

Jornalistas & Cia

Edição 1.199 - 3 a 9 de abril de 2019



Relações com Imprensa (11) 3094-6322
imprensa@gerdau.com.br
www.gerdau.com



SAMSUNG

Pernambuco celebra esta semana o centenário de dois veículos históricos: Rádio Clube e Jornal do Commercio

■ A Rádio Clube de Pernambuco, primeira rádio do Brasil e pioneira no mundo, completa no próximo sábado (6/5) cem anos de vida. Ela disputa com a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquette-Pinto, a primazia de ser a primeira do Brasil, só que sua fundação aconteceu três anos antes da emissora carioca. A diferença entre elas é que a Rádio Clube fazia transmissões esporádicas, mas não havia então montado uma programação, diferentemente da Rádio Sociedade, que nasceu já com uma programação estabelecida, daí ser considerada por muitos estudiosos como a primeira.

► Uma ou outra, o fato é que, no que diz respeito ao rádio, o Brasil sempre esteve mundialmente na vanguarda, inclusive com a invenção, ainda pouco reconhecida no País, do padre

cientista **Roberto Landell de Moura**, que fez em 1899 a primeira transmissão

documentada da voz humana sem fio, do mundo, ou seja, o rádio tal qual o conhecemos ainda hoje.



► E para júbilo dos recifenses e pernambucanos, a semana também celebra o centenário do Jornal do Commercio, nesta quarta-feira, 3 de abril. Nos últimos 30 anos, conquistou, entre outros, 12 prêmios Esso, quatro Vladimir Herzog e dezenas de concursos jornalísticos locais e regionais.



Francisco Carvalho despede-se da BCW



Francisco Carvalho despediu-se na semana passada da BCW, onde desde maio de 2017 ocupava a posição de presidente para a América Latina. Devido à recente fusão global da Burson-Marsteller com a Cohn & Wolfe, o cargo foi extinto.

Eduardo Vieira e Ricardo Cesar passam a integrar o conselho mundial da Hill+Knowlton

Eles são os primeiros brasileiros a assumirem essa posição global na H+K. Uma das tarefas deles é ajudar a supervisionar contratações globais. E já oferecem três posições de alto nível em Abu Dhabi.



— Ricardo Cesar (esq.) e Eduardo Vieira

Especial Reino Unido

Luciana Gurgel aborda em sua coluna a nova lei do Parlamento Europeu sobre direitos autorais, que atinge diretamente as plataformas digitais. Alguma coisa foi publicada aqui, mas vale falar do tema, pela importância para o nosso segmento, pois nem todos podem ter visto.

A revista revisitada

Tão Gomes Pinto conta por que levou 15 anos para assumir profissionalmente o apelido e dá detalhes da edição nº 1 da IstoÉ.

A partir desta edição, J&Cia muda a exposição de suas notas de capa, a fim de que os leitores tenham melhor ideia da amplitude de seu conteúdo



Migração para o digital leva Globo a unificar áreas comerciais de TV, Globosat e Som Livre

O objetivo imediato da mudança é oferecer mais informações para o anunciante e as agências de publicidade. O que sugere ser possível, também para as agências de comunicação corporativa, usufruir desse conhecimento para seus negócios.

COMUNICAÇÃO é parte do **ECOSSISTEMA** competitivo das empresas. Exige **PORTA-VOZES** que fortaleçam o **DIÁLOGO** junto a stakeholders. Já capacitamos **15 MIL** executivos em **750** treinamentos personalizados de padrão **INTERNACIONAL** (também em **INGLÊS, ESPANHOL E FRANCÊS**).



Imagem Corporativa
Menos ruído e mais resultados

treinamentos
@imagemcorporativa.com.br

Direitos autorais ampliam cerco sobre plataformas digitais

O movimento para limitar o impacto das plataformas digitais sobre o jornalismo tradicional ganhou um importante capítulo na semana passada, com a aprovação de uma nova legislação de direitos autorais pelo Parlamento Europeu. Embora não entre imediatamente em vigor, ela confirma os prognósticos de que vai mudar muito a forma como as empresas de tecnologia e mídias sociais vêm atuando.

O pacote vem somar-se às muitas iniciativas isoladas que países da Europa adotaram ou já anunciaram a intenção de adotar, sobre as quais temos falado aqui. A diferença desta vez é que, em sendo uma legislação da União

Europeia, todos os integrantes do bloco serão obrigados a implementá-la. No dia 9 de abril a nova lei será referendada pela UE, e em dois anos todos os países devem completar a implantação, criando legislações locais em linha com o texto geral.

A aprovação dessa nova lei na íntegra foi considerada surpreendente, e causou enorme polêmica. Foram 348 votos a favor e 274 contrários, com 36 abstenções. Sinal do grau de sensibilidade do tema.

Em pé de guerra – Empresas jornalísticas e associações do setor comemoraram. **Carlo Perrone**, presidente da Associação Europeia de Empresas Jornalísticas

Mas o maior embate está sendo provocado pelo Artigo 13. Ele estabelece que as plataformas online ficam obrigadas a garantir, no momento do *upload*, que o conteúdo esteja em linha com a lei de direitos autorais, tornando-as legalmente responsáveis pelo que é veiculado. O chamado “filtro de *upload*” colocou as

empresas digitais e os produtores independentes de conteúdo do mesmo lado da trincheira, no ataque à nova legislação.

Eles alegam que os filtros podem não conseguir identificar com precisão o conteúdo que não respeita os direitos de autor, e, ao travar a publicação, acabar funcionando como censura ao que é criado por fontes independentes, prejudicando sua liberdade de expressão. Nessa linha, o YouTube manifestou-se logo após a votação, apontando que as regras “podem ter consequências involuntárias capazes de prejudicar a economia criativa digital europeia”.

Liberdade de expressão x responsabilização, eis a questão

Por Luciana Gurgel (@lcnqgur), especial para o J&Cia

ticas, classificou a decisão como “um voto histórico para a cultura e para a alma da Europa, trazendo uma reforma na legislação de direitos autorais essencial para o futuro da Imprensa e do jornalismo profissional”.

Do outro lado, plataformas digitais e produtores independentes de conteúdo não gostaram nem um pouco, pois esperavam que alguns dos artigos mais controversos ficassem de fora do texto final. Houve até manifestações de rua contra a nova lei.

Uma das principais mudanças introduzidas está no Artigo 11 da nova legislação. Ele dispõe que plataformas digitais só poderão reproduzir livremente trechos



Luciana Gurgel

pequenos de notícias, ou palavras-chave. A partir de um determinado tamanho (a ser definido), elas precisarão obter autorização e pagar à empresa jornalística um valor pelo uso do material, a ser compartilhado também com o autor. Esse ponto muda radicalmente a forma como hoje, por exemplo, notícias aparecem nas ferramentas de busca.

– Embora esteja no contexto da proteção dos direitos autorais, a responsabilidade maior das plataformas digitais sobre o que nelas é veiculado poderia contribuir para estabelecer limites no caso de conteúdos irresponsáveis, como os que promovem crimes de ódio. A onda ultranacionalista na Europa é uma questão delicada, e muitos desses grupos veiculam atualmente conteúdo agressivo contra minorias sem que as plataformas assumam qualquer responsabilidade.

No Reino Unido essa questão tem provocado pressão contra as mídias sociais, especialmente no que diz respeito ao acesso de crianças e jovens a conteúdos ligados a suicídio e automutila-

ção. O caso do atentado na Nova Zelândia igualmente agravou esse debate, com fortes questionamentos sobre o papel das empresas digitais na transmissão do ataque via *streaming* e no compartilhamento do vídeo nos dias seguintes.

Por enquanto essa lei vale apenas para a União Europeia, mas pode acabar afetando o mundo todo, não só pela inspiração de leis semelhantes, mas pelo alcance das empresas afetadas. Afinal, a forma como as plataformas digitais vão ser obrigadas a operar a partir de sua implantação pode acabar se estendendo globalmente, já que os acessos não obedecem a fronteiras geográficas.



MAIOR BANCO DE DADOS DE IMPRENSA DO BRASIL

MAILING JORNALISTAS LATAM E GOV-BR

ADEQUADO À LEI DE PROTEÇÃO DE DADOS

TECNOLOGIA SEGURA E ULTRARRÁPIDA AMP

GESTOR DE TAREFAS E TIMESHEET

EDITOR DE CONTEÚDO FÁCIL

Mailings e disparos inteligentes: na prática, são menos press releases (em quantidade) e mais assertividade. A comunicação corporativa e a imprensa serão, de fato, **PARCEIRAS.**

IMAX
COMMUNICATE MORE
www.i-maxpr.com



A revista revisitada

Capítulo 28 – E surge o Tão. Finalmente

Por Tão Gomes Pinto

Ufa! Foram precisos mais de 15 anos de profissão para eu finalmente me assumir. Não interpretem errado, *please*. Para assumir meu nome, que desde criança sempre foi Tão. Não sei explicar porque não era "Tião", sendo o nome Sebastião. O fato é desde que me lembro como gente, sou Tão. No máximo, Tãozinho.

No nº 1 da IstoÉ, ainda revista mensal, li, emocionado, um quadrinho na página de expediente onde estava impresso, pela primeira vez na história, meu nome como deveria ter sido desde o início. Na UH-SP, onde comecei, já era chamado de Tão pelos coleguinhas. Idem no Notícias Populares. Na Veja, no máximo eu era chamado, nas Cartas ao Leitor, de Sebastião Gomes Pinto.

O quadrinho, na página de expediente da IstoÉ nº 1 corrigia

esse equívoco, dizendo: Redação: **Mino Carta** (chefe); **Armando V. Salem**, **Fernando Sandoval**, **Tão Gomes Pinto**. Como? Só quatro pessoas numa revistaça de 162 páginas? Mesmo sendo mensal, era uma proeza. Ainda mais dada a qualidade da revista.

Claro, dezenas de páginas eram preenchidas por colaboradores, alguns que haviam deixado a Veja logo em seguida aos quatro mosqueteiros, como o **Silvio Lancellotti** ou o **Hélio Campos Mello**, ou os que, mesmo continuando na revista dos Civita, faziam textos, alguns brilhantes, para a novíssima IstoÉ.

Entre eles, a **Dorrit Harazin**, que tentara em vão conciliar o Mino e os Civita – tarefa além das forças de uma profissional de talento e energia incomuns, como era o caso da Dorrit – **Marcos de**

Sá Correa, já referido nesta série, e **Octávio Ribeiro**, também sobre quem já falamos.

Isso para não mencionarmos o **Plínio Marcos**, o ilustríssimo **Hugo Estenssoro**, talento latino-americano, hoje nos States, ou as duas páginas do incrível **Millôr Fernandes** analisando, com a profundidade que caracterizava seus textos, os problemas da mulher liberada (*O ABC da Liberada*).

Enfim, lida hoje, com vagar, era uma puta revista essa IstoÉ nº 1. Sobrava na turma, como diriam os turfistas. Esportes? Tinha um pingue-pongue com o Oswaldo Brandão, técnico da seleção brasileira em 1976. E mais uma foto em página dupla do Emerson Fittipaldi mastigando um capim, olhando para o horizonte e falando do Copersucar. Saúde? Tinha uma matéria falando do ataque



do coração, comprada da Esquire, norte-americana.

Qual publicação poderia publicar na estreia um ensaio de 20 páginas do Jean-François Revel sobre a "A Tentação Totalitária", em várias retrancas e muitas fotos? E olhem que nem mencionei o ensaio do **Rolf Kuntz**, mestre de Economia, ou o texto de **Luis Fernando Veríssimo**. E as seis páginas dedicadas a Silvio Santos, com fotos da Silvia Falkenburg, onde ela, ao lado do marido, desmentia com muita elegância ter tido um caso com o Silvio.

Nem vou falar da matéria de capa, de minha autoria, com Beethoven e sua corneta auditiva,

e a pergunta "Mestre, vale a pena ouvir a vida".

Poderia, no entanto, alongar-me sobre o primeiro "Pense Grande" publicado com a assinatura do colunista estreado Tão Gomes Pinto. O tema era o

do momento. A proliferação de contistas mineiros na mídia e nas noites e tardes de autógrafos em livrarias pouco badaladas.

Faço revelações inéditas sobre o fenômeno. Descrevo o tipo físico do contista mineiro. Sua

necessária magreza, sem o que não seria um contista mineiro, seus dedos longos, ossudos, sua palidez que chega ao limite do esverdeado.

Havia lido, na coluna do venerável **Telmo Martino**, que os serviços postais de Curitiba estavam afogados pelo volume de contos enviados de Belô e adjacências para o *Concurso de Contos do Paraná*. Pudera! O regulamento exige que sejam enviadas seis cópias de cada conto, mais um anexo com dados pessoais do autor. Deu o maior congestionamento já registrado numa sede dos Correios. Um rebu danado.

Durval Campos Guimarães, que me ajudou nesse levantamento, contou que estava um dia no Lucas (bar ou restaurante, sei lá) e contara 38 contistas mineiros nas várias mesas, entre eles um certo Bley Barbosa. Aproximando-se da nossa mesa,

Bley Barbosa disse que, passando recentemente pela rua Goiás, contara 200 em poucas quadras.

Trinta e oito no restaurante Lucas, 200 na rua Goiás... Quantos eles seriam pelo mundo? Há quem fale em 1 milhão e 100 mil, população um pouco inferior a de Belô na época, maio de 1976.

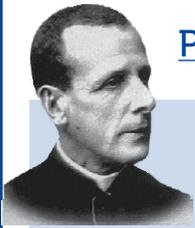
Voltando ao lançamento da IstoÉ, eu perguntaria: uma revista com tal cardápio poderia não dar certo?

No Brasil, com certeza, não daria certo. Vivemos numa época onde livrarias são fechadas quase diariamente e o hábito de ler está sendo substituído pela produção de YouTubes, Facebooks, e-mails, twitters, instagrans e similares...

Em vez de leitores, estamos produzindo escrevedores. Com a esperança de que em meio à avalanche desordenada das mídias sociais desponte, aqui e ali, um jornalista de verdade.



Ensaio de 20 páginas de Jean-François Revel em IstoÉ nº 1



Padre Landell e a invenção do rádio

Historia ilustrada

Iniciativa pioneira em Pernambuco

Vinte anos separam a primeira experiência pública de rádio feita pelo **Padre Roberto Landell de Moura**, em São Paulo, da fundação da **Rádio Clube de Pernambuco**, em Recife. Os dois eventos, embora pioneiros e da mesma natureza, transcorreram completamente dissociados.

Houve, porém, uma indistigável semelhança entre os dois. O centenário de criação da rádio pernambucana, que se comemora no próximo sábado, 6/4, tem um significado ímpar. Embora o seu pioneirismo seja contestado por alguns estudiosos, é incontestável o fato de que a iniciativa foi um ato de vanguarda, tal como a experiência *wireless* do padre gaúcho.

O Padre Landell inovou e os pernambucanos também, porque tiveram a capacidade de enxergar mais longe. A visão dos radiotelegrafistas de Recife que fundaram a rádio foi de tal ordem que, cronologicamente, eles se

anteciparam até mesmo à entrada em operação daquela que é considerada a primeira rádio

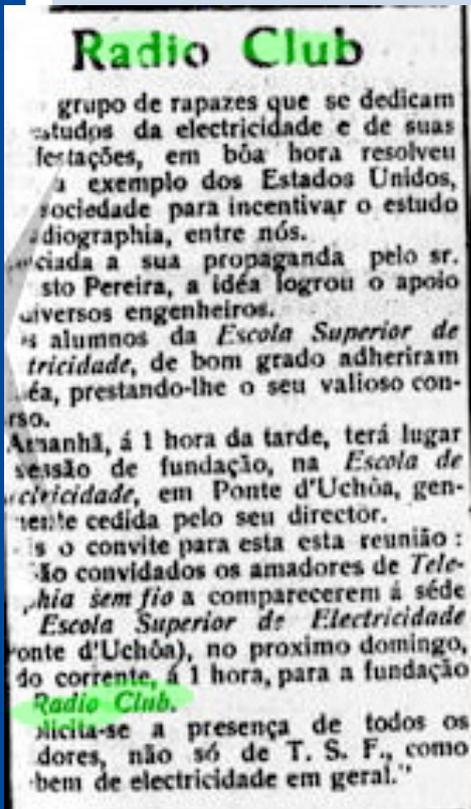
comercial do planeta, a KDKA, nos Estados Unidos: inaugurada em 2 de novembro de 1920, em Pittsburgh, com equipamentos Westinghouse.

No caso brasileiro, a polêmica cresce entre aqueles que consideram a formação da **Rádio Sociedade do Rio de Janeiro**, em 1923, por Roquette-Pinto e outros, como a primeira emissora de radiodifusão do País. Isso porque ela já nasceu com uma programação regular, enquanto as emissões da pernambucana eram esporádicas.

Roquette-Pinto doou a rádio ao Governo brasileiro em 1936. Hoje ela opera com duas frequências no Rio de Janeiro (FM 99.3 MHz e AM 800 kHz) e uma em Brasília (AM 800 kHz) e se chama **Rádio MEC** – a segunda rádio do Brasil.

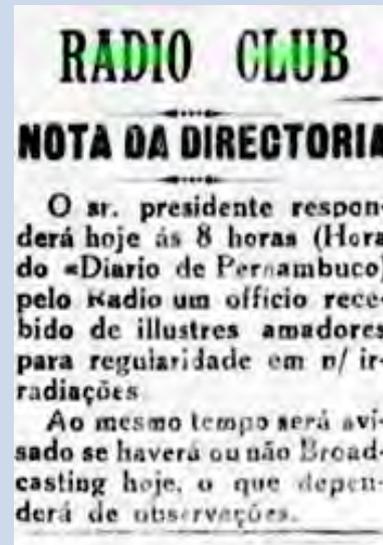
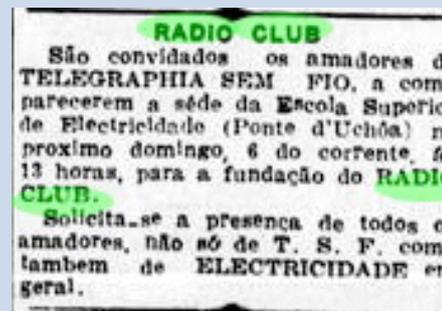
A Rádio Clube de Pernambuco, a icônica PRA-8, opera no Recife no dial AM, na frequência 720 kHz – a primeira rádio do País.

Ao Padre Landell, inventor do rádio, cabe no momento um papel marginal na nossa história. Não são muitos os brasileiros que conhecem a sua saga científica, embora o que ele fez mereça figurar nos currículos escolares.



O Jornal Pequeno, de 5 de abril de 1919, antecipou a notícia da criação da Rádio Clube de Pernambuco.

O Diário de Pernambuco convocou, em 6 de abril de 1919, os telegrafistas para a fundação histórica da primeira rádio do País.



Em 13 de setembro de 1924, o Jornal Pequeno noticiou que as transmissões daquele dia dependeriam de "observações".



Por [Hamilton Almeida](#)

J&Cia Empesa Cidadã – Propósitos e Causas

"Parabéns pela iniciativa. Ficou excelente! Comunicação de causas é um tema que precisa ser difundido no setor." – **Carlos Henrique Carvalho**

"Iniciativa muito oportuna. Manda ver, como sempre." – **Guilherme Azevedo**

"Muito boa a proposta e a realização do especial. Estou escrevendo um livro sobre minha experiência no setor, cujo título (provisório)

é justamente Comunicação e RP com Propósito. Fiquei contente com a coincidência." – **Mário Ernesto Humberg**

"Essa série foi um grande acerto. A capa da Exame desta semana, por exemplo, é justamente sobre diversidade, assunto abordado pelo presidente da Fundação Telefônica e tema da primeira edição do Empresas Cidadãs. Ótimo conteúdo, vocês estão de parabéns!"

– **Renato Santana de Jesus**



Retrato do Brasil, por Ary Barroso

Por Assis Ângelo

A cultura popular e musical do Brasil são das mais importantes do mundo. Todo mundo sabe disso – se não sabe, deveria saber. E poucos sabem, na verdade. Não à toa o escritor pernambucano Nelson Rodrigues (1912-1980) dizia que o brasileiro é vira-latas. E é, ainda.

O presidente Bolsonaro acaba de demonstrar isso no beija-mão que fez com Trump. Pena, pena.

A música brasileira é de uma importância fun-da-men-tal no mundo.



Numa lista das dez músicas populares mais conhecidas no mundo, *Garota de Ipanema* e *Aquarela do Brasil* sempre estarão presentes.

Pois bem, Ary Barroso (1903-1964) compôs

Aquarela do Brasil em 1939 e nesse mesmo ano teve a alegria de vê-la gravada pelo cantor mais importante da época: Chico Alves.

Aquarela ganhou o mundo a partir de 1941, quando o cantor Lee Broyde gravou-a (aí na foto).

Ah! Ia me esquecendo: Frank Sinatra adorou ter gravado *Aquarela*...

Nessa terça-feira (2/4), contei a história de *Aquarela do Brasil* para uma plateia muito bonita. Foi no Sesc Pinheiros, em São Paulo.

No Acervo do Instituto Memória Brasil (IMB) estão todas as gravações em disco de *Aquarela*, em muitas línguas e também na nossa, portuguesa.



Contatos pelos institutomemoriabrasil@gmail.com, www.institutomemoriabrasil.org.br, <http://assisangelo.blogspot.com>, 11-3661-4561 e 11-985-490-333.

Comunicação Corporativa

Patrocínio



Inscrições para o Prêmio Jatobá PR foram abertas nessa terça-feira (2/4)

■ As inscrições para o Prêmio Jatobá PR foram abertas nessa terça-feira (2/4) para agências de comunicação de todo o País. Não há limitações de cases, mas



um mesmo case só poderá ser inscrito em no máximo três das 15 categorias.

► A edição de 2019 conta com cinco novas categorias: *PR Automotivo*, *PR Esportes*, *PR Saúde e Bem-Estar*, *PR Tecnologia* e *PR Varejo*. Elas se somam a outras dez: *Assessoria de Imprensa/Relações com a Mídia*, *Comunicação Integrada*, *Comunicação Interna*, *Digitais/Redes Sociais*, *Evento*, *Mídia Corporativa*, *Pesqui-*

sa, *Projeto Especial*, *Public Affairs* e *PR Internacional*.

► Todas as categorias premiarão em igualdade de condições cases de grandes agências e de agências-butique com troféus (para os cases campeões) e certificados (para os cases que integrarem a *shortlist*). Também estão previstas seis premiações especiais: *Destaque – Grande Agência*, *Destaque – Agência-Butique*, *Case do Ano – Grande*

Agência, *Case do Ano – Agência-Butique*, *Grande Agência do Ano* e *Agência-Butique do Ano*. As inscrições estarão disponíveis até 30/9 no [site](#) prêmio.

► O Prêmio Jatobá PR é uma iniciativa do Gecom, que reúne as empresas Business News, Jornalistas Editora, Maxpress e Mega Brasil. [\(Veja+\)](#)

Francisco Carvalho despede-se da BCW



Francisco Carvalho

■ Francisco Carvalho despediu-se na semana passada da BCW, onde desde maio de 2017 ocupava a posição de presidente para a América Latina, após 11 anos como CEO da Burson-Marsteller Brasil. Devido à reorganização global da agência, que se fundiu recentemente à Cohn & Wolfe e passou a se chamar BCW (Burson Cohn & Wolfe), o cargo foi extinto.

► Segundo apurou J&Cia, na sua despedida falou à equipe que considera sua missão cumprida: «Foram 13 anos de uma bem-sucedida jornada, em que a agência cresceu e prosperou no Brasil e na região, apresentando constante evolução em seus resultados operacionais e financeiros». Ainda nas palavras dele, «a experiência mais gratificante foi

ter montado um time talentoso e vencedor, base sólida para a continuidade do sucesso da BCW em toda a região.»

► Francisco deve anunciar nas próximas semanas um novo desafio na área de gestão empresarial e reputação corporativa. Os contatos pessoais dele são francisco.carvalho@fc2.com.br e 11-991-248-003.



Comunicação Corporativa

Valéria Perito deixa a Ketchum

■ **Valéria Perito** despediu-se na última semana do comando da Ketchum, agência que fundou ao lado de **Rosana Monteiro** 32

anos atrás, então com o nome de Estratégia. Em mais duas semanas, também Rosana sairá, logo após o novo CEO, **Caio**

Bamberg, assumir. Ambas continuarão vinculadas à Ketchum por dois laços: integrarão o Conselho Consultivo da agência

e permanecerão na sociedade, como minoritárias.

Eduardo Vieira e Ricardo Cesar, da Ideal, passam a integrar conselho mundial da H+K

Rede abre vagas de alto nível no exterior

■ **Eduardo Vieira** e **Ricardo Cesar**, coCEOs do Grupo Ideal, passaram a integrar o conselho mundial de líderes da rede Hill+Knowlton, que tem quase 90 escritórios pelo mundo e mais de dois mil colaboradores. O conselho reúne líderes das cinco macrorregiões que funcionam como *clusters* globais: América Latina (Ricardo e Edu são coCEOs Latam), Europa Continental, Ásia, Países Nórdicos e Oriente Médio, Índia & África, além de cinco mercados-chave: EUA, Reino Unido, Canadá, Alemanha e China. É a primeira vez

que dois brasileiros assumem essa posição global na Hill+Knowlton, que está entre as maiores redes de PR do mundo.

► Segundo Ricardo, todos do comitê respondem aos copresidentes mundiais **Richard Millar** e **Lars Erik Gronntun**, os quais se reportam ao chairman e CEO global **Jack Martin**. "Como parte do comitê global de liderança também ajudamos a supervisionar contratações globais", diz. "De cara já temos vagas em aberto no Oriente Médio, com elevado nível salarial, e que talvez possam

interessar a muito colegas no Brasil que podem se candidatar e ir trabalhar lá".

► São três vagas para trabalhar na H + K de Abu Dhabi. Duas de diretores e uma de gerente:

- **Consultant – Account Manager** – Experiência de cinco anos em agência de comunicação. Inglês fluente / Árabe é um diferencial
- **Senior Consultant – Account Director** – Experiência de no mínimo sete anos no setor industrial (incluindo agência de comunicação). Inglês fluente / Árabe é um diferencial



Ricardo Cesar (esq.) e Eduardo Vieira

- **Senior Generalist – Account Director** – Experiência de no mínimo sete anos na indústria de óleo e gás ou similar (incluindo agência de comunicação). Inglês fluente / Árabe é um diferencial
- Interessados devem enviar currículo para romain.lutter@hkstrategies.com.

Abracom divulga manifesto pelo direito à comunicação



**Manifesto Abracom:
Direito à Comunicação**

■ Com o pressuposto de que empresas, governos, associações e ONGs têm o dever de se comunicar com a sociedade, prestar contas de seus atos e o direito de veicular suas mensagens para vender produtos e serviços divulgar ideias, promover causas; e de que esses deveres e direitos

ficam sob ameaça quando há incompreensão sobre o trabalho dos profissionais e das empresas especializadas em comunicação estratégica; a Associação Brasileira das Agências de Comunicação (Abracom) divulgou um manifesto em defesa do direito à comunicação. Representante de mais de 170

empresas de um setor que gera 16 mil empregos diretos em todo o País, ela prega a legitimidade e a legalidade das atividades de consultoria estratégica em uma sociedade democrática, pautada pela liberdade de expressão e pela livre circulação de ideias e debates. [Leia o manifesto na íntegra.](#)



Nacionais

Os 100 anos do Jornal do Commercio

■ Para marcar o transcurso de seu centenário, nesta quarta-feira (3/4), o Jornal do Commercio, do Recife, promove com a Associação Nacional de Jornais (ANJ) uma conversa com diretores de Redação do Zero Hora (RS), Correio do Povo (RS), Gazeta do Povo (PR), Correio da Bahia (BA), Gazeta do Espírito Santo (ES), O Povo (CE) e Diário do Nordeste (CE).

► Ao longo desses cem anos, o

jornal passou por diversas crises e chegou a deixar de circular, em 1987, por 40 dias. Reerguido após ser comprado pelo empresário João Carlos Paes Mendonça, acumulou prêmios nacionais e conseguiu consolidar-se como líder de circulação e de número

de assinantes na região. Nos últimos 30 anos, conquistou, entre outros, 12 prêmios *Esso*, quatro *Vladimir Herzog* e dezenas de concursos jornalísticos locais e regionais.

► "Estamos vivendo um tempo bastante tumultuado em razão

das *fake news*", afirma o diretor de Redação **Laurindo Ferreira**. "Entendemos, por óbvio, que o que faz a diferença é a marca do jornal. A marca sempre será o grande balizador".

► O JC tem hoje 82 profissionais em sua Redação. O grupo como um todo emprega 682 profissionais, incluindo rádio, internet e televisão, esta afiliada do SBT. [\(Com informações da Folha de S.Paulo\)](#)



Globo unifica áreas comerciais de TV, Globosat e Som Livre, com vistas à migração para o digital

■ A TV Globo lidera uma alteração na área comercial do Grupo Globo. As operações digitais da emissora, e mais as da Globosat e da Som Livre, passam a constituir uma única diretoria integrada de Negócios. O escolhido por **Jorge Nóbrega**, presidente executivo do Grupo, para pôr em prática o novo sistema é **Eduardo Schaeffer**. A nova diretoria vai atuar em conjunto com as equipes comerciais e de negócios da Infoglobo – jornais e revistas –, que já foram unificadas e têm seu próprio diretor com foco na área digital.

► Schaeffer, engenheiro formado pela Mackenzie, tem pós na FGV. Está no Grupo Globo desde 2007, por último como diretor de Marketing e Projetos Digitais. Antes, esteve no Zap, de classificados de imóveis, e saiu após 13 anos, como presidente da empresa. Ele entra, no Marketing, no lugar de **Marcelo Duarte** que, depois de 30 anos na empresa, substituiu **Willy Haas** há dois anos. Agora, porém, mais que o marketing, o foco é na *media tech*, ou seja, tornar o grupo formado por empresas de tecnologia.

► Isso significa, como afirmou o diretor-geral da TV Globo **Carlos Henrique Schroder** ao **Meio&Mensagem**: “Mais do que juntar equipes, estamos falando em capacitá-las com novos conhecimentos e habilidades específicas de Media Tech, sem abrir mão dos atributos que elas aportam individualmente. É um processo permanente e que acontece ao longo do tempo: preserva-se o que está certo, ao mesmo tempo em que se vai ajustando o modelo, em um processo ágil e veloz”.

► E como, resumindo, Nóbrega

disse ao **Valor Econômico**: “Hoje não importa só a qualidade do conteúdo, mas também a experiência do espectador: como consome, onde consome, associado a quê. [...] Essa junção entre conteúdo e experiência ocorre por meio da tecnologia, o que está levando empresas de mídia a seguir nessa direção”.

Que as agências de comunicação estejam atentas

■ O objetivo imediato da mudança é oferecer mais informações para o anunciante e as agências

de publicidade. O que sugere ser possível, também para as agências de comunicação corporativa, usufruir desse conhecimento para seus negócios.

► Mantendo o foco em conhecer o consumidor de seus produtos, disse Schroder a **O Globo**: “Não é um conhecimento por amostragem, mas individual, de cada uma dessas pessoas. Para isso, é necessário ser um excelente gestor de dados e ter uma capacidade analítica muito forte”. Ele considera o conteúdo de qualidade oferecido como a principal diferença para obter tal base de informações, e completa: “Com dados, inteligência e métrica, consigo ajudar o mercado a entender melhor as pessoas”.

► Essa mudança ocorre após o anúncio do projeto de unificação intitulado **UmaSóGlobo**, em meados do ano passado. Segundo Nóbrega, o grupo caminha para tornar-se uma empresa totalmente integrada, e poucas empresas de mídia no mundo apresentam características que possibilitem tal movimentação.

Fábio Rocha/Globo



Jorge Nóbrega (esq.), Eduardo Schaeffer e Carlos Henrique Schroder.

Estudo revela que brasileiros confiam mais no empregador que nas instituições tradicionais

■ O **Edelman Trust Barometer 2019** revela que ainda são instituições não confiáveis na opinião dos brasileiros o Governo, apesar de ter subido dez pontos em período eleitoral, alcançando 28% no nível de confiança (0-100), e a Mídia, que caiu dois pontos e agora está com 41%. O estudo

mostra também que as ONGs, cujo nível de 57% não oscilou no último ano, e as Empresas, que foram de 57% para 58%, são consideradas neutras no quesito. Mas seguindo forte tendência global, a figura do “meu empregador” subiu cinco pontos no País, alcançando a marca dos 77% e

reinando como a mais confiável. De acordo com a pesquisa, instituições com níveis de 1-49 são consideradas não-confiáveis, de 50-59, neutras, e de 60-100, confiáveis.

► O estudo, realizado globalmente pela Edelman, mede os índices de confiança no Governo,

Empresas, ONGs e Mídia. Nesta edição, a pesquisa ouviu mais de 33 mil pessoas em 27 países, com o trabalho de campo realizado entre 19 de outubro e 16 de novembro de 2018. Mais informações com **Isabela Galeote** (11-3060-3102 e isabela.galeote@edelman.com)

Contrato de Cristiane Dias com a TV Globo não será renovado

■ Após 13 anos, **Cris Dias** não terá seu contrato, que vence em junho, renovado com a Rede Globo. Ela estava no comando dos programas **Globo Esporte** e **Esporte Espetacular**. Nesta semana, porém, a emissora já tirou a apresentadora do ar. O veículo também anunciou que um novo

acerto não será feito entre as partes. A Rede Globo emitiu uma nota sobre o caso, na qual informa que desde 28/3 **Carol Barcellos** é a nova apresentadora do bloco esportivo do **Bom Dia, Brasil**.

► Segundo o **Comunique-se**, num primeiro momento Cris Dias deve dedicar-se a seu projeto online.

O **Dias de Cris** já existe como site e em breve deve estreitar canal no YouTube e fortalecer a presença em mídias digitais, como o Instagram. Na rede social de fotos, por exemplo, a **conta oficial** da jornalista tem mais de 300 mil seguidores. Números que a gabaritam como influenciadora na *web*.



Cris Dias



continuação - Nacionais

Hermano Henning estreia na TV Guarulhos

■ Recém-contratado da TV Guarulhos, **Hermano Henning** estreou nessa segunda-feira (1^ª/4) como

apresentador do *Espalha Fatos*, programa que conduzirá em parceria com **Sergio Lessa**. O novo telejornal é exibido de segunda a sexta, às 12 horas. Criado com a ideia de ser multiplataforma, também é transmitido ao vivo pelo [site](#) da TV Guarulhos, pelo [portal próprio](#) que leva a marca do telejornal para a internet e pelo Facebook, com *lives* via [fan page](#) do noticiário e pelas páginas dos apresentadores. Posteriormente, as edições serão divulgadas em canal no [YouTube](#). Com o formato proposto, Sergio Lessa e Hermano

Henning devem interagir diretamente com o público espectador. **Pingos nos is** – ■ Diferentemente do que publicamos na nota sobre as eleições na ABI em J&Cia 1.198, não são 270 os associados da entidade inadimplentes, mas, sim, apenas 270 os que estão com o pagamento em dia. ■ Na nota sobre a abertura de concorrência de comunicação corporativa pela ANS, equivocadamente citamos **Ugo Braga** como diretor de Comunicação da agência. Ele, na verdade, é diretor de Comunicação Social

do Ministério da Saúde. **Isabella Eckstein** é a gerente de Comunicação Social da ANS.

■ Por fim, com relação à nota sobre a ida de **Cristina Tardáguila** (cris@lupa.news), fundadora e proprietária da Lupa, para a IFCN, ela esclarece que a agência não tem qualquer relação administrativa nem editorial com as empresas Folha de S.Paulo, UOL e revista *piauí*; apenas está hospedada no portal da *piauí*, e este, por sua vez, hospeda-se no site da Folha, que fica alojado no UOL.



Hermano Henning

São Paulo

Sudeste

Gabriel Ferreira é o novo sócio da Pineapple Hub

■ **Gabriel Ferreira**, Head de Comunicação e Conteúdo da aceleradora Ace, é o novo sócio da agência de relações públicas Pineapple Hub, especializada no ecossistema empreendedor e de inovação. Além dele, **Ivan Netto** também passa a integrar o quadro societário, dei-

xando a Gerência de Contas da agência e assumindo o cargo de Head de Operações. Comandada há dez anos por **Helena Prado**, a empresa tem como objetivo ampliar ainda mais a qualidade do atendimento ao cliente, entrega e mensuração de resultados.

► Gabriel, que passou por veículos como Exame, Brasil Econômico

co e Você S/A, deixa a Ace para responder pela área de negócios e inovação da Pineapple, que tem em seu portfólio empresas como Pipefy, 500 Startups, Duolingo, Social Capital, Omie, Cuponeria, Dunnhumby, além de varejistas como Casa Santa Luzia e supermercado Pague Menos.



Gabriel (esq.), Helena e Ivan

Bruno Astuto começa na JHSF

■ **Bruno Astuto** é o novo Chief Creative Officer (CCO) do grupo JHSF, tendo entre suas atribuições as áreas de criação,

branding e comunicação de Shopping Cidade Jardim, Catarina Fashion Outlet e Cidade Jardim Shops, assim como das operações de varejo. Incluem-se nessa categoria o *market place* CJ Fashion e as marcas Aquazzura, Balmain, Chloé, Emilio Pucci e René Caovilla.

► Bruno vem do jornal O Globo, onde atuou como editor-chefe da revista *Ela*, ajudando a repaginar a tradicional publicação carioca. Passou ainda pelas redações do jornal O Dia e da revista *Época* e presidiu por dez anos a instituição Nosso Mundo,

dedicada a atender a pessoas com necessidades educacionais específicas. Colunista de *Vogue* e do programa *Mais Você*, é especialista em moda e mercado de luxo. Assinou também a curadoria histórica das exposições *Maria Antonieta* (2006, Rio) e *Mulheres Reais* (2008, Casa França-Brasil, Rio) e é autor dos livros *In The Spirit of Rio* (Assouline) e *Catarina de Médicis* (Lacerda).

E mais...

■ A União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Unica) reorganizou a equipe de comunicação, focando em produção de vídeo. A mudan-

ça tem o objetivo de dinamizar as atividades da área, incluindo o atendimento à imprensa e a produção de conteúdo digital sobre o setor sucroalcooleiro. A equipe divide-se pelos dois escritórios da entidade: em São Paulo, ficam **Annamaria Bonanomi** (annamaria.bonanomi@unica.com.br), responsável pelo atendimento à imprensa, e **Daniel Costa** (daniel.costa@), com produção de conteúdo. Em Brasília estão **Renata Meliga** (renata.meliga@), responsável pelo atendimento à imprensa local e pela gestão das redes sociais, e o produtor **Genilson Frazão** (genilson.frazaoo@).



Bruno Astuto

Dança das contas-SP

Weber Shandwick conquista conta da SulAmérica

■ A Weber Shandwick Brasil passou a assessorar a seguradora SulAmérica. A atuação da agência engloba todas as áreas de negócios da empresa: Saúde e Odonto; Vida, Previdência e Gestão de Ativos; Auto e Massi-

ficados; Comercial; Operações; Institucional, e Capitalização. A equipe da conta é liderada por **Fabrizio Leonardo**, vice-presidente de Prática Corporativa, com gerência de **Teresa Santos** e atendimento de **Alicia Baptista**

e **Daniel Cassiano** (sulamerica@webershandwick.com ou 11-3027-0200).

E mais...

■ A Virta é a nova agência de comunicação do consórcio de

investimento imobiliário Ademilar. O atendimento é de **Soraya de Souza** (soraya.souza@virta.inf.br e 11-3894-2124) e **Giovanna Luna** (giovanna.luna@ e 3437), sob gerência de **Fernanda Arantes** (fernanda.arantes@ e 2431).



Curtas-SP

Prêmio Landell de Moura de Radiojornalismo será entregue em 10 de junho

■ As equipes deste Jornalistas&Cia e do gabinete do vereador Eliseu Gabriel reuniram-se em 1º/4 para dar início aos preparativos da segunda edição do Prêmio Landell de Moura de Radiojornalismo, criado por lei da Câmara Municipal de São Paulo para homenagear os profissionais que atuam no rádio paulistano e a memória do padre-cientista **Roberto Landell de Moura**, inventor do rádio e ainda um quase desconhecido no Brasil, sua terra natal. A cerimônia de premiação está confirmada

para 10 de junho, no Salão Nobre da Câmara Municipal.

► São quatro as categorias da

premiação: *Melhor Âncora, Melhor Repórter, Melhor Comentarista e Melhor Programa*, sempre



Vivi Bueno (esq.), Eduardo Ribeiro, Maria Luiza de Castro, Hamilton Almeida e Marcelo Hirashima

em radiojornalismo. Em 29/4 começa a votação para livre indicação de nomes, que se estenderá até 13 de maio. A definição dos três finalistas de cada uma das categorias será feita em 20/5 por uma Comissão de Julgamento (a ser ainda criada), que se reunirá na própria Câmara. Os 12 finalistas receberão diplomas oficiais da instituição na solenidade de premiação, quando também serão anunciados os campeões das quatro categorias.

Pedro em Série estreia na Rádio Eldorado

■ **Pedro Venceslau**, repórter de Política do Estadão, começou em 1º/4 a integrar a grade diária da Rádio Eldorado com dicas e comentários no *Pedro em Série*. No quadro, mostra seu lado de

aficionado por seriados "e outros enlatados" e passa a dividir as suas impressões sobre o assunto em boletins que vão ao ar diariamente ao longo da programação.

► O programa vai ao ar em três

edições, às 11h, às 14h25 e 23h e está disponível na frequência 107.3, no [site](#), nos aplicativos da Eldorado para iOS e Android, e no aplicativo da Deezer.



Guilherme Azevedo lança jornal de bairro online Ipiranga22

■ **Guilherme Azevedo**, que criou e por dez anos comandou o site de jornalismo cultural [Jornalismo](#) e que deixou o UOL em janeiro, acaba de lançar [Ipiranga22](#), jornal de bairro online para o Ipiranga e região, zona sul de São Paulo. Segundo ele, a cobertura é dedicada a valorizar histórias de gente e de negócios, com uma pegada histórica e de preservação da memória.

► "É a primeira vez que faço jornalismo de bairro e estou encantado com a experiência", diz Guilherme. "É um jornalismo muito bem marcado, delimitado até geograficamente, com um sentido comunitário explícito. Algo que dificilmente sentimos quando trabalhamos numa

grande empresa de comunicação. Sinto como se tivesse chegado ao mínimo múltiplo comum do jornalismo, a algo essencial, resultado de visão e ação depurada".

► Para fazer jus às suas origens, ele afirma que, além do espírito colaborativo e comunitário, o Ipiranga22 também se diferencia por sua ênfase em reportagem clássica e multimídia, com os pés na rua: "Os princípios da reportagem literária, do jornalismo exercido com lirismo e como arte, são parte da diretriz do jornal".

► A empresas e empreendedores locais interessados em divulgar produtos e serviços para o público-alvo, ele criou espaços

dinâmicos de publicidade, como *banners* interativos e anúncios só de texto, "tudo por um preço acessível a todos os tamanhos e gêneros de negócios".

► Além de Guilherme, na coordenação editorial geral, o Ipiranga22 conta com a pedagoga e jornalista **Ingrid Francini** e o repórter fotográfico e editor de imagem **Rogério Albuquerque** (ex-Globo Rural e Época Negócios). A atualização do conteúdo é semanal. Mais informações pelos [contatos](#) piranga22@gmail.com e 11-981-624-750 (WhatsApp).

E mais...

■ Está disponível o [credenciamento para a cobertura](#) do *Hangar Monetize*, evento que reunirá profissionais do mercado de empreendedorismo digital nos dias 12 e 13/4, no Memorial da América Latina, na capital paulista (av. Auro Soares de Moura Andrade, 664 – Barra Funda). A proposta é promover interatividade, conexões, encontros e relacionamentos para a geração de novos negócios.

■ A N-1 Edições lança em 11/4 o livro *O enigma da revolta – Entre-*

vistas inéditas sobre a Revolução Iraniana, às 19h, no Tapera Taperá (av. São Luis, 187, loja 29 – República). Ele traz um balanço inédito do filósofo Michel Foucault sobre a viagem que fez ao Irã em 1978 a convite do jornal italiano Corriere Della Sera para produzir reportagens sobre a rebelião popular contra a ditadura Reza Pahlavi, o Xá do Irã no poder desde 1941. Durante o evento haverá um debate em torno do livro com **Lorena Balbino** (organizadora), **Henrique Vieira** (pastor) e **Acácio Augusto** (professor de sociologia política pela UUV-ES). Com 144 páginas, o livro estará à venda por R\$ 45.



Guilherme Azevedo

Simon Plesterjak



Ipiranga22
jornalismo + memória + livros
piranga22.com.br



■ **Jamir Kinoshita** (kinoshita.jamir@gmail.com), que está em fase final de elaboração da dissertação de mestrado na ECA-USP, participa de dois congressos científicos em São Paulo. No dia 12/4, no período da manhã, ele apresenta o estudo *O transporte medieval que*

vai parar na mesa das pessoas: o papel da comunicação no mundo do trabalho dos carregadores da Ceagesp no 13º Interprogramas Cáspes Pesquisa, promovido pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cáspes Líbero. No mesmo evento ele mostrará

outro estudo, em conjunto com **João Augusto Moliani** e **Ana Flávia Marques**, intitulado *O papel das TICs na organização do trabalho de arranjos alternativos de mídia*. Ainda no dia 12, à tarde, Jamir fará a apresentação *Liberdade de expressão e censura nos debates presidenciais de 2014 e*

2018: a posição do Partido dos Trabalhadores e da mídia hegemônica, no seminário *Campanhas eleitorais 2018 e liberdade de expressão*, promovido pelo Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura da ECA-USP.

Agenda-SP

6/4 (sábado) – ■ Réplica do troféu do *Prêmio Vladimir Herzog*, obra de **Elifas Andreato**, será inaugurada na praça Memorial Vladimir Herzog (rua Santo Antônio-Metrô Anhangabaú), das 10 às 13 horas. Com projeto aprovado após sete anos, e verba liberada pela Câmara Municipal de São Paulo por meio de emenda parlamentar encaminhada pela vereadora **Soninha Francine** (PPS), a iniciativa é do conjunto de entidades organizadores do *Prêmio*, entre as quais o Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, a Fenaj, o Instituto Vladimir Herzog, a Comissão de Justiça e Paz da Arquidiocese de São Paulo e a Oboré Projetos Especiais, entre outras.

10 a 14/4 (quarta a domingo) – ■ A Unesp promove a *II Feira do*

Livro da Unesp, com 50 % de desconto em mais de 160 editores, das 9h às 21h, no Campus da Barra Funda (av. Jornalista Aloysio Biondi, s/nº, ao lado do Metrô), com entrada franca.

12/4 (sexta-feira) – ■ As 150 Melhores Empresas para Trabalhar (MEPT) e As Melhores Empresas para Começar a Carreira (MECC), pesquisas promovidas por Você S/A, do Grupo Abril, em parceria com a Fundação Instituto de Administração (FIA), estão na reta final de inscrições. Para participar, basta entrar no site, cadastrar-se e escolher se querem estar em apenas uma ou nas duas pesquisas simultaneamente. Toda participação é gratuita e estará aberta para [cadastro](#). Mais informações com **Isabela Mendes** (11-3165-9569 e isabela.mendes@fsb.com.br)

Interior-SP

■ Está aberto até 25/4 no [site](#) do evento o credenciamento para cobertura da *Agrishow 2019 – 26ª Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação*. Após essa data o credenciamento será realizado apenas na Sala de Imprensa da feira (rodovia Antônio Duarte Nogueira, km 321 – Ribeirão Preto), a partir de 29/4, às 7h30. Após receber a aprovação do credenciamento, o profissional de imprensa receberá

a credencial em seu e-mail. Para ter acesso à feira, é necessário realizar a impressão. O porta-crachá deve ser retirado na Sala de Imprensa.

■ A Ideias & Efeito passa a fazer assessoria de imprensa para a Imagem, empresa de soluções de inteligência geográfica, de São José dos Campos. Atendimento de **Thais e Silva** (thais@ienoticia.com.br), com gerência de **Aline Elias** (aline@) e direção de **Audrei Franco** (audrei@).

Aberje Trends
Tendências que geram resultado
4ª Edição

03 e 04 de abril São Paulo

INSCREVA-SE!

Léo Dias estreia como autor: sempre as celebridades

■ **Léo Dias** (leodias.odia.ig.com.br), colunista especializado em celebridades, parte para a carreira de escritor com *Furacão Anitta*, uma biografia não autorizada. O livro foi lançado em 30/3 e lotou a livraria Leitura do Shopping Bangu,

com fila na porta: ao que parece, Léo tem quase tantos fãs quanto a cantora. A obra, publicada pela Agir e selo Jovem da Ediouro, traz detalhes da vida pessoal e da carreira de Anitta, que comentou o livro em entrevista para o jornal

O Dia: "Melhor do que eu imaginava". Léo explicou que eram tantos os fatos e bastidores sobre Anitta que não cabiam na coluna, e daí surgiu a ideia de reunir tudo em uma obra, com texto acessível e informal.



Roberto Canázio

Vaivém-RJ

Canázio vai para a Paradiso FM

■ **Roberto Canázio** não teve seu contrato renovado na rádio Globo, depois de 12 anos. Com passagens anteriores pelas rádios Tupi, Manchete e Nacional, ficou conhecido por seus comentários polêmicos. Ele está agora na

rádio SulAmérica Paradiso. Seu programa, com estreia marcada para 15/4, das 8h às 10h, terá o título de *Manhã Paradiso*. Na rádio Globo, **Vanessa Riche** o substituiu no programa *Revista Rádio Globo*.

E mais...

■ **Alberto João Safadi**, ex-Approach, agora na rádio Tupi, é o novo coordenador do site e das redes sociais da emissora. A Tupi prepara, para este mês, novo leiaute, com uma presença maior do time de comunicadores e novas seções.

Comunicação Corporativa-RJ Textual atende à Conmebol Copa América 2019

■ A Textual tem novo cliente: o Comitê Organizador Local da Conmebol – Copa América Brasil 2019. A agência responde pela comunicação, do planejamento ao atendimento, no relacionamento com a imprensa e demais stakeholders.

► A Conmebol é o torneio de seleções mais antigo do mundo. Em sua 46ª edição, retorna ao País após 30 anos e será disputada de 14/6 a 7/7, por 12 seleções, em cinco cidades. A abertura está marcada para o estádio

Morumbi e a final será realizada no Maracanã. Pela quinta vez, o Brasil é sede da competição, e a seleção brasileira foi campeã nessas edições anteriores (1919, 22, 49 e 89).

► A conta tem a gerência de **Mauro Rodrigues** (maurorodrigues@textual.com.br), coordenação de **Cauan Ahmed** (cauanahmed@) e **Elaine Gaglianone** (elainegaglianone@) na direção de atendimento. A equipe vai contar também com um profissional em cada outra cidade sede da competição: São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre e Salvador.

E mais...

■ **Andréa Drummond** (deadedicata@gmail.com) divulga a campanha *Velho Coração*, da instituição Pro Criança Cardíaca. O produtor Rico Faissol sensibilizou-se com a causa da

cardiopatia congênita e mobilizou profissionais de audiovisual para um trabalho totalmente beneficente. A [campanha](#) está no ar no Instagram e Facebook, com influenciadores; na TV Globo e Globo.com, e em alguns cinemas da rede Kinoplex.

■ A Agência A+ é a nova assessoria de imprensa do Instituto Ronald McDonald, de quatro shoppings centers do grupo AD Shopping, e do Centro Universitário IBMR. No Centro Universitário, a A+ também será responsável pelas redes sociais, assim como no Américas Shopping, integrante do Grupo AD. O atendimento é de **Erika Torres** (erika@agenciaaamais.com.br), com coordenação de **Juliana Costa** (juliana@) e **Ana Carolina Hildebrandt** (anacarolina@). Na área de comunicação interna, a agência passa a atender à indústria farmacêutica dinamarquesa

Lundbeck, com atendimento de **Laura Martins** (laura@).

Agenda-RJ

6/4 (sábado) – ■ **Eduardo Bueno** lança *Textos contraculturais, crônicas anacrônicas e outras viagens*, pela L&PM Editores. São escritos esparsos, agrupados no livro, e que pretendem despertar o ímpeto de seguir em movimento, seja o que isso quiser dizer. Às 18h, na livraria da



- CONMEBOL -
COPA AMERICA
BRASIL 2019



Eduardo Bueno

Inscrições abertas para bolsa de reportagem sobre meio ambiente

■ Estão abertas até 15/5 as inscrições para bolsas de até US\$ 5 mil para a produção de reportagens sobre biodiversidade e desafios enfrentados por comunidades ao redor do mundo. Os candidatos deverão apresentar sua

pauta em até 1.000 palavras, um currículo profissional de no máximo duas páginas, uma carta de recomendação e o orçamento da reportagem. A bolsa cobre custos de viagem, alimentação, tradução, produção multimídia,

design gráfico e outros recursos que compõem visualmente a reportagem. Gastos com compra e manutenção de equipamentos não são contemplados. Membros da Sociedade de Jornalistas Ambientais (SEJ), na sigla em

inglês) não pagam pela inscrição. Não-membros podem se associar ou pagar taxa de inscrição (US\$ 40). Interessados devem submeter suas propostas de reportagem em inglês pelo [site](#).

Mauri König protagoniza documentário sobre jornalismo investigativo

■ O ex-diretor da Abraji **Mauri König** foi escolhido como protagonista do primeiro de uma série de documentários sobre jornalismo investigativo ao redor do mundo. O longa *The Thinnest Border* (A fronteira mais tênue, em tradução livre) contará a história da investi-

gação feita por König, **Diego Ribeiro**, **Felipe Aníbal** e **Albari Rosa** sobre irregularidades no gerenciamento de recursos da Polícia Civil no Paraná, que resultou na reportagem *Polícia fora da lei*, publicada na Gazeta do Povo em 2012.

► O filme foi produzido pela

Ecocinema, plataforma de comunicação que atua em diversos países da América Latina, com o apoio da Transparência Internacional, entidade que luta contra a corrupção, e o Ministério de Relações Exteriores do Canadá. O lançamento está previsto para junho.



Mauri König

CIDH revela que eleições elevam violência contra a imprensa

■ Segundo o [relatório anual](#) da Relatoria Especial para a Liberdade de Expressão da Comissão Interamericana de Direitos Humanos (CIDH), divulgado em março, jornalistas e meios de comunicação de países que viveram processos eleitorais em 2018, entre eles México, Brasil,

Venezuela, Paraguai, Colômbia e El Salvador, enfrentaram diversas situações de violência contra os profissionais e empresas, além de censura.

► O ambiente hostil dessa conjuntura, conforme o relatório, citado em reportagem do Centro Knight, foi promovido por

líderes políticos, apoiadores de candidatos e entidades estatais, particularmente no México, onde dezenas de pessoas foram mortas durante o processo eleitoral. No entanto, a violência e a estigmatização contra a imprensa persistem em muitos países da região, especialmente devido a

contextos políticos cada vez mais polarizados, segundo o documento. De acordo com a análise da Relatoria Especial, pelo menos 31 jornalistas e trabalhadores da imprensa foram assassinados nas Américas em 2018 por motivos relacionados ao seu trabalho. [\(Veja+\)](#)



ÉTICA

Uma vitrine para as empresas éticas
Uma agenda positiva para as práticas cidadãs

Jornalistas & Cia

Ciclo 2019 empresa  cidadã

- Uma iniciativa de branded content da Jornalistas Editora
- Um espaço de fala e narrativas para as organizações
- Cinco edições históricas dirigidas aos jornalistas, influenciadores e formadores de opinião

Maio
Compliance

Julho
Melhores práticas com empregados
Melhores empresas para trabalhar

Setembro
Responsabilidade Social e
Corporativa

Novembro
Voluntariado

Mais de cem mil leitores em todo o Brasil, abrangendo redações, agências de comunicação, áreas corporativas, universidades, RH, Marketing, Publicidade

Informações e adesões: **11-3861-5280**,
com Sílvio Ribeiro (silvio@jornalistasecia.com.br e whats **19-97120-6693**)



Centro-Oeste

Comitê de Imprensa da Câmara homenageia Jorge Bastos Moreno

■ O Plenário da Câmara dos Deputados aprovou em 28/3 o Projeto de Resolução 250/17, da Mesa Diretora, que

dá o nome de *Jornalista Jorge Bastos Moreno* ao Comitê de Imprensa da Casa. **Jorge Moreno**, que morreu em junho de

2017, aos 63 anos, foi colunista de política do Globo e autor do *Blog do Moreno*, sobre os bastidores do poder em Brasília.



Jorge Moreno

Leo Martins/Agência O Globo

Entidades protestam sobre censura na EBC

■ Os sindicatos dos jornalistas e radialistas de DF, SP e RJ e a Comissão de Empregados da EBC [divulgaram nota](#) condenando prática de censura na empresa na cobertura dos 55 anos do golpe militar. Também se pronunciou o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Para a entidade, os ataques ao caráter público da EBC tiveram início em 2016, logo após o *impeachment* da presidenta Dilma, afirmando que desde então o desmonte da EBC vem se intensificando. Segundo o FNDC, a campanha [Calar Jamais!](#) coloca-se ao lado dos que defendem a liberdade de expressão, a comunicação pública e rechaça tentativas espúrias de revisionismo histórico e distorção da realidade dos fatos.

E mais...

■ *Liberdade de Imprensa em tempos de radicalismo* será o tema da edição 2019 do *Fórum Liberdade de Imprensa*, promovido pela Revista e Portal Imprensa. A 11ª edição do *Fórum*, que contará este ano com o patrocínio da Abert, será em 2/5, na sede da OAB-DF. O encontro reunirá jornalistas, especialistas e autoridades para debates sobre a justiça e os radicalismos. Entre os temas em estão: *Os desafios do medo, do ódio e da generalização, e O equilíbrio entre a liberdade, a segurança dos jornalistas e a responsabilidade*. Confira mais informações e [inscrições gratuitas](#).

■ Brasília também será sede, em 11 e 12/4, no Teatro UNIP, do *Fórum Internacional de Comu-*

nicação Política (Fincop), que vai reunir profissionais de destaque em Brasil, América Latina e Europa para discutir sobre pesquisa, estratégia e comunicação política. Terá também painéis para discussões mais diretas, aprofundadas e interativas sobre a comunicação política e seu entorno. Entre os temas a serem abordados estão eleições 2020, crise de governo, construção de imagem, opinião pública, participação feminina, engajamento dos jovens, novas tecnologias, redes sociais, movimentos de renovação política, transparência, pesquisa, estratégia, mobilização e comunicação. [Saiba mais](#).

■ O empresário paulista e eleitor de Bolsonaro Osmar Stabile assumiu nessa terça-feira (2/4)

a autoria do vídeo enaltecendo o golpe de 1964 que o Planalto divulgou via WhatsApp na semana passada, provocando celeuma em todo o País. Em nota enviada com exclusividade ao Congresso em Foco, ele afirma que o produziu por iniciativa e recursos próprios, dizendo-se um "entusiasta do contragolpe preventivo" e que é "assim que boa parte que os historiadores sem ideologias pré-concebidas enxergam 1964". O advogado Piraci Oliveira, que defende Stabile, afirma que seu cliente nunca esteve com Bolsonaro, não enviou o vídeo para representantes do governo, não há dinheiro público envolvido nem qualquer relação com o Estado.

■ A Câmara Federal lançou nes-

sa terça-feira (2/4) a ferramenta [Parla](#), para facilitar as pesquisas sobre os assuntos mais discutidos no Plenário da Casa. A plataforma beneficiará o público interno (secretários parlamentares e técnicos de liderança), mas principalmente cidadãos, jornalistas e acadêmicos que pesquisam determinados temas. Os discursos, de 2015 até agora, podem ser obtidos por mês, ano ou legislatura. Também é possível utilizar filtros e separá-los por estados, partidos, gênero e fases da sessão plenária. O usuário pode optar por um entre dois métodos de análise de discursos: o *decision tree*, que identifica qual foi o tema mais debatido dentro de um conjunto pré-estabelecido de 31 temas; e o saco de palavras, que mede a

frequência de expressões com duas ou três palavras no discurso do parlamentar.

Comunicação Corporativa-DF

■ Como anunciado na semana passada, o Palácio do Planalto deverá reestruturar a Secretaria de Comunicação e exonerar o secretário Floriano Amorim. O trabalho da Secom vem recebendo críticas por parte de ministros, aliados e militares integrantes do governo. Estão cotados para assumir a área o empresário e advogado Fábio Wajngarten e o atual porta-voz, general Rêgo Barros.

► Em outubro, Wajngarten, que já havia sido cotado para assumir a Secom, disse à *Coluna do Estadão* defender a criação de

empresa pública para a realização de pesquisas de opinião que ajudem o presidente a "tomar decisões e não ser pego de surpresa". A Brasil Barômetro faria levantamentos de temas ligados a comportamento, segurança, saúde e cidadania.

► O secretário de Imprensa Alexandre Lara já havia anunciado sua saída do cargo para trabalhar na EBC. Procurada por este J&Cia, a Secom não confirmou as mudanças.

Agenda-DF

3/4 (quarta-feira) – ■ **Marcus Fabrício** lança, às 19h, no Beirute (109 Sul), *O feeling e o bíceps* (Semim Edições), seu sexto livro de poesias. Combinando espiritualidade, ironia e sátira, a obra

versa sobre a condição humana localizada entre o argumento da força e a força do argumento. Com linguagem literária e comunicativa, o autor discute noções simples e complexas sobre "a insustentável leveza do ser", que busca no humor o florescimento da razão com sensibilidade existencial e disposição artística. Baiano, o poeta afro-brasileiro é graduado em Jornalismo pelo UniCEU e doutor e mestre em Letras pela UnB. É professor nas Faculdades JK e Metropolitana, nas cidades satélites do Gama e Recanto das Emas. E autor de *Dezlokando* (2010), *Doelo* (2014), *Chapa Quente* (2015), *Aberto pra gente brincar de balanço* (2017) e *Zumbi dos Ipês* (2018).

SAMSUNG**dasa** Conexões inteligentes para a saúde**GERDAU****Sul**

Lilian Abelin despede-se da RDC TV

■ **Lilian Abelin** despediu-se da RDC TV em 28/3, por decisão própria. Ela explicou ao Coletiva.net que recebeu outras propostas de trabalho e que está analisando o melhor

caminho a seguir. "Não há nada oficial. Algumas são para televisão e uma não, então, ainda estou estudando os próximos passos".

► Em conversa com a equipe do portal, o presidente da emis-

sora, **Márcio Irion**, informou que, até segunda ordem, o *Jornal da RDC*, do qual Lilian era âncora, será apresentado por **Manuella Veiga**, que substituirá a colega em sua ausência.



Lilian Abelin

Sara Bodowsky comanda nova atração na 102.3

■ **Sara Bodowsky** começou em 1º/4 a comandar uma nova atração na rádio 102.3, o *Happy 102.3*, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 19h às 21 horas. De acordo com a empresa,

a ideia é que o programa seja uma *happy hour*, para fechar o dia do ouvinte com leveza e tranquilidade. Sara deixou o *Soft News*, que agora é apresentado apenas por **Márcio Paz**, das 7h

às 9h, de segunda a sexta-feira. Além do *Happy 102.3*, ela também comanda o *Roteiro da Sara*, que vai ao ar das 13h às 14h, de segunda a sexta-feira.



Sara Bodowsky

Rafael Serra deixa a Guaíba

■ Após dois anos, **Rafael Serra** decidiu investir em empresa própria e despediu-se em 28/3 da rádio Guaíba. Ele passa a cuidar novos projetos, incluindo a Play

Fotos e Vídeos, cuja ideia surgiu há cerca de cinco anos, mas estava em segundo plano.

► Esta foi a segunda passagem de Serra pela Guaíba. Formado

em 2009 pela Unisinos, começou a carreira na Rádio Bandeirantes de Porto Alegre. Ficou sete anos na Gaúcha, onde exerceu as funções de produtor, repórter

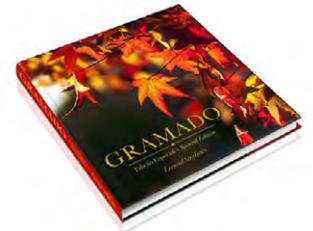
e apresentador e, nos três anos seguintes, trabalhou na Rádio Grenal, onde foi repórter, apresentador e comentarista.

Leonid Streliaev lança Gramado – Edição Especial

■ **Leonid Streliaev** lança nesta sexta-feira (5/4), no Gram Fiestas Eventos Especiais (rua Prefeito Waldemar Frederico Webe, 1.815, em Gramado), o livro *Gramado*

– *Edição Especial*, que fecha a trilogia em comemoração aos seus 50 anos de fotografia. Este 19º livro de Leonid contém centenas de fotos e textos de personalidades

empresariais, representantes de entidades e formadores de opinião que frequentam a cidade serrana. Com 192 páginas, está disponível nas livrarias e no [site](#) do autor.



(*) Com o portal [Coletiva.Net](#)

■ A Central Press é nova agência de atendimento à imprensa nacional do Grupo A.Yoshii, com foco nas obras residen-

ciais e corporativas da A.Yoshii Engenharia. O atendimento é de **Claudio Stringari** (claudio@centralpress.com.br), **Luciana**

Pompeu (luciana@) e **Jessica Pscheidt** (jessica@), que contam com o apoio das correspondentes **Beatriz Scariot** (beatriz@),

em Campinas, e **Karla Matida** (karla@), na região norte do Paraná.

Mais Premiados

Prêmio Jornalista de Impacto divulga vencedores

■ O *Prêmio Jornalista de Impacto* revelou em 26/3 os vencedores de sua primeira edição, no Teatro Cásper Líbero, em São Paulo. Lançado em novembro de 2018, o prêmio reconheceu produções de jornalistas que disseminam o tema de investimentos e negócios de impacto no Brasil. O evento também contou com o lançamento de uma publicação online com todos os finalistas e vencedores, disponível para download no [site](#). Na mesma ocasião, foi lançada a Rede Jornalistas de Impacto, que conta com um grupo no [Facebook](#).

► Confira os vencedores: **Categoria Audiovisual**: **Jussi Maria**, da TV

Globo, com a reportagem *Empresas e Sustentabilidade*; **Iniciativas em contextos periféricos e iniciativas comunitárias de jornalismo**: **Giacomo Vincenzo Fanasca**, do UOL TAB, com *CEOS da quebrada*; **Iniciativas inovadoras de jornalismo no campo de investimento e negócios de impacto**: **Eliane Trindade**, da Folha de S.Paulo, com a iniciativa Empreendedor Social (editoria); e **Texto**: **Marcelo Moura de Souza**, da Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios, com *30 negócios que fazem bem ao Brasil*.



Norte

■ Durante apuração de um caso de homicídio dentro de uma casa de shows em Manaus, na manhã de 1º/4, a equipe de reportagem da Rede Amazônica, afiliada da Globo, foi agredida por seguranças e supostos parentes da vítima, que investiram contra o repórter **Leandro Guedes** e o repórter cinematográfico **Michel Castro**, caso registrado no 19º Distrito Integrado de Polícia (DIP).

► O segurança da casa no local tentou impedir o trabalho da equipe com empurrões e agressões físicas, ao que se somaram possíveis parentes da vítima. Michel chegou a cair no chão e a polícia presente deteve o agressor.

► Em nota, a diretoria do Sindicato dos Jornalistas do Amazonas e a Fenaj manifestaram repúdio pelo impedimento do exercício profissional dos jornalistas.

(Com a colaboração de **Chris Reis**, da coluna Bastidores – chrisreis05@gmail.com)

■ Igor Fonseca realizou a primeira reunião com a equipe da Redação do Portal Roma News em 29/3, embora tenha efetivamente assumido a coordenação do Jornalismo na segunda-feira (1º/4).

► Com 14 anos de carreira, ele esteve à frente da Secretaria de Comunicação do Município de Belém, atuou como repórter e apresentador de TV e ultimamente vinha tocando sua produtora Alive Studios, especializada em conteúdo audiovisual para plataformas alternativas de comunicação eletrônica.

(Com a colaboração de **Dedé Mesquita** – dedemesquita@gmail.com –, do *Jornalistas Paraenses em Ação*)

■ **Adriana Pereira**, da assessoria de comunicação da Secretaria Municipal de Educação (Semec/Belém), informa que o órgão passa a contar com três novas jornalistas admitidas no Processo Seletivo Simplificado da Prefeitura de Belém: **Amanda Cardoso** (91-981-092-806), **Carla Fisher** (91-981-243-758) e **Tabita Oliveira** (91-980-506-266). O e-mail da Semec é [se mecimprensa@gmail.com](mailto:mecimprensa@gmail.com).

■ **Jorge Panzera**, presidente da Imprensa Oficial do Estado do Pará, representa a Região Norte na nova composição da diretoria da Associação Brasileira das Imprensas Oficiais (Abio), eleita em 28/4 em Salvador para o biênio 2019/2020, durante a 28ª Reunião das Imprensas Oficiais. Reeleito, **Luiz Gonzaga Fraga de Andrade**, diretor-geral da Empresa Gráfica da Bahia, cumprirá o terceiro mandato consecutivo.

► Panzera assumiu a Imprensa Oficial do Pará em fevereiro

Amazônia em imagens



Rio Moju – Foto **Maycon Nunes** (Instagram: @nunesphoto), Moju (PA), 2019

passado. Uma das primeiras decisões da nova gestão foi suspender a versão impressa do Diário Oficial, veiculando somente a versão digital no site da IOE. Segundo ele, a mudança seguiu uma tendência de modernização e redução de custos dos Diários Oficiais no Brasil. A estimativa é que o Pará tenha uma economia de cerca de R\$ 2 milhões anuais, que serão investidos na criação da editora pública. Por ano, a IOE gastava em média 30 toneladas de papel

para imprimir o DOE e o Diário da Assembleia Legislativa.

► Com a proximidade do *Dia do Jornalista* (7 de abril), o blog Coceira, música, mercado e rolê, está lançando o *Especial Jornalismo Musical*, uma série de entrevistas e reportagens em alusão a data, em que busca debater diferentes posicionamentos e visões sobre o jornalismo cultural e musical produzidos hoje em dia em Belém e, em maior escala, no Brasil, como forma de tentar listar possíveis direções sustentáveis para essa prática.

Amazonas

Pará



Igor Fonseca

Mais informações sobre J&Cia Norte com Oswaldo Braglia (oswaldo@jornalistasecia.com.br e 91-987-010-288) e Faber Teixeira (faber@jornalistasecia.com.br e 91-985-338-900).

De José Paulo Lanyi

Crítica de Jornalismo - Volume I

Apenas: R\$ 4,99





Nordeste

Ceará (*)

■ Morreu o radialista **Jurlen Mitoso**. Ex-rádios Cidade e Ceará, teve um infarto fulminante, no último final de semana, aos 45 anos de idade.
■ A Rádio Iracema de Fortaleza anuncia nova programação a

partir deste mês de abril. Deixou o conteúdo da Igreja Quadrangular e passa a veicular uma grade musical-jornalística na frequência 1.300 AM.

■ **Luciano Cléver**, ex-Caixa Econômica e Diário do Nordeste, estreou, às sextas feiras, às 19h, no Café

Patriota, em Fortaleza, o programa de entrevistas *Café com Cléver*.

■ **Wellington Nunes** começou programa de entrevistas na Rádio Cidade AM 860.

■ O programa *Universidade em Ação*, dos estudantes de Jornalismo do Centro Universitário Está-

cio do Ceará, desta quarta-feira (3/4), na Rádio Fortaleza FM 90.7, às 16h, tem na pauta produção cinematográfica cearense, Rede Cuca, Copa do Brasil de Futebol, Novo Basquete Brasil e Francis Hime, numa parceria com a Rádio Senado.

(*) Colaboração de Lauriberto Braga (lauribertobraga@gmail.com e 85-991-393-235), com Rendah Mkt&Com (contato@rendah.com.br e 85-3231-4239).

Llorente & Cuenca anuncia novo posicionamento global

■ Aos 24 anos e iniciando contagem regressiva para o jubileu de prata, a Llorente & Cuenca tem na América Latina seu principal mercado depois da Espanha, onde fica a sede. E, na América Latina, Brasil e México dividem a liderança do continente, com desempenhos muito similares.

► Numa de suas frequentes vindas ao Brasil, seu fundador e presidente **José Antonio Llorente** recebeu em 28/3 os editores

de J&Cia **Wilson Baroncelli** e **Eduardo Ribeiro**, no escritório da agência, para falar do desempenho, do novo posicionamento de mercado do grupo e das perspectivas para 2019. Segundo ele, a empresa evolui para antecipar-se aos desafios do atual contexto volátil, incerto, complexo e ambíguo no qual vivemos, e sua nova marca – LLYC – e a proposta de valor estão alinhadas à visão de que o cenário exige soluções

cada vez mais eficazes, criativas e sofisticadas (veja nota ao final da entrevista).

► A LLYC iniciou sua trajetória no Brasil há dez anos com um escritório no Rio de Janeiro, sob direção de **Thomas Traumann**, que viria a ser secretário de Comunicação e porta-voz do Governo Dilma Rousseff, e consolidou-se com a abertura de escritório em São Paulo, onde em novembro de 2015 adquiriu

o controle da S/A Comunicação, de **Marco Antonio Sabino**, hoje dirigindo a Comunicação da Prefeitura de São Paulo, na equipe de Bruno Covas.

► Com faturamento de R\$ 18 milhões, ocupava em dezembro de 2017 o 18º lugar no Ranking das Agências de Comunicação do Anuário da Comunicação Corporativa. Posição que deve melhorar em 2018, pois seu faturamento cresceu 30% em relação a 2017.

► Confira a íntegra da entrevista **Jornalistas&Cia** – Sabemos que vocês têm novidades para apresentar esta semana. Mas antes gostaríamos que nos falasse do desempenho da Llorente y Cuenca, no ano passado e para este ano.

José Antonio Llorente – Fomos muito bem no Brasil. A equipe de liderança aqui fez um trabalho muito bom. É bem verdade que não temos contas do setor público, que foram bastante prejudicadas e cujas perspectivas não são boas. Mas nossa meta é fechar este ano no mesmo patamar de crescimento de 2018.

J&Cia – O crescimento foi bastante expressivo (30%). Você diria que foi o maior da história da agência aqui?

Llorente – Não diria o maior. É provável que no começo os crescimentos tenham sido maiores. Mas foi o maior dos últimos três anos, isso com certeza.

J&Cia – E a ideia é repetir, mesmo com o cenário meio incerto?

Llorente – Sim. Porque, mesmo incerto, o cenário já é melhor para os negócios. A expectativa empresarial é melhor. O discurso do governo é coincidente com o desenvolvimento dos negócios. Não vou falar de política, mas tem

que acontecer e a expectativa é boa. Os empresários internacionais olham o Brasil como um mercado de oportunidades que está no caminho certo, com privatizações, cultura empresarial, reformas em curso. Se acontecerem, vai melhorar. Se não...

J&Cia – O que vocês estão projetando para este ano em termos de investimentos?

Llorente – Penso que nossa indústria está num momento muito bom, mas delicado, porque o desafio é grande. Nossa profissão precisa de uma renovação profunda, entender como a sociedade atual caminha e qual é o patamar de desenvolvimento e consolidação da opinião pública. Os mecanismos são hoje diferentes do que eram.

J&Cia – Para onde você acha que apontam as transformações?

Llorente – Para uma imbricação muito grande da tecnologia. Nossos maiores investimentos globais são nessa área, englobando treinamento e formação de pessoal, investigação de novos desenvolvimentos, novas ferramentas que serão utilizadas na solução de problemas de comunicação...

J&Cia – Em suma, tecnologia.

Llorente – Sim. Nossa equipe de base tecnológica deve crescer muito. Em termos globais, nossa área de maior crescimento em pessoal será a de TI. Teremos mais engenheiros do que nunca. Porque consideramos que quaisquer que venham a ser as soluções de comunicação daqui para a frente, elas terão uma base tecnológica. Por isso já estamos incorporando várias dessas ferramentas.

J&Cia – Você tem ideia de qual é atualmente a dimensão dessa área na empresa?

Llorente – Vamos dizer assim: em termos de oferta, a tecnologia está em todos os nossos componentes. Em termos de talentos, diria uns 20%, mas chegará a 50% em três anos. Vai mais do que dobrar. Mas a questão não é visualizar isso; o problema é fazer.

J&Cia – Ao fazer essa projeção você está olhando ao redor, para a concorrência?

Llorente – Sim, claro, acompanhado de perto o nosso setor. Holmes Report, PR Week publicam rankings todos os anos. Por ali dá para saber as empresas que têm crescimento, projetos. Mas é uma



José Antonio Llorente

Especial



mudança que precisamos fazer ao mesmo tempo em que mantemos o negócio tradicional. Como se diz na indústria aeronáutica: é preciso trocar os aviões, mas eles têm que continuar voando. Com o detalhe de que as agências maiores têm mais dificuldades para evoluir; as mais flexíveis, com maior capacidade de renovação, têm mais facilidades.

J&Cia – *A Llorente y Cuenca está em qual posição no ranking mundial?*

Llorente – Entre as 50 primeiras.

J&Cia – *E como estão as projeções para a América Latina?*

Llorente – Também muito boas. Projetamos um crescimento constante e significativo. Mas não dá para ignorar que o nosso negócio é muito afetado pelo câmbio. Por exemplo: as companhias que trabalham no Brasil sofreram no último ano na conversão de seus resultados em dólares ou euros, porque o câmbio foi afetado. Mas, no geral,

creio que a América Latina tem um ótimo potencial e terá um grande desempenho.

J&Cia – *Depois do Brasil, em qual país vocês são mais fortes?*

Llorente – No México. Mas similar ao Brasil, que é nosso segundo mercado, depois da Espanha. México é o terceiro, mas muito parecido com o Brasil.

J&Cia – *E Portugal?*

Llorente – Portugal é um mercado muito bom, mas é um país com apenas 11 milhões de habitantes.

J&Cia – *Como vocês trabalham o intercâmbio das equipes? Há um fluxo de brasileiros indo para fora, de estrangeiros vindo para cá?*

Llorente – Valorizamos muito a diversidade. Por causa de nossa expansão geográfica, muitos de nossos clientes pedem projetos que são desenvolvidos em diferentes países, diferentes culturas. Nossa organização é muito aberta, flexível e sensível quanto à questão da diversidade.

mos que isso tem a ver com que é a sociedade hoje. Antes, as empresas falavam e os demais escutavam, era uma ação unidirecional. Agora o mundo conversa. É mais um tempo de “nós” do que de “eu”. Hoje o nosso site é mais focado na Llorente y Cuenca: quem somos, o que fazemos, o que sabemos, onde estamos. O site e o novo *approach* para o mercado são mais sobre o que está acontecendo, o que você está sentindo no desenvolvimento do seu negócio, qual é o seu problema, quais são as soluções de que precisa, que experiência temos para contribuir. Programamos diversas ações para divulgar isso simultaneamente para toda a empresa.

J&Cia – *Há quanto tempo essa mudança vem sendo desenhada?*

Llorente – Há um ano. O último *rebranding* que fizemos foi há três ou quatro anos. Acho que foram quatro *rebrandings* na história da companhia, que completará 25 anos em 2020.

J&Cia – *Vai marcar o início das comemorações?*

Llorente – Não, ainda não temos um plano para isso. Não tem ligação. É uma reflexão sobre o mercado, qual o posicionamento do nosso negócio, mais focado em consultoria. Costumamos dizer que vivemos num mundo líquido. As fronteiras entre o que nós e outros fazemos não são muito definidas. Advogados incursionam na nossa área, nós incursionamos na área de publicidade, agora há essa interface tecnológica... é tudo muito transversal. Os clientes hoje têm a expectativa de que as empresas de consultoria olhem os problemas deles de forma global, não tanto em termos de estrutura, que busquem soluções de impacto nos negócios, sem a preocupação de que sejam para problemas de comunicação, estratégicos, de organização...

J&Cia – *A propósito, como você vê a chegada de grandes consultorias financeiras, de auditoria, ao nosso mercado, até adquirindo empresas? Seria uma resposta a esse posicionamento?*

Llorente – Acho positiva. Está

de. Temos várias técnicas para fazer isso, várias políticas. Uma é integrar equipes multipaíses para desenvolver projetos. Elas estão muito acostumadas a trabalhar em conjunto com Argentina, Brasil, Colômbia, Espanha e Portugal. Para outros projetos, a integração é de México, Colômbia e Brasil. Isso é parte da rotina. Temos esse intercâmbio em praticamente todos os escritórios. Mas devo ressaltar que essa diversidade já é uma realidade, independentemente de intercâmbio. Temos aqui no Brasil, por exemplo, espanhóis, argentinos, chilenos, colombianos, venezuelanos. Alguns vieram da Llorente y Cuenca, outros já viviam aqui. Muitas pessoas imigram e tiramos proveito disso porque estamos interessados nessa multiculturalidade para desenvolver os nossos trabalhos. Pode ser que uma empresa exclusivamente brasileira não queira um colombiano que mora aqui há sete anos, mas para nós

é interessante. Um profissional que conhece os costumes colombianos e brasileiros.

Bete Lima – Fernando García, que é nosso diretor de Consumer Engagement, é espanhol, viveu dez anos no Peru e está conosco aqui há um ano e meio. Então, tem muita experiência em três mercados.

Llorente – Diego Olavarria, que é nosso diretor de Digital, é chileno mas mora em São Paulo há quase 20 anos. E há outros exemplos. O componente multicultural, multirregional é muito valioso para nós.

J&Cia – *Agora que temos um amplo panorama da empresa, podemos falar das novidades?*

Llorente – O que vamos fazer é um trabalho de *rebranding* da companhia, mas que tem embasamento no novo discurso do que fazemos, para que estamos aqui. É um discurso mais focado nos clientes e menos em nós, nos desafios dos clientes, na *expertise* que desenvolvemos. Considera-

dentro da mesma lógica transversal de enfrentamento da realidade. É normal que tenham a comunicação como parte da sua oferta de serviços. Pois o que fazemos é muito relevante. Para qualquer projeto ter sucesso ele precisa ser bem gerido em termos de comunicação. Comunicação no sentido amplo do termo. Então, são bem-vindas. Se fizerem um bom trabalho, ótimo. Mas o nosso diferencial é que temos *expertise* nisso, só sabemos de comunicação, estamos 24 horas por dia desenvolvendo projetos nessa área.

J&Cia – *A partir desse olhar, como você enxerga o futuro dessa nossa indústria? Teremos empresas totalmente diferentes? Precisa de uma bola cristal? (risos)*

Llorente – Não, não preciso. Sim, serão totalmente diferentes. Mas temos que estar preparados para isso. Porque as mudanças são muito rápidas. Vemos isso em outros setores. Hoje se pode escrever uma novela com inteligência artificial. Ela poderá, por exemplo, desafogar o trabalho de

um juiz de primeira instância, que tem milhares de processos mais simples. Carrega o problema no computador, em dez minutos ele dá a sentença. Hoje, se você aluga um apartamento e não paga, o processo leva dois anos para resolver. Com a inteligência artificial, a solução sai no mesmo dia. Com o nosso trabalho será a mesma coisa. As máquinas vão localizar quem está falando o quê, a informação de que você precisa, qual é a opinião geral...

J&Cia – *Você falou sobre os investimentos futuros na área de TI, mas a agência já tem um núcleo forte nessa área, decisivo para fazer esse acompanhamento, não é?*

Llorente – Sim, claro. A ocupação de um dos nossos principais sócios é a inovação. Temos uma área de inovação na empresa, uma de tecnologia. Não vejo outro caminho. As empresas serão completamente diferentes. Porque para os clientes não importa se somos advogados, publicitários, comunicadores. O que eles querem são resultados.



Anteipe-se, a chave da nova comunicação da LLYC

■ A Llorente y Cuenca apresentou nessa terça-feira (2/4) sua nova proposta: *Anteipe-se. Embrace Disruption*. Com ela, resume a forma pela qual considera que as organizações devam encarar a incerteza do cenário atual, com o objetivo de aproveitar as oportunidades e minimizar os riscos implicados pela disrupção na maneira como nos relacionamos em um mundo de mudança permanente.

► Para acompanhar essa evolução, a agência adota uma marca mais curta e mais forte, LLYC, que também traz uma nova identidade visual; e implementa um novo foco em suas credenciais (por exemplo, *em seu novo site*) sobre o que faz hoje para centenas de empresas nas 16 unidades de negócio dos 13 países em que opera.

► Nas palavras do presidente José Antonio Llorente, "desde 1995, quando nasceu a agência, nunca deixamos de evoluir e de planejar como nos tornar a consultoria de comunicação e assuntos públicos de que nossos clientes precisam. Neste momento, no qual nossos clientes, o mercado

e nosso setor atravessam mudanças profundas, foi preciso refletir e questionar se estávamos nas melhores condições para seguir como uma marca insubstituível. O resultado dessa reflexão é uma proposta de valor muito mais afinada ao contexto disruptivo, que se anteipe para oferecer as melhores soluções aos desafios de nossos clientes. Anteipe-se é a resposta".

► Segundo ele, vivemos em um mundo volátil, incerto, complexo e ambíguo, no qual estar um passo à frente é essencial: "A profunda transformação oferece enormes oportunidades. Ao mesmo tempo, implica riscos inéditos

que ameaçam os negócios que não evoluem e não reaprendem com suficiente flexibilidade e sentido de urgência. As empresas líderes, seus executivos e administradores estão conscientes de que a natureza dessa mudança é essencialmente comunicacional. As receitas que serviam há apenas uma década já não funcionam para estabelecer relações. As líderes procuram novas fórmulas porque sabem que dependem dessa habilidade, de encontrá-las e colocá-las em prática, para alcançar as metas de negócio, crescer, proteger sua reputação e conseguir licença social para operar. As que atingem esse

objetivo crescem de forma exponencial, defendem melhor sua licença para operar e melhoram seu prestígio".

► A nova oferta comercial inclui a integração completa de duas empresas incorporadas recentemente, Impossible Tellers e Arenalia. "Impossible Tellers se integra na LLYC através de uma nova área de especialidade que lhe permitirá crescer e executá-la de maneira mais orgânica, à qual chamamos Estúdio Criativo, seguindo nossa aposta pela criatividade e serviço *end to end*", diz Llorente. "A experiência destes quatro anos foi tão positiva que a equipe integra-se na cadeia de valor da LLYC como uma nova linha de negócio que oferece soluções de *visual experience* através de projeto gráfico, produção e consultoria audiovisual. Já a Arenalia, com equipe dirigida por Oscar Iniesta, fornece sua experiência em Product PR, seu talento e criatividade a um novo setor, Lifestyle, que reforçará nossa oferta de Consumer Engagement e a competitividade de nosso escritório em Barcelona".



Ôrra, paulixta!

Por Daniel Pereira (daniel07pereira@yahoo.com.br), especial para J&Cia

Foi no Rio de Janeiro, anos 80, bossa nova deslizando pelo barquinho no macio azul do mar de Ipanema. Aboletado à frente daquele espetáculo da natureza, Aristeu, bêbado como uma porca, dormia o sono dos justos. A mulher, vinda da água,

serelepe em suas curvas, parou na barraca do coco, pediu dois e se esparramou ao lado do marido sob os olhares maledicentes do vendedor. Já estava escuro quando foram acordados pelo salvavidas. Só então caíram na real: estavam pelados na praia, sem

lenço nem documento. Até as alianças foram levadas. Pesadelo! Haviam caído no conto do coco mágico, golpe idêntico ao "boa noite cinderela", que o marginal travestido de camelô copiou dos paulistas.



(*) Batizado há 45 anos no Grupo Estado, Daniel Pereira passou por Rádio Bandeirantes, TV Record, coordenou a Comunicação do Governo de SP na ECO-92 e está assessor de imprensa no Memorial da América Latina. Publicou em 2016 *O esquife do caudilho* e acaba de concluir *O último réu*.

"Eu pretendo morrer aqui, queiram ou não queiram. A minha sucessão tem que ser do lado editorial, disso eu preciso cuidar, mas do lado de negócios a empresa está melhor cuidada pelo meu filho Giancarlo do que jamais foi por mim".

(Roberto Civita, julho de 2007)



A série de entrevistas de Jornalistas&Cia agora virou livro:
PROTAGONISTAS DA IMPRENSA BRASILEIRA





Delação é o sexto romance de Márcio ABC

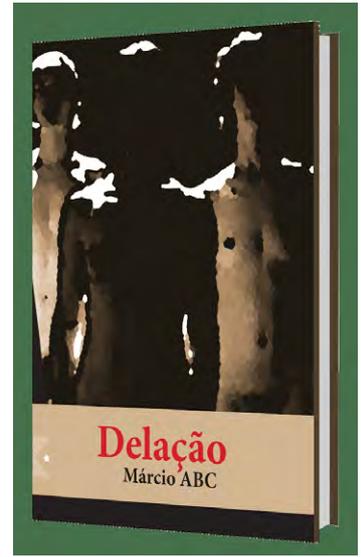
■ **Márcio ABC**, ex-diretor de Redação da extinta Rede Bom Dia de jornais, do interior paulista, lança na próxima semana *Delação*, seu sexto romance, em que expõe uma das feridas humanas que mais latejam sem que possa ser efetivamente curada, pois está aberta em um núcleo muitas vezes impenetrável: a própria família. ► Segundo ele, a narrativa é inspirada numa história real que ele ouviu em momento de intimidade com uma de suas protagonistas verdadeiras: "Uma história que eu decidi, por muito tempo, apagar da minha mente", escreve no apêndice do livro. "De fato, os acontecimentos que me

foram narrados em cima da cama permaneceram adormecidos, mas, como se sabe, tudo o que é falado vale para sempre. Não tem volta, não se pode simplesmente apagar". Três décadas depois, ele resolveu revisitar essa história dolorosa, situada em meio aos reflexos da escandalosa política nacional.

► A sinopse da obra dá a dica: "O drama aqui escrito pode estar ao lado de qualquer um de nós". A narração é conduzida por um jovem cineasta, que refaz os passos da época em que foi asfiziado pelo obscuro cotidiano familiar, quando o abuso que vitimava os três irmãos vinha de onde não se

podia imaginar. Já adulto, o narrador busca exorcizar os fantasmas que assombraram a infância dele e dos irmãos e continuam a atormentá-los. Toda a trama é perpassada pela tensão resultante de uma delação premiada, como tantas levadas a cabo durante investigações relacionadas a políticos e empresários brasileiros.

► Márcio estreou na literatura em 2002, com *Parabala*. Na sequência, publicou *Desrumo* (2010), *Pater* (2012), *Na pele dos meninos* (2014) e *Estado bruto* (2018). *Delação* tem lançamento marcado para 11/4, às 19h, na sede da Editora Kuzuá, em São Paulo (rua Ana Cintra, 26, Campos Elíseos).



#Colabora publica série de reportagens

■ Uma associação entre os projetos #Colabora, Amazônia Real e Ponte Jornalismo originou a série de reportagens que o Colabora começou a publicar na última semana: um retrato dos brasileiros sem direito, ou aqueles que não têm acesso aos direitos asse-

gurados pela Constituição. Eles representam 65% da população brasileira e não têm pelo menos algum dos direitos: educação, proteção social, moradia adequada, serviços de saneamento básico e internet.

► Os dados foram extraídos das

[Pesquisas Síntese dos Indicadores Sociais do IBGE](#). A série de reportagens mostra ainda que a situação de mulheres pretas ou pardas, sozinhas, e com filhos pequenos, é muito mais preocupante: atinge 81,3% delas. Entre os idosos, a gravidade da exclu-

são é praticamente a mesma: 80% deles estão à margem de tais direitos.

► Para fazer a série, o #Colabora inspirou-se no modelo da ProPública, dos Estados Unidos, que tem firmado *pools* com a mídia para grandes reportagens.

CEBDS disponibiliza conteúdo sobre Sustentabilidade na Agência Estado

■ O Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) e a Agência Estado fecharam uma parceria para oferecer a veículos de mídia de todo o Brasil conteúdo sobre desenvolvimento sustentável ambiental e social. Chamado de Agência CEBDS, o canal publica diariamente artigos técnicos, *releases*, atualizações de projetos, lançamentos de publicações, entrevistas e matérias especiais sobre os temas de maior destaque relacionados à Sustentabilidade. ► O CEBDS é uma associação sem fins lucrativos que reúne

cerca de 60 dos maiores grupos empresariais do País, com faturamento equivalente a 40% do PIB. Atua por meio de cinco Câmaras Temáticas (fóruns), que trabalham na construção e desenvolvimento de projetos e estudos relacionados aos temas: Água, Biodiversidade, Clima, Impacto Social e Finanças Verdes. Os responsáveis de cada câmara escreverão artigos sobre pautas relacionadas aos tópicos.

► Mais informações com **Renata Mello** (21-3461-4616 / 996-060-737 e renata.mello@approach.com.br).

E mais...

■ Duas semanas depois de ter sido destituída pelo irmão **Luis Frias** do cargo de diretora de Redação da Folha de S.Paulo, **Maria Cristina Frias** foi à Justiça para que ele abra os livros de registro de ações das empresas do grupo. Na interpelação, ela afirma que o jornal está sendo prejudicado por Luis e descreve um histórico de conflito societário desde 2004. ([Veja+](#))

■ O *Jornal da Record* ganhou uma versão em *podcast*, ambos disponíveis no pacote gratuito do PlayPlus, a plataforma de *streaming* e VoD do Grupo Record.

A partir de agora é possível não só assistir o jornalístico comandado por **Celso Freitas** e **Adriana Araújo**, como também ouvir as notícias diárias.

■ A Votorantim Cimentos divulgou esta semana o seu [Relatório Integrado 2018](#), com os resultados operacionais globais. Entre os destaques, o avanço no uso de combustíveis alternativos, a diversificação geográfica e a implantação de um programa de Diversidade.

No Dia do Jornalista, J&Cia chega à edição 1.200

Vem aí, na próxima semana, a edição 1.200 de Jornalistas&Cia, que celebrará conjuntamente o Dia do Jornalista (7 de abril).

Participe!

Informações com Silvio Ribeiro, pelo e-mail silvio@jornalistasecia.com.br ou tel. 11-3861-5280.



MEMÓRIAS DA REDAÇÃO

■ **Eduardo Brito** (edubrito@senado.leg.br), "ainda editor executivo do que resta do Jornal de Brasília", informa-nos sobre a morte de **Carol Torres**, em 27/3, e manda um texto em homenagem a ela. Segundo Brito, conhecer a idade de Carol seria um trunfo valorizadíssimo no mercado jornalístico do DF: "Até a família evitou colocar data de nascimento ou idade no comunicado de enterro. O Correio colocou 66 anos. Mas claro que não era a idade correta.

Qualquer pessoa que conhecesse a Carol sabe que não seria isso... Ela não tinha marido, nem filhos. Deixa a mãe, dona Graciete, a no-nagenária mais lúcida e vaidosa da face da terra. Está com 97 anos. Deixa também quatro irmãs e um irmão, além de muitos sobrinhos. Estava sozinha em casa – morava em um apartamento próximo ao da mãe, em João Pessoa, que mora com uma irmã. Foi muito afetada, psicologicamente, pela esclerose múltipla, mas sempre se recusou a morar com alguém. Aparentemente a morte ocorreu por enfarte, na madrugada. Foi encontrada pela família, já falecida havia algum tempo".

► Formada em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba, Carol passou por diversos veículos de comunicação em Brasília. No início da década de 1990, trabalhava no Correio Braziliense. Um tempo depois, migrou para o Jornal de Brasília – onde se aposentou há 12 anos e voltou para a Paraíba. Também passou por A União, em João Pessoa, Jornal da Comunidade e foi assessora de imprensa da deputada Federal Maria Laura (PT).



Carol Torres



Eduardo Brito

Carol Torres (???? – 27/3/2019)

Houve uma época em que os três segredos mais bem guardados de Brasília eram o verdadeiro volume das reservas em ouro do Banco Central, o destino da caixinha amealhada por Paulo César Farias e a idade da jornalista Carol Torres. Passou-se o tempo e os mistérios permanecem até hoje.

A própria Carol se surpreenderia com isso. Costumava lamentar: "A gente passa a vida toda escondendo a idade e basta morrer que um filho da puta descobre e põe no jornal para todo mundo ver". Carol, que morreu na quarta-feira, 28 de março, ainda não teve sua idade revelada, ao menos a verdadeira, nem mesmo nos sites da Paraíba, onde morou nos últimos 12 anos.

Carol Torres chegou da Paraíba nos anos 1980 e foi diretamente para o Correio Braziliense, onde passou mais de uma década. Foi copidesque – sim, naqueles estranhos tempos ainda existia essa figura – e depois subeditora, editora e chefe de Reportagem, tanto no Correio quanto no vizinho Jornal de Brasília. Também passou, eventualmente, por assessorias de imprensa. Reportagem, nem pensar. Era algo fora do seu perfil.

Aliás, fora mesmo. Carol foi a primeira pessoa do Distrito Federal a se submeter a uma inovação médica da

época, a cirurgia bariátrica. A técnica ainda era meio primitiva e Carol comeu o pão que o diabo amassou. Duas ou três vezes passou mal em plena Redação. Mas perdeu aí uns 25 quilos. Foi o suficiente para passar o resto de sua existência sabotando cuidadosamente, com êxito, os efeitos da cirurgia.

Apesar da sequência de problemas de saúde, inclusive a esclerose múltipla que terminou por afastá-la da profissão, Carol sempre cumpriu com rara eficiência o papel de garantir a retaguarda nas grandes coberturas. Foi assim na Constituinte, no impeachment de Collor, no Plano Real, na eleição de Fernando Henrique e na montagem do governo Lula. Todos sabiam que, nas mãos de Carol, haveria uma edição não apenas correta, mas criativa e capaz de valorizar o mais importante nas informações.

Se Carol era boa de edição, melhor era de gastronomia. Adorava chamar os amigos próximos para uma comidinha depois – ou durante – os plantões de final de semana. Estimulava ainda a participação. Havia unanimidade, por exemplo, a respeito da dobradinha da Carol, para muitos a única dobradinha comível do Centro-Oeste. Só que os colegas que não estavam no plantão tinham de picar a carne, dentro de

rigorosíssimos critérios de espessura, ou ajeitar a salada, antes que os demais chegassem, naqueles admiráveis tempos em que não existia a lei seca.

E aí entrava o mais importante, o bom humor de Carol, que se mostrava mais agudo, impiedoso mesmo, quando seus mais sagrados conceitos eram feridos. Todos em Brasília ainda se lembram do que ocorreu quando uma das melhores amigas decidiu comemorar o aniversário – horror dos horrores – em um restaurante vegano.

Como de praxe, Carol chegou atrasada, carregando uma enorme bolsa. Estava acompanhada de dois outros colegas, ambos da ala dissidente. Chegaram à longa mesa, onde os convidados, tristíssimos, salvo as exceções que confirmam a regra, cutucavam uma pizza de berinjela e salgadinhos de soja com gosto de papelão, acompanhados por suco de uma fruta misteriosa.

Carol colocou a bolsa sobre a mesa e dela extraiu uma garrafa de rum cubano, uma Coca família e, suprema heresia, três big macs. Sob os olhares invejosos dos demais, os rebeldes fizeram a própria festa. Tudo com direito, depois, a um tour pelo restaurante, em que Carol apontou a mesa de saladas e comunicou ao maître: "Aqui vamos instalar a churrasqueira".