolés custam apenas R\$ 0,30. E o preço aumentou em 21 de setembro. "Ficamos mais de 20 anos cobrando só R\$ 0,30. Mas chegou uma hora que não deu mais", diz Pizzol. O aumento, segundo ele, não espantou a frequentes. E o lucro com a venda, garante, se não é muito, garante a sobrevivência. "Não deu para ficar rico, mas sempre deu para pagar as contas."

Até porque, por conta dos seus conhecimentos, Pizzol tem o apoio de amigos que doam alguma parte das frutas que usa para os sorvetes, principalmente de comerciantes de Charqueada. O restante compra num varejão da cidade. Na quarta-feira, recebeu um saco de limão diretamente do fornecedor.

Em pouco mais de uma hora, a sorveteria poucas vezes ficou vazia. Os frequentes não reclamam de ficar de pé e alguns comentam que o sorvete é parecido com o slogan de uma marca de biscoitos: impossível tomar um só. "Sempre que eu venho, eu tomo uns quatro de uma vez. Já passo aqui há dez anos, estava em Americana e me deu vontade de vir para cá. O segredo é ser natural e saudável", diz o bombeiro aposentado Reinaldo Camargo, 53.

"Esse sorvete é natural, sem conservante, é o que tem de bom. Sem contar a dedicação. Venho sempre e meu favorito é o de coco", conta a sub-gerente Leticia de Moraes Rodrigues, 53. O corretor de imóveis Armando Zambon, 55, é consumidor há 20 anos. "A diferença é que aqui é feito com a fruta mesmo, do jeito que era no passado. Não tem aquela essência de fruta sem gosto. Menos de dois eu nunca consigo tomar, porque é muito bom. Para mim é uma tradição na cidade."

Reportagem nº 3 – ‘Corrida contra o tempo’. Texto publicado no *Caderno C cultura/variedades*, em 10 de março de 2011.

A reportagem foi selecionada por representar uma das poucas pautas locais desenvolvidas pelo *CP*, e por favorecer a descrição dos trabalhos de reforma que estavam sendo feitos no *Teatro Castro Mendes*, um dos espaços de cultura mais tradicionais de Campinas, e que estava fechado há mais de quatro anos. A jornalista Paula Ribeiro, que assina o texto, foge da estrutura convencional de lead, ao iniciar pelo estado do local em obras. O relato sobre as paredes pichadas, tapumes e a sensação que a repórter diz ter sentido ao entrar no teatro têm potencial para estabelecer uma relação com o leitor, já que será abordado na reportagem um objeto que faz parte da história da cidade.

Ao longo dos últimos anos, as precárias condições do prédio que abrigou o teatro foram alvo de muitas reportagens produzidas pela imprensa campineira, incluindo o *CP*, que em 2009 dedicou a capa do *Caderno C* para posicionar o leitor sobre a situação do espaço cultural em relação às ações do poder público municipal. Por essa razão, pode-se pressupor que a informação de que a equipe do *Caderno C* teve acesso ao interior da obra, inserida no segundo parágrafo do texto, despertou o interesse dos leitores pelo assunto. O relato da visita da jornalista é apresentado em uma página inteira, ao lado de duas grandes fotos.

Considerando que a equipe do *CP* esteve acompanhada da secretária municipal de Cultura, Renata Sunega, que aparece em primeiro plano na maior foto, e do arquiteto e coordenador do projeto de reforma, Cláudio Orlandi, os leitores que conhecem um pouco sobre a dinâmica do trabalho da imprensa podem ser levados a acreditar, quando avisados sobre isso logo no início do texto, que a reportagem surgiu a partir de um convite e, por essa razão, tende a seguir uma linha que não fosse a de lançar olhares críticos à reforma.

Mas o texto não segue o estilo totalmente chapa branca, de tecer apenas elogios à administração pública. Em vários trechos, a repórter lembra que o prazo para a entrega das obras havia sido adiado seis vezes, desde que as obras foram iniciadas. No trecho em que o arquiteto diz que o tapeceiro está apenas esperando a colocação e o lixamento dos tacos para recolocar as poltronas reformadas, a jornalista enfatiza que, apesar de ser tratado como algo simples de ser concluído, “a sala continua tal e qual como quando o *Caderno C* visitou o local no ano passado”.

Paula Ribeiro descreve as atividades que estão sendo desenvolvidas pelos homens que trabalham na reforma e os tipos de materiais que devem ser reaproveitados. Apesar de as fontes serem apenas as oficiais, e garantirem que desta vez o prazo de entrega será cumprido, a repórter não demonstra ingenuidade acreditando em todas as informações que recebeu. Mesmo sendo informada de que 40 homens estavam trabalhando no local, a repórter conta que, na verdade, eram apenas 20.

O trabalho de campo da repórter enriqueceu a reportagem com detalhes e comprovações que a jornalista só teria acesso em contato direto com o objeto da pauta. Na avaliação do pesquisador, a reportagem teve como objetivo apenas atualizar as informações da reforma aos leitores. Nenhuma história que pudesse humanizar a reforma do teatro foi apresentada.

Mesmo assim, a reportagem proporcionou aos leitores o contato com um objeto local, além de oferecer informações adicionais sobre os planos da *Secretaria de Cultura de Campinas*, como a criação de um teatro para execução de óperas, a volta da *Virada Cultural Paulista* para Campinas, a adoção de editais para tornar os processos de licitação mais transparentes, além da ampliação das oficinas de cultura em bairros carentes.



Corrida contra o tempo

/ PALCO /
Caderno C
visitou as
obras da reforma
do Teatro
Mendes,
previsto para
ser reinaugurado
em setembro

Paula Ribeiro
DA AGÊNCIA ANHANGUERA
paula.ribeiro@rac.com.br

Num primeiro olhar, pelo lado de fora dos tapumes, a impressão é de que as obras do Teatro Castro Mendes estão paradas. A fachada continua com a mesma aparência de quando o local foi fechado, há quase quatro anos — pichada, manchada e destruída.

**Local está
fechado há quase
quatro anos**

Quando se entra no teatro, as mudanças não são fáceis de serem notadas, pois estão mais concentradas nos detalhes, mas o alicerce da plateia superior finalmente está pronto, após muita dificuldade na perfuração do solo; alguns camarins individuais estão praticamente concluídos (devem ser batizados com nomes de artistas campineiros) e os pisos dos corredores das salas e camarins superiores estão sendo colocados. A parte hidráulica também está toda pronta. Isto foi o que o *Caderno C* conferiu na visita à obra realizada na semana passada na companhia da secretária de Cultura Renata Sunega e do arquiteto e coordenador do projeto, Cláudio Orlandi.

De acordo com Orlandi, o prazo de entrega — previsto para setembro — está apertado, mas a obra está correndo dentro do cronograma. Setembro de 2011 é o sexto prazo de previsão de entrega dado pela Secretaria de Obras desde que o teatro foi fechado (veja quadro nesta página).

O orçamento da Secretaria deste ano tem previstos R\$ 6 milhões para a finalização da obra, prevista para setembro. Muito do material retirado do teatro será reprovitado, como as wall frames (apoio de contra-pesos dos cenários) de ferro que estavam sendo retiradas pelos funcionários da Secretaria de Serviços Públicos. A partir de agora, a empresa responsável pela cenografia deve entrar no teatro para a instalação das wall frames mais modernas e das varas cênicas. Parte das poltronas está reformada e aguardando a recolocação e lixamento dos tacos da sala de ensaios para serem entregues e lá armazenadas. "O tapeceiro está só esperando isso", afirma Orlandi. Mas a sala continua tal e qual como quando o *Caderno C* a visitou pela primeira vez, em agosto do ano passado.

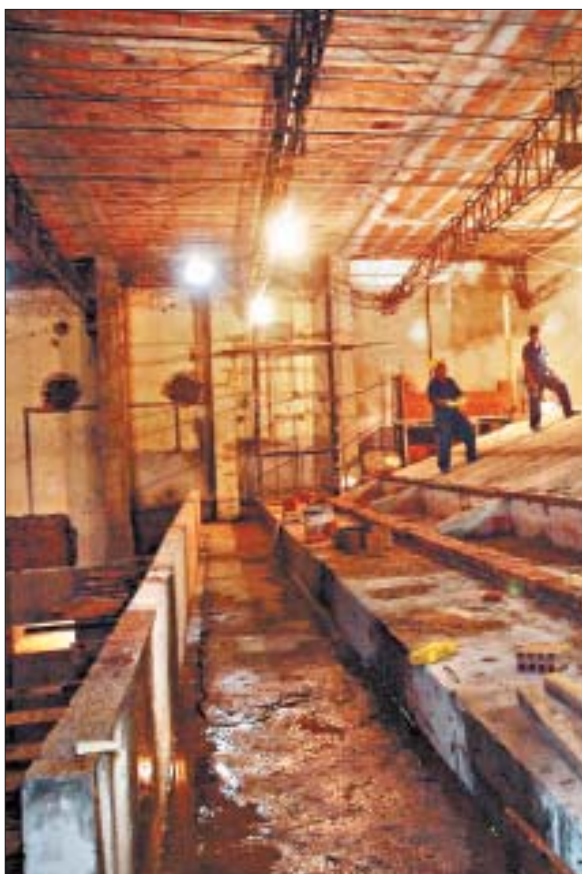
De acordo com a Construtora MVG, o número de homens trabalhando no local

SAIBA MAIS

A reinauguração do Teatro Castro Mendes está prevista para setembro, com a apresentação da Orquestra Sinfônica de Campinas, executando a ópera *Carmina Burana*, sob a regência do maestro Parival Módulo e participação de um coral de 130 vozes, sendo 70 crianças.



Renata Sunega, secretária de Cultura, durante visita às obras do Teatro Castro Mendes: alicerce da plateia superior está pronto, assim como alguns camarins individuais



Obras estão em ritmo acelerado para que a reinauguração possa realmente ocorrer em setembro

continua o mesmo — 40. Mas, às vésperas do Carnaval, quando a reportagem lá esteve, a impressão que se tinha era que nem metade deste número se distribuía pelos andares do local.

Fosso

Além do tempo em que esteve fechado para reformas, o

Castro Mendes gerou polêmica em relação à extinção ou não do fosso, exigida pelo renomado arquiteto e consultor acústico José Augusto Nepomuceno, que está supervisionando a obra. O imbróglio gerou a entrada de um procedimento no Ministério Público (MP) por representantes do Fórum Municipal

de Cultura. Após a entrada do procedimento, o MP exigiu todas as plantas da reforma do teatro para a Secretaria Municipal de Cultura.

Apesar de o MP, na pessoa do promotor Geraldo Cabanas, não ter dado ainda um parecer em relação ao assunto, segundo a assessoria de imprensa do órgão, os res-

Administração prevê edital para ocupação dos teatros

Quase dois meses após ter assumido a Secretaria de Cultura, a arquiteta Renata Sunega fez um balanço de sua administração à frente da pasta. Até agora, sua maior conquista foi a volta da Virada Cultural Paulista para a cidade, em maio. Além disso, fez um pré-calendário da programação cultural, análises das administrações anteriores e traça planos para novas tomadas de decisões. "Fizemos uma análise de como estavam sendo feitos os processos, as contratações e os equipamentos culturais. Cheguei à conclusão de que precisamos de mais transparência. Faremos, no ano que vem, um edital para ocupação dos teatros. Atualmente o agendamento acontece com apenas 60 dias de antecedência e grandes peças precisam ser agendadas com até um ano. As peças maiores não

conseguiram chegar em Campinas, mas virão a partir do segundo semestre deste ano", explica. Renata também quer ampliar as oficinas da cidade. "Abriremos um edital de contratação de oficineiros. Um dos objetivos é continuar oficinas em alguns locais e começar em outras em outros, principalmente em bairros em que há maior vulnerabilidade das crianças porque cultura tem comprovadamente poder de tirar pessoas da criminalidade", afirma. A secretária também já conquistou alguns eventos em parceria com empresas privadas, como apresentações culturais. E pretende realizar um evento chamado Escambo Literário, que acontecerá em frente à biblioteca Ernesto Manoel Zink (da Avenida Benjamin Constant) mensalmente. Ali, as pessoas trocarão livros. "Os leitores poderão renovar seu acervo literário com este evento", explica. (PR/AAN)

ADIAMENTOS

Após o fechamento do Teatro José de Castro Mendes para reformas, em 9 de abril de 2007, a Administração Municipal estendeu três vezes, até agora, o prazo de conclusão das obras:

✓ **Fevereiro de 2009** — Previsão inicial
✓ **Maio de 2009** — Dado em

fevereiro de 2009

✓ **Dezembro de 2010** — Dado em fevereiro de 2010

✓ **Junho de 2011** — Dado em novembro de 2010

✓ **Julho de 2011** — Prazo de entrega da obra no contrato da construtora contratada

✓ **Setembro 2011** — Prazo mais recente, com agendamento de apresentação da Sinfônica

ponsáveis pela obra já decidiram pela retirada definitiva do fosso. "Com a retirada do fosso, diminuímos o *proscenium* e ganhamos quatro fileiras de plateia", explicou Orlandi.

O argumento mais usado pelos representantes do Fórum de Cultura é que a cidade não teria um local para a

realização de óperas e balés com orquestra. Em relação a esta questão, a Secretaria de Cultura tem uma novidade. Em breve, o prefeito Hélio de Oliveira Santos irá anunciar a construção de um teatro de ópera. O pré-projeto, de acordo com Renata, está sendo estudado pela Secretaria de Obras.

Reportagem nº 4 – ‘Desfiles em SP devem atrair 120 mil’³³. Texto publicado no caderno *Cultura*, do *JP*, em 04 de março de 2011.

A escolha desse texto deve-se à intenção do pesquisador em destacar a contextualização local que a editoria *Cultura* do *Jornal de Piracicaba* desenvolve em torno de um assunto de abrangência nacional, escolhido para ocupar a capa de sexta-feira, que marcou o início dos desfiles das escolas de samba de São Paulo.

Apresentada em um texto de 2 mil caracteres, a reportagem assinada por Sabrina Franzol é composta por três fotos, uma ilustração do sambódromo do Anhembi e três textos menores, chamados de retrancas. O destaque, na avaliação do pesquisador, ficou por conta da relação de proximidade estabelecida pela jornalista entre o desfile em São Paulo e os moradores de Piracicaba, que participariam do evento que recebeu a cobertura dos principais grupos de comunicação do Brasil.

Os primeiros parágrafos tratam o assunto sem nenhuma abordagem local. Além da descrição da estrutura do sambódromo, foram apresentados os atrativos de 2011 para quem optou por assistir de perto à passagem das escolas de samba de São Paulo. Parte das informações foi passada à repórter durante a entrevista feita por ela com o presidente da *SPTuris*, Caio Luiz de Carvalho, administrador do local. Ocupando o espaço de quatro colunas, está a foto que a *Folhapress* tirou de um carro alegórico.

A reportagem ganhou contornos locais na retranca que foi publicada abaixo da principal foto da edição. A participação dos integrantes do *Quinteto Dona Zaíra*, grupo piracicabano de forró, no desfile da escola *Acadêmicos do Tucuruvi*, que homenageou ícones desse gênero musical no Brasil, foi apresentada em um texto com pouco mais de mil caracteres, ilustrado por uma foto. As informações foram passadas à repórter por Diego Araújo, responsável pelo triângulo e coro.

Ao ressaltar a expectativa do grupo em desfilar pela primeira vez no carnaval paulistano, e a responsabilidade que ele teria ao representar ícones do forró no carro abre-alas, a reportagem proporcionou aos leitores uma conexão entre os artistas locais e um evento que recebe a cobertura dos principais meios de comunicação do país.

³³ A reportagem de capa do caderno *Cultura* “Desfiles em São Paulo devem atrair 120 mil” pode ser vista na página 101.

Duas notas fecharam as informações da página. Em uma delas, a repórter Sabrina Franzol ouviu o piracicabano Rui Torrezan, que desfilaria pela segunda vez na escola *Mocidade Alegre*. Uma pequena foto do entrevistado também foi publicada. Na outra nota, Rafael Bitencourt abordou a participação da banda piracicabana de rock *The Mollet Monster of Mafia* em um tradicional festival de Curitiba. Apesar de curta, a nota trouxe declarações do guitarrista piracicabano Edson Lopes.

3.5 Outra possibilidade

A pesquisa realizada com base em 64 edições permitiu a identificação de duas propostas distintas de jornalismo. Representando a maior parte dos jornais de médio e grande porte do interior, o *Correio Popular* adotou a linha editorial crescente na maior parte dos meios, que privilegia conteúdos de ordem nacional e global, que Milton Santos considera como estando a serviço da razão universal. Já o *Jornal de Piracicaba* se empenhou em disseminar as produções que têm relação direta com os territórios local ou regional, que para Santos (2006, p. 231) contribuem decisivamente para a comunicação.

A ordem global e a ordem local constituem duas situações geneticamente opostas, ainda que em cada uma se verifiquem aspectos da outra. A razão universal é organizacional, a razão local é orgânica. No primeiro caso, prima a informação que, aliás, é sinônimo de organização. No segundo caso, prima a comunicação.

A postura do *JP* na escolha pelos assuntos que noticia pode ser compreendida na explicação dada ao pesquisador pela editora de *Cultura*, Eleni Destro³⁴. “Se amanhã tivermos em Piracicaba uma apresentação de batuque de umbigada³⁵ aberta ao público daremos destaque na capa para ela. Mas não deixamos de noticiar os outros acontecimentos. Não podemos deixar essa coisa bairrista se instalar”, enfatiza.

A característica marcante das publicações em *Cultura* no *JP* é que as reportagens feitas com base nas produções da indústria do entretenimento não conseguem arrebatar os corações da sua equipe de jornalistas, como ocorre no *CP*, que destaca as produções do cinema e da televisão, principalmente nas edições entre quinta-feira e domingo. Por isso, o *Jornal de Piracicaba* é aqui considerado um meio que foge à regra seguida pela maioria dos jornais de médio e grande porte do interior. Ao pesquisador, o editor-executivo da *APJ* revela que o *JP* está no caminho certo, concedendo visibilidade à variedade de ações registradas em seu território.

³⁴ A entrevista com a jornalista Eleni Destro está em Anexos.

³⁵ “Batuque de umbigada” é uma dança originária da África, trazida ao Brasil pelos navios negreiros na época da colonização e instalada na região do Médio Tietê (Tietê, Porto Feliz, Laranjal, Pereiras, Capivari, Botucatu, Piracicaba, Limeira, Rio Claro, São Pedro, Itu, Tatuí). Trata-se de uma manifestação que vem sendo preservada em Piracicaba e transmitida por gerações.

A orientação em relação à prioridade a assuntos regionais é correta. Cada jornal deve ter a sua linha editorial e sabe qual é o público com o qual se comunica. Editar é selecionar. Piracicaba é uma cidade, pelas características históricas que todos conhecemos, muito rica em tradições, nomes na literatura e artes; promove o Salão Internacional do Humor, tem uma população universitária diversificada, etc. e o Jornal de Piracicaba tem demonstrado estar atento a todos os movimentos, inclusive o surgimento do polo de artes cênicas. É o mais importante.

A jornalista Eleni Destro afirma que quando assumiu a editoria *Cultura*, do *JP*, há cinco anos, percebeu que “a valorização dos assuntos locais já era uma linha editorial seguida no jornal. Nós sempre procuramos valorizar primeiro a produção cultural local, os artistas locais e, se necessário, completamos o espaço com matérias de agências”, explica.

O *JP* mostrou-se empenhado na manutenção das tradições vigentes na região que recebe sua cobertura através de pautas que divulgaram e, portanto, tornaram esses assuntos conhecidos, inclusive, entre os leitores mais jovens. “Procuramos enfatizar as características da cidade nas matérias, entre elas a cultura caipira. Essas tradições também são fortes em outras cidades por onde o jornal circula como Tietê e Capivari”, destaca a editora Eleni Destro.

A adoção pelo *JP* da linha que valoriza as produções locais resulta na ação que João Pissara Esteves (2003, p. 90) classifica como de resistência à exaltação de produções globalizadas e à padronização das identidades.

Em contra-ciclo à desterritorialização globalizante que nos dias atinge de forma tão poderosa o mundo da cultura, não se podem ignorar, nomeadamente, os processos culturais que mantêm ainda a sua dinâmica ao nível das comunidades; e assistimos mesmo, nos últimos tempos, à intensificação das formas de vida a este nível, além de se considerar, com toda a certeza, como um sinal positivo o crescimento destes espaços públicos locais e a sua maior afirmação no futuro, seja através de redes de contatos sociais diretos, seja através de redes mediáticas.

A editora de *Cultura*, do *JP*, conta que os repórteres recebem diariamente várias pautas de assuntos locais. No dia da entrevista ao pesquisador, pouco antes do meio-dia, Eleni avaliava qual evento poderia estar na capa do caderno na edição seguinte. “Teremos noite da seresta, música no Sesi, teatro e apresentação musical no Sesc. Enfim, é difícil ficarmos fora

da pauta, longe do factual”, observando que, apesar de existirem outros jornais em Piracicaba, “as pessoas acabam procurando o *JP*, já que nós somos o jornal que dá mais destaque a essa área cultural, pois temos um caderno de cultura”.

Outro diferencial do *Jornal de Piracicaba* pode ser encontrado no trabalho de campo dos repórteres. Eleni explica que as reportagens locais são valorizadas em espaços de destaque por envolverem o trabalho de toda a equipe. “Fazemos questão de entrevistar todos os atores e músicos que vão se apresentar na cidade, inclusive os famosos. Não nos baseamos em releases”, garante.

Há sete anos, a atriz Keyla Curciol³⁶ participa de grupos de teatro nas regiões de Campinas e Piracicaba, além de dar aulas de teatro e dança em escolas municipais na cidade de Capivari. Ao pesquisador, Keyla disse considerar a falta de atenção dos jornais do interior ao trabalho desenvolvido por pequenas e médias companhias de teatro como uma das maiores dificuldades enfrentadas para conseguir levar o público a prestigiar os espetáculos locais.

A credibilidade do jornal dá a ele um forte poder de influência. Quando os jornais não tornam públicos os trabalhos, não há como parte da população saber o que está acontecendo na cidade. De maneira geral, os grupos de teatro sentem a falta do interesse dos jornais pelas produções locais. Certa vez, como forma de incentivo à cobertura da imprensa, nosso grupo chegou a elaborar releases sobre o espetáculo, mas não adiantou.

Questionada sobre a diferença entre a cobertura cultural dos jornais da região de Campinas e o *Jornal de Piracicaba*, Keila observa que, “em Piracicaba valoriza-se muito mais os artistas. Mesmo os atores que estão começando agora são entrevistados com frequência pelo jornal”, conclui.

A revitalização do local não é totalmente compreendida por aqueles que detêm os meios de comunicação local. Ao insistirem em reproduzir os esquemas e vícios da grande mídia deixam de inovar e de aproveitar a vitalidade do local (Peruzzo, 2003, p. 84).

³⁶ A entrevista com a atriz Keila Curciol está em Anexos.

A editora de *Cultura do Jornal de Piracicaba* acredita que a valorização dos assuntos que têm relação com os artistas ou com as tradições da cultura local contribuiu ao longo dos anos para o fomento da cultura local. Hoje, a cidade de Piracicaba e sua região são conhecidas nacionalmente como capazes de oferecer ao público uma grande variedade de eventos culturais, principalmente aqueles que têm relação com a cultura caipira, que raramente encontram espaço na maior parte dos *media*.

Para o jornalista Marcelo Lopes da Rocha, que em 2009 atuou como repórter de cultura do *JP*, e hoje é editor de *Cidades* no jornal *O Liberal*, ao revelar a diversidade da cultura local, o trabalho desenvolvido pelo *JP* favorece a manutenção e ampliação do desejo dos leitores em receber notícias sobre eventos que têm relação com a cultura do território onde vivem.

Trata-se de uma louvável e obsessiva missão, que é a de valorizar aspectos da cultura local. Por exemplo, manifestações culturais/folclóricas como o cururu, a umbigada, a congada e a Festa do Divino Espírito Santo - bem como seus personagens, gente que carrega essas heranças históricas transmitidas entre gerações -, normalmente têm grande destaque nas páginas do matutino. Geralmente são matérias que mostram o duro trabalho de resistência dessas manifestações populares nos dias de hoje (algumas delas praticamente extintas em outras regiões), o esforço de seus apaixonados militantes, a importância histórica da atividade e, principalmente, o elo dessa manifestação com a cidade de Piracicaba. E, por outro lado, percebo um interesse por parte de uma razoável parcela de leitores quanto a esse tipo de conteúdo, ou seja, a tríade informação/história local/heranças culturais.

No *CP* a missão é outra. Ao conceder destaque, principalmente no final de semana, às informações sobre as produções nacionais e internacionais, o jornal deixa de privilegiar a pauta local, que poderia explorar a realização de shows, peças de teatro envolvendo moradores da cidade ou iniciativas que podem levar à formação de novos artistas. As manifestações da cultura local, originadas na região ou trazidas há décadas por grupos de migrantes, perdem em atenção e legitimação enquanto formas de cultura.

Um exemplo dessa perda é apontado pela editora do *Caderno C*, Daniela Prandi, ao explicar que as manifestações ligadas à cultura popular, como danças folclóricas e *Carnaval*, por exemplo, quando abordadas em reportagens do *CP*, são publicadas no caderno *Cidades*. Ou seja, ao serem expostas em meio aos textos sobre assuntos diversos, como reclamações de

bairro, por exemplo, essas informações não são apresentadas aos leitores como cultura, ao contrário dos textos sobre cinema, que predominam no *Caderno C cultura/variedades*.

É importante observarmos que, mesmo não recebendo a atenção da editoria *Cultura* na maioria dos jornais, as manifestações folclóricas que têm relação com a história local ou regional não deixam de existir, no entanto, passam a ser pouco lembradas, já que não ocupam o mesmo espaço dos assuntos que são frequentemente apresentados como cultura. O lugar delas torna-se uma espécie de arquivo morto na memória da sociedade, de onde raramente são lembradas ou têm suas apresentações fomentadas pelos *media*, como observa Garcia Canclini (1999, p. 110).

Os repertórios folclóricos locais, tanto aqueles ligados às artes cultas quanto às populares, não desaparecem. Mas seu peso diminuiu em um mercado onde as culturas eletrônicas transnacionais são hegemônicas, quando a vida social urbana se faz cada vez menos nos centros históricos, e mais nos centros comerciais modernos da periferia, quando os passeios se deslocam dos parques característicos de toda cidade para os shoppings que imitam uns aos outros em todo o mundo.

A pequena abordagem das manifestações culturais tradicionais pela maior parte dos *media*, incluindo o *CP*, não é suficiente para torná-las conhecidas pelas novas gerações, afeitas a receber pacotes de entretenimento com produtos diversos e efêmeros, como músicas e filmes. Essa tendência dificulta a preservação das tradições populares em grande parte das cidades, já que pouquíssimas pessoas conhecem e se sentem motivadas a prestigiar essas apresentações, que são bastante destacadas pelo *JP*.

Para Roberto Benjamin (1999, p. 135), a explicação para o comprometimento maior das equipes de jornalistas que integram a editoria *Cultura* com os assuntos que não dizem respeito ao local ou ao regional está no fato de as “manifestações populares serem incomparáveis com a pretensão globalizadora do mercado. Assim, somente quando tomada como um adereço exótico é que a cultura tradicional vem a ser apresentada nos *mass media* (...)”.

Por isso, pesquisadores como Cicilia Peruzzo (2005, p. 71) acreditam que, mesmo não saindo completamente de cena, a cultura que tem ligações com as tradições locais recebe a atenção dos *media* apenas quando se tem como objetivo torná-las comercializáveis. “O interesse da grande mídia pelo local, num primeiro momento, apresenta-se mais por seu lado

mercadológico do que pela produção de conteúdo regionalizado”. Para Martín-Barbero (2006, p. 61), quando os *media* agem dessa forma, estão contribuindo para o esvaziamento de sentido das culturas regionais.

(...) a identidade local é assim conduzida para se transformar em uma representação da diferença que a faça comercializável, isto é, submetida a maquiagens que reforçam seu exotismo e a hibridações que neutralizem suas classes mais conflitivas. Que é a outra face da globalização acelerando as operações de desenraizamento com as quais tenta inscrever as identidades nas lógicas dos fluxos: dispositivo de tradução de todas as diferenças culturais para a linguagem franca do mundo tecnofinanceiro, e volatilização das identidades para que flutuem livremente no esvaziamento moral e na indiferença cultural.

No entanto, autores como Milton Santos e Stuart Hall vislumbram outras possibilidades para as pequenas manifestações culturais, sejam elas ligadas às tradições de um povo ou aquelas produzidas por jovens que, estimulados pela indústria do entretenimento, querem ter o seu próprio grupo musical. Esses autores acreditam que, além de serem capazes de resistir às pressões da globalização, as manifestações tradicionais podem evoluir para formas híbridas de cultura, misturando aquilo que é tradicional ao global.

Dessa forma, o uso de novas tecnologias para produzir e divulgar produções culturais na internet poderia contribuir para tornar essas manifestações conhecidas, e até capazes de rivalizar com as produções da indústria cultural. Assim, um grupo de música pop formado por amigos poderia gravar uma música em um estúdio adaptado na garagem de uma casa e disponibilizar as gravações em sites de compartilhamento de áudio e vídeo, como o *YouTube*, deixando sua produção ao alcance de milhões de pessoas com acesso à internet.

Porém, é preciso considerar que o poder de influência dos *media* sobre o que a maioria do público vê ainda é muito grande, mesmo quando a plataforma usada é a internet. Ou seja, muitos vídeos com produções independentes de músicas e outros tipos de manifestações recebem enormes quantidades de acesso depois que o assunto é divulgado pelos *media* em sites de notícias, programas de tevê, jornais e revistas. Portanto, devemos considerar que o poder de seleção dos meios de comunicação ainda influencia consideravelmente a escolha das produções que receberão a atenção do público, mesmo na internet, que tem milhões de opções a oferecer.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É uma grande ironia perceber que os jornais do interior, muitos deles editados e lidos em cidades desprovidas de salas para a exibição de filmes, destacam frequentemente em seus cadernos de cultura informações sobre lançamentos do cinema, como se assistir a filmes fosse a única opção para a maioria da população apreciar, principalmente aos finais de semana. Na verdade, quando assim o fazem, as empresas de comunicação estão reforçando a exposição dos assuntos que há tempos são os mais difundidos por essa editoria. Trata-se de um processo de legitimação das produções da indústria do entretenimento como forma universal de cultura.

Para entender esse comportamento, é preciso considerar que os jornais são hoje, em sua maioria, empresas que buscam o lucro por meio do oferecimento de informações, como faz a maior parte dos conglomerados de comunicação espalhados pelo mundo. Essa é uma das razões pela qual os grupos como a *RAC* privilegiam com maior intensidade as produções comercializáveis, ao invés de fomentar a cultura local, prestigiando a apresentação de um grupo amador de teatro ou uma cantora que se destaca em casas noturnas da região. Empresas proprietárias de salas de cinema como a *Moviecom*, presente em várias cidades do Estado de São Paulo, pagam ou estabelecem parcerias com os jornais para que esses publiquem anúncios dos filmes que estão em exibição.

O pesquisador acredita que outra razão para que a equipe de jornalistas da editoria *Cultura* do *Correio Popular* não demonstre interesse em abordar assuntos locais está nas pretensões de mercado do grupo do qual o jornal faz parte. A transformação da empresa *Correio S/A* em uma rede de comunicação, que teve início na década de 90, e acentuou-se nos primeiros anos do século XXI, explica a dedicação dos repórteres a assuntos que encontrarão pouca resistência entre leitores de cidades de fora da área de atuação do jornal.

Por isso, o *CP* direciona sua produção em *Cultura* objetivando atingir a universalidade, o gosto comum, já que o *Grupo RAC* mantém jornais em outras cidades e, como vimos nas análises, parte das reportagens desenvolvidas pode ser inserida em outros meios, sem a necessidade de alterações nos textos. Portanto, não existe a preocupação da empresa em atender às diferentes especificidades de cada região onde o grupo está presente, tampouco o jornal mostra por meio da sua atuação o compromisso em representar as manifestações da cultura na sua área de atuação. Por essa razão, a cidade e a região de

Campinas foram pouco representadas nas páginas do *Caderno C cultura/variedades*. Pelo menos na editoria *Cultura*, o *CP* não pratica diariamente o jornalismo de proximidade.

Para o autor da pesquisa, o *CP* representa claramente os efeitos da consolidação de um objetivo cada vez mais comum entre as empresas de comunicação na contemporaneidade. A formação de conglomerados a partir da compra ou fusão de várias empresas, que teve origem na década de 80 nos Estados Unidos, pode ser encontrada nas regiões mais desenvolvidas economicamente do Estado de São Paulo. Emissoras de rádio, televisão e, mais recentemente, portais de comunicação têm sido agregados a jornais com décadas de atuação.

Em Americana, o jornal *O Liberal*, que existe há 59 anos, é hoje integrante do *Grupo O Liberal de Comunicação* (GOL), que em 2004 comprou a rádio mais tradicional da região, a *VOCÊ (AM 580)*. Esse grupo imprime em sua gráfica jornais de pequenas cidades do interior e, em maio de 2011, preparava-se para duas outras ampliações: a entrada, no ar, do primeiro portal de informações voltado para a microrregião de Campinas e a compra de uma emissora de rádio FM.

O jornal *Todo Dia*, por sua vez, é proprietário da primeira emissora de televisão comunitária do Brasil, a *TV Americana*, que hoje recebe o nome de *TV Todo Dia*, afiliada à rede *TVE*, do Rio de Janeiro. Em 2010, a empresa montou uma sucursal em Campinas, onde adquiriu um jornal especializado em publicação de editais. Formações similares de grupos repetem-se em cidades como Ribeirão Preto, onde o jornal centenário *A Cidade* mantém parceria com a principal emissora de televisão da região, a *EPTV Ribeirão*, São José dos Campos, Franca e São José do Rio Preto, onde as empresas que administram os principais jornais compraram emissoras de rádio e televisão, e também estão presentes na internet com portais de informações.

Em todas essas empresas, que multiplicaram seus campos de atuação na última década, os jornais continuaram sendo o meio que manteve o maior número de profissionais atuando. Ou seja, o impresso, por ser o principal produtor de informações para as demais mídias, ainda concentra a maior parte dos jornalistas nesses grupos do interior. Em princípio, isso pode nos levar a acreditar que o fim desse meio não está com os dias contados, como acreditam alguns profissionais³⁷, ou ainda que, para as empresas que os administram, os jornais não deixaram de representar prestígio. No entanto, é possível perceber que os investimentos dos grupos de comunicação em novas formas de difusão do jornalismo coincidem com as alterações apresentadas no conteúdo dos jornais.

A verdade é que antes mesmo de os jornais mudarem para seus leitores, como recomenda o jornalista Ricardo Noblat, a estrutura dos impressos está sendo modificada com a criação das redações intituladas multimídias. As reportagens que antes eram produzidas e tinham como caminho exclusivo as gráficas estão cada vez mais sendo adaptadas para outras plataformas, antes de chegarem ao público. O investimento feito por esses grupos em equipamentos de áudio e vídeo permitiram que parte das entrevistas realizadas pelos repórteres dos jornais também pudesse ser disponibilizada em suas emissoras de rádio e em seus portais de notícias.

Ou seja, antes de sucumbirem por falta de público ou por causa da escassez de matéria prima, os jornais que seguem esse caminho estão alterando parte de seu conteúdo, deixando de produzir informações contextualizadas às realidades locais, e, com isso, abrindo espaço para a divulgação de conteúdos de maior aceitação, como os da indústria cultural, que podem preencher facilmente os espaços em outros meios dessas empresas, ou então servir para legitimá-los enquanto jornais, já que passam a ser similares aos diários consagrados. Dessa forma, o fim dos jornais impressos, como os conhecemos, pode estar ocorrendo a partir de um lento processo de dissolução de conteúdo iniciado em suas próprias redações.

³⁷ Ao ser questionado pelo jornalista Heródoto Barbeiro, âncora do *Jornal da CBN*, sobre as previsões para o fim do jornal impresso, o jornalista Ethevaldo Siqueira, que apresenta na emissora a coluna *Mundo Digital*, comentou que Arthur Sulzberger, presidente do *New York Times*, acredita que em 2013 o *NYT* será lido apenas por meio da internet. Outra razão apresentada por Siqueira para acreditar no fim do jornal impresso convencional foi a de que laboratórios americanos estão investindo em pesquisas para o desenvolvimento do *e-paper*, uma espécie de papel eletrônico capaz de ser reutilizado inúmeras vezes para imprimir informações. Essa seria uma forma encontrada para evitar a dependência de matérias primas para a fabricação de papel, cujas reservas devem durar até o ano 2040.

A configuração multimídia adotada por vários grupos parece incentivá-los a produzir reportagens voltadas ao macro, já que a internet, por não impor limite territorial à visibilidade mesmo dos pequenos e médios jornais, permite às empresas que os administram mostrarem-se ao mundo, competindo e buscando anúncios publicitários em regiões cada vez mais distantes.

Por um lado, isso explica o investimento cada vez menor em pautas que não se esgotam no retrato de uma festa em determinada localidade, ou seja, em assuntos que poderiam interessar a apenas leitores de uma região. Por outro, impõe a essas empresas uma grande contradição, já que a busca pelo idioma único, propagado com a ajuda das agências de notícias, que também representam agilidade, leva os jornais a ficarem parecidos entre si.

Ao abrir mão do jornalismo de proximidade, os *media* distanciam-se da fidelização de seu público. Mesmo não enfocando a discussão conceitual sobre jornalismo cultural e suas vertentes, a análise das edições do *Caderno C cultura/variedades* permitiu concluir que o conteúdo apresentado pelo *CP* está voltado muito mais às variedades que à cultura.

Já a proposta de jornalismo do *Jornal de Piracicaba* representa a possibilidade de contemplar assuntos nacionais, bem como produções da indústria do entretenimento, sem que isso tome o lugar das atividades desenvolvidas pelos moradores da cidade e da região, que devem ocupar as posições de destaque no jornalismo regional em *Cultura*. Seria muito mais prático e, talvez, rentável à direção do *JP*, utilizar nas páginas de seu caderno de cultura um número maior de reportagens produzidas por agências. Porém, o jornal optou por desenvolver o jornalismo que revela as particularidades do território regional, como o pesquisador acredita que deve ser.

É provável que a decisão de privilegiar em suas páginas as manifestações da cultura local explique o fato de o *JP* ter, proporcionalmente ao número de habitantes de sua cidade sede, mais que o dobro de assinantes que o *CP* tem em Campinas. Pelo menos na editoria *Cultura*, objeto desta pesquisa, foi possível perceber que a integração do *JP* com as atividades da cidade foi muito maior que a do *CP*, que se lança no desafio de uma cobertura muito além da sua influência. O fato é que os moradores de Piracicaba se veem mais no jornal.

Descobrir até que ponto os habitantes de Piracicaba prestigiam os eventos culturais, somente por causa da exposição deles nas páginas do jornal mais tradicional, representa um dilema, como aquele que se interpõe com o objetivo de descobrir quem chegou primeiro. Dessa forma, fica a interrogação: o *JP* só confere visibilidade à cultura local pela ligação da cidade com as artes, ou só foi possível manter esses eventos atuantes e revelar novos talentos em diversas áreas por causa da evidência dada a esses assuntos em suas páginas?

O pesquisador considera inegável a contribuição que o *JP* fornece para o fomento das atividades culturais em sua cidade sede e na região a qual se propõe a representar. A escolha do *JP* por essa linha editorial em cultura, mesmo que tenha sido adotada pela família Losso somente para dar continuidade à valorização em cultura já existente em Piracicaba no início do século XX, contribui inegavelmente para fortalecer a identidade cultural entre seus leitores.

Ao mostrar à sociedade sua cultura, seu povo, suas artes e seus valores, o jornalismo do *JP* faz história. Além de se consolidar como representante da sua comunidade, o jornal mostra que é possível a um meio de comunicação do interior resistir às pressões de dominação impostas pelo sistema econômico do qual a indústria cultural se apresenta como porta-voz, mantendo-se fiel à realidade que cerca seu público. Ora o jornal serve como simples palco de divulgação das apresentações, ora como instrumento que intervém na sociedade fazendo revelações e reivindicando melhorias em favor da população.

Contudo, não se deve acreditar que a chegada de um jornal com a proposta de valorização da cultura local, como é o caso do *JP*, seja suficiente para provocar, de maneira rápida, grandes mudanças no interesse dos leitores por esses assuntos e, também, no fomento da produção artística de uma região que, até então, não tinha seus artistas retratados com frequência pela imprensa local. Trata-se de um investimento em longo prazo, que terá maiores chances de sucesso se houver, por um lado, comprometimento por parte dos governos, oferecendo políticas de incentivo à cultura e, de outro, se os *media* aumentarem o prestígio conferido aos eventos locais.

O jornalismo de sucesso pretendido pelos meios é justamente aquele que busca envolver cada vez mais seus leitores com o oferecimento de boas histórias, contadas em relatos capazes de manter a atenção de seu público, procurando destacar aquilo que pode agregar conhecimento a ele, e não apenas diversão e passatempos. Repórteres, editores e administradores devem se esforçar para abandonar a condição de meros reprodutores de estilos e comportamentos, se realmente desejam que os meios de comunicação contribuam

para ampliar o conhecimento do leitor sobre os assuntos que envolvem moradores das cidades e regiões próximas.

É de fundamental importância registrar que a pesquisa não pretendeu julgar os dois jornais analisados, buscando estabelecer o maniqueísmo entre as duas publicações. As análises foram feitas com base apenas nos conteúdos da editoria *Cultura*. É possível que o *CP* tenha uma conduta mais próxima das atividades que envolvem os moradores de Campinas e região em seções como *Política*, *Cotidiano* e outras. Da mesma maneira, outra pesquisa pode encontrar nas edições do *JP* o favorecimento de apenas um partido político, por exemplo, contrariando a diversidade presente em sua editoria *Cultura*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. *A Indústria Cultural: O esclarecimento como mistificação das massas*. In: *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

_____. *A Indústria Cultural*. In: COHN, Gabriel (org.). *Comunicação e Indústria Cultural: Leituras de análise dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações da opinião pública, propaganda e 'cultura de massa' nessa sociedade*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1975.

ALMEIDA, Gastão Thomaz. *A imprensa do interior: um estudo preliminar*. São Paulo: Imprensa oficial do Estado, 1983.

AVRITZER, Leonardo. *Entre o diálogo e a reflexividade: a modernidade tardia e a mídia*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.

ALVES, Breno Castro. *Os desafios do jornalista que cobre Cultura*. Artigo publicado no site www.comunique-se.com.br, em 20 de abril de 2006.

BARBALHO, Alexandre. *Cidadania, minorias e mídia: ou algumas questões postas ao liberalismo*. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (orgs.). *Comunicação e Cultura das Minorias*. São Paulo: Paulus, 2005.

BAUMAN, Z. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. *Noticiário regional e a noção de território: a construção de processos identitários*. Tese de Doutorado. São Paulo: ECA/USP, 2004.

BENJAMIN, Roberto. *Culturas regionais: permanências e mudanças em tempo de globalização*. In: *Globalização e regionalização das comunicações*. BOLANO, C.R.S. (org.). São Paulo: Educ/Editora da UFS/Intercom, 1999.

BENVEGNU, Marcela. *Jornal de Piracicaba: lugar de memória*. Acervo on-line de mídia regional. Disponível em:

<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/midiaregional/article/view/5390/4907>

Acessado em 23 de ago. de 2010.

BERGER, John. *Modos de ver*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOURDIN, A. *A questão local*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRUM, Eliane. O olhar insubordinado. In: *A Vida que ninguém vê*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2006.

CALIL, Lucas. Postado no blog do programa de treinamento de estagiários e trainees do jornal O Globo. <http://oglobo.globo.com/blogs/amanhanoglobo/posts/2010/05/18/a-importancia-do-jornalismo-local-292559.asp>. Acessado em 05 de set. de 2010.

CAMPONEZ, Carlos. *Jornalismo de proximidade*. Coimbra: Minerva Coimbra, 2002.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e Cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora da UFMJ, 1995.

CASTELLS, M. *O poder da identidade. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, v.2, 3ª Ed, 2002.

CHAPARRO, Manuel Carlos. *A imprensa regional deve ter a arte de humanizar*. GrandAmadora: Amadora, p. 6, nov. 1999.

COELHO, Marcelo. *Crítica cultural: teoria e prática*. São Paulo: Publifolha, 2006.

CORREIA, João Carlos. *Jornalismo regional e cidadania*. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-regional.html>. Acessado em 16 de nov. de 2009.

COSTA, Belarmino César Guimarães da. Indústria cultural, mediação tecnológica e o potencial crítico da arte. In: *Teoria crítica, estética e educação*. OLIVEIRA, Newton Ramos de; PUCCI, Bruno; ZUIN, Antônio Álvaro Soares (orgs.). Piracicaba: Editora Unimep, 2001.

CUNHA, Leonardo Antunes; FERREIRA, Nísio Antônio Teixeira; MAGALHÃES, Luiz Henrique Vieira. *Dilemas do jornalismo cultural brasileiro*. Revista Tema: Ensaios e Comunicação, n.1, v.1. Belo Horizonte: Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH), 2002.

DAPIEVE, Arthur. Jornalismo cultural. In: CALDAS, Álvaro (org.). *Deu no jornal - o jornalismo impresso na era da internet*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DOCTOROW, E.L. *A mecânica das águas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

DUARTE, Rodrigo. Indústria cultural hoje. In: DURÃO, Fábio Akceirud; Vaz, Alexandre Fernandez; Zuin, Antônio (orgs.). *A Indústria cultural hoje*. São Paulo: Boitempo, 2008.

_____. Mundo ‘globalizado’ e estetização da vida. In: *Teoria crítica, estética e educação*. OLIVEIRA, Newton Ramos de; PUCCI, Bruno; ZUIN, Antônio Álvaro Soares (orgs.). Piracicaba: Editora Unimep, 2001.

ESTEVES, João Pissarra. Identidades Sociais e Políticas de Reconhecimento. In: *Espaço Público e Democracia: comunicação, processos de sentido e identidades sociais*. Rio Grande do Sul: Unisinos, 2003.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

_____. *Notas sobre a desconstrução do popular*. In: *Da Diáspora. Identidades e Mediações Culturais*. SOVIK, Liv (org.). Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

IANNI, Octavio. *A era do globalismo*. 8ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

_____. *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

JERÓNIMO, Pedro. *O elogio da Imprensa Regional*. Local Media PT - Media & Jornalismo de Proximidade em Portugal. Disponível em:

<http://localmediapt.wordpress.com/2010/08/11/%e2%80%9co-elogio-da-imprensa-regional%e2%80%9d/>. Acessado em 08 de set. de 2010.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: Sociedade Midiatizada. MORAES, Dênis de (org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

_____. *A cultura da mídia: estudos culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: Edusc, 2001.

LOPES, Dirceu Fernandes; PROENÇA, José Luiz (org.). *A evolução do jornalismo em São Paulo*. 2ª ed. São Paulo: Faculdades Metropolitanas Unidas, EDICON, 1998.

MARINI, Wilson. *A imprensa regional e o futuro dos jornais*. Coluna Contexto Paulista. Enviada por e-mail aos 14 jornais afiliados à APJ (Associação Paulista de Jornais). Publicada no jornal *O Liberal* em 24 de out. de 2010.

_____. *A verdadeira escolha*. Coluna Contexto Paulista. Publicada no jornal *O Liberal* em 03 de out. de 2010.

_____. *Globalização e Regionalização*. Coluna Contexto Paulista. Publicada no jornal *O Liberal* em 10 de jun. de 2010.

MARSHALL, Leandro. *O jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Técnicas, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: *Sociedade midiaticizada*. MORAES, Dênis de (org.). Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

_____. *Ofício de cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola, 2004.

MATTA, Fernando Reyes (org.). *A Informação na nova ordem internacional*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1980.

MATOS, Olgária. *Modernidade e Mídia: o crepúsculo da ética*. In: Miranda, Danilo Santos de. *Ética e Cultura*. São Paulo: Perspectiva, 2004.

MEDINA, Cremilda. Leitura crítica. In: *Rumos do jornalismo cultural*. Lindoso, Felipe (org.). São Paulo, Summus, 2007.

_____. *A arte de tecer o presente: Narrativa e Cotidiano*. São Paulo, Summus, 2003.

MELO, Isabelle Anchieta de. *Imprensa no interior: um jornalismo de proximidade*. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=427DAC005#>. Acessado em 14 de jul. de 2010.

MELO, José Marques de. *Comunicação regional e local*. Revista Comunicação & Sociedade. Universidade Metodista de São Paulo (ano 26, nº 43). São Bernardo do Campo: Umesp, 2005.

MENDEZ, Rosemary Bars; POLACOW, Patrícia Ozores. *Fortunato Losso Netto, diretor do Jornal de Piracicaba*. Trabalho apresentado ao GT de História do Jornalismo, do V Congresso Nacional de História da Mídia, Facasper e Cíee, São Paulo, 2007. Disponível em: www.intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/R0087-1.pdf. Acessado em 07 de mar. de 2011.

MEYER, Philip. *Os jornais podem desaparecer? Como salvar o jornalismo na era da informação*. São Paulo: Contexto, 2007.

MORAES, Denis. *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização, cultura e poder*. 2ª ed. Rio de Janeiro: São Paulo Record, 2004.

MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio Dayrell (orgs.). *O Jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

MURDOCH, Rupert. *O futuro dos jornais: avançando além das árvores mortas*. Título original 'Murdoch exala otimismo sobre jornal no século 21'; tradução de Clara Allain. Entrevista publicada no jornal Folha de S. Paulo, em 10 de dez. de 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/ft1012200806.htm>. Acessado em 27 de jul. de 2010.

NEGRI, Ana Camila França de; PERAZOLI, Renata. Jornal de Piracicaba. In: *Jornais centenários de São Paulo*. OLIVEIRA, Dennis; QUEIROZ, Adolpho (Orgs.). Piracicaba: Degaspari. 2002.

NOBLAT, Ricardo. *A arte de fazer um jornal diário*. São Paulo: Contexto, 2002.

NOLASCO, Ângela Maria Furlan (org.) *Jornal de Piracicaba – 100 anos de história*. Suplemento encartado no Jornal de Piracicaba na edição de 04 de agosto de 2000.

ORTIZ, Renato. *Moderna Tradição Brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. São Paulo, Brasiliense, 2006.

_____. Um outro território: ensaios sobre a mundialização. In: *Globalização e regionalização das comunicações*. BOLANO, C.R.S. (org.). São Paulo: Educ/Editora da UFS/Intercom, 1999.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. *Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária no Brasil*. Anuário Internacional de Comunicação Lusófona, v.4, n.1, 2006. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/anuariolusofono/article/view/1213/958>.

Acessado em 15 de jul. de 2010.

_____. VOLPATO, Marcelo de O. *Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferença*. Líbero – Revista do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero. São Paulo. V. 12, n. 24, 2009.

_____. *Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências*. Revista Comunicação & Sociedade: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. São Bernardo do Campo: UMESP, ano 26, n.43, 2005.

_____. *Mídia local, uma mídia de proximidade*. Revista Comunicação Veredas: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Marília: UNIMAR, ano 2, n.2, nov. 2003.

PIRES, Paulo Roberto. A ilusão tecnicista. In: *Rumos do jornalismo cultural*. Lindoso, Felipe (org.). São Paulo, Summus, 2007.

PIZA, Daniel. *Jornalismo cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.

QUEIROZ, Adolpho Carlos Françoso. *A trajetória do 'Jornal de Piracicaba' diante da história e do desenvolvimento da cidade no século XX*. São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/Methodista de Comunicação, 2008.

RAC 15 ANOS. *Leitores são os maiores parceiros*. Texto publicado no suplemento comemorativo aos 15 anos da RAC (Rede Anhanguera de Comunicação), encartado no jornal Correio Popular em 26 de nov. de 2009.

RAMONET, Ignacio. *A Tirania da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2004.

RIBEIRO, Juliana Colussi. *Jornalismo regional e construção da cidadania: o caso da 'Folha da Região' de Araçatuba*. Dissertação de Mestrado. Bauru/Unesp, 2005. <http://www.bocc.uff.br/pag/ribeiro-juliana-jornalismo-regional-construcao-cidadania.pdf>.

Acessado em 05 de set. de 2010.

RODRIGUES, Adriano Duarte. As novas fronteiras culturais das tecnologias da informação. In: *Comunicação e Cultura: a experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.

_____. Da cultura à indústria cultural. In: *O país distorcido: o Brasil, a globalização e a cidadania*. RIBEIRO, Wagner Costa (org). São Paulo: Publifolha, 2002.

_____. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. 23ª ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TALESE, Gay. *A crise é dos jornais – e não do jornalismo*. Entrevista concedida ao repórter André Petry. Publicada na revista Veja, em 17 de jun. de 2009.

THOMPSON, John. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: vozes, 2008.

TURQUIAI JUNIOR, João. Espaço Público e Identidade Cultural. In: MENEZES, J.E.O.; MARTINO, L.M.S. (orgs). *Processos e Produtos Midiáticos*. São Paulo: Plêiade, 2010.

_____. *Panorama BBC: O retrato sonoro do mundo sob a ótica das agências internacionais de notícias*. Monografia de Pós-Graduação. São Paulo: Cásper Líbero, 2007.

VILCHES, Lorenzo. Migrações midiáticas e criação de valor. In: *Sociedade midiaticizada*. MORAES, Dênis de (org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

ANEXOS

ANEXO I – Tabelas com a quantidade de reportagens, notas e fotos locais/regionais e nacionais/internacionais apresentadas nos jornais *Correio Popular* e *Jornal de Piracicaba*

ANEXO II – Entrevistas concedidas ao autor da pesquisa

ANEXO III – Páginas dos jornais (PDFs) em que estão outras reportagens e fotos analisadas ou citadas na pesquisa

ANEXO I

Antes de ter acesso às tabelas que mostram a quantidade de vezes que os assuntos locais foram apresentados nas capas, bem como o número de reportagens, fotos e notas regionais ou nacionais e internacionais, o pesquisador considera importante que o leitor tenha conhecimento dos critérios adotados para classificar cada um dos itens analisados.

Para a realização da análise quantitativa, foram consideradas reportagens locais os textos escritos com média de 2 mil caracteres sobre assuntos que apresentaram relação com a cidade ou a região: festas típicas, exposições com artistas locais, peças de teatro envolvendo atores da cidade, entrevistas com artistas amadores e shows com cantores regionais. Contabilizados como notas, estão os textos com até mil caracteres que se destacaram entre a maioria dos pequenos anúncios de filmes ou exposições em seções como *Programe-se*, *Roteiro* e *Cinema*, no *JP*, ou *Cinema*, *Televisão* e *Roteiro*, no *CP*.

Em relação às fotos, fizeram parte da contagem apenas aquelas que ultrapassaram a medida 40 mm x 40 mm, ou seja, as que foram usadas para ilustrar reportagens ou então para chamar a atenção do leitor para notas em destaque no centro ou no alto das páginas. Por constatar que não havia relação direta com a produção cultural, todas as colunas de crônicas, poesias ou humor foram desconsideradas, e, portanto, não compõem as tabelas.

Primeiro período de análise das edições dos jornais *Correio Popular* e *Jornal de Piracicaba*
22/10/2009 a 15/11/2009

Edição	Capa Local	Report. Reg./Loc.	Report. Nac./Int.	Notas Reg./Loc.	Notas Nac./Int.	Fotos Reg./Loc.	Fotos Nac./Int.
--------	------------	-------------------	-------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

CP

22/10 (5ª f)	NÃO	0	3	1	3	0	5
23/10 (6ª f)	NÃO	2	3	0	3	2	6
24/10 (Sab)	SIM	3	1	1	6	3	5
25/10 (Dom)	NÃO	2	2	2	3	2	9

JP

22/10 (5ª f)	SIM	3	1	2	1	3	1
23/10 (6ª f)	NÃO	5	2	1	1	4	1
24/10 (Sab)	SIM	5	0	4	1	7	0
25/10 (Dom)	SIM	6	1	1	1	6	1

Edição	Capa Local	Report. Reg./Loc.	Report. Nac./Int.	Notas Reg./Loc.	Notas Nac./Int.	Fotos Reg./Loc.	Fotos Nac./Int.
--------	------------	-------------------	-------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

CP

29/10 (5ª f)	NÃO	3	1	2	5	3	4
30/10 (6ª f)	SIM	3	5	0	3	5	10
31/10 (Sab)	NÃO	2	2	2	7	2	8
01/11 (Dom)	NÃO	0	3	1	2	0	5

JP

29/10 (5ª f)	SIM	3	0	1	1	5	0
30/10 (6ª f)	SIM	4	1	2	1	11	2
31/10 (Sab)	SIM	6	0	1	1	10	0
01/11 (Dom)	SIM	4	3	3	1	6	3

Edição	Capa Local	Report. Reg./Loc.	Report. Nac./Int.	Notas Reg./Loc.	Notas Nac./Int.	Fotos Reg./Loc.	Fotos Nac./Int.
--------	------------	-------------------	-------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

CP

05/11 (5ª f)	NÃO	1	4	0	3	1	5
06/11 (6ª f)	NÃO	1	3	1	6	2	6
07/11 (Sab)	SIM	2	0	2	5	2	2
08/11 (Dom)	NÃO	0	3	0	5	0	6

JP

05/11 (5ª f)	SIM	3	1	1	1	5	2
06/11 (6ª f)	NÃO	4	2	2	3	7	2
07/11 (Sab)	SIM	8	0	2	2	9	0
08/11 (Dom)	SIM	4	1	2	1	6	0

Edição	Capa Local	Report. Reg./Loc.	Report. Nac./Int.	Notas Reg./Loc.	Notas Nac./Int.	Fotos Reg./Loc.	Fotos Nac./Int.
--------	------------	-------------------	-------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

CP

12/11 (5ª f)	NÃO	1	2	0	6	1	8
13/11 (6ª f)	SIM	1	3	0	2	1	4
14/11 (Sab)	NÃO	1	2	0	6	1	5
15/11 (Dom)	NÃO	2	2	1	6	3	4

JP

12/11 (5ª f)	SIM	2	1	2	1	3	1
13/11 (6ª f)	NÃO	4	2	3	1	6	1
14/11 (Sab)	SIM	3	1	1	2	4	1
15/11 (Dom)	SIM	4	1	2	3	12	1

Somatória das edições – De 22/10 a 15/11 de 2009

Jornal	Capa local	Reportagens Reg./Loc.	Reportagens Nac./Int.	Notas Reg./Loc.	Notas Nac./Int.	Fotos Reg./Local	Fotos Nac./Int.
CP	4	23	40	13	71	28	93
JP	13	68	17	30	22	104	16

Segundo período de análise das edições dos jornais *Correio Popular* e *Jornal de Piracicaba*
17/02/2011 a 13/03/2011

Edição	Capa Local	Report. Reg./Loc.	Report. Nac./Int.	Notas Reg./Loc.	Notas Nac./Int.	Fotos Reg./Loc.	Fotos Nac./Int.
--------	------------	-------------------	-------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

CP

17/02 (5ª f)	NÃO	1	3	0	5	1	9
18/02 (6ª f)	NÃO	2	6	3	5	3	6
19/02 (Sab)	SIM	1	0	1	7	2	4
20/02 (Dom)	NÃO	3	2	0	5	6	4

JP

17/02 (5ª f)	NÃO	3	0	3	2	4	0
18/02 (6ª f)	NÃO	3	2	1	2	6	2
19/02 (Sab)	SIM	5	0	2	5	5	0
20/02 (Dom)	SIM	2	0	2	1	2	0

Edição	Capa Local	Report. Reg./Loc.	Report. Nac./Int.	Notas Reg./Loc.	Notas Nac./Int.	Fotos Reg./Loc.	Fotos Nac./Int.
--------	------------	-------------------	-------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

CP

24/02 (5ª f)	NÃO	0	4	0	5	0	16
25/02 (6ª f)	NÃO	2	3	6	4	4	10
26/02 (Sab)	SIM	1	1	0	8	1	4
27/02 (Dom)	NÃO	1	3	0	5	1	8

JP

24/02 (5ª f)	SIM	3	0	2	2	4	2
25/02 (6ª f)	SIM	3	1	1	3	5	1
26/02 (Sab)	SIM	4	1	3	2	3	2
27/02 (Dom)	SIM	1	3	4	3	5	9

Edição	Capa Local	Report. Reg./Loc.	Report. Nac./Int.	Notas Reg./Loc.	Notas Nac./Int.	Fotos Reg./Loc.	Fotos Nac./Int.
--------	------------	-------------------	-------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

CP

03/03 (5ª f)	SIM	1	2	0	5	2	5
04/03 (6ª f)	NÃO	1	4	0	5	6	6
05/03 (Sab)	SIM	1	2	0	8	1	7
06/03 (Dom)	NÃO	0	2	0	5	0	6

JP

03/03 (5ª f)	SIM	6	0	2	3	7	0
04/03 (6ª f)	NÃO	1	3	3	5	1	7
05/03 (Sab)	SIM	2	0	1	2	3	1
06/03 (Dom)	SIM	2	3	1	1	3	1

Edição	Capa Local	Report. Reg./Loc.	Report. Nac./Int.	Notas Reg./Loc.	Notas Nac./Int.	Fotos Reg./Loc.	Fotos Nac./Int.
--------	------------	-------------------	-------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

CP

10/03 (5ª f)	SIM	1	2	0	5	2	6
11/03 (6ª f)	NÃO	2	2	5	4	7	4
12/03 (Sab)	NÃO	1	2	0	8	1	7
13/03 (Dom)	SIM	1	2	0	4	4	4

JP

10/03 (5ª f)	SIM	1	0	1	2	1	2
11/03 (6ª f)	SIM	3	1	1	3	3	5
12/03 (Sab)	SIM	4	0	3	2	5	2
13/03 (Dom)	SIM	5	1	1	1	9	2

Somatória das edições – De 17/02 a 13/03 de 2011

Jornal	Capa local	Reportagens Reg./Loc.	Reportagens Nac./Int.	Notas Reg./Loc.	Notas Nac./Int.	Fotos Reg./Local	Fotos Nac./Int.
CP	6	18	41	15	88	41	106
JP	13	46	17	30	39	66	36

Somatória das edições dos dois períodos analisados

Jornal	Capa local	Reportagens Reg./Loc.	Reportagens Nac./Int.	Notas Reg./Loc.	Notas Nac./Int.	Fotos Reg./Local	Fotos Nac./Int.
CP	10	41	81	28	159	69	199
JP	26	114	34	60	61	170	52

ANEXO II

Carlos Ventura – editor-executivo do jornal O Liberal. Perguntas respondidas por e-mail no dia 13/09/10.

Em sua opinião, quais tarefas são consideradas imprescindíveis de serem realizadas pela imprensa local? O jornalismo regional que teve o “Jornal do Brasil” como precursor e ferrenho defensor no país é o que mais cresce no mundo. Independente da plataforma usada para informar (impresso, rádio, televisão e internet), as pessoas querem cada vez mais saber o que está acontecendo onde elas vivem. É preciso falar essencialmente para aqueles que estão próximos.

Qual a melhor maneira de contemplar informações regionais nos jornais impressos? Não basta dizer que o valor da cesta básica subiu em sete capitais brasileiras. O cidadão quer saber como estão preços nos supermercados e varejões de sua cidade. São esses os papéis da mídia regional: contextualizar conteúdos estaduais, nacionais e internacionais e noticiar assuntos locais.

Que mudanças você considera necessárias para que os jornais consigam fidelizar os atuais e ganhar novos leitores? É preciso conseguir captar os anseios da sociedade. Para isso, cabe ao veículo criar canais que permitam o fácil acesso à redação. Ou seja, um periódico obtém sucesso à medida que desenvolve a capacidade de observar, sentir e ouvir seus leitores. Numa equação simples, vale ilustrar dizendo que o morador “grita”, o jornal ouve, assimila, investiga e publica a resposta no dia seguinte.

O jornal O Liberal tem conseguido bons resultados na aproximação com os leitores? Sim. Bons exemplos de uma relação harmoniosa entre imprensa e comunidade preencheram as páginas do LIBERAL na semana passada. Na edição de quinta-feira, o jornal reproduziu duas denúncias de leitores. Uma delas relatou a destruição de escolas públicas em Americana, durante a realização da 34ª edição dos Jogos Jurídicos. Além de fazer a denúncia, o cidadão encaminhou à redação fotos do cenário da baderna protagonizada por estudantes universitários. O mesmo aconteceu com um cidadão americanense que registrou o absurdo transporte de alunos em um caminhão-baú.

Cláudio Gioria – editor-executivo do jornal Todo Dia. Entrevista concedida via e-mail em 16/09/2010.

Em sua opinião, que tarefas podem ser consideradas imprescindíveis de serem realizadas pela imprensa local? A imprensa local tem as mesmas tarefas e deveres da imprensa nacional e internacional, só que logicamente em um universo mais restrito. Dar voz à população, fiscalizar o poder público, cobrar as autoridades... Tudo que os grandes jornais fazem a nível nacional, a imprensa local tem o dever de fazer a nível regional.

Quais as vantagens de se fazer jornalismo para um público que está próximo?

Ele se identifica mais com o produto, porque vê o local onde passa todos os dias, identifica as pessoas que ele conhece de sua comunidade nas páginas do jornal, vê os problemas que ele sente o dia-a-dia (como transporte, saúde, educação) sendo tema de reportagens. E ele tem possibilidade de interagir com maior facilidade com o meio de comunicação, ligando para a rádio que ele escuta diariamente, ligando para o jornal que lê para sugerir reportagens. Ele se vê mais no jornal do que o leitor da grande imprensa.

Que mudanças você considera necessárias para que os jornais (impressos ou on-line) consigam fidelizar os atuais e ganhar novos leitores? Credibilidade acima de tudo. O leitor não pode ter dúvida do que está lendo. A partir do momento em que ele lê algo que sabe estar incorreto, pois faz parte do seu universo, ele passa a duvidar de tudo o que está lendo. Logicamente que todos os veículos de comunicação erram. Isso é do ser humano. Mas quando isso acontecer, o jornal não pode de maneira alguma varrer o erro para debaixo do tapete. Precisa sempre corrigir a informação o mais rápido possível. Ganhar novos leitores passa necessariamente por todo esse processo de credibilidade, que só é construído ao longo dos anos. Levar o jornal para perto da realidade do leitor é o grande desafio na busca por novos leitores.

Em muitos jornais do interior é comum não haver repórteres e nem editoria específica para divulgar os assuntos ligados à cultura local/regional. Como você avalia essa postura? Um grande erro. O entretenimento deveria ser tratado com um pouco mais de atenção pela imprensa. Um jornal se faz também com isso. Quem não procura nas páginas do jornal, por exemplo, uma opção diferente para sair da rotina aos finais de semana? Uma peça de teatro, uma apresentação cultural diferenciada, um show musical... É obrigação da imprensa oferecer isso ao leitor.

Também é muito comum existir a tendência de a mídia local reproduzir a grande-imprensa, ao imitar o estilo de tratamento da informação ou dedicar amplos espaços para notícias nacionais e internacionais. Você considera esse comportamento arriscado? Que prejuízos essa postura pode trazer ao jornal e a seus leitores? Um dos grandes desafios da imprensa regional é conseguir mesclar este noticiário. Por um motivo muito simples. O universo de pessoas que lê mais do que um jornal por dia é cada vez menor. E o leitor de um jornal do interior exige também ler notícias nacionais e internacionais, porque muitas vezes compra apenas aquele veículo de comunicação. Se após uma final de campeonato, por exemplo, você não der o pôster do Corinthians campeão, você é cobrado por isso. Mesmo sendo um jornal do interior. Da mesma forma que você é cobrado por um bom noticiário local, é cobrado também pelo noticiário nacional e internacional. Da mesma forma também que jornais nacionais são cobrados por um bom noticiário internacional.

É possível a um jornal de porte médio oferecer um caderno de cultura que contemple o equilíbrio entre os assuntos local/global? Sem dúvida. Isso o torna muitas vezes diferenciado em relação inclusive a jornais de maior porte. Logicamente que não há como competir com grandes jornais no noticiário nacional, mas esta mescla de local x nacional e internacional, se for bem feita, atinge em cheio o público do jornal, que recebe o material cultural local junto com o básico que precisa saber do nacional/internacional. Ele tem as duas coisas em um só produto.

Praticamente em todas as edições do Caderno C cultura/variedades do Correio Popular a capa apresenta assuntos ligados ao cinema ou a assuntos que não retratam situações e personagens da região de cobertura do jornal. Qual a sua opinião sobre esse comportamento? Isso mostra o que eu escrevi acima. O leitor do Correio não quer saber apenas da cultura local. Ele procura também sobre o filme que estreia naquela semana, afinal ele frequenta cinema. Ele procura uma crítica do filme que pretende assistir. O leitor do jornal do interior quer saber também quem ganhou o Oscar, talvez até mais do que quem ganhou um festival de teatro local. E aí o assunto internacional vai para a capa e o festival de teatro local para uma página interna. O jornal do interior tem a obrigação de levar os dois assuntos ao leitor, só que precisa medir o que atingirá um público maior. E isso faz com que muitas vezes a estreia de um filme “vença” um assunto local na disputa pela capa do caderno.

Daniela Prandi – editora do Caderno C cultura/variedades, do jornal Correio Popular.

Entrevista concedida por telefone no dia 19/11/10.

Há quanto tempo existe o Caderno C? Foi no início dos anos 90, quando o Correio passou pelo processo de cadernização. Acredito que exatamente em 1991.

O material produzido por essa equipe é usado em qual outro meio fora o Correio?

No jornal Diário do Povo, que também circula em Campinas e pertence ao mesmo grupo do Correio Popular.

Entre repórteres e editores, quantos jornalistas estão envolvidos na produção do caderno? Oito pessoas atuam na editoria de cultura, entre elas o crítico de cinema João Nunes, considerado pela editora como um freelancer fixo. Cinco jornalistas atuam como repórteres do Caderno C.

Como são elaboradas as pautas. A partir de releases e informações que os repórteres recebem de fontes? Releases, sugestões de repórteres e gente que liga aqui. Fazemos reuniões de pauta semanais, e nelas cada um fala o que está pensando.

Qual o critério adotado pela edição para escolher o assunto que vai sair na capa do Caderno C? Depende o dia. Por exemplo, de sexta-feira geralmente é cinema, por conta das estreias. Para ser capa não nos prendemos muito a fotos. O que vale é se a matéria está bacana, interessante. Também levamos em consideração se o assunto vai render leitura e trazer algo interessante para a cidade, inclusive uma informação de serviço. Por exemplo, hoje (18/11 – quinta-feira) demos uma capa falando de dois novos artistas que estão despontando.

São artistas da região? Não, são nacionais. A gente dá da região, mas a gente não é muito (interrupção na fala). Quando a gente faz crítica de música, assim, não é só da região. A gente faz de tudo.

Nas edições de final de semana (quinta a domingo) existe algum critério específico para a escolha dos assuntos que serão destaque, principalmente aos domingos?

A gente procura fazer mais matérias de leitura. E agora a gente também começou colunas novas. Estreou o Zuza Homem de Melo. Ele terá uma página do Caderno C a cada 15 dias.

Com que frequência o material de agência é publicado no Caderno C? Depende do que está rolando. Tem assuntos que não tem como ficar de fora. Por exemplo, a morte do Michael Jackson. Aliás, amanhã (20/11) daremos uma matéria falando que o disco póstumo dele, que todo mundo está falando, vazou na internet. Essa é uma matéria de agência. Não tem como deixar de dar uma história dessas.

Quando decide por usar matérias de agências, você procura contextualizá-las de maneira regional, com algum repórter acompanhando a repercussão do assunto?

Depende do caso. Quando morreu o Saramago nós ouvimos escritores da cidade, pessoas ligadas à literatura portuguesa.

Percebo que o Correio valoriza bastante as produções do cinema em suas edições. A que você atribui o predomínio do cinema no Caderno C? O cinema é a mais pop das culturas. Todo mundo um dia foi ao cinema. Já ao teatro ou a concertos de músicas eruditas é mais difícil. E o cinema está passando por um bom momento, principalmente o cinema brasileiro. Agora, com a chegada de um crítico contratado por nós (João Nunes) temos ido a festivais.

Vocês acompanham o Festival de Paulínia? A gente considera o Festival de Paulínia como um dos eventos mais importantes do ano na área de cultura da nossa região. O festival está na terceira edição. Neste ano fomos a todos os dias de apresentação.

Grupos menores de teatro, dança e música reclamam da falta de divulgação do trabalho deles no Caderno C? Não recebo muitas reclamações, não. Adotamos o seguinte: de sexta-feira a gente tem um caderno chamado Fim de Semana, e nele a gente tenta dar notinhas de tudo o que vai acontecer na cidade e região entre pequenas peças e grandes espetáculos. Não recebo reclamação, não.

A RMC (Região Metropolitana de Campinas), que concentra 19 cidades, tem mais de 3 milhões de habitantes. Em várias dessas cidades há grupos ligados às culturas populares. Não vejo esses assuntos no Caderno C. Qual o motivo? Esses assuntos não saem no Caderno C. Quando são abordados saem no caderno Cidades. Sempre saiu lá.

Eleni Destro – editora do Caderno de Cultura de Jornal de Piracicaba, desde 2003. Entrevista concedida por telefone no dia 09/11/10.

Quantas pessoas produzem para o Caderno de Cultura do Jornal de Piracicaba?

Cinco. Um repórter e quatro estagiários.

Quais agências de notícias o Jornal de Piracicaba assina? Folha e Estado. Também recebemos material de tevê da Carta Z.

Fazendo uma comparação entre o conteúdo de cultura divulgado por jornais da região, percebi que o JP, ao contrário da maioria, prioriza a divulgação de assuntos locais. Essa é uma política adotada pelo caderno? Quando eu assumi a editoria do caderno, a valorização dos assuntos locais já era uma linha do jornal. Nós sempre procuramos valorizar primeiro a produção cultural local, os artistas locais e, se sobrar espaço, usamos matérias de agências. Isso pode estar relacionado ao passado da família Losso Netto, proprietária da empresa desde 1939. O jornal teve durante 46 anos o pintor e escultor Fortunato Losso Neto como diretor.

A vida cultura de Piracicaba, que é uma cidade universitária, favorece a produção do caderno com informações locais? Sim. Todos os dias temos até mais de uma pauta local. A gente procura entre esses assuntos o mais importante para abrir o nosso caderno, ou seja, ser a capa. Não faltam assuntos. Amanhã, por exemplo, teremos Noite da Seresta, vai ter música no Sesi, dança-teatro e música no Sesc. Veja bem, num dia só. É difícil ficarmos fora da pauta, do factual. Às vezes temos de criar um tempo para arranjarmos pautas que não sejam factuais.

O JP, por adotar a política de valorização dos assuntos de cultura que ocorrem na cidade, contribuiu para que Piracicaba tenha hoje um grande número de espetáculos? Sem dúvida. Aliás, existem outros jornais na cidade, mas o Jornal de Piracicaba é o jornal que dá mais destaque aos assuntos culturais, até porque temos um caderno exclusivo para informações de cultura. Isso faz com que o jornal seja muito procurado pelos produtores. O JP também valoriza as matérias locais porque sempre procuramos entrevistar os atores daqui e os de fora. Não nos baseamos em releases.

Semana passada eu conversei com uma jovem atriz da região que destacou a importância que o JP confere às produções locais, inclusive para artistas que estão começando agora. A valorização que parte do jornal ajuda muito no fomento da cultura. Além de entrevistarmos os protagonistas marcamos fotos com eles. Não escrevemos matérias em cima de releases

As festas e tradições populares são muito fortes em Piracicaba. Os moradores sentem orgulho em participar de eventos como Festa do Milho, Festa da Mandioca, batuque de umbigada. Como o JP trabalha esses eventos?

Procuramos enfatizar as características da cidade nas matérias, entre elas a cultura caipira. Essas tradições também são fortes em outras cidades por onde o jornal circula como Tietê e Capivari.

Você já ouviu comentários de jornalistas atribuindo ao JP a característica de jornal bairrista? Nunca ouvi, mas eu me polio bastante para evitar isso. Temos que valorizar as coisas da terra, mas não podemos esquecer o resto. Por isso demos matéria sobre o Harry Potter. Não ficamos totalmente fora do que acontece nas esferas nacional e internacional.

A diferença é que aquilo que é nacional ou global não tem tanto destaque? Sim. Não tem tanto destaque. Se amanhã tivermos em Piracicaba uma apresentação de batuque de umbigada aberta ao público daremos destaque na capa para ela. Mas não deixamos de noticiar os outros acontecimentos. Não podemos deixar essa coisa bairrista se instalar.

É fácil resistir à facilidade de publicar textos prontos de agências? Isso possibilitaria fechar a edição do caderno mais cedo. Sem dúvida. Mas isso não é uma coisa que eu deixo acontecer. Quando demos a matéria do Harry Potter, o assunto de capa foi uma apresentação de dança no Sesc. Com certeza a matéria do Harry Potter daria mais leitura, mas optamos por valorizar aquilo que é local.

Isso significa que o jornal não deixa de oferecer aos leitores informações nacionais ou globais, apenas não confere a elas o mesmo destaque que é dado às notícias locais? Outra coisa que procuramos fazer é usar matérias de agências mesclando esse conteúdo com o comportamento dos leitores. No dia do lançamento de mais uma etapa da série Harry Potter, a notícia foi publicada no Jornal de Piracicaba em uma reportagem que também incluiu

entrevistas com fãs da saga que moram na região. O repórter do jornal se misturou às pessoas que foram assistir à pré-estreia do filme. Também fizemos isso com o show do Paul McCartney. A partir de uma matéria de agência entrevistamos piracicabanos que iam ao show.

Em relação à disponibilidade de matérias sobre filmes, qual é a melhor agência: Folhapress ou Agência Estado? A Agência Estado tem matérias mais longas, já a Folha oferece maior variedade, mas as matérias são curtas, muitas vezes insuficientes para fazer um abre de página. Temos um problema na área de cultura local que é a falta de noção dos produtores sobre a necessidade de ter um bom material fotográfico para favorecer a divulgação do produto. Essa é uma luta para nós. Além de noticiarmos os assuntos locais para valorizá-los, temos de nos empenhar muito para produzir material para eles.

No período selecionado para a pesquisa que desenvolvo notei que aos domingos o jornal destaca uma personalidade da cidade, atual ou que marcou a história. A série ainda existe? Existe, sim. É a nossa série persona, que procura valorizar pessoas da cidade em diversas áreas, principalmente a cultural. Já fizemos com o presidente de um time de futebol da cidade e com a diretora de uma rádio, que estava completando vários anos de atividade. Procuramos mostrar em uma entrevista ampla a história de vida dessas pessoas, mostrando sua trajetória.

A linha editorial de valorização dos assuntos locais é a mesma nas edições de quinta, sexta, sábado e domingo? Sim. Há dois meses criamos aos domingos o caderno Agito e Gourmet, que tem uma linha diferenciada. Ele mostra tudo o que está acontecendo na cidade, inclusive matérias pequenas sobre assuntos da semana toda. É uma espécie de guia. Mas também aos domingos soltamos um caderno de cultura diferente do Agito e Gourmet.

Alguns jornalistas atribuem a maior penetração aos domingos de assuntos ligados ao cinema e a televisão por conta da folga do repórter de cultura. Como o JP lida com isso? Fazemos todas as pautas no início da semana, isso inclui a de sábado e a de domingo. Portanto, a folga dos repórteres aos domingos não inviabiliza a produção e divulgação de assuntos locais também nesse dia.

Keila Curciol – professora de teatro e integrante de grupo Tentáculos, de Salto. Entrevista concedida por telefone no dia 13/11/10.

Há quanto tempo você faz parte de grupos de teatro nas regiões de Campinas e Piracicaba? Há sete anos. Além do grupo, dou aulas de teatro e dança em escolas municipais na cidade de Capivari.

Você estuda teatro? Estou no segundo ano do curso de Teatro, na faculdade Ceunsp, em Salto. O primeiro curso que fiz na área foi no Senac.

De maneira geral, você considera que as pequenas e médias companhias de teatro têm espaço de divulgação nos jornais do interior? Você sente falta da divulgação de peças locais? Sim. É muito difícil conseguir espaço nos jornais.

Você já atuou em grupos nas regiões de Campinas e Piracicaba. Qual dos dois jornais você considera que valoriza mais as produções locais: o Correio Popular ou o Jornal de Piracicaba? Com certeza o Jornal de Piracicaba. Tenho amigos que trabalham em pequenos grupos de teatro por lá e eles sempre comentam que o jornal se interessa pelas produções locais.

A impressão que tenho é que em Piracicaba as pessoas se orgulham de suas raízes caipiras. E o Jornal de Piracicaba tem a mesma postura. O jornal valoriza tudo o que é da cidade. Primeiro eles abrem espaço para o que tem a ver com o universo deles, depois eles olham para fora. Em Piracicaba eles valorizam muito mais os artistas. Mesmo os atores que estão começando agora são entrevistados com frequência pelo jornal.

Você acredita que em cidades em que a imprensa não valoriza as produções locais, consequentemente o público não terá conhecimento para prestigiá-las? Certamente. A credibilidade do jornal dá a ele um forte poder de influência. Quando os jornais não tornam públicos os trabalhos, não há como parte da população saber o que está acontecendo na cidade. De maneira geral, os grupos de teatro sentem a falta do interesse dos jornais pelas produções locais. Certa vez, como forma de incentivo à cobertura da imprensa, nosso grupo chegou a elaborar releases sobre o espetáculo, mas não adiantou.

Luciano Assis – jornalista. Entrevista realizada na redação do jornal O Liberal, em 10/10/2010.

Qual a importância do caderno de cultura para a formação e o fortalecimento da identidade entre os moradores da região por onde o jornal circula? A importância é total. Não existe cultura sem expressão e, no “mundo moderno”, as mídias são necessárias para repercutir essas manifestações. Pessoalmente vejo o trabalho do jornal como um tradutor desses símbolos culturais para o leitor.

De que maneira devem ser elaboradas as pautas de cultura nos jornais regionais? O que deve ser levado em conta por repórteres e editores na hora de escolher os assuntos que serão abordados? O entendimento prévio do que existe e como se dá a Cultura tanto de maneira micro (na região) quanto macro (no mundo, no Brasil, etc), penso eu, transcende qualquer elaboração de pauta ou reportagem. Já entendido isso o trabalho é condensar esse calhamaço de informações, teorias, vertentes e focar como o leitor local está inserido nesse ambiente. Independente da escolha do tema, essa relação do leitor e seu contexto social com a cultura é o que guia o trabalho do jornalista de cultura.

Em relação ao conteúdo, o que um caderno de cultura produzido por um jornal do interior precisa ter para que você o considere ideal aos leitores? Conseguir deixar de lado um certo provincianismo comum ao morador de cidades menores com uma visão mais ampla sem que isso se caracterize com imposição de uma realidade alheia. Vou dar um exemplo do que normalmente acontece com jornais paulistanos: cadernos de cultura dão capas e grandes destaques a pequenos movimentos alternativos de cidades como Nova York ou Londres, e deixam de lado o que acontece na própria cidade. Alguns jornais do interior também costumam fazer isso, trocando metrópoles do exterior por suas respectivas capitais. Mas de maneira mais prática, creio que o tudo que acontece numa localidade serve de pauta para uma mídia impressa, mas uma ligação com outras realidades oxigena a notícia.

A que você atribui esse comportamento de os jornais valorizarem mais os assuntos que ocorrem em cidades ou países distantes? Isso ocorre muito de maneira geral. O Jornal Nacional, da TV Globo, por exemplo, tem correspondentes em países europeus e asiáticos há muito tempo, e só agora passou a contar com os trabalhos de um correspondente em Buenos Aires. Olha-se os grandes centros culturais com mais atenção. Isso acaba por deixar de lado a

realidade local. Na música é muito comum o artista fazer sucesso no exterior e só depois se tornar conhecido em seu país.

Nas edições de quinta-feira, sexta, sábado e domingo os jornais, de maneira geral, dão maior destaque às produções do cinema e da televisão. As sextas-feiras, por exemplo, grande parte dos diários destaca cinema. Podemos considerar que aos finais de semana os assuntos locais recebem menor atenção dos jornais? Isso também acontece por conta da organização do meio artístico. Nos finais de semana os artistas têm folga na capital e viajam muito ao interior. Quando se recebe um artista nacionalmente reconhecido em sua cidade, automaticamente a mídia volta-se a esse assunto com maior interesse. Acredito que até o leitor tenha maior interesse. Quanto ao cinema, sexta-feira é dia de estreias, portanto é natural que a demanda por esse assunto aumente. Mas é preciso haver equilíbrio.

Percebo que entre os jornais existe a preocupação de ficar parecido com os demais em relação aos assuntos em destaque. Você acredita na existência de um comportamento que busca a semelhança entre as publicações? Sim. É o medo do furo. Quando há um grande lançamento para a semana, as agências antecipam o envio dessa matéria e os jornais correm para tentar dar a informação antes dos outros.

Você já chegou a produzir uma bela reportagem local e perceber que o editor do caderno de cultura preferiu deixá-la de lado para valorizar um assunto nacional ou internacional oferecido por agências de notícias? Ah, isso acontece muito. Por exemplo, fiz uma longa entrevista com o cantor Renato Teixeira, que falou da sua ligação com o interior paulista. Mas acredito que essa matéria será engavetada para dar lugar ao Harry Potter. Não podemos tomar esse furo dos demais jornais. O que chegar ao final da tarde por meio das agências é determinante para definir se as matérias locais sairão ou não. A Folha (Folha de S. Paulo) prioriza muito aquilo que vem de fora. Às vezes eles deixam de falar sobre um grande acontecimento da orquestra sinfônica para falar de uma moda passageira em Londres. Fazemos isso também. No interior divulgamos produções de São Paulo e Rio, como se fossem Londres ou Nova York.

O Correio Popular divulga muitas exposições e lançamentos de livros que são realizados em São Paulo. Mas não podemos divulgar apenas aquilo que ocorre na cidade ou região. Isso se torna bairrismo burro. Se têm coisas interessantes ocorrendo fora tem que dar mesmo. É

preciso traduzir as coisas do mundo para as pessoas. Mas não podemos ignorar totalmente o que acontece por aqui. Pode ter muita coisa interessante acontecendo por aqui passando batido.

Os jornais que não concedem espaço a grupos de teatro, dança, música e festas populares agem dessa maneira por não considerarem essas produções como legítimas? A falta de boas imagens em eventos simples contribui para isso?

Acho que isso acontece por falta dos jornais irem atrás dessas produções.

Se os assuntos locais fossem divulgados nas edições de sexta, sábado e domingo, que concentram as maiores tiragens, essas produções seriam mais prestigiadas?

Quando você divulga uma peça local você está falando para um nicho menor. Não é todo mundo que frequenta teatro que tem disposição para querer saber o que pensa um pequeno grupo de teatro da cidade.

Menos ainda se a apresentação em questão envolver histórias do folclore ou danças populares? Menos ainda. São nichos muito pequenos. Tudo ficou pequeno. Cada vez mais tudo o que se refere à cultura vira nicho. Está acontecendo muita coisa ao mesmo tempo e, com a internet, todos conseguem se expressar de alguma maneira. Um artista que vende hoje 100 mil cópias de um CD pode-se considerar um sucesso nacional.

Considerando-se que o jornal hoje é um produto comercial é possível entender que dificilmente vai se apostar em produtos para os quais existem incertezas quanto a seu sucesso. Assim, como fica o papel social do jornalista? Difícil. Não podemos ignorar que se os jornais não forem vendidos nós, os jornalistas, não teremos emprego. Acho que os jornais pecam em não traduzir os artistas para as pessoas. Em vez de apenas reproduzir um texto dizendo que a cantora Ivete Sangalo lotou o Medison Square Garden, em Nova York, os jornais do interior poderiam usar essa informação para tentar descobrir se a concorrência para assistir ao show dela foi reflexo da grande presença de imigrantes brasileiros nos Estados Unidos ou se foi apenas uma jogada de marketing para vender mais shows dela no Brasil. Matérias de agência indicam um caminho a ser seguido, uma tendência.

O Jornal de Piracicaba concede maior destaque às produções locais, mas não deixa de oferecer a seus leitores os assuntos nacionais. Qual sua avaliação dessa linha editorial?

Seguir contra a corrente é sempre uma boa opção. Piracicaba é uma cidade diferenciada, tem um agito cultural muito grande.

Qual sua avaliação sobre os jornais que assinam agências de notícias e buscam em seus conteúdos materiais para fechar o caderno de cultura? Isso é puro comodismo. É mais fácil pegar matéria pronta sobre o filme Harry Potter, uma boa foto gratuita em sites e publicar. Às vezes isso é falta de profissionais suficientes. Por exemplo, a sexta-feira é o meu respiro. Eu venho fazendo capa a semana inteira. Como na sexta-feira divulgamos cinema, eu aproveito para pensar a capa de sábado. Não tenho ninguém para me substituir.

O que acha do profissional do jornalismo que faz cultura? Muitos jornalistas do interior acabam indo para São Paulo quando concluem a faculdade. Os jornais do interior não têm critérios para contratar repórteres. Não se levam em consideração a aptidão do profissional pela área.

Qual sua avaliação sobre o Caderno C cultura/variedades, do Correio Popular?

Acho que falta matéria de campo. Ou seja, ir para a rua ver o que está acontecendo. Eles divulgam exposições ou shows no Sesc, mas não vejo nada sobre a cena punk de Campinas. Vamos saber quem são esses moleques que se intitulam punks. Falta o equilíbrio em buscar o que está acontecendo na cidade. O MIS (Museu da Imagem e do Som) de Campinas abre espaço para divulgar filmes alternativos, mas o Correio não divulga programações alternativas.

O cinema merece todo o destaque que lhe é dado? Na verdade o cinema ficou elitizado. Antes eles ficavam nas regiões centrais e os ingressos eram baratos. Era uma arte popular para a família. Hoje, a maioria dos cinemas fica em shoppings. Pagam-se caro por estacionamento e ingressos.

De maneira geral, você avalia que os jornais da região de Campinas promovem boa cobertura dos eventos envolvendo personagens da região, como em lançamento de livros, peças de teatro, apresentações de dança, tradições culturais (catira, maracatu, folia de reis etc.)? Esses assuntos têm o destaque merecido, principalmente nas edições do final de semana? Se levarmos em conta serviços, que indicam o que tem nas cidades de cobertura dos jornais, sim. Mas a Cultura vai além disso, pois envolve complexos códigos que

muitas vezes não são analisados com a importância merecida. Nas periferias aqui do interior há toda uma movimentação cultural que na maioria das vezes não encontra espaço nos jornais, que seguem ainda uma linha cultura conservadora. A multiplicidade cultural brasileira é um fato. No seu discurso de posse no Ministério da Cultura, em 2003, o ex-ministro Gilberto Gil afirmou que o Brasil “não é o país do isto ou aquilo, mas o país do isto e aquilo”, e completou: “Somos um povo mestiço que vem criando, ao longo dos séculos, uma cultura essencialmente sincrética. Uma cultura diversificada, plural, mas que é como um verbo conjugado por pessoas diversas, em tempos e modos distintos. Porque, ao mesmo tempo, essa cultura é una: cultura tropical sincrética tecida ao abrigo e à luz da língua portuguesa”. Acho que ainda não entendemos esse sincretismo cultural.

Uma das principais características do jornalismo local/regional é a competência para trabalhar com informações de proximidade, que favorecem o contato face a face com os entrevistados e permitem a humanização do relato feito pelo repórter. Essa característica é devidamente aproveitada pela maior parte dos jornalistas que escrevem para Cultura em jornais regionais? Sim, mas só proximidade não gera boas matérias ou uma boa “tradução” do fato para o leitor. O que vemos é que muitas vezes a proximidade constante acaba por anular uma visão “de fora” criando uma certa promiscuidade entre jornalista e fonte. Isso também acontece em outras realidades, claro, mas aqui ela é menos rotativa já que essas fontes são limitadas. No final das contas, o que deveria se tornar uma vantagem é anulada.

Em muitos jornais do interior é comum não existir editoria específica para abrigar informações sobre eventos culturais realizados na região por onde a publicação circula. Inclusive há casos de jornais que não investem sequer na contratação de um repórter para acompanhar os assuntos desse setor. Quais prejuízos a adoção dessa postura pode resultar para os leitores? O que percebo muitas vezes é uma confusão entre Cultura e Lazer. Elas muitas vezes se confundem e até devem acontecer paralelamente, mas são distintas. O lazer pode ser gerado pelo estado e depende de investimentos financeiros. Já a Cultura não cabe ao Estado, que tem condições de apenas criar acesso universal a esses bens simbólicos. Não cabe ao Estado fazer cultura, mas, sim, proporcionar condições necessárias para a criação e produção dele. O não investimento dos jornais em profissionais gabaritados ou em espaço para que seja trabalhadas essas diferenças em matérias ao leitor perpetua essa confusão inibindo o avanço do setor cultural.

Raul Lopes – jornalista e coordenador do serviço de produção de texto da Folhapress. Entrevista concedida por telefone no dia 25/08/2010.

Há quanto tempo atua na função de coordenador de produção da Folhapress?

Nove anos.

Quantos repórteres produzem matérias para a editoria de Cultura da Folhapress?

Nós não temos reportagem, exceto na área de esportes. Nós pegamos o material produzido para sair na Folha, editamos e mandamos para a rede de assinantes. Então, os repórteres da Folha acabam trabalhando para a Agência Folha (Folhapress). Além do material da Ilustrada, usamos o que é produzido para o site folha.com e o material produzido pela editoria Show, do jornal Agora SP. Aqui na agência nós não temos um editor de cultura.

A Folhapress faz alguma adaptação ou tradução do material enviado por outras agências internacionais para enviá-lo aos assinantes? Na área de cultura, não. Usamos apenas o material do jornal e da folha.com. Por falta de acordos não podemos usar materiais de outras agências. Temos em nossos computadores um canal que nos permite acesso ao material de cultura de outras agências, mas não temos muito tempo para ficar acompanhando o que sai em outros lugares.

O que é levado em consideração para elaborar a pauta? Quais são os critérios adotados na pauta? Cara, não sei como isso é feito. Como coordenador do serviço de textos sou eu que dou entrevistas. Mas não sou da área de cultura. Venho da editoria de economia. Mas vamos seguir a entrevista.

Em média, quantos textos na área cultural são disponibilizados diariamente aos assinantes? Entre 10 e 20. Não existe uma média.

Os assinantes recebem pauta de cultura? Isso foi extinto há bastante tempo. O caderno Ilustrada fecha diariamente entre 13h e 15h30, e logo depois disso já mandamos os textos aos assinantes. Portanto, considero desnecessário existir uma pauta de cultura. Existe um roteiro da Ilustrada que às vezes a gente segue para ver em quais páginas entraram cada um dos textos.

Por ser uma agência, prioriza-se a produção de reportagens mais gerais (cinema, shows, produções literárias, informações sobre novelas), ou seja, assuntos de maior aceitação?

Temos a preocupação de evitar muitos textos de cultura referentes à cidade de São Paulo. Apesar de a Folha de S. Paulo ser um jornal de amplitude nacional, temos muitas notícias sobre exposições que acontecem na capital e interessam a todos. Mas também há muita coisa local, como crítica de teatro que, quando liberadas, enviamos aos assinantes. Mas imagino que essas coisas não tenham muito espaço em nossos assinantes. Aliás, tem muita gente do interior que vem a São Paulo nos finais de semana assistir peças de teatro, por exemplo.

É possível saber que tipo de matéria (cinema, tevê ou shows) é mais usado pelos jornais assinantes? Tenho esse controle apenas quando converso com os assinantes. Sei que eles gostam muito de matérias sobre tevê e cinema. Mais cinema que tevê.

Tem vários jornais do interior que divulgam em suas capas de cultura matérias sobre cinema mesmo quando o jornal tem a maior parte de seus leitores morando em cidades que não tem salas para exibição. Qual a sua avaliação sobre esse comportamento? Nossa! Acho isso muito estranho.

Mas voltando aos pedidos feitos pelos assinantes. Como são atendidas as reivindicações deles? Na quinta-feira, um dia antes das estreias dos filmes aqui na capital, mandamos textos sobre cinema. Isso em relação aos lançamentos, mas sabemos de situações engraçadas envolvendo filmes que há meses saíram de cartaz em São Paulo, mas que alguns jornais do interior pedem material sobre eles por conta da chegada dessas produções nas cidades. Procurar por isso no sistema dá um trabalho enorme. Os assinantes pegam muito no nosso pé para mandar materiais o mais cedo possível. Muito fecham às 16h, e quando mandamos textos depois desse horário eles estrilam. Outro ponto que considero interessante é que quando morre alguém na área da cultura, os jornais do interior não nos cobram pelo envio desse material, mas se faltar alguma coisa sobre cinema ou televisão, meu Deus!

Em sua opinião, enquanto leitor, o que não pode faltar em um caderno de cultura?

Informações sobre cinema e discutir um pouco mais o jornalismo cultural na tevê. O nosso mundo caminha para a integração dos meios, um mix. No entanto, não vejo nada nos cadernos de cultura que envolva a internet.

Wilson Marini, editor executivo da APJ (Associação Paulista de Jornais), a maior rede de jornalismo regional brasileiro. Perguntas respondidas por e-mail em 12/04/11.

Quais tarefas são consideradas imprescindíveis para que a imprensa local fidelize seus leitores e consiga novos interessados em seu trabalho? Fundamentalmente solidariedade por meio da informação e da mobilização nos momentos difíceis como tragédias coletivas; levantar bandeiras para melhorar a vida da comunidade; se antecipar em relação às tendências regionais em todas as áreas e defender a população e os seus poderes quando estiverem sob ameaças internas ou externas do Poder Público, arbitrariedades jurídicas ou políticas e quaisquer outras.

Quais as vantagens de se fazer jornalismo para um público que está próximo de quem o mantém informado? Uma delas é exercitar a interatividade. As relações ficam mais verdadeiras e o jornalista não fica no olimpo numa Redação escrevendo o que bem entende sem saber o impacto disso na vida das pessoas. Desse prisma, interagir com a comunidade pelo jornalismo local é mais difícil do que atuar num grande veículo, mas é com certeza mais gratificante e, se feito com ética e profissionalismo, rende mais resultados para a vida da cidade e região.

Há quem considere ainda forte a tendência de a mídia local reproduzir a grande imprensa, ao imitar o estilo de tratamento da informação ou dedicar amplos espaços para notícias nacionais e internacionais. Em sua opinião esse comportamento ainda é marcante na imprensa do interior? Não. A imprensa regional mais evoluída prioriza o noticiário local e regional, quase sempre a fonte das manchetes de primeira página, temas de editoriais e artigos. Cito como exemplo e referência os jornais da Rede APJ - Associação Paulista de Jornais, 14 líderes regionais no Estado. Em quantidade -- espaço físico de páginas e jornalistas envolvidos na produção -- o investimento é muito maior no noticiário local/regional. Esses jornais também publicam notícias nacionais e internacionais. Pela razão de que isso não deve ser privilégio de veículos de grandes centros. Também o leitor regional quer se informar sobre o principal do País e do Mundo. Deve se considerar nessa análise que a maioria, entre 80 e 90% dos leitores de uma cidade, tem acesso apenas ao jornal local e deixar de dar o mínimo, seria privar o leitor desse noticiário que também é importante no dia-a-dia, e eventualmente mais relevante que o local. A prioridade, no entanto, deve ser local, e isso os jornais regionais têm dosado muito bem.

No caderno de cultura de vários jornais é possível perceber, principalmente nas edições de fim de semana, a supervalorização de assuntos ligados à indústria do entretenimento. Lançamentos de filmes e seriados da TV, por exemplo, ocupam praticamente todos os espaços da editoria. Há jornais que insistem em destacar o cinema até mesmo quando as cidades que concentram a maior parte de seus leitores não possuem salas para a exibição de filmes. Que prejuízos a opção de pouco valorizar os acontecimentos locais pode trazer ao jornal e a seus leitores? Sobre o cinema, precisamos definir sobre quais jornais estamos falando. Os jornais da APJ circulam em cidades onde o cinema é um dos atrativos culturais da cidade - o que justifica plenamente dar o serviço relativo. Desconheço a realidade de jornais menores de cidades onde não há salas. Em tese, nesse caso, não há contradição entre divulgar os fatos locais e a programação de cinema, digamos, de um centro regional mais próximo. Os leitores que apreciam o tema podem querer as novidades, inclusive os lançamentos internacionais no momento em que se dão nos EUA. Somente a sensibilidade do jornalista envolvido com a comunidade pode detectar se isso é prioridade, ou não. E, se o fizer, claro que deve também olhar com atenção para os fatos culturais de sua cidade.

No Jornal de Piracicaba, por exemplo, os repórteres e editores são orientados a priorizar assuntos que envolvem personagens regionais. Mesmo quando a maior parte dos diários tende a estampar na capa a foto do filme que vai estrear, o JP reforça a cobertura local, buscando assuntos que poderão evidenciar o trabalho ou as tradições dos moradores locais. Qual a sua avaliação sobre os jornais que fazem essa opção em cultura? A orientação em relação à prioridade a assuntos regionais é correta. Cada jornal deve ter a sua linha editorial e sabe qual é o público com o qual se comunica. Editar é selecionar. Piracicaba é uma cidade, pelas características históricas que todos conhecemos, muito rica em tradições, nomes na literatura e artes, promove o Salão Internacional do Humor, tem uma população universitária diversificada, etc. -- e o Jornal de Piracicaba tem demonstrado estar atento a todos os movimentos, inclusive o surgimento de polo de artes cênicas. É o mais importante.

Marcelo Rocha, repórter do Caderno Cultura do Jornal de Piracicaba no período de escolhido para análise desta pesquisa. Pergunta respondida por e-mail em 13/10/10.

Em sua opinião, qual é o papel do caderno de cultura do Jornal de Piracicaba no fortalecimento da identificação de seus leitores? Acredito que o caderno Cultura (do JP) desenvolve um importante papel nesse sentido, pois editorialmente possui uma preocupação. Trata-se de uma louvável e obsessiva missão, que é a de valorizar aspectos da cultura local. Por exemplo, manifestações culturais/folclóricas como o cururu, a umbigada, a congada e a Festa do Divino Espírito Santo - bem como seus personagens, gente que carrega essas heranças históricas transmitidas entre gerações -, normalmente têm grande destaque nas páginas do matutino. Geralmente são matérias que mostram o duro trabalho de resistência dessas manifestações populares nos dias de hoje (algumas delas praticamente extintas em outras regiões), o esforço de seus apaixonados militantes, a importância história da atividade e, principalmente, o elo dessa manifestação com a cidade de Piracicaba. E por outro lado percebo um interesse por parte de uma razoável parcela de leitores quanto este tipo de conteúdo, ou seja, a tríade "informação/história local/heranças culturais".

ANEXO III



/ FOTOGRAFIA /
Exposição no
Iguatemi reúne
20 painéis com
fotografias da
capital francesa

Il Da Agência Anhangueira

Num piscar de olhos, o espectador divide as pompas com uma mulher típica francesa, com casaco de pele e chapéu com abas grandes, no momento em que conduz dois cachorrinhos pela manhã. Ao virar o rosto, depara-se com uma festa popular daquelas, com direito a acordeão e bagunça. Stop! Com paciência de Jó, é necessário esperar as criancinhas em fila indiana atravessarem a Rue de Rivoli. Esses e outros instantes compõem a mostra ao ar livre *O Pedestre de Paris*, em cartaz de hoje a 13 de dezembro na Praça dos Plátanos do Shopping Iguatemi Campinas. O evento vem ao encontro das comemorações do Ano da França no Brasil.

Sob a curadoria da historiadora da arte e jornalista Sophie Schmit, a exposição é recheada por 20 painéis (1,5m x 1,8m) que retratam fragmentos do cotidiano e paisagens emblemáticas de Paris, como Torre Eiffel, Champs-Élysées, Jardins de Luxemburgo e Ponte Saint Michel. Clicadas entre 1890 e 2006, as fotografias são assinadas por renomados fotógrafos franceses, entre os quais Robert Doisneau, Eugène Atget, Séberberger, Neurdein Frères e Louis Vert.

Imagens foram registradas entre 1890 e 2006

Parte integrante do programa Espaço Público, promovido pelo Ministério Francês de Cultura, *O Pedestre de Paris* estreou internacionalmente em Curitiba, em setembro deste ano. Antes de chegar a Campinas, graças à promoção da unidade campineira da Aliança Francesa; a mostra conquistou olhares de espectadores de Porto Alegre e São Paulo. Após a temporada na cidade, aterrissa em Brasília e segue para cidades de várias partes do mundo.

Quem já caminhou pela Cidade Luz de concreto, também recomenda o passeio pela Paris de painéis. No texto de apresentação, a curadora da mostra indica ao espectador-pedestre parte do caminho a ser percorrido. "Passa ao lado da Torre Eiffel, admira o Panthéon e o Arco do Triunfo. Cruza por belas parisienses no Bois de Boulogne, no Quai aux Fleurs, ou sentado em um terraço na Avenida de Champs-Élysées. Emocionado, detém-se diante das crianças que brincam no Jardim das Tulherias ou que cruzam uma rua vestindo uniformes escolares..."

SAIBA MAIS

✓ **O quê:** *O Pedestre de Paris*

✓ **Quando:** entre hoje e 13 de dezembro (de segunda a sábado, das 10h às 22h, e aos domingos, das 14h às 20h)

✓ **Onde:** Praça dos Plátanos do Shopping Iguatemi Campinas (Av. Iguatemi, 777, Vila Brandina, Campinas)

✓ **Quanto:** Entrada franca



Crianças atravessam a Rue de Rivoli, em fotografia tirada por Robert Doisneau em 1978; imagem está reproduzida em um dos 20 painéis que compõem a exposição

Pelas ruas de Paris



L'avenue du Bois, de Jacques Henri Lartigue: registro de 1911



Um carrossel parisiense clicado por Bernard Possu em 1985



Crianças e adultos durante celebração, em 14 de julho de 1928

PERFIL

ROBERT DOISNEAU (1912-1994), nascido em Gentilly, foi um dos grandes fotógrafos da França. Antes de se dedicar profissionalmente ao ofício das lentes, Doisneau trabalhou por dois períodos: entre 1934 e 1939, e 1946 e 1955 numa das linhas de

montagem da Renault. Apesar de fotografar para revistas, o grande mote de seu trabalho foram as fotografias de rua. Com um olhar peculiar, Doisneau registrava o cotidiano de pessoas comuns das ruas de Paris. Entre suas imagens mais conhecidas está *O Beijo do Hotel Ville*.

Eduardo Mello registra o chão em fotos

O fotógrafo Eduardo Mello está com exposição em cartaz na Livraria Saraiva do Shopping Iguatemi (Av. Iguatemi, 777, Vila Brandina). Apaixonado por arte abstrata, o

fotógrafo faz uso do gênero para retratar de diversas e curiosas forma, o chão. Intitulada *Sobre o Chão*, a exposição mostra de forma inusitada aspectos do chão que passam despercebidos aos

olhos no dia a dia. A mostra fica em cartaz até o dia 30 deste mês e pode ser visitada de segunda a sábado, das 10h às 22h; e aos domingos, das 14h às 20h. A entrada é franca. (AAN)

CENTER FABRIL
HOMEDECOR

Sua casa nova todo dia

Tapetes
Pronta entrega
Vários modelos
até **20%**
de desconto

Persianas
Luxaflex Duette,
Silhouette
e Luminette

Cortinas
sob medida
30%
de desconto
na confecção

20%
de desconto
10x s/juros

Pagamento
facilitado
Atendimento
técnico e
personalizado

Conheça nosso novo setor de presentes.

Cama • Mesa • Banho • Tapetes • Persianas • Cortinas • Decoração • Presentes

Paula Bueno, 540 - Taquaral. Tel.: 2102-9800



Todo o cinema do mundo

/ TELONA /
Mais de 400
filmes estão na
programação da
Mostra de SP

João Nunes
ESPECIAL PARA O CORREIO POPULAR

Com a exibição de *À Procura de Eric*, de Ken Loach (leia texto nesta página), e somente para convidados, será aberta oficialmente hoje, às 21h, a 33ª Mostra Internacional de Cinema de São Paulo. A cerimônia acontece no Auditório Ibirapuera. O evento dá a largada hoje, mas a maratona de filmes, oficinas, ciclos, palestras e homenagens começa amanhã e prossegue até o dia 5 de novembro em 19 espaços da cidade.

Vencedores dos principais festivais serão exibidos

De acordo com um dos diretores da Mostra, Leon Cakoff, o evento sempre se pautou pela diversidade. E não será diferente desta vez, com a exibição de cerca de 400 filmes de todo o mundo, de um total de mais de 700 inscritos. Cakoff não vê na Mostra lugar para megalomanias (ser a maior, ou melhor) nem espaço para bater recordes de filmes, e



O ator Steve Evets e o craque Eric Cantona, que fez história no Manchester United, em cena de *À Procura de Eric*, do inglês Ken Loach

muito menos expandi-la para onde seja.

"Temos diversos braços da Mostra, mas há também limitações. Nosso trabalho é apresentar um painel de filmes e qualquer expansão é consequência, mas não obrigação e não queremos ser maiores em nada". Ele brinca, dizendo que anualmente tenta fazer um evento menor, mas não consegue. Afinal, além de todo o panorama de produções

mundiais, é preciso antecipar os grandes filmes do ano, caso de *Abraços Partidos*, de Pedro Almodóvar, *A Fita Branca*, de Michael Haneke (vencedor de Cannes, 2009), *Lebanon*, de Samuel Maoz (vencedor de Veneza), e o ganhador do Prêmio Especial do Juri do Festival de Sundance, *Humpday*, de Lynn Shelton, entre outros.

E não faltarão alguns onipresentes: o português Manoel de Oliveira, com *Singula-*

ridades de uma Rapariga Loinca, o iraniano Abbas Kiarostami, com *Shirin* (que tem Juliette Binoche no elenco), além do israelense Amos Gitai, que apresentará seus dois mais recentes longas, *La Guerre des Fils* da *Lumière contre les Fils* de *Tenèbres* e o documentário *Carmel*. Aliás, Gitai estará em São Paulo.

Além destes, o público poderá conferir o último trabalho de Heath Ledger, em *O*

Mundo Imaginário do Doutor Parnassus, de Terry Gilliam, a primeira animação de Wes Anderson, *O Fantástico Sr. Raposo*; *500 Dias com Ela*, de Mark Webb, e *Aconteceu em Woodstock*, de Ang Lee. E, claro, além de cinematografias conhecidas, o público poderá conferir filmes das mais diversas procedências quase sempre inacessíveis, como Índia, Azerbaijão, Turquia, Polónia, República

SAIBA MAIS

✓ O quê: 33ª Mostra Internacional de Cinema de São Paulo. Informações, incluindo valor de ingressos e programação no site (www.mostra.org). A Central da Mostra fica aberta das 10h às 21h, no Conjunto Nacional (Avenida Paulista, 2073). Vendas pela internet (ingresso.com)

Tcheca, Tailândia etc.

Entre os convidados, destaque para a atriz francesa Fanny Ardant, que exibirá seu primeiro longa, como diretora, *Cinza e Sangue*, e cinco produções realizadas ao longo da carreira. Outro convidado é o grego *Theo Angelopoulos*, cuja obra será alvo de retrospectiva. Seu mais recente trabalho, *A Poeira do Tempo*, estará na programação normal. Outro convidado é o diretor de fotografia dos filmes de Michael Haneke, que ministrará duas oficinas: para profissionais e estudantes. Informações no site da Mostra (www.mostra.org).

Também haverá revisão da obra do diretor e produtor italiano Gian Vittorio Baldi, que atuou com Pier Paolo Pasolini e Alain Resnais e o cinema sueco terá mostra especial, com filmes que representam várias épocas, entre eles, trabalhos do contemporâneo de Ingmar Bergman, Hasse Ekman.

Campineira participará com longa

O primeiro filme realizado no Polo de Cinema de Paulínia, *Topografia de um Desnudo*, da campineira Teresa Aguiar, também estará na 33ª Mostra Internacional de São Paulo. O longa-metragem, que participará da competição de diretores estreantes, foi rodado em Campinas, Paulínia e Rio de Janeiro, em 2007, e está inédito nas telas brasileiras. A produção é de Ariane Porto. Ele será exibido nos dias 28 e 29, no Unibanco

Arteplex 3 e 2 (sessões às 20h20 e 13h30 respectivamente), no dia 31, no Espaço Unibanco 3 (às 13h30), e no dia 3 de novembro, no Arteplex 1 (às 15h30). A história se passa no Rio de Janeiro, em 1962. Preparando-se para receber a visita da rainha inglesa Elizabeth, a cidade vive clima de tensão social e política que antecede o golpe militar, quando uma jornalista investiga a morte de moradores de rua e se envolve em um perigoso jogo de

interesses. Baseado em fatos reais, *Topografia de um Desnudo* é um suspense que desvenda um lado pouco conhecido da história do Brasil: a "operação mata-mendigos". O Departamento de Repressão à Mendicância, órgão ligado ao governo do antigo estado da Guanabara, prendia os mendigos, torturava-os e os jogava nos rios Guandu e da Guarda. O filme é adaptação da peça homônima do chileno Jorge Diaz. (JN)

Tão bom quanto quando seu time vence de goleada

À Procura de Eric revela a alegria contagiante do futebol sob o olhar do inglês Ken Loach

Daniela Prandi
EDITORIA DO CADERNO C
daniela@rac.com.br

O diretor inglês Ken Loach, figurinha fácil na Mostra Internacional de Cinema de São Paulo, espalha a alegria do futebol em *À Procura de Eric* (*Looking for Eric*), longa escolhido para abrir a maratona de filmes, hoje. Contagiado pelos gritos da torcida, o cineasta aposta no tom otimista — contrastante com suas obras anteriores, como *Kes*, *A Canção de Carla* ou *Ventos da Liberdade*, por exemplo — para contar a história de um perdedor que, por causa de um amigo imaginário, vira o jogo de sua própria vida.

Eric (Steve Evets) é um carteiro na chuvosa cidade de Manchester cuja única alegria é recordar os gols marcados pelo craque Eric Cantona, um jogador francês que entrou para a história do futebol inglês à frente do Manchester United. O protagonista vive aos trancos e barrancos, lamenta

ter deixado a mulher, se enfurece com o desleixo de seus dois enteados e passa os dias entre as idas e vindas da entrega de cartas e o pub da esquina. Mas, um dia, quando nada mais parece valer a pena, eis que surge em seu quarto nada mais nada menos que o famoso jogador Eric Cantona. Não por acaso, as paredes do quarto são forradas de imagens do ídolo.

Ao lado do jogador, o protagonista aprende, por meio de tiradas filosóficas ditas em uma divertida mistura de francês com inglês em que o futebol é, na maioria das vezes, usado como metáfora, que o caminho para o gol pode ser driblado de várias maneiras. Eric experimenta novas jogadas e, consegue, aos poucos, reverter o placar da própria vida.

Entre cenas de alguns dos lances mais espetaculares de Cantona no gramado e a imaginação do carteiro, a trama toma um rumo encantador. O jogador, que é produtor do

A FRASE

"É bom voltar ao bom humor de vez em quando. É agradável fazer um filme com um sorriso no rosto. Mas é bom lembrar que uma comédia é uma tragédia com final feliz."

KEN LOACH
Cineasta, diretor de *À Procura de Eric*

filme, dá um show de bola em sua primeira aventura no cinema. Em dobradinha com Loach, consegue, com mágica, mostrar a combinação da sua imagem pública com a do homem real. Na sequência final, aparece em uma coletiva de imprensa e, em mais uma de suas tiradas geniais, define o placar.

À Procura de Eric é um filme que faz você sair do cinema tão alegre quanto quando o seu time vence de goleada.

Tenha toda a cobertura pelo melhor preço

Plano Participativo e Empresarial com desconto

INFORMAÇÕES 0800 55 85 25

A gente te quer Unimed Campinas

Querer bem é dar saúde com desconto. Toda a estrutura Unimed Campinas com desconto de acordo com a faixa etária. São vários pontos-de-venda para você aproveitar e fazer agora sua contratação:

- Loja Parque D. Pedro Shopping
- Estande no Campinas Shopping
- Sede da Unimed Campinas
- Unidades de vendas nas cidades da região

PROMOÇÃO POR TEMPO LIMITADO

Unimed Campinas
Experimente ser mais.

unimedcampinas.com.br

ANS - nº 335690

Promoção válida somente para novos clientes.

/ ESTREIA /
Adrien Brody e
Mark Ruffalo
vivem irmãos que
praticam
derradeiro golpe
em *Vigaristas*

João Nunes
ESPECIAL PARA O CORREIO

Vigaristas (*The Brothers Bloom*, EUA, 2009), escrito e dirigido por Rian Johnson, trata de pessoas que se especializaram em dar pinotes nos outros — como o título em português indica. Há outro filme cujo título em português é *Os Vigaristas* (2003), que também nada tem a ver com o nome original (*Matchstick Men*, de Ridley Scott). Faz sentido citá-lo porque, no fim das contas, os títulos em português se confundem e porque a tradução acaba buscando sempre

Elenco conta com Rachel Weisz e Rinko Kikuchi, de *Babel*

lugar comum. O que estreia hoje em Campinas se chama no original "Os irmãos Bloom", dois sujeitos que aprenderam a trapacear na infância e assumem tal modo de vida como profissão.

De cara, a história passa rapidamente pela infância a fim de marcar "o início das operações" dos irmãos malandros. Em seguida, adultos, Stephen é interpretado por Mark Ruffalo, que trabalha ao lado da inseparável Bang Bang (Rinko Kikuchi, a japonesa surda-muda de *Babel*), além, claro, do irmão Bloom (Adrien Brody).

Simpáticos picaretas



Adrien Brody (à esq.) e Mark Ruffalo como os golpistas Bloom e Stephen no longa-metragem *Vigaristas*: cinema inteligente para se divertir

Os dois atores estão bem no papel. Mark vive um personagem seguro, mas carrega um ar pesado — ao mesmo tempo esperto e trágico. Bloom é sensível e romântico e, desde logo, descobre que não quer mais brincar e insinua várias saídas de cena. No entanto, Stephen é implacável no papel de

sedutor do irmão. Numa das vezes, Bloom avisa que não vai mais trapacear e desaparece, mas Stephen o encontra e chegam a um acordo, que é um velho clichê do gênero: esta será a última das trapagens. Agora, Stephen tem uma jogada infalível. Eles vão atrair uma rica e excêntrica herdeira, Penelope

(Rachel Weisz). O perigo está em Bloom se apaixonar — variante difícil de não acontecer.

Bloom bem que tenta ser honesto e afastar Penelope da história, mas quem disse que ela quer? A moça será incorporada ao grupo, agora, um quarteto. E um dos primeiros golpes será conseguir um texto ra-

ro numa biblioteca de Praga. Não é preciso ser profundo conhecedor de roteiros para sabermos como a história vai acabar, mas isso não importa muito, pois antes de tudo vale mais a graça que o enredo em si.

Filmes do gênero usam e abusam do humor. Bom que

seja assim. Se pensarmos que alguém vai trapacear, passar as pernas no outro, que seja por esse viés. Mas o grande achado é a sutileza, o subtexto, o que está nas entrelinhas — não é uma história para se gargalhar.

Outro artil imprescindível nesse tipo de filme é enganar o espectador. Logo nas primeiras cenas vemos Bloom ser baleado impiedosamente, sangrar e morrer. Mas é de brincadeira. Entretanto, o espectador sabe que tal truque pode virar coisa séria, e nisso também está um pouco da graça da fita, esse jogo de esconde que pede a cumplicidade de quem a assiste.

Talvez incomode alguns clichês, como a diferença entre os dois irmãos (um malandro romântico; outro, falso condescendente e controlador), o que determina o rumo da história; assim como é manjada a história da última trapaga, ou que Penelope seja mais louca do que todos esperam e vença obstáculos na base da sorte e do oportunismo (nunca pela esperteza, que é o talento dos dois irmãos). Ainda assim, a elegante e bela Rachel Weisz parecia não caber no papel e, no entanto, ela também se comporta a altura do elenco, em especial nas cenas de humor (é muito engraçado o momento em que ela demonstra suas habilidades a Bloom, ou quando se conhecem "casualmente").

Vigaristas não é exatamente um grande filme. Mas por conta da leveza do tratamento dado à história, pelo bom elenco e, principalmente, pelo humor, ele se torna um programa agradável. Cinema inteligente para se divertir.

Assista aos trailers em www.cosmo.com.br

Gigante cativa pela simplicidade

/ LATINO /
Produção
uruguaia chamou
atenção de crítica
e público

Não se pode dizer que o Uruguai esteja criando uma tradição no cinema latino, mas, tampouco dá para ignorar a presença sutil e consistente do cinema de um país que, justamente, tem pouca tradição no ramo.

Vejamos: o vizinho do Brasil trouxe, nestes anos 2000, mesmo com parca produção, dois filmes que poderiam ser incluídos numa lista de destaques da década: *Whisky* (Juan Pablo Rebella e Pablo Stoll, 2004) e *O Banheiro do Papa* (Enrique Fernandez e Cesar Charlone, 2007). E, sem contar que o país já ganhou Oscar (Jorge Drexler, autor da música *Al Otro Lado del Río*, da trilha de *Diários de Motocicleta*, de Walter Salles, 2005), chega hoje a Campinas outro filme do Uruguai que chamou a atenção da crítica e do público.

Gigante (Idem, Uruguai/Argentina/Alemanha/Espanha, 2009), de Adrian Biniez, mantém as características dos dois anteriores: é um filme minimalista, feito com poucos recursos, simples da confecção e que aposta tudo nas imagens, ou seja, o roteiro é enxuto de diálogos (quase nem existem), porque tudo se explica a partir do que se vê.

É há uma razão específica para que isso ocorra. O protagonista, o tal Gigante do título, chama-se Jará (Horacio Camandule), sujeito encorpado e grande, simplório, ingênuo e profundamente romântico trabalha como segurança num supermercado e vê o mundo desse estabelecimento pelos olhos de uma câmera. Aquela câmera que avisa a quem entra em qualquer lugar hoje em dia que "está sendo filmado".

Assim, temos duas perspectivas: o Gigante que a tudo observa do seu posto de trabalho

e o espectador que amplifica a visão, pois fica atento a todos os passos do personagem central. Com isso, o diretor nos convida a bisbilhotar a vida de Gigante, da mesma forma que ele o faz em relação aos empregados do supermercado. A diferença é que ele está trabalhando. Nós, espectadores, porque adoramos uma boa história.

E ela chega porque Gigante começa a se apaixonar por uma das faxineiras do local, Julia (Leonor Svarcas). Se não fosse um sujeito do bem, tenderíamos a pensar que Gigante vai aprontar alguma coisa com Julia, mas ele só está apaixonado e começa a segui-la. Descobre que ela costuma fre-

quentar uma lan house (e, portanto, está conectada com alguém), que adora cinema e que mora com um tio (ou seja, está longe da família). Gigante se encanta com essa mulher e, com seu jeito de menino, apesar do tamanho, quer simplesmente protegê-la.

Quando não a está seguindo pelas câmeras indiscretas, Gigante descobre quem rouba coisas no supermercado e, paralelamente, participa de um movimento grevista entre os trabalhadores. As coisas podem não acabar bem, porque haverá demissões. O conflito maior do filme está neste episódio, o que vai desencadear todo o desfecho.

Afora isso, *Gigante* é feito

de pequenos episódios, situações simples, nada de grandes arroubos (seja nos conflitos ou na maneira de filmar), tudo realizado num tamanho que contrapõe o título da fita. É tem seu encanto justamente por isso. Não é, mesmo, preciso tantos malabarismos para fazer um bom filme. Basta ter uma ideia interessante — e a tal câmera disponível.

Assim, *Gigante* demonstra como um pequeno país consegue realizar produções tão significativas (e isso vale também para a Argentina). O Brasil, às vezes, se perde no grandioso e se esquece do cotidiano simples, mas repleto de grandes momentos. (João Nunes/Especial para o Correio)



Horácio Camandule vive o personagem-título de filme uruguai

HAPPY HOUR
QUARTA A SEXTA
das 18h às 20h

Jockey Piano Bar

Margareth Reali canta:
Divas

O romantismo dos anos 60 numa homenagem a Elizeth Cardoso, Dolores Duran e Maysa.

Dia 24 de outubro, às 22h

Informações: 3232-6180
Rua Thomaz Alves, 39

SOLISTAS de Paulínia

Pablo de Leon, violino
Horácio Schaefer, viola
Roberto Ring, violoncelo

25 DE OUTUBRO
EMMANUEL STROSSER, piano

Obras de Beethoven e Schubert

18 horas - Theatro Municipal de Paulínia
ENTRADA FRANCA

Retirar ingressos na bilheteria do teatro
1 hora antes do Concerto

Confira a programação completa no site:
www.concertospaulinia.com.br



Mudar pra quê?

Contrariando todas as teorias da moderna administração, a Sorveteria Braga mantém as mesmas características de 54 anos atrás, quando foi fundada. O proprietário, José Pizzol, garante que o segredo do sucesso está na qualidade do sorvete. Página 3

ÚLTIMA SEMANA

Aniversário

enxoval feirão do

6x sem juros

Ap. Jantar, chá e café 42 p.
Germer
1+5 R\$ **46,65** Total R\$ 279,90

Jg. Panela Alegria 5 peças
Inox
1+5 R\$ **47,99** Total R\$ 287,94

Tapete Belga
45x70 cm
1+5 R\$ **2,99** Total R\$ 17,94
1.40x2.00 m
1+5 R\$ **24,99** Total R\$ 149,94

Roupão Copacabana
P/M/G/XG
1+5 R\$ **6,65** Total R\$ 39,90 cada

Jogo de lençol
Perkal 150 fios
Prata
1+5 **6,49** total 38,94
1+5 **7,99** total 47,94
1+5 **9,99** total 59,94

Lista de Casamento - Chá-Bar - Chá de Cozinha - Lista Casa Nova

Cheque, Cartão e Credciário em 6x

Novo telefone: (19) 3437.3333 • Estacionamento Próprio

TEATRO Valor de R\$ 60 mil garantido por lei para a realização do festival deve ultrapassar os R\$ 100 mil

PARCERIAS ENGROSSAM VERBA DO FENTEPIRA

MARCELO ROCHA
marcelorocha@jpjournal.com.br

A soma da verba oficial, proveniente dos cofres públicos do município com os recursos oriundos de empresas patrocinadoras e instituições apoiadoras do 4º Fentepira (Festival Nacional de Teatro de Piracicaba) ultrapassa R\$ 100 mil. A estimativa foi feita por Anselmo Figueiredo, presidente da Apte! (Associação Piracicabana de Teatro), principal articuladora do festival, e por Rosângela Camolese, secretária da Ação Cultural, ontem à tarde, durante coletiva de imprensa de lançamento do principal evento cênico da cidade, que em 2009 acontece entre os dias 21 e 29 de

Duas companhias representam Piracicaba no evento

novembro, envolvendo peças, oficinas, debates e exposições, todas atividades gratuitas.

A realização do Fentepira é garantida pela lei municipal n.º 6072/2007, a mesma que prevê a cessão de R\$ 60 mil por parte da Prefeitura. Mas esse valor fixo pode ser aumentado já em 2010, disse a secretária da Ação Cultural. "Nós vamos aumentar. Mas para isso temos que fazer uma emenda, sugerindo a mudança da lei, e temos que torcer para que ela seja aprovada pela Câmara de Vereadores", declarou Rosângela. "Mas se você contabilizar tudo o orçamento total passa de R\$ 100 mil", acrescentou Figueiredo, que exemplificou como custos extras os espetáculos de



Coletiva de imprensa foi realizada ontem no Teatro Municipal

abertura e encerramento, A Farsa do Monumento e Orestéia, o Canto do Bode, respectivamente patrocinados pelo Sesi e Sesc Piracicaba, e a produção do material gráfico, cortesia da Esalq (Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz), entre outras despesas.

Em 2009, mais de 150 peças passaram pelo crivo de um júri de seleção, que escolheu dez montagens para a mostra central — entre os quais os espetáculos piracicabanos Beira Rio, da Ceta (Companhia Estável de Teatro Amador), que será apresentado dia 21, e Marias, da Companhia



Fentepira será aberto no dia 21/11 com A Farsa do Monumento

Coletivo Estalo, que será encenada dia 27. Ambos às 20h.

No 4º Fentepira ainda haverá uma mostra paralela — com espetáculos teatrais entre os dias 23 e 28 — com apresentações no Colégio Piracicabano, teatros do Sesc e Sesi Piracicaba e no Teatro Municipal Dr. Losso Netto. A programação completa está no blog <http://fentepira2009.zip.net/>.

Da coletiva participaram representantes das várias instituições parceiras do Fentepira, um grupo de pessoas que compõem a comissão organizadora do festival. "Esses parceiros fornecem não só dinheiro como material humano", disse Luiz Gustavo Ma-

luf, programador do Teatro Municipal. Para Fátima Monis, orientadora de artes cênicas do Sesi Piracicaba, aos poucos o Fentepira vai construindo sua identidade enquanto evento teatral, que prima pela qualidade dos espetáculos. "Em 2009 houve uma busca de trabalhos teatrais que representem coletivos, processos teatrais e que trazem trabalhos de pesquisa", disse.

Uma das preocupações dos organizadores do Fentepira em 2009 foi a sua maior divulgação, tanto que uma empresa especializada (assessoria de imprensa) foi terceirizada para cuidar da parte de comunicação do evento.

SÉTIMA ARTE O drama A França é o primeiro longa a ser exibido, hoje, às 21h

SESC INICIA MOSTRA DO CINEMA FRANCÊS CONTEMPORÂNEO

O drama A França inaugura, hoje, às 21h, a sequência de oito exibições da Mostra do Cinema Francês Contemporâneo, realizada pelo Sesc em comemoração ao Ano da França no Brasil. Todas as sessões, que acontecerão nos meses de novembro e dezembro, são gratuitas e indicadas para maiores de 16 anos.

Em A França, de 2007, o diretor Serge Bozon mergulha os personagens na 1ª Guerra Mundial. A milhas de distância do front de batalha, a jovem Camille leva uma vida marcada pelas notícias que seu marido manda da guerra, inclusive o pedido de divórcio. No outono de 1917, Camille decide se disfarçar de homem para encontrá-lo. No caminho, ela segue um grupo de soldados e descobre a verdadeira França.

Ainda em novembro será exibido o documentário De Volta à Normandia, do diretor Nicolas Philibert.

O mês de dezembro será aberto com o drama Assassinas, longa de 2005 inspirado numa notícia de jornal, narra o trágico passeio de duas adolescentes transgressoras de todas as leis. O público também poderá conferir Povoador Number One (2006). O diretor Rabah Ameur-Zaimche viajou para sua terra natal, a Argélia, para filmar seu segundo longa-metragem com um elenco em que a maioria é membro de sua família.

Em preto e branco, o drama Até Já chega ao Sesc no dia 8 de dezembro. A história se passa nos anos 70, e como num sonho acordado, uma garota abandona o conforto do apartamento paterno para mergulhar de cabeça numa outra geografia fugitiva, da Espanha



Cena de De Volta à Normandia, que poderá ser visto dia 24

Mostra de Cinema Francês Contemporâneo
Confira as datas e horários da mostra

- **A França**, drama, hoje, às 21h
- **De Volta à Normandia**, documentário, 24/11, às 20h
- **Assassinas**, drama, 1º/12, às 20h
- **Povoador Number One**, drama, 4º/12, às 20h
- **Até Já**, drama, 8º/12, às 20h
- **O Último dos Loucos**, drama, 15º/12, 20h
- **Tudo Perdado**, drama, 22º/12, às 20h
- **A Esquiva**, comédia dramática, 29º/12, às 20h



para o Marrocos e para a Grécia.

No dia 15 de dezembro é a vez de O último dos Loucos (2006), adaptação de um romance do canadense Timothy Findley. O drama Tudo Perdado (2007), primeiro filme de Mia Hansen-Love, será exibido no dia 22 de dezembro. As exibições da Mostra de Cinema

Francês terminam com a comédia dramática A Esquiva (2003), no dia 29. (Marcela Delphino)

SERVIÇO — Mostra de Cinema Francês Contemporâneo no Sesc (rua Ipiranga, 155, Centro). Classificação: 16 anos. Entrada gratuita. Informações: (19) 3437-9292. Data, horário e local fornecidos pelos organizadores.

está Encontros e Despedidas, de Milton Nascimento, Corrida de Jangada e Ladeira da Preguiça; famosas na voz de Elis Regina; Canto de Ossanha, de Baden Powell e Vinícius de Moraes; e A Menina Dança e O Mistério do Planeta, dos Novos Baianos. (Turi Botão)

SERVIÇO — Quinteto Alecrim no Sesc. Hoje, às 20h, no Sesc (rua Ipiranga, 155). Entrada gratuita. Informações: (19) 3437-9292. Data, local e horário foram enviados pelos organizadores.

CIDADANIA Negra Li, Diogo Silva e Rinaldo Calheiros comandam bate-papo

PALESTRA NEGRITUDE E AUTO-ESTIMA NO MUNICIPAL

Uma famosa cantora de rap, um atleta de elite e um pesquisador acadêmico participam esta noite, às 20h, da palestra gratuita Negritude e Auto-Estima: Experiências Pessoais, no Teatro Municipal Dr. Losso Netto. Hoje tem bate-papo com a cantora Negra Li, com o lutador de taekwondo Diogo Silva (medalha de ouro nos Jogos Pan-Americanos do Rio, em 2007) e com o agrônomo Rinaldo Calheiros, do Instituto Agrônomo de Campinas.

O encontro é uma realização da Secretaria da Ação Cultural, por meio do Centro de Documentação Cultural e Política Negra, em parceria com a Biblioteca Municipal, o Programa Difusão Cultural Afro-Brasileira e o Teatro Municipal Dr. Losso Netto, diz o filósofo Antônio Filogênio de Paula Júnior, seu organizador. "Ela visa contribuir para a formação da auto-estima da pessoa negra. O processo escravista e o preconceito histórico geram auto-estima negativa nos descendentes negros. Enquanto a pessoa não reconhece sua identidade, sua história é muito difícil superar isso", diz. "Os três, que são negros, mostrarão que é possível reverter essa consciência, contar suas experiências e conquistas. E no final Negra Li vai cantar", declara. (Marcelo Rocha)



Além de contar suas experiências, Negra Li também vai cantar

SERVIÇO — Palestra Negritude e Auto-Estima: Experiências Pessoais, com a cantora Negra Li, o lutador de taekwondo Diogo Silva e o pesquisador Rinaldo Calheiros, hoje, às 20h, no Teatro

Municipal Dr. Losso Netto (avenida Independência, 277, Centro). Entrada gratuita. Informações: (19) 3437-9292. Data, local, horário e programação fornecidos pelos organizadores.

SHOW Músicos de Limeira mostram o lado B da MPB hoje, com entrada gratuita

QUINTETO ALECRIM NO SESC

Um repertório lado B da música brasileira é a aposta do Quinteto Alecrim no show de hoje, às 20h, no palco do Sesc. Sem fazer uso dos clássicos, a banda abuse de músicas menos conhecidas de artistas como Tom Jobim, Ceumar, Novos Baianos, Baden Powell e Clara Nunes. O grupo de Limeira investe no próprio gosto e na abordagem diferenciada para contagiar o público em sua primeira apresentação em Piracicaba. A entrada é gratuita.

O grupo é fruto da união de parte de duas bandas em torno da voz de uma cantora — Melina Cabral — que participa das duas. Ela é percussionista ao lado de Flávio Vasconcelos (violão e voz) e Max Vieira (contrabaixo), no grupo Encantaria; e também participa da banda de baile Ópera Luz ao lado de Lucas Sardenha (teclado) e Adriano Oliveira (bateria).

Entre as canções que prometem ampliar o conhecimento do público sobre a música brasilei-

ra está Encontros e Despedidas, de Milton Nascimento, Corrida de Jangada e Ladeira da Preguiça; famosas na voz de Elis Regina; Canto de Ossanha, de Baden Powell e Vinícius de Moraes; e A Menina Dança e O Mistério do Planeta, dos Novos Baianos. (Turi Botão)

SERVIÇO — Quinteto Alecrim no Sesc. Hoje, às 20h, no Sesc (rua Ipiranga, 155). Entrada gratuita. Informações: (19) 3437-9292. Data, local e horário foram enviados pelos organizadores.



CLUBE DE CAMPO DE PIRACICABA

COMUNICADO DEPARTAMENTO DE ESPORTES – BALLET CCP

O espetáculo **Tarzan**, apresentado pelo **Ballet CCP** na noite de terça-feira, 10 de novembro, foi prejudicado pelo desligamento das linhas de transmissão de energia que atingiu parte do Brasil e países vizinhos, por volta das 22h. A diretoria do CCP, em atenção a todos os professores, pais e alunas, marcou uma nova data de apresentação na segunda-feira, 16 de novembro, às 20h30, no Teatro Municipal "Dr. Losso Netto". Todos os presentes no dia 10 podem retirar novo ingresso no Atendimento CCP a partir de quinta-feira, às 14h. O Clube de Campo possui a listagem e controle dos ingressos comprados no dia pelos pais e alunas. Os demais devem trazer o canhoto do ingresso entregue na entrada do teatro.

Agradecemos a Prefeitura Municipal de Piracicaba por meio da Secretaria de Ação Cultural pelo apoio e pronto-atendimento.

Piracicaba, 12 de novembro de 2009
Diretoria do Clube de Campo de Piracicaba

SÉTIMA ARTE Programa do Cine Humberto Mauro está desativado desde 2008

CINEMA DE RUA ESPERA REESTRUTURAÇÃO DA UNIMEP PARA RETORNAR

Iuri Borão
iuri@jornal.com.br

O programa Cinema de Rua, que exibiu produções cinematográficas em bairros periféricos da cidade duas vezes por mês, está desativado desde o fim do ano passado, quando foram feitas as projeções do filme brasileiro Tapete Vermelho. Realizado pelo Cine Humberto Mauro da Unimep (Universidade Metodista de Piracicaba) desde 2002, o programa contou posteriormente com a parceria da Prefeitura Municipal, por meio da Secretaria da Ação Cultural, e o espaço do Cine Estação Paulista, na Centro Cultural Antônio Pacheco Ferraz, na Estação da Paulista, passou a integrar o roteiro de apresentações, com sessões semanais. Em junho desse ano, porém, um problema detectado pelo NAA (Núcleo de Apoio Administrativo) da Ação Cultural na documentação do Humberto Mauro impossibilitou o repasse de verba municipal de R\$ 30 mil. Dessa forma, o uso do espaço do Cine Paulista ficou restrito a eventos comemorativos e sessões esporádicas, como a de Uma Noite no Museu, que aconteceu hoje, às 20h, ou a exibição de animações que comemoraram o Dia Internacional da Animação, ontem.

A verba de R\$ 30 mil foi aprovada em abril deste ano, na Câmara de Vereadores de Piracicaba, por meio do projeto de lei 22/09, que transforma o convênio do Cine Humberto Mauro com a Ação Cultural (secretaria) em subvenção e autoriza o repasse dos recursos para o IEP (Instituto Educacional Piracicabano), mantenedor da Unimep. O dinheiro é utilizado para a realização das exposições e para dar suporte ao Misp (Museu da Imagem e Som de Piracicaba), que está em processo de implantação. O problema detectado na documentação não permite que a instituição receba repasses como esse, o que faz com que o Cinema de Rua não funcione e o Cine Estação Paulista também seja subutilizado, já que não existe, até agora, alternativa ao convênio com o Humberto Mauro, que também não realiza sessões no campus Taquaral desde o fim do primeiro semestre.

"O espaço (Cine Estação Paulista) é usado para oficinas, exibição de filmes escolares e outras atividades, desde que solicitado pelas instituições. Basta enviar um ofício para a Ação Cultural detalhando o uso e ele é liberado, mas não existe programação permanente", explica o diretor da Estação da Paulista, Pedro Kawai. Segundo ele, a estrutura do local conta com projetor, sistema de som e a acústica ideal para exposições cinematográficas. "Temos 25 lugares, e isso pode ser expandido para até 35, dependendo da necessidade".

ALTERNATIVAS — Segundo Bernadete Carboni, uma das agentes culturais do Centro Cultural Antônio Pacheco Ferraz, desde que a parceria emperrou, a própria equipe busca alternativas para fazer algumas exposições. "As di-



Ônibus do programa Cinema de Rua: sem verba de R\$ 30 mil

fícultades são em relação às autorizações e aos direitos dos filmes. O Humberto Mauro já tem as condições e o conhecimento para essas realizações, nós não. Enquanto isso buscamos filmes de domínio público, que estejam em um dos acervos da cidade ou fazemos sessões únicas, nas quais não temos problemas, como a dessa semana (o filme Uma Noite no Museu)", revela.

A secretária da Ação Cultural, Rosângela Camolese, explica que estão sendo estudadas alternativas para a reativação dos espaços públicos de cinema. "Na verdade temos duas alternativas: uma delas é a busca de títulos via Ministério da Cultura e a outra é a compra de filmes comerciais para

Kawai e Bernadete Carboni: sem parceria com Humberto Mauro, Cine Estação está sendo subutilizado

fazer parte do acervo do Museu de Imagem e Som", relata. "Em tese, temos filmes, como os da Pinacoteca Municipal Miguel Dutra, por exemplo. Só que 90% desses filmes são de história da arte, e voltados para um público muito específico", avalia. Por isso, Rosângela vê a reativação da parceria como a melhor alternativa.

"Para atuar sozinho, teríamos a necessidade de realocar um funcionário da secretaria para fazer esse trabalho. É necessário um estudo, tanto das obras quanto das comunidades, que é algo que eles (Humberto Mauro) estão habituados a fazer, então é realmente a melhor opção. Além disso, em respeito ao belíssimo trabalho reali-

zado por eles até hoje, vamos continuar aguardando o tempo que pudermos. Quero ter tudo funcionando a pleno vapor em fevereiro", conclui.

OUTRO LADO — Em nota enviada ao **Jornal de Piracicaba** por meio de sua assessoria de imprensa, a Unimep, responsável pelo Cine Humberto Mauro, que mantém o programa Cinema de Rua, afirma que "a documentação necessária para a continuidade do projeto está sendo providenciada pela Assessoria Jurídica, responsável pela análise de todos os convênios firmados entre o Instituto Educacional Piracicabano (IEP) e outras instituições. A previsão é que até o início de dezembro toda a documentação exigida pela legislação esteja regularizada", diz a nota.

A nota ainda fala sobre as pressões da universidade sobre o futuro do projeto, que agora não faz mais parte do NUC (Núcleo Universitário de Cultura), mas da Faculdade de Comunicação. "É o objetivo da Unimep, por meio da Faculdade de Comunicação, rever e ampliar a estrutura do projeto Cinema de Rua. Uma nova proposta será apresentada à Secretaria da Ação Cultural, visando manter e fortalecer a parceria", conclui a nota.

Thiago Altafini, professor da Faculdade de Comunicação, idealizador do Cinema de Rua e atual responsável pelo Cine Humberto Mauro explica que, resolvidas as questões administrativas, o projeto tem todas as condições de ser

reativado. "As partes cultural e artística aguardando o tempo que pudermos, estão montadas e funcionam perfeitamente", define. Na Unimep, o cinema teve programação até o fim do primeiro semestre e foi contemplado pelo FAC (Fundo de Apoio à Cultura). A verba, de R\$ 3.960, deve ser repassada apenas em 2010, e será usada para dar continuidade ao trabalho dentro do campus. Como os proponentes do FAC são pessoas físicas — no caso do Humberto Mauro é Altafini — a documentação da universidade não deve interferir no repasse.

ENQUANTO ISSO... — Enquanto aguarda a reativação dos espaços públicos de cinema, o piracicabano tem como opções gratuitas as salas do Sesi e do Sesc. Em novembro o Sesi exibe filmes nacionais participantes do 5º Prêmio Fiesp/Sesi do Cinema Paulista. Já no Cineclube Sesi, as exposições acontecem semanalmente às terças-feiras.

Segundo a orientadora de artes cênicas do Sesi, Fátima Moniz, as mostras da instituição são estaduais e itinerantes, passando por todas as unidades.

O responsável pelo Cineclube Sesc, Chico Galvão, explica que a programação é selecionada localmente, e os filmes são escolhidos de forma a privilegiar aqueles que não entrariam no circuito comercial, além do cinema nacional. Galvão destaca que a programação também preza pela diversidade.

ARTES PLÁSTICAS Mostra reúne trabalhos de Rocco Caputo e de seus alunos e será aberta hoje no Casarão da instituição

A LIÇÃO DOS MESTRES NO CCP

MARCELO ROCHA
marcelorocha@jornal.com.br

O artista plástico Rocco Caputo e alguns de seus discípulos — todos alunos de seu ateliê — promovem hoje, às 20h, a abertura da exposição A Lição dos Mestres, mostra estabelecida no Casarão do Clube de Campo de Piracicaba que seguirá até o dia 22 de novembro, com entrada gratuita, de segunda-feira a sexta-feira, das 8h às 22h.

Esta é a quarta edição da mostra que reúne trabalhos do artista piracicabano e seus alunos, frequentadores do Atelier Rocco Caputo, espaço criado em 2004. Além das obras do pintor, escultor, musicista e professor, a exposição reúne quadros assinados por Carlos Michelin, Cristina Clemente, Eleonora Stefani, Giovanna Chitolina, Leandro Bernardino, Maria Fernanda Monteiro, Renata Amalfi, Selma Peres e Valéria Favarin.

"Essa exposição é resultado do trabalho dos meus alunos ao longo do ano, é uma síntese de sua produ-



Renata Amalfi expõe Luz da Tarde em A Lição dos Mestres

ção durante 2009", explica Caputo, 47, que ministra aulas de artes plásticas desde 1992. Mesmo assim, ele se coloca como um aprendiz ao lado de seus pupilos. "Eu os considero, assim como eu, pesquisadores de técnicas, cores e desenhos", declara o artista, que é formado em pintura pela Academia di Belle Arti, a cidade de Foggia, na Itália.

De acordo com Caputo, cerca

de 40 trabalhos integram a exposição. "A maior parte das obras são óleos sobre tela, mas também tem grafite, giz pastel e lápis contê", declara. A predominância é de paisagens e figuras humanas. "A maioria é da escola acadêmica, mas não existe um tema específico nesse conjunto de obras", esclarece Caputo.



Homenagem a Renoir, tela de Selma Peres que pode ser vista na mostra

SERVIÇO — Abertura da exposição A Lição dos Mestres, hoje, às 20h, no Casarão do Clube de Campo de Piracicaba (avenida Torquato da Silva Leite, 297, Clube de Campo). A mostra segue até o dia 22 de novembro, de

segunda-feira a sexta-feira, das 8h às 22h. Entrada gratuita (para associadas e convidados). Mais informações: (19) 3403-6700. Dados, local, horários e programação fornecidos pelos organizadores.

TEATRO Peça do Andaimé destacou-se na seletiva regional do mapa e ganhou prêmios de melhor ator e ator coadjuvante

A NOIVA DO DEFUNTO É PREMIADA NA SELETIVA DO MAPA CULTURAL

Em sua primeira participação em festivais, a peça A Noiva do Defunto, do grupo teatral Andaimé, da Unimep (Universidade Metodista de Piracicaba), arrematou dois prêmios na seletiva regional de teatro do Mapa Cultural Paulista 2009/2010 — etapa realizada entre 18 e 27 de outubro, em Santa Bárbara d'Oeste. A montagem piracicabana levou os prêmios de melhor ator (para Bruno Aguilhar) e melhor ator coadjuvante (para Márcio Abegão).

"Ficamos felizes porque eles (Aguilhar e Abegão) formam a dupla de comediantes que é o núcleo da peça, o espetáculo gira em torno deles", explica Antônio Chapéu, diretor do Andaimé. Ainda houve indicações pa-



A Noiva do Defunto também ficou como segundo suplente na etapa

ra Maria Trevisan (melhor atriz), Antônio Chapéu (melhor diretor), Joseane Bigaran (melhor atriz coadjuvante) e André Stenico (melhor ator coadjuvante). "Tudo isso foi, no fim das contas, ótimo para nós porque A Noiva do Defunto é um

espetáculo desprezioso, que tem como objetivo o exercício do ator e do improviso", conta Chapéu.

A peça ainda ficou como 2º suplente nesta etapa seletiva. Quer dizer, se houver as improváveis desistências das peças A

PEÇA REVIVE A DITADURA NO BRASIL

MARCELA DELPHINO
marcela@jornal.com.br

Os conflitos da década de 60, período da ditadura militar no Brasil, estão presentes na peça Palavras Cruzadas, que será encenada hoje, às 20h30, no Teatro Municipal de Piracicaba pelo grupo Giramundos, do colégio Liceu Terras do Engenho. O sonho de um país mais democrático aparece em várias cenas.

A trama se desenvolve por meio do personagem Ivan, que vive um período de persegui-

ções políticas e torturas. Segundo Jorge Lode, diretor da peça, é necessário mostrar esse período triste da história política brasileira para que os cidadãos adquiram cada vez mais consciência e não permitam que tais erros voltem a ocorrer.

SERVIÇO — Palavras Cruzadas, hoje, 29, às 20h30, no Teatro Municipal Dr. Losso Netto (avenida Independência, 277). Ingressos: R\$ 20 (inteira) e R\$ 10 (meia). Informações: 3421-6493. Data, horário e local fornecidos pelos organizadores.

SERVIÇO — Quintos no Sesc com a Bala na Agulha. Hoje, às 20h, no Sesc (rua Ipiranga, 155). A entrada é gratuita, com ingressos limitados. Mais informações: (19) 3437-9292. Data, local e horário foram enviados pelos organizadores.



racicabana avança para a fase final do Mapa Cultural Paulista. (Marcelo Rocha)

PINACOTECA ABRE HOJE EXPOSIÇÃO DE JOCA ADAMOLI

A Pinacoteca Municipal Miguel Dutra abre hoje, às 20h, a exposição Um Modernista entre Nós, que comemora o centenário de nascimento do artista piracicabano João Egydio Adamoli. Entre as mais de 1.600 telas que produziu ao longo de 50 anos de carreira, 122 obras selecionadas para a mostra têm a missão de revisitar o trabalho do artista, o primeiro a abraçar a arte modernista na cidade. "Algumas obras, infelizmente, acabaram não entrando por conta da limitação do espaço físico. Porém, acredito que as telas escolhidas dão uma importante amostra da produção desse pintor modernista durante sua vida", afirma Marcelo Batuíra Losso Pedrosa, diretor do JP e curador da exposição, que abre o calendário oficial de atividades da pinacoteca em 2011.

O curador destaca a generosidade dos colecionadores que emprestaram obras de seus acervos particulares para enriquecer a exposição, além das telas cedidas pela sobrinha do pintor, Mirna Adamoli de Barros. Os quadros pertencem à coleção da família,

de particulares e de galerias de arte (Antiquário de Piracicaba e Art Collection), com exceção de dois quadros do acervo da Pinacoteca Municipal e um do Lar dos Velhinhos, também presentes na exposição. Integram a comissão organizadora da mostra Mirna Adamoli, Renata Gava, Lúcio Salgot, Elaine Lucila e Miguel Sanches, que contam com apoio do diretor da pinacoteca, Lauro Pinetti.

A exposição — aberta até o dia 27 — foi montada de forma a mostrar a evolução artística do pintor, o que coincide, de certo modo, com o avanço cronológico de sua obra. "No entanto, a preferência foi dada ao estilo e, em parte, aos conjuntos temáticos", diz Marcelo Batuíra. Ao entrar no salão da pinacoteca pela porta principal, o visitante é convidado a se dirigir à esquerda, onde figuram as primeiras pinturas a óleo e desenhos em crayon de Adamoli, ainda na fase acadêmica. Na sequência, se nota a evolução das pinceladas para um impressionismo próprio e, mais adiante, a quarta fase (ou "fase



Pescadores no Rio Piracicaba, óleo sobre duralux de Joca Adamoli

amarela"), seguida da evolução para sua quinta e última fase, em que as paisagens quase se confundem com um abstracionismo.

Sete painéis expositivos explicam a obra do artista — dois

deles são de artigos e reportagens publicadas no Jornal de Piracicaba. Outros três são dedicados à primeira e histórica exposição de Adamoli, em junho de 1941, organizada por João Chiarini e aberta pelo prefeito da época, José Vizioli. "Entendemos que, além de mostrar a própria arte de Joca Ada-

moli em seu centenário de nascimento, é importante que o espectador seja convidado a mergulhar mais profundamente na história e na análise crítica de sua obra. Por essa razão, além do catálogo da exposição, foram feitos esses dez painéis", argumenta o curador.

Joca nasceu em 1911 e morreu em 1990. Completaria 100 anos de idade em 17 de outubro deste ano. Seu início nas tintas se deu pelo método acadêmico. As primeiras telas retratavam objetos, cenas do cotidiano e pessoas, a exemplo da produção artística de Piracicaba na época e conforme os ensinamentos de seu mestre, frei Paulo de Sorocaba. A partir de meados dos anos 30, Joca iniciou um discreto processo de aproximação com o modernismo, calcificado na década seguinte.

Em 1941, portanto há 70 anos, a mostra organizada por João Chiarini no Colégio Piracicabano gerou sentimentos distintos, que iam da admiração ao ódio, em relação à arte de Joca. Bastante criticada, a exposição se tornou um divisor de águas no cenário plástico piracicabano, e fez com que o pintor se escondesse — da sociedade e dos pinéis. Até 1967, produziu pouco. A pausa emocional piorou com o de-

envolvimento de um eczema alérgico, que era agravado com a exposição à luz solar. Os médicos atribuíram o problema a componentes químicos presentes nas tintas.

Foi em 1967 que recebeu merecida homenagem no recém-criado Salão de Arte Contemporânea de Piracicaba. Adamoli morreu em 1990, às vésperas da exposição que comemoraria os 50 anos de sua carreira, em março daquele ano, na Galeria Bonino, renomado espaço de artes no Rio de Janeiro. "Piracicaba recolhe a memória de João Adamoli como um acervo precioso do momento artístico brasileiro, preservando no que nele existe de mais autêntico, de mais puro, de mais representativo, fixando em suas telas o momento eterno do gênio", escreveu Fortunato Losso Netto, em editorial no JP, na edição de 12 de fevereiro de 1980.

SERVIÇO — Exposição Um Modernista entre Nós, em comemoração do centenário de Joca Adamoli. Abertura hoje, às 20h, na Pinacoteca Municipal Miguel Dutra (rua Moraes Barros, 233, Centro). Visitação gratuita até 27 de março, de segunda a sexta-feira, das 8h às 17h, e aos sábados, domingos e feriados, das 14h às 18h. Informações: 3433-4730. Data, local e horários enviados pelos organizadores.



AGORA É A HORA DE ASSINAR O JP, ISTO É:

Assine o jornal
100% piracicabano

Por apenas
12x R\$ 19,00



* Assinatura anual.

e GANHE:
1 relógio Quartz



Acesso ilimitado
ao JP Virtual
(por um ano)



ISTOÉ, ISTOÉ Gente ou ISTOÉ Dinheiro
(por um ano)



1 revista mensal
a sua escolha (por um ano)



+ 9,00 mensais
receba essas
incríveis revistas

Com o JP você tem muito mais: **informação, credibilidade e conteúdo.**

Formas de pagamento da promoção: cartões de crédito: cartões de débito: Visa, Mastercard e Hipercard; débito automático em conta corrente nos bancos: Banco do Brasil, Bradesco, Itaú, Nossas Cuentas e Santander. Para obter em conta de luz (CPFL) assinante em 10x, com entrada à vista. Para mais informações sobre formas de pagamento e prazo de assinatura, ligue para (11) 3428-4190. A periodicidade das revistas ISTOÉ, ISTOÉ Gente e ISTOÉ Dinheiro é semanal. O primeiro exemplar será entregue em até 20 dias após a comprovação do pagamento da primeira parcela da assinatura. As revistas de periodicidade mensal da promoção referem-se aos seguintes títulos da Editora Três: Caça-Culada, Motor Show, Hardcore, Dinheiro Rural, Planeta Men's. O relógio modelo masculino ou feminino estará disponível para retirada no Salão de Exposição do JP no Centro (rua Moraes Barros, 233) em até 15 dias após a comprovação do pagamento da primeira parcela da assinatura. O JP enviado em correio para informar a data de entrega do relógio. Acesso web: não inclui fornecimento de internet e o usuário necessita ter um endereço de e-mail. Veja o regulamento completo no site www.jornaldepiracicaba.com.br

Assine já:
3428.4190

Desde 1900
JORNAL DE PIRACICABA
www.jornaldepiracicaba.com.br



FOLIA Evento levará a um dos principais pontos turísticos da cidade, o Casarão do Turismo, a musicalidade de grupos marcados por ritmos de origem africana

PALCO AFRO RESGATA TRADIÇÕES CULTURAIS

RAFAEL BITENCOURT
rafael@jornal.com.br

Os dias de folia em Piracicaba contarão com um resgate das tradições africanas. O Casarão do Turismo da Rua do Porto recebe hoje e também na segunda-feira o Palco Afro, evento que levará a um dos principais pontos turísticos da cidade a alegria e a musicalidade de grupos marcados por ritmos de origem africana. Participarão do evento na tarde de hoje os grupos Bloco da Ema, Porto Maracatu e Samba de Lenço.

**Agitação
estará de
volta na
tarde de
segunda**

artista pernambucano radicado em Piracicaba há sete anos Tony Azevedo, também criador do Bloco da Ema, grupo que todos os anos participa do Carnaval piracicabano com desfiles famosos por reunir milhares de pessoas. "A ideia do Palco Afro surgiu em 2007, quando eu convidei artistas conhecidos na cidade por apresentarem ritmos com influências africanas a participar do 'esquentar' do Bloco da Ema, que na época acontecia no Sesc. O projeto deu tão certo que repetimos a dose nos anos de 2008, 2009 e 2010", explica.

De acordo com Azevedo, surgiu nesse ano a ideia de dar mais visibilidade ao projeto. Foi quando o artista pediu apoio à Setur (Secretaria Municipal de Turismo), que cedeu o espaço e a estrutura do Casarão do Turismo para que o Palco Afro fosse realizado. "A Setur abraçou nossa ideia de homenagear os

grupos com influências africanas de Piracicaba, que realizam um trabalho bastante consistente. E de certa forma é também uma homenagem aos afrodescendentes, o que é comemorável", conta Azevedo.

DESFILÉ — O desfile do Bloco da Ema, que deu Origem ao Palco Afro, acontece na próxima terça-feira. E para 2011 haverá uma novidade: o "esquentar", que antes acontecia no Sesc, terá seu palco nessa edição no Espaço Cultural da Ema, localizado próximo à Pinacoteca Municipal Miguel Dutra, inaugurado no meio do ano passado. O trajeto passa pelas ruas Moraes Barros, Antônio Correa Barbosa e São José até chegar na avenida Beira Rio, onde o bloco encerrará o desfile no Casarão do Turismo com a apresentação de shows musicais.

Um inusitado boneco, finalizada há poucos dias, deve ser um dos destaques do evento. Trata-se de uma ema, com cerca de três metros de altura, confeccionada com arame, tecido e espuma. "Em todos os anos, há sempre um estandarte que marca o desfile. Essa grande ema será o de 2011", afirma Tony Azevedo.



Porto Maracatu está entre os grupos de cultura afro que não se apresentam hoje a partir das 16h

centração acontece a partir das 16h. A expectativa é que 5.000 pessoas participem nesse ano, superando os 2.000 participantes de 2010.

FOLIÕES TARDIOS — Para aqueles que não puderem acompanhar o desfile na terça, haverá uma outra oportunidade. No domingo dia 13, a partir

das 16h, acontece um novo desfile, a Ressaca da Ema. A saída será do mesmo Espaço Cultural da Ema, com praticamente o mesmo trajeto. "Faremos apenas um percurso reduzido, com poucas alterações. O objetivo é atrair aquelas pessoas que pretendem fechar o Carnaval com chave de ouro", explica Azevedo.

SERVIÇO — Folio Afro, evento com a participação de artistas e grupos com influências africanas. Hoje a segunda-feira, a partir das 16h, no Casarão do Turismo da Rua do Porto. Desfile do Bloco da Ema: terça-feira, 08/03. Concentração às 15h no Espaço Cultural da Ema, na rua Moraes Barros, 176. Ressaca da Ema: concentração às 16h no Espaço Cultural da Ema. Informações e horários fornecidos pelos organizadores.

MESTRE AMBRÓSIO SAI ÀS RUAS AMANHÃ

Domingo é dia de Mestre Ambrósio, o cordão piracicabano fundado em 2008 e que fez no ano seguinte seu primeiro Carnaval de rua em Piracicaba. A ideia é lembrar a folia do passado, sem excessos ou regulamentos, o que está expresso até no nome do cordão, que faz referência a um folião que marcou época na cidade. A concentração começa às 15h na praça da Boyes, de onde saem os foliões às 17h, terminando duas horas mais tarde no Largo dos Pescadores. "A nossa proposta é recuperar aquele espírito dos antigos blocos e cordões, onde cada um ia como queria. Este é o terceiro ano em que vamos sair e tenho notado que com o tempo a resposta das pessoas tem aumentado. No ano passado tivemos 500 pessoas e agora estamos esperando até 1.000. Porque quem participa um ano indica para os amigos", conta o programador cultural Pablo Carajal Delvage, 29, um dos criadores. O cordão sai da praça da Boyes, prossegue pela rua Luiz de Queiroz, faz o contorno do Sema, passa em frente ao Museu da Água e da Casa do Povo até chegar ao Largo dos Pescadores, onde haverá show de Jua Ferreira, outro idealizador, com a Banda do Ambrósio. "Essa região da Rua do Porto tem tudo a ver com a nossa proposta, por ser o nosso local mais conhecido, e berço histórico e cultural da cidade", afirma Delvage. O cordão contará com uma banda de dez músicos que ficará em cima de um trio elétrico. Não há nenhuma restrição quanto à utilização de fantasia, ou de uma camiseta do bloco. Durante o trajeto, será tocada a música Samba da Alegria, composta especialmente por Jua Ferreira, além de sambas tradicionais. (Ronaldo Victoria)



Ontem à tarde os integrantes fizeram ensaio geral na praça da Boyes, que marca o início do trajeto

**O VERDADEIRO
CARNAVAL DE SALÃO**

com a banda
Folias do Passado

Dias: 06 e 07 de março, às 22h

CLUBE DO SAUDOSISTA DE PIRACICABA
Rua Benedito B. Penteado, 255 - Fone: (19) 3434-4500

**BLOCO DA
EMA**
Carnaval
2011
6º ano

8 de março às 15h

Local: Espaço Cultural da Ema
Rua Moraes Barros, 176 - Centro
(Ao lado da Pinacoteca)

Chegada: Casarão do Turismo
Rua do Porto

ame a ema

Patrocínio Cultural: **JORNAL DE PIRACICABA**
www.jornaldepiracaba.com.br

SUPER PREMIUM
carnaval das cervejas na Loja Dandy

Estas cervejas serão degustadas no próximo Mr. Dandy by Night, dia 11/03

Cervejas Colorado 500 ml **R\$ 9,99**

Barril Heineken 3L **R\$ 49,99**

Cerveja Kromus 500 ml **R\$ 5,36**

Smirnoff Ice 350 ml **R\$ 2,48**

Energético Red Bull 250 ml **R\$ 4,98**

DANDY
loja
BEBIDAS
SUPER PREMIUM

Av. Saldanha Marinho, 1410 - Piracicaba - 3433.4480
www.mrdandy.com.br - Estacionamento gratuito no local
HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO:
2ª a 5ª das 9h às 20h | 6ª e sábado das 9h às 22h30

PONTO DE CULTURA Projetos Cine Garapa e Música no Ponto, entre outros, serão anunciados hoje

GARAPA DIVULGA AGENDA DE ATIVIDADES PARA 2011

RAFAEL BITENCOURT
rafael@jornal.com.br

Após um hiato de dois meses, o ponto de cultura Garapa reabre suas portas para o público na noite de hoje, para dar início às atividades de 2011. A festividade, intitulada Garapa Folia, contará com a participação do Bloco da Ema, tradicional grupo carnavalesco idealizado pelo artista pernambucano radicado em Piracicaba Tony Azevedo, que utiliza alfaias, caixas e garrafas para trazer à Noiva da Colina a musicalidade de ritmos como maracatu, frevo e ciranda, tradicionais no seu Estado natal. "A presença do Bloco da Ema vai ser

importante, pois o grupo trará toda a alegria que é característica do seu trabalho", afirma o coordenador da Garapa, Antonio Chapéu.

O espaço foi inaugurado em maio de 2010, após a Secretaria de Estado da Cultura aprovar 300 projetos de pontos de cultura em todo o território paulista. O projeto faz parte do Programa Cultura Viva do MinC (Ministério da Cultura).

Em seus nove meses de existência, a Garapa, que é mantida pelo

Grupo Andaima de Teatro da Unimep (Universidade Metodista de Piracicaba), promoveu em suas dependências uma série de atividades ligadas ao teatro, música, artes plásticas e dança. "O primeiro ano foi bastante positivo, já que conseguimos realizar vários eventos em nosso espaço, unindo os artistas da cidade e atraindo também as pessoas em geral", comemora Chapéu.

Garapa Folia está marcado para hoje, às 18h

PROGRAMAÇÃO — Além da abertura, a agenda de março

do Garapa já está definida, com eventos começando sempre às 20h. No dia 3 acontece o ponto de leitura com discussão do texto Kafka e a Boneca Viajante. No dia 10 será a vez do Cine Garapa, com exibição do filme Kafka, seguida de discussão. Dia 20 acontece o Música no Ponto, com apresentação musical de Nivaldo Santos. No dia 21 ocorre o 1º encontro de 2011 do Fórum Permanente de Teatro de Piracicaba. Em homenagem ao Dia Mundial do Teatro — 27 de março —, acontece no dia 25 a Festa do Teatro, com a participação de vários grupos da cidade. Dia 26 é a vez do Garapa na Cena, com apresentação do espetáculo teatral Horácio Nobre, com o



Membros do Garapa, cidadãos por meio da arte

Núcleo Bagaceira de Teatro. "O ano será repleto de atividades, muita coisa legal vai acontecer. E o pontapé inicial será dado hoje", finaliza o coordenador da Garapa.

SERVIÇO — Garapa Folia, Festa de lançamento da agenda 2011 do ponto de cultura Garapa Folia, às 18h. Na rua Dom Pedro II, 1.313, Bairro Alto. O telefone é 3377-2001. Informações e horários fornecidos pelos idealizadores.

EDUCOMUNICAMOS: ATRASO NA VERBA



Integrantes do Educumunicamos: agenda ainda não foi definida

Se no Garapa os últimos dias têm sido de preparação para a grande festa de reabertura, no outro ponto de cultura da cidade, o Educumunicamos, os últimos momentos foram marcados pelas incertezas. Ao longo dos meses de janeiro e fevereiro, o espaço não sabia se daria prosseguimento às suas atividades. Isso porque o Educumunicamos ainda não recebeu a verba referente a 2011.

O projeto dos governos federal e estadual prevê aos pontos de cultura o repasse de R\$ 180 mil em

três anos, divididos em parcelas de R\$ 60 mil a cada ano. O dinheiro é proveniente da Secretaria Estadual da Cultura e do MinC (Ministério da Cultura). "Aconteceram problemas de liberação de verba aos pontos de cultura cujo capital vem do MinC. É o caso de 200 espaços, entre eles o Educumunicamos", explica a coordenadora Bruna Epiphânio.

Na tarde de quinta-feira, aconteceu na sede da secretaria de Cultura do Estado uma reunião em que foram definidas as diretrizes

para minimizar os transtornos. Segundo Antonio Chapéu, que representou Piracicaba, membros do MinC alegaram que problemas com a mudança de administração inviabilizaram o envio de verbas. "Eles afirmaram que como o orçamento anual ainda não foi aprovado, o que deve acontecer ainda esse mês, não foi possível destinar o capital". De acordo com Chapéu, os representantes do Governo Federal se comprometeram a pagar o montante de R\$ 60 mil de 2011 dividido em 12 parcelas.

Ao longo de seis meses de existência, foram realizadas no Educumunicamos oficinas de edição de vídeo, exposições de filmes e exposições temporárias. O resultado da reunião em São Paulo agradou a coordenadora do ponto, que chegou a ficar com as atividades suspensas nos dois primeiros meses de 2011 por falta de verba. "Agora vamos poder dar continuidade aos nossos projetos. A agenda ainda não está definida, mas teremos novidades em março", garante Bruna. (RB)

FOLIA Evento acontece amanhã, no salão do Sindicato dos Bancários

CORDÃO MESTRE AMBRÓSIO FAZ 'ESQUENTA' PARA O CARNAVAL

Há duas semanas do início do Carnaval, acontece na tarde de amanhã o primeiro evento de um bloco carnavalesco criado há apenas três anos, mas que já virou presença indispensável nos dias de folia em Piracicaba. É o Cordão Mestre Ambrósio, que terá seu chamado "esquenta" acontecendo a partir do meio-dia no salão do Sindicato dos Bancários. A festividade contará com roda de samba e a apresentação dos artistas Juca Ferreira e Sandra Rodrigues. Haverá ainda a apresentação oficial do samba-enredo do cordão 2011, intitulado A Alegria Está no Ar. "O evento abre nossas atividades de 2011. A expectativa é repetir o sucesso de 2009 e 2010", conta Juca Ferreira.

Durante conversa entre Ferreira e o agente cultural Pablo Carajal em dezembro de 2008, surgiu a ideia da criação do Cordão Mestre Ambrósio, um bloco carnavalesco que desfilaria pela região central da cidade durante o período de folia, com batucada de escola de samba, cavaquinho e violão, ao mesmo tempo homenageando o "mestre" e distribuindo alegria pelas ruas. O objetivo era reverenciar uma tradicional figura da noite pi-



Mestre Ambrósio e músicos que fazem parte do cordão

racicabana. Hoje aos 80 anos, mestre Ambrósio, como é chamado, é presença marcante no circuito de bares da cidade. "Ele frequenta há muitos anos locais como o Bar do João, Bar Cruzeiro e Lao Bar e Bistrô. E no Bar Estação Cultural, quando há apresentação de forró, ele faz questão de ir", afirma Carajal.

PROGRAMAÇÃO — As atividades do Cordão Mestre Ambrósio para 2011 já estão definidas e contam agora com o reforço de Luiz Brunelli na organização. Além do esquenta de amanhã, acontece no próximo dia 27, a partir das 18h, o encontro do

cordão no largo dos Pescadores. Já o desfile do bloco acontece no domingo de Carnaval, dia 6 de março. O ponto de encontro será a praça Boyes, onde os participantes são esperados a partir das 15h. A saída deve acontecer às 17h, rumo ao Largo dos Pescadores, passando pelo Museu da Água, Ponte Pensil e Casa do Povoado. (Rafael Bitencourt)

SERVIÇO — Esquenta do Ambrósio, amanhã, às 12h, Salão do Sindicato dos Bancários, na rua do Roldão, 1007, centro. Telefones: 9728-4388 e 9671-2463. Informações fornecidas pelos realizadores.

MÚSICA Banda se apresenta hoje no Flamengo Futebol Clube

TITÃS LEVA CANÇÕES DO CD SACOS PLÁSTICOS A AMERICANA

Depois de cinco anos sem lançar um disco de músicas inéditas, os Titãs estão novamente na estrada com seu último CD, intitulado Sacos Plásticos, que representa um retorno dos roqueiros às suas origens mais de 25 anos após o primeiro lançamento, em 1984. E a região de Piracicaba não fica de fora do trajeto: o palco do Flamengo Futebol Clube, em Americana, recebe a banda na noite de hoje, a partir das 22h, com abertura das bandas Raveira e Ragatunes.

A mistura do disco, que tem 14 faixas, tem letras e ritmos que refletem as contradições humanas do mundo, de acordo com os próprios integrantes. A exemplo dos primeiros trabalhos, as novas músicas têm instrumentação forte e ousada, e críticos que já avaliaram o trabalho — como Rodrigo Faro, que acompanha o trabalho da banda há muitos anos — garantem que a essência dos Titãs está mais



Titãs: eles retornam às suas origens após 25 anos de estrada

presente do que nunca. No repertório do show, além de canções mais recentes do novo disco, como Por que eu Sei que é Amor, Quanto Tempo é Deixa Eu Sangrar, ícones que fazem parte da longa história de Paulo Miklos, Tony Bellotto, Branco Mello, Sérgio Britto e, claro, do sempre titã Marcelo Fromer, que morreu há dez anos em um trágico acidente. Na lista dos sons para

relembrar estão Cabeça Dinossauro e Jesus não tem Dentes no País dos Banguelas. (Turi Botão)

SERVIÇO — Show Sacos Plásticos, com Titãs, hoje, às 22h, no Flamengo Futebol Clube (rua Jaime Gabriel das Santos, 260, bairro Chácara Machado, em Americana). Ingressos custam R\$ 40. Informações: (19) 3461-8788. Em Piracicaba, os ingressos podem ser adquiridos na Vida Nova (19) 3476-4499. Data, local, horário e valor enviados pelos organizadores.

Sinta a emoção de possuir um legítimo Trevisan!



móveis
TREVISAN

Av. Carlos Botelho, 677
19 3422.3300

Estofado Maranello Retrátil e Reclinável (várias opções de tecido)



R\$ 10x
499,00

Sala de Jantar
(10 pcs)

Televisão



POR DANIELE RAMIRO



Raymundo de Souza, o Virgílio de Ribeiros do Tempo, da Record

Cafajeste

Raymundo de Souza assume que sempre interpretou homens sacanas na TV. Apesar do termo soar pejorativo, o ator diz que gosta desse tipo de papel. "Aprecio os personagens desafiadores. Os que mais me fascinam são aqueles que posso trabalhar com a sedução. Em Ribeiros do Tempo faço um cara que é santo para alguns e um mau caráter para outros", comenta ele, que vive o Virgílio no folhetim da Record.

Estudos na América

A cidade de Nova York será apresentada por um ponto de vista diferente no Globo Universidade neste sábado, dia 19. O programa mostra quem são e o que fazem professores e pesquisadores brasileiros que escolheram a cidade para desenvolver a carreira acadêmica. A repórter Lizandra Trindade acompanha por uma semana os passos destes brasileiros pelos corredores de institutos renomados, como a Universidade de Columbia e a Uni-

versidade de Nova York. Os reportagens destacam ainda como a cidade atrai diferentes áreas de interesse como direito, inteligência artificial, antropologia, física e artes. O programa vai ao ar às 7h15, na Globo, com reprise às 15h30 na Globo News e às 13h30 no canal Futura.

Futuro garantido

Apesar de não ter renovado contrato com a Record, o ator Marcelo Serrado já pode ter conquistado novo emprego. Isso porque, o autor Aguiar Silva, quer que ele faça o papel de Crodalio, o embaixador homossexual de Tereza Veimont, personagem de Christiane Torloni, em Fina Estampa, novela que substituirá Insensato Coração, na Globo.

Adaptação

Jayme Modjtarij vai rodar um longa no segundo semestre deste ano. O Tempo e o Vento, trilogia do autor Érico Veríssimo, foi a obra escolhida pelo diretor para a adaptação para o cinema. A atriz Bibiana e Thiago Lacerda interpretarão o Capitão Rodrigo.

Comentários

O cantor Arlindo Cruz e o humorista Hélio De La Peña serão comentaristas do Carnaval 2011, na Globo. A dupla ficará no ar durante a transmissão dos desfiles das escolas de Samba. Eles já fazem uma parceria na emissora na nova versão do Samba da Globalização, exibido durante os intervalos da programação da Globo.

Domando feras

O TUDO É POSSÍVEL deste domingo, dia 20, estreia o quadro Diário do Marquês. Na produção, um humorista da

Record terá de enfrentar o desafio de ser adestrador de cães por um dia. O programa, apresentado por Ana Hickmann, vai ao ar a partir das 12h.

Rápidos

O ator Caio Castro apresentou para Angelica, o Slackline, esporte onde é necessário andar sobre uma fita suspensa entre dois coqueiros. Adepto ao estilo desde o ano passado, Caio contou que o Slackline é o seu novo hobby e o ajuda a relaxar. A matéria vai ao ar no Estrelas deste sábado, dia 19.

Em O Melhor do Brasil de hoje, às 18h, o quadro Vai dar Namoro está invertido. Desta vez, os meninos ficam no palco e as meninas serão escolhidas. Em seguida, Rodrigo Faro homenageia o cantor Paulo Ricardo e relembra os sucessos do grupo RPM toda vez que sair beijo entre as casais.

No Domingo Legal que vai ao ar no domingo, dia 20, a partir das 11h, Celso Portolatti recebe o compositor pernambucano Reginaldo. Ele apresenta ao vivo o sucesso que o deixou famoso no país, Minha Mulher Não Deixa Não.

O programa Expedições, da TV Brasil, aborda as consequências das chuvas que arrasaram a Região Serrana do Rio de Janeiro, e as perspectivas das cidades atingidas. A produção será exibida na terça, dia 22, às 15h30.

Foi bem

Natalia do Vale, a Wanda de Insensato Coração. Apesar de ter corrido o risco de repetir a personagem Ingrid, de Viver a Vida, seu talento faz diferença, que é perceptível.

Foi mal

O programa A Glamourosa, apresentado por Verônica Costa, na CNT, fez a disparidade entre o cenário e hostil.

e-mails para esta coluna: canalzap@cartaznoticias.com.br

Resumo de novelas

GLOBO ARAGUAIA

Iari exige que Estela faça sua escolha entre o filho que espera e Solano. Vete exige que Solano procure um médico antes de ver o Cabo de Esquadra. O cardiologista revela que Solano tem um grave problema no coração. Solano se assusta ao ser surpreendido por Cabo de Esquadra.

TI-TI-TI

Desiree ouve um barulho de helicóptero na ilha. Júlia conta para Arianes que tem uma irmã. Expulsa da casa de Dona Moína, Stéfany é acolhida por Jorgito. Lúcia fica sabendo que Renato e Marcela se separaram. Edgar vai ao apartamento de Marcela e a encontra em companhia de Renato.

INSENSATO CORAÇÃO

Werner sorri vitorioso com a condenação de Raul. Lela passa a noite com Afonso. Carol repreende Marina por desdenhar Henrique na festa de Helmut. Clarice e Paula veem Andressa na festa e ficam aflitas. Andressa é obrigada a se emborcar. Patrick conforta Andressa e Bibi flagra os dois aos beijos.

Filmes da TV

O LIVRO DE ELI

(The Book of Eli) HBD, 21h. EUA, 12h. Direção: Albert Hughes e Allen Hughes. Elenco: Denzel Washington, Gary Oldman e Mila Kunis. Um conto pós-apocalíptico no qual um homem solitário luta para atravessar a América e proteger um livro sagrado que contém o segredo para salvar a humanidade.

AMOR SEM ESCALAS

(Up In The Air) Telecinco Premium, 22h. EUA, 2009. Direção: Jason Reitman. Elenco: George Clooney, Vera Farmiga e Melanie Lynskey. Demitir funcionários é a função de Ryan Bingham. Depois de anos vivendo pelo país em razão deste emprego, Ryan tem sua posição ameaçada pelo sistema desenvolvido pela nova Natalie Keener, que torna suas viagens desnecessárias.

Assim, ele tem a oportunidade de reavaliar seus conceitos sobre a vida.

ELA E O DIABO

(She-Devil) Record, 16h. EUA, 1989. Direção: Susan Seidelman. Elenco: Meryl Streep, Rosanne Barr, Ed Begley Jr., Linda Hunt, Sylvia Miles, Mary Fisher (Meryl Streep) é uma escritora de sucesso que escreve romances de segunda categoria. Durante um jantar elegante Ruth (Rosanne Barr), a desalinhada esposa de Bob (Ed Begley Jr.), acidentalmente derrama vinho sobre o belo vestido rosa de Mary. Bob corre para ajudar Mary, eles olham um no olho do outro e sentem desejo à primeira vista. Após uns poucos encontros clandestinos, Bob abandona Ruth e seus dois filhos para morar à beira-mar no palacete de Mary. Em virtude disso Ruth decide se vingar e está

decidida em destruir a vida de Bob, sendo chamada de demônica por ele. Ruth interpreta o papel com todo o vigor, primeiro destruindo a vida particular de Bob, depois sua carreira e então a liberdade dele. Quando Bob não tem mais nada, ela continua a persegui-lo.

TÁ TUDO MUNDO LOUCO

(Bat Race) Globo, 14h40. EUA, 2001. Direção: Jerry Zucker. Elenco: Rowan Atkinson, John Cleese, Whoopi Goldberg, Cuba Gooding Jr., Seth Green, Jon Lovitz. Em um sofisticado cassino, um grupo de bilionários entediados resolve participar de um novo passatempo: apostar em uma corrida rumo ao ouro. Para tanto, eles reúnem seis grupos de estranhos em Las Vegas e deixam US\$ 2 milhões a 900 km do local. O grupo que chegar primeiro leva a quantia.

Três Homens em Conflito reúne qualidades do povo italiano

POR INÍCIO ARAGUAIA

Não seria outro povo, senão o italiano, a inventar um fausto folclore do faroeste. Era preciso ter sensibilidade para a mitologia, coisa que Hércules e Maicete garantiam, ter o sentimento grandiloquente da ópe-

ra e, ainda, claro, o sentido do cinema. Tudo isso se pode encontrar em Três Homens em Conflito (TC Cult, 16h35, 12 anos), onde três pistoleiros devem se degladiar: Clint Eastwood, Lee Van Cleef e Eli Wallach. Os dois primeiros são caçadores de recompensa. O terceiro, o que tem cabeça a prêmio. Mas isso importa menos do que

o xadrez que, entre eles, se desenvolverá ao longo da trama bela, árida, barroca, à moda de Sergio Leone. É de seu ator e diretor Clint Eastwood o também notável A Conquista da Honra (Warrior, 21h, 12 anos). É não pode passar em branco Mestres do Riso (Cultura, 17h30, livre), antologia do riso. Mas isso importa menos do que

Programação de TV

TV ABERTA	20:30 de Hoje	20:30 Super Papo	21:30 de Hoje	21:30 Super Papo
GLOBO	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
20:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
21:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
22:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
23:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
24:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
25:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
26:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
27:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
28:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
29:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
30:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
31:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
32:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
33:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
34:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
35:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
36:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
37:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
38:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
39:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
40:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
41:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
42:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
43:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
44:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
45:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
46:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
47:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
48:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
49:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
50:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
51:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
52:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
53:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
54:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
55:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
56:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
57:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
58:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
59:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
60:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
61:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
62:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
63:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
64:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
65:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
66:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
67:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
68:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
69:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
70:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
71:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
72:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
73:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
74:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
75:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
76:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
77:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
78:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
79:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
80:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
81:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
82:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
83:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
84:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
85:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
86:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
87:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
88:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
89:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
90:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
91:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
92:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
93:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
94:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
95:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
96:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
97:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
98:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
99:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje
100:30	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje	19:30 Globo Esporte	19:30 Jornal Hoje

20: Larry King
20:30 Espetáculos
20:30 World United States
20:30 Larry King
20:30 World Sport
22: CNN Today
22:30 The Best of BackStory
23: CNN Today

DISCOVERY
13:30 Jovem para Cantar
14: Gladiadores: De Volta à Vida
15: 14 dias da Engenharia
16: O Caso: Funcionários Invisíveis
17: Ecopistas
18: Anomalias Médicas
19: Mistérios: Os Capicões de Miami
20: Nova História
21: A Conspiração Brasileira
22: Osmo e a Seta
23: O Início da Terra
24: As Associações

DISNEY XD
14:30 Zixi e os Rabinhos Mágicos
15: Zixi e Luther
16:30 Zixi e a Super Lãvem Casa
17: Por de Fato
18:30 Kick Buttsuaki - Um Projeto de Duração
19:30 The Princess e o Príncipe
20:30 O Vingador
21: "Homenagem" a Xuxa
22: Os Rabinhos Mágicos
23: Zixi e o Rei
24: Kick Buttsuaki - Um Projeto de Duração
25: Zixi e Luther
26:30 Zixi e a Super Lãvem Casa
27: Por de Fato
28:30 O Vingador
29: "Homenagem" a Xuxa

E!
13: Fashion Police
14:30 Rock of the 80s
15:30 Memento to Rock
16:30 The 87
17: Hollywood Sound
18:30 The 80s
19:30 Jandra
20: Spotlight On
21: 60/1 - Via Brasil Con Amery 1
22: Jemmylool
23: The Shopping

ESPN BRASIL
13:30 Paralelo Espi
15:30 James Cameron
17:30 Intenacional - Torneio de Manterê
19:30 30 Anos e 30 Segundos
19:40 Campeonato Atlético - Rio de Janeiro e Cagliari - Ao Vivo
20:45 Times do Mundo
21:50 Sportscenter
22:30 O Brasil da Copa do Brasil
23: Especial - Copa do Brasil
24: Atletismo Mundial
25:30 Locomotiva no Futebol
26:30 Sportscenter

EUROCHANEL
13:30 New Music Europe
14:30 The Best of Grandes Compositores: Offenbach
16: "Orchestra Marguerite e Aile" - Paris
17: Recordistas
18: Primeiro Ministro Esp. 11
19: Músicas do Mundo
20: Paris da Grande Compositores: Mozart
21: Músicas do Mundo
22: "Grande Canção"
23: "Grande Canção"

PAPELARIA
Volta às aulas 2011!
Rua Benjamin Constant, 1.140
Av. Dr. João Gonçalves, 1.140
Fones: 3211-1611 e 3201-8555

22: A Externa Duração - Parte 3 e 4
30: Michelangelo Antonioni

FILM & ARTS
13: A Última sessão Peter Ac...
14:30 J. J. Abrams
15: História do Jazz em São Paulo
16: Hine e Spence
17: "Age of Decadence" da C...
18: O Cinema da América
19: The Director of Actors Study
20: 3000 Miles Home to Inter...
21: Por de Fato
22: Por de Fato
23: "Encarnações"

FOX
14: "Do Dilettante 3"
15: "O Mundo das Grandes Aest..."
16: "Conce e Car: As Raridas do Cinema"
20: "Thomas Crown - A Arte de...
21: "Basta Impulsão"
23: "Encarnações"

FOX NEWS LIVE
16: The Redefining
18:30 Fox News Saturday
19:10 Fox News Saturday
20: Homeland
21: The Big Story Weekend
22: The Big Story
23:30 Fox News Watch

FUTURA
13: Aço
14:30 O Mundo da Universidade
16: História De...
17:40 O Mundo da Educação
18:30 O Mundo da Escala
19:40 O Mundo da Ecologia
20:10 O Mundo da Física
21: O Mundo da Química
22: O Mundo da Biologia
23: O Mundo da Física
24: O Mundo da Química
25: O Mundo da Biologia
26: O Mundo da Física
27: O Mundo da Química
28: O Mundo da Biologia
29: O Mundo da Física
30: O Mundo da Química
31: O Mundo da Biologia
32: O Mundo da Física
33: O Mundo da Química
34: O Mundo da Biologia
35: O Mundo da Física
36: O Mundo da Química
37: O Mundo da Biologia
38: O Mundo da Física
39: O Mundo da Química
40: O Mundo da Biologia
41: O Mundo da Física
42: O Mundo da Química
43: O Mundo da Biologia
44: O Mundo da Física
45: O Mundo da Química
46: O Mundo da Biologia
47: O Mundo da Física
48: O Mundo da Química
49: O Mundo da Biologia
50: O Mundo da Física
51: O Mundo da Química
52: O Mundo da Biologia
53: O Mundo da Física
54: O Mundo da Química
55: O Mundo da Biologia
56: O Mundo da Física
57: O Mundo da Química
58: O Mundo da Biologia
59: O Mundo da Física
60: O Mundo da Química
61: O Mundo da Biologia
62: O Mundo da Física
63: O Mundo da Química
64: O Mundo da Biologia
65: O Mundo da Física
66: O Mundo da Química
67: O Mundo da Biologia
68: O Mundo da Física
69: O Mundo da Química
70: O Mundo da Biologia
71: O Mundo da Física
72: O Mundo da Química
73: O Mundo da Biologia
74: O Mundo da Física
75: O Mundo da Química
76: O Mundo da Biologia
77: O Mundo da Física
78: O Mundo da Química
79: O Mundo da Biologia
80: O Mundo da Física
81: O Mundo da Química
82: O Mundo da Biologia
83: O Mundo da Física
84: O Mundo da Química
85: O Mundo da Biologia
86: O Mundo da Física
87: O Mundo da Química
88: O Mundo da Biologia
89: O Mundo da Física
90: O Mundo da Química
91: O Mundo da Biologia
92: O Mundo da Física
93: O Mundo da Química
94: O Mundo da Biologia
95: O Mundo da Física
96: O Mundo da Química
97: O Mundo da Biologia
98: O Mundo da Física
99: O Mundo da Química
100: O Mundo da Biologia

23: Cine Conferência

GLOBO NEWS
13:30 Globo News Contente
14:50 Globo News Contente
16:30 Globo News Contente
18:30 Globo News Especial
19:30 Globo News Contente
20:30 Globo News Contente
21:30 Globo News Contente
22:30 Globo News Contente
23:30 Globo News Contente
24:30 Globo News Contente
25:30 Globo News Contente
26:30 Globo News Contente
27:30 Globo News Contente
28:30 Globo News Contente
29:30 Globo News Contente
30:30 Globo News Contente
31:30 Globo News Contente
32:30 Globo News Contente
33:30 Globo News Contente
34:30 Globo News Contente
35:30 Globo News Contente
36:30 Globo News Contente
37:30 Globo News Contente
38:30 Globo News Contente
39:30 Globo News Contente
40:30 Globo News Contente
41:30 Globo News Contente
42:30 Globo News Contente
43:30 Globo News Contente
44:30 Globo News Contente
45:30 Globo News Contente
46:30 Globo News Contente
47:30 Globo News Contente
48:30 Globo News Contente
49:30 Globo News Contente
50:30 Globo News Contente
51:30 Globo News Contente
52:30 Globo News Contente
53:30 Globo News Contente
54:30 Globo News Contente
55:30 Globo News Contente
56:30 Globo News Contente
57:30 Globo News Contente
58:30 Globo News Contente
59:30 Globo News Contente
60:30 Globo News Contente
61:30 Globo News Contente
62:30 Globo News Contente
63:30 Globo News Contente
64:30 Globo News Contente
65:30 Globo News Contente
66:30 Globo News Contente
67:30 Globo News Contente
68:30 Globo News Contente
69:30 Globo News Contente
70:30 Globo News Contente
71:30 Globo News Contente
72:30 Globo News Contente
73:30 Globo News Contente
74:30 Globo News Contente
75:30 Globo News Contente
76:30 Globo News Contente
77:30 Globo News Contente
78:30 Globo News Contente
79:30 Globo News Contente
80:30 Globo News Contente
81:30 Globo News Contente
82:30 Globo News Contente
83:30 Globo News Contente
84:30 Globo News Contente
85:30 Globo News Contente
86:30 Globo News Contente
87:30 Globo News Contente
88:30 Globo News Contente
89:30 Globo News Contente
90:30 Globo News Contente
91:30 Globo News Contente
92:30 Globo News Contente
93:30 Globo News Contente
94:30 Globo News Contente
95:30 Globo News Contente
96:30 Globo News Contente
97:30 Globo News Contente
98:30 Globo News Contente
99:30 Globo News Contente
100:30 Globo News Contente

GAT
13: A Família Gooole
14:30 Hollywood
15:30 Hollywood
16:30 Hollywood
17:30 Hollywood
18:30 Hollywood
19:30 Hollywood
20:30 Hollywood
21:30 Hollywood
22:30 Hollywood
23:30 Hollywood
24:30 Hollywood
25:30 Hollywood
26:30 Hollywood
27:30 Hollywood
28:30 Hollywood
29:30 Hollywood
30:30 Hollywood
31:30 Hollywood
32:30 Hollywood
33:30 Hollywood
34:30 Hollywood
35:30 Hollywood
36:30 Hollywood
37:30 Hollywood
38:30 Hollywood
39:30 Hollywood
40:30 Hollywood
41:30 Hollywood
42:30 Hollywood
43:30 Hollywood
44:30 Hollywood
45:30 Hollywood
46:30 Hollywood
47:30 Hollywood
48:30 Hollywood
49:30 Hollywood
50:30 Hollywood
51:30 Hollywood
52:30 Hollywood
53:30 Hollywood
54:30 Hollywood
55:30 Hollywood
56:30 Hollywood
57:30 Hollywood
58:30 Hollywood
59:30 Hollywood
60:30 Hollywood
61:30 Hollywood
62:30 Hollywood
63:30 Hollywood
64:30 Hollywood
65:30 Hollywood
66:30 Hollywood
67:30 Hollywood
68:30 Hollywood
69:30 Hollywood
70:30 Hollywood
71:30 Hollywood
72:30 Hollywood
73:30 Hollywood
74:30 Hollywood
75:30 Hollywood
76:30 Hollywood
77:30 Hollywood
78:30 Hollywood
79:30 Hollywood
80:30 Hollywood
81:30 Hollywood
82:30 Hollywood
83:30 Hollywood
84:30 Hollywood
85:30 Hollywood
86:30 Hollywood
87:30 Hollywood
88:30 Hollywood
89:30 Hollywood
90:30 Hollywood
91:30 Hollywood
92:30 Hollywood
93:30 Hollywood
94:30 Hollywood
95:30 Hollywood
96:30 Hollywood
97:30 Hollywood
98:30 Hollywood
99:30 Hollywood
100:30 Hollywood

HBO
13:30 O Mundo da Identidade
14:30 O Mundo da Identidade
15:30 O Mundo da Identidade
16:30 O Mundo da Identidade
17:30 O Mundo da Identidade
18:30 O Mundo da Identidade
19:30 O Mundo da Identidade
20:30 O Mundo da Identidade
21:30 O Mundo da Identidade
22:30 O Mundo da Identidade
23:30 O Mundo da Identidade
24:30 O Mundo da Identidade
25:30 O Mundo da Identidade
26:30 O Mundo da Identidade
27:30 O Mundo da Identidade
28:30 O Mundo da Identidade
29:30 O Mundo da Identidade
30:30 O Mundo da Identidade
31:30 O Mundo da Identidade
32:30 O Mundo da Identidade
33:30 O Mundo da Identidade
34:30 O Mundo da Identidade
35:30 O Mundo da Identidade
36:30 O Mundo da Identidade
37:30 O Mundo da Identidade
38:30 O Mundo da Identidade
39:30 O Mundo da Identidade
40:30 O Mundo da Identidade
41:30 O Mundo da Identidade
42:30 O Mundo da Identidade
43:30 O Mundo da Identidade
44:30 O Mundo da Identidade
45:30 O Mundo da Identidade
46:30 O Mundo da Identidade
47:30 O Mundo da Identidade
48:30 O Mundo da Identidade
49:30 O Mundo da Identidade
50:30 O Mundo da Identidade
51:30 O Mundo da Identidade
52:30 O Mundo da Identidade
53:30 O Mundo da Identidade
54:30 O Mundo da Identidade
55:30 O Mundo da Identidade
56:30 O Mundo da Identidade
57:30 O Mundo da Identidade
58:30 O Mundo da Identidade
59:30 O Mundo da Identidade
60:30 O Mundo da Identidade
61:30 O Mundo da Identidade
62:30 O Mundo da Identidade
63:30 O Mundo da Identidade
64:30 O Mundo da Identidade
65:30 O Mundo da Identidade
66:30 O Mundo da Identidade
67:30 O Mundo da Identidade
68:30 O Mundo da Identidade
69:30 O Mundo da Identidade
70:30 O Mundo da Identidade
71:30 O Mundo da Identidade
72:30 O Mundo da Identidade
73:30 O Mundo da Identidade
74:30 O Mundo da Identidade
75:30 O Mundo da Identidade
76:30 O Mundo da Identidade
77:30 O Mundo da Identidade
78:30 O Mundo da Identidade
79:30 O Mundo da Identidade
80:30 O Mundo da Identidade
81:30 O Mundo da Identidade
82:30 O Mundo da Identidade
83:30 O Mundo da Identidade
84:30 O Mundo da Identidade
85:30 O Mundo da Identidade
86:30 O Mundo da Identidade
87:30 O Mundo da Identidade
88:30 O Mundo da Identidade
89:30 O Mundo da Identidade
90:30 O Mundo da Identidade
91:30 O Mundo da Identidade
92:30 O Mundo da Identidade
93:30 O Mundo da Identidade
94:30 O Mundo da Identidade
95:30 O Mundo da Identidade
96:30 O Mundo da Identidade
97:30 O Mundo da Identidade
98:30 O Mundo da Identidade
99:30 O Mundo da Identidade
100:30 O Mundo da Identidade

UNV
13:30 Superman
14:30 Superman
15:30 Superman
16:30 Superman
17:30 Superman
18:30 Superman
19:30 Superman
20:30 Superman
21:30 Superman
22:30 Superman
23:30 Superman
24:30 Superman
25:30 Superman
26:30 Superman
27:30 Superman
28:30 Superman
29:30 Superman
30:30 Superman
31:30 Superman
32:30 Superman
33:30 Superman
34:30 Superman
35:30 Superman
36:30 Superman
37:30 Superman
38:30 Superman
39:30 Superman
40:30 Superman
41:30 Superman
42:30 Superman
43:30 Superman
44:30 Superman
45:30 Superman
46:30 Superman
47:30 Superman
48:30 Superman
49:30 Superman
50:30 Superman
51:30 Superman
52:30 Superman
53:30 Superman
54:30 Superman
55:30 Superman
56:30 Superman
57:30 Superman
58:30 Superman
59:30 Superman
60:30 Superman
61:30 Superman
62:30 Superman
63:30 Superman
64:30 Superman
65:30 Superman
66:30 Superman
67:30 Superman
68:30 Superman
69:30 Superman
70:30 Superman
71:30 Superman
72:30 Superman
73:30 Superman
74:30 Superman
75:30 Superman
76:30 Superman
77:30 Superman
78:30 Superman
79:30 Superman
80:30 Superman
81:30 Superman
82:30 Superman
83:30 Superman
84:30 Superman
85:30 Superman
86:30 Superman
87:30 Superman
88:30 Superman
89:30 Superman
90:30 Superman
91:30 Superman
92:30 Superman
93:30 Superman
94:30 Superman
95:30 Superman
96:30 Superman
97:30 Superman
98:30 Superman
99:30 Superman
100:30 Superman

MAX
13:30 "A Canção dos Paraisos"
15:30 "Paraisos"
17:30 "Paraisos"
19:30 "Paraisos"
21:30 "Paraisos"
23:30 "Paraisos"
25:30 "Paraisos"
27:30 "Paraisos"
29:30 "Paraisos"
31:30 "Paraisos"
33:30 "Paraisos"
35:30 "Paraisos"
37:30 "Paraisos"
39:30 "Paraisos"
41:30 "Paraisos"
43:30 "Paraisos"
45:30 "Paraisos"
47:30 "Paraisos"
49:30 "Paraisos"
51:30 "Paraisos"
53:30 "Paraisos"
55:30 "Paraisos"
57:30 "Paraisos"
59:30 "Paraisos"
61:30 "Paraisos"
63:30 "Paraisos"
65:30 "Paraisos"
67:30 "Paraisos"
69:30 "Paraisos"
71:30 "Paraisos"
73:30 "Paraisos"
75:30 "Paraisos"
77:30 "Paraisos"
79:30 "Paraisos"
81:30 "Paraisos"
83:30 "Paraisos"
85:30 "Paraisos"
87:30 "Paraisos"
89:30 "Paraisos"
91:30 "Paraisos"
93:30 "Paraisos"
95:30 "Paraisos"
97:30 "Paraisos"
99:30 "Paraisos"

MAX PRIME
13:30 "Prime Quê"
15:30 "Prime Quê"
17:30 "Prime Quê"
19:30 "Prime Quê"
21:30 "Prime Quê"
23:30 "Prime Quê"
25:30 "Prime Quê"
27:30 "Prime Quê"
29:30 "Prime Quê"
31:30 "Prime Quê"
33:30 "Prime Quê"
35:30 "Prime Quê"
37:30 "Prime Quê"
39:30 "Prime Quê"
41:30 "Prime Quê"
43:30 "Prime Quê"
45:30 "Prime Quê"
47:30 "Prime Quê"
49:30 "Prime Quê"
51:30 "Prime Quê"
53:30 "Prime Quê"
55:30 "Prime Quê"
57:30 "Prime Quê"
59:30 "Prime Quê"
61:30 "Prime Quê"
63:30 "Prime Quê"
65:30 "Prime Quê"
67:30 "Prime Quê"
69:30 "Prime Quê"
71:30 "Prime Quê"
73:30 "Prime Quê"
75:30 "Prime Quê"
77:30 "Prime Quê"
79:30 "Prime Quê"
81:30 "Prime Quê"
83:30 "Prime Quê"
85:30 "Prime Quê"
87:30 "Prime Quê"
89:30 "Prime Quê"
91:30 "Prime Quê"
93:30 "Prime Quê"
95:30 "Prime Quê"
97:30 "Prime Quê"
99:30 "Prime Quê"

MGM
13:30 "L'Amour"
15:30 "L'Amour"
17:30 "L'Amour"
19:30 "L'Amour"
21:30 "L'Amour"
23:30 "L'Amour"
25:30 "L'Amour"
27:30 "L'Amour"
29:30 "L'Amour"
31:30 "L'Amour"
33:30 "L'Amour"
35:30 "L'Amour"
37:30 "L'Amour"
39:30 "L'Amour"
41:30 "L'Amour"
43:30 "L'Amour"
45:30 "L'Amour"
47:30 "L'Amour"
49:30 "L'Amour"
51:30 "L'Amour"
53:30 "L'Amour"
55:30 "L'Amour"
57:30 "L'Amour"
59:30 "L'Amour"
61:30 "L'Amour"
63:30 "L'Amour"
65:30 "L'Amour"
67:30 "L'Amour"
69:30 "L'Amour"
71:30 "L'Amour"
73:30 "L'Amour"
75:30 "L'Amour"
77:30 "L'Amour"
79:30 "L'Amour"
81:30 "L'Amour"
83:30 "L'Amour"
85:30 "L'Amour"
87:30 "L'Amour"
89:30 "L'Amour"
91:30 "L'Amour"
93:30 "L'Amour"
95:30 "L'Amour"
97:30 "L'Amour"
99:30 "L'Amour"



CINEMA
Bruna Surfistinha, com Deborah Secco, está em cartaz nos cinemas C 3

SÃO PAULO Artistas de Piracicaba executarão coreografia adaptada de O Lago dos Cisnes a convite da Escola de Samba Unidos do Peruche

BAILARINOS BRILHAM NO

Rafael Bitencourt
rafel@jornal.com.br

No momento em que os foliões da Escola de Samba Unidos do Peruche abrem a noite de desfiles no sambódromo do Anhembi, em São Paulo, no dia 4 de março, Piracicaba estará representada no Carnaval paulistano. Quatorze integrantes da Ceden (Companhia Estadual de Dança de Piracicaba) participam do desfile, executando uma coreografia adaptada de O Lago dos Cisnes, que contará ainda com um carro alegórico que levará os grandes nomes da dança. Sob direção do carnavalesco Amarílio do Mello, o samba-enredo de 2011 da Unidos do Peruche é intitulado Bravo! Bravíssimo, e homenageia os 100 anos do Teatro Municipal de São Paulo.

Monike de Souza
será destaque da ala como cisne

Segundo a diretora da Ceden, Camilla Pupa, o convite partiu do presidente da escola de samba Rodolfo Piccoli Filho e da presidente do Sindicato dos Profissionais da Dança do Estado de São Paulo) Maria Pia Finocchio para a secretária da Ação Cultural de Piracicaba, Rosângela Camolese, que convocou a participação da companhia piracicabana. "A secretária abraçou o convite, o que é muito bom para a Ceden e também para Piracicaba", considera Pupa.

Os 14 integrantes da Ceden se uniram no sambódromo do Anhembi a 24 bailarinos de outras companhias da cidade, formando o total de 38 representantes piracicabanos no Carnaval paulistano. "Convidamos membros da Aca-

mia 2001, Academin Espaço e Dança, Corpus Ballet e Clube de Piracicaba, que certamente enriquecerão o desfile".

Os piracicabanos estarão divididos em duas alas. A dos cisnes contará com 55 participantes, dentre os quais 17 piracicabanos. E a ala da Ópera do Ballet Carmen terá 35 casais, sendo 10 casais provenientes das escolas piracicabanas.

A Unidos do Peruche disponibilizará todas as sapatinhas, meias, sapatos e figurinos para os representantes piracicabanos. Os ensaios começaram no dia 17 de janeiro em Piracicaba e desde o dia 29 de janeiro os piracicabanos vem ensaiando, sempre aos sábados, juntamente com os integrantes da escola de samba paulistana. Hoje, acontece o último ensaio. De acordo com a diretora da Ceden, a inusitada mistura de samba e dança clássica vem dando muito certo no sambódromo. "Os brasileiros em geral já nascem com o samba no pé. E com os bailarinos não é diferente. Nossos



Grupo de bailarinos no Anhembi: escola homenageia os 100 anos do Municipal de São Paulo

representantes têm mostrado que é possível unir o erudito ao popular de forma bastante intensa e inspiradora", afirma a diretora da Ceden.

SUCESSO NOS ENSAIOS — No Anhembi já há piracicabanos arrancando aplausos dos foliões mais experientes. Monike de Souza, 19, que também é bailarina do Clube de Campo, Gabriela Cesarino, 18, e Farley Firenze, 23, serão destaques no desfile. "Monike será o cisne e sairá na frente da ala como destaque. Nos ensaios ela tem levantado os outros foliões e as demais pessoas que acompanham, pela sua técnica e graça. Já Farley e Gabriela farão parte do carro que-

bra-nos e também têm impressionado muita gente experiente por lá", comemora Camilla, que conta que as expectativas para o grande dia são as melhores possíveis. "Certamente os bailarinos piracicabanos representarão muito bem a cidade no Carnaval de São Paulo, que como todo ano, será maravilhoso em 2011".

TV Globo/Alex Carneiro

NOVELA Cabelos das atrizes da trama das sete dominam a lista dos looks mais pedidos na TV Globo

MUSAS DE TI-TI-TI INSPIRAM SALÕES DE BELEZA

Lindas, famosas e em ótimo momento da carreira, as atrizes de Ti-ti-ti são musas inspiradoras das mulheres de todo o país. Por esse motivo, dominam a lista dos cabelos mais pedidos na TV Globo, segundo o controle mensal realizado pela emissora por meio da CAT (Central de Atendimento ao Telespectador).

Só em janeiro, sete das dez atrizes que integram o ranking dos visuais mais procurados pelo público feminino são da trama global das sete. As modelos de Claudia Raia, de Carolinne Figueiredo, de Fernanda Souza, de Sophie Charlotte, de Guilhermina Guinle, de Isis Valverde e de Dira Paes foram os objetos de desejo da mulherada, que quer copiar os modelos, sejam eles claros, escuros, curtos ou longos.

O supervisor de caracterização da trama de Maria Adelaide Amaral, Sergio Azevedo, explica que a escolha do visual segue um critério e só pode ser mudado a partir de marcações realizadas pela produção. "Tudo é feito a partir do perfil de cada personagem. Por isso, muitas delas mudam os cabelos ao longo da trama, como foi o caso da Claudia (Raia) e da Dira (Paes)", conta o profissional, que cuida pessoalmente de cada detalhe do look das belas.

A exuberante Jaqueline, personagem de Claudia Raia, por exemplo, foi ficando mais loira à medida em que conquistou a sua independência na trama. "Esse cabelo, com reflexos em tom caramelo, comprido e cortado em camadas, cai bem em mulheres de atitude", esclarece o cabele-

reiro Isaac Muniz, do salão C. Kamura, de São Paulo.

Mas não é de agora que as atrizes da novela das sete estão nesse ranking. Desde o início do folhetim, em julho, algumas delas não saem da lista, como é o caso de Carolinne Figueiredo e de Isis Valverde, a mocinha da história.

"O cabelo da Marcela (personagem de Isis em Ti-ti-ti) foi idealizado por Ton Reis, o meu cabeleleiro pessoal, com a aprovação da Marilisa Carneiro, figurinista da TV Globo. Gosto muito do corte e do comprimento dele", declara Isis.

Com o fim de uma novela, muitas atrizes se desfazem do cabelo da personagem, mas, ao que parece, a famosa só vai se livrar dos cachos se projetos futuros a obrigarem. "Dependo muito dos próximos trabalhos no ci-

nema e na televisão. Por isso, não sei se vou poder continuar usando esse corte após as gravações", conta a artista.

O modelo usado por Marcela confere um ar de romantismo à jovem, que combina perfeitamente com ela. "Fica ótimo em mulheres com o rosto redondo, pois afina e define os traços", ensina Muniz.

Quem ganhou ares de mulherão no decorrer dos capítulos foi Stefany, interpretada por Sophie Charlotte. Se no começo da história ela era uma menininha que



Luiza (Guilhermina Guinle) de Ti-Ti-Ti

só pensava em roubar o namorado da prima, agora, ela vai além em suas ambições. Por isso, a atriz precisou passar por uma pequena transformação e tam-

bém ficou loiríssima. "O corte da Stefany é escolhido por quem quer chamar a atenção, pois deixa o rosto em evidência", diz o cabeleleiro Isaac Muniz.

Campanha Passo a Passo pelo descarte consciente

Ajude a Passo a Passo e o meio ambiente, faça o descarte consciente!

Você que possui termodifusores, ressonâncias e chapas de raio-X que deseja jogar fora, pode contribuir com nossa campanha de descarte consciente. Tudo que tem a fazer é depositar este material em um dos pontos de coleta da campanha.

O material será encaminhado à empresas especializadas em re-

cidagem, e a receita gerada será revertida à escola Passo a Passo.

Ou seja, exercendo a responsabilidade social, você também contribui para a melhoria desta escola que tanto auxilia e profissionaliza portadores de necessidades especiais em Piracicaba.



PONTOS DE COLETA

- **REUNA**
R. Bela Vista, 718 - Vila Independência (semente a partir das 19 horas)
- **Residência particular**
Rua das Piracanjubas 217 - Jupia
- **Escola Passo a Passo**
Rua Governador Pedro de Toledo, 505 - Centro
- **Supermercado Delta Vila Rezende**
Avenida Monsenhor Martinho Salgot, 471 - Vila Areião
- **Capela São Norberto**
Rua Olívia Bianco, 545 - Bairro Jardim Brasília
- **Casa de Carnes Angelelli**
Rua Cristiano Cleopato, 1713 - Bairro Alto

MAIS INFORMAÇÕES

19 3422.0504

Realização

Escola
Passo a Passo

Apoio

Desde 1900
JORNAL DE PIRACICABA
www.jornalpiracicaba.com.br



Victor Valentin (Murilo Benício), Jaqueline (Claudia Raia) e Jacques Leclair (Alexandre Borges)

Sinta a emoção de possuir um legítimo Trevisan!



móveis
TREVISAN

Av. Carlos Botelho, 677
19 3422.3300

Abriremos neste domingo (27/02/11) das 10h às 14h
Somente neste sábado e domingo descontos especiais em 10x



Estofado Maranello Retrátil
e Reclinável (várias opções de tecido)

Sala de Jantar
(10 pçs)