

CÁSPER

ESPECIAL #21

Maio, junho, julho e agosto de 2017

OS 70 ANOS

DA PRIMEIRA
ESCOLA DE
JORNALISMO
DO BRASIL



você*s/a*

A maior revista de
carreira e finanças
pessoais do país

- Planejamento de carreira
- Educação executiva
- Vagas
- Liderança
- Remuneração
- Aperfeiçoamento profissional
- Qualidade de vida no trabalho
- Direitos trabalhistas

Tudo dedicado à sua carreira e a você.

Todo mês, nas bancas, tablets e smartphones.

Ou assine em www.assineabril.com.br





CÁSPER

ISSN 2446-4910

FUNDAÇÃO CÁSPER LÍBERO

PRESIDENTE
Paulo Camarda

SUPERINTENDENTE GERAL
Sérgio Felipe dos Santos

FACULDADE CÁSPER LÍBERO
DIRETOR
Carlos Costa

VICE-DIRETOR
Roberto Chiachiri Filho

REVISTA CÁSPER
NÚCLEO EDITORIAL DE REVISTAS

COORDENADORA DE ENSINO DE
JORNALISMO
Helena Jacob

EDITOR-CHEFE
Eduardo Nunomura

EDITORES
Carolina Moraes e Guto Martini

CONSELHO EDITORIAL
Dimas Künsch, Helena Jacob, Joubert Brito,
Marcelo Rodrigues, Patrícia Salvatori,
Roberto Chiachiri Filho, Roberto D'Ugo e
Sonia Castino

REPORTAGEM
Beatriz Fialho, Carlos Costa, Carolina
Moraes, Felipe Sakamoto, Giulia Gamba,
Guilherme Guerra, Guto Martini, Mariane
Rossi, Paula Calçade, Paulo Henrique
Pompermaier, Simone Dantas

EDITORA DE ARTE E FOTOGRAFIA
Giulia Gamba

PROJETO GRÁFICO
Giulia Gamba

DIAGRAMAÇÃO
Beatriz Fialho, Giulia Gamba e Guilherme
Guerra

COLABORADORES
Roberto D'Ugo e Adalton Diniz

NÚCLEO EDITORIAL DE REVISTAS
Avenida Paulista, 900 - 5º andar
01310-940 - São Paulo - SP
(11) 3170-5874/5814
revistacasper@casperlibero.edu.br
revistacasper.casperlibero.edu.br

CAPA
© Acervo Gazeta Press



Se não houver um @ explicitado, você pode copiar, adaptar e distribuir os conteúdos desta revista, desde que atribua créditos

EDIÇÃO HISTÓRICA

O testamento de Cásper Líbero mudou e ainda muda a vida de milhares de brasileiros. Jornalista e empresário visionário, ele expressou sua vontade de ter uma fundação e que uma de suas funções seria a criação e a manutenção de “uma escola de jornalistas e ensinamentos de humanidade, particularmente português, prosa, estilo, literatura, eloquência, história e filosofia, em cursos de grandes proporções”. Em 16 de maio de 1947, nascia a primeira escola superior de Jornalismo do Brasil, a Faculdade Cásper Líbero.

A edição histórica que tem em mãos é uma homenagem a Cásper Líbero e aos milhares de alunos, professores e funcionários que passaram pela instituição. Nas 134 páginas, o dobro das edições habituais, contamos a história do jornalista e empresário e como a Faculdade se tornou uma referência brasileira do campo comunicacional.

Os cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Rádio, TV e Internet atraem a cada ano uma leva de jovens que valorizam tanto a tradição quanto a inovação e descobrem como faz diferença passar alguns anos de suas vidas na “Paulista 900”, o icônico endereço da Cásper desde 1966. São 70 anos formando profissionais, muitos deles renomados e respeitados no mercado de trabalho, que carregam consigo o orgulho de ser casperianos. Também apresentamos um cardápio de reportagens atuais, que falam dos desafios que enfrentam as áreas da comunicação.

Esta edição foi pensada com carinho para celebrar os 70 anos ao lado de parceiros que reconhecem a importância da Faculdade. São empresas que valorizam a sólida formação educacional e, por essa razão, se destacam em suas áreas de atuação. E, como não poderíamos perder uma oportunidade tão única, apresentamos uma revista repaginada a partir deste número. O novo projeto gráfico, mais elegante, moderno e harmônico, é um convite à boa prosa e ao belo estilo que Cásper Líbero sempre defendeu.

EDUARDO NUNOMURA
Editor-chefe



A ARTE CONTANDO A HISTÓRIA DO BRASIL



PLAR

DEBRET, Jean-Baptiste Casamento de D. Pedro I e D. Amélia Óleo sobre tela, 45 x 72 cm; 1829

Espaço
Olavo Setubal
Coleção Brasileira Itaú

Entrada franca
avenida paulista, 149

Itaú
cultural

Itaú



24 CÁSPER LÍBERO
Um perfil do jornalista, empresário e patrono da Fundação

64 SETE DIAS
As pequenas histórias da Cásper que compõem uma grande narrativa



88 FIQUE DE OLHO
Nossos professores revelam quais são as tendências da comunicação

08 :: POR ONDE ANDA ::
A trajetória de quatro casperianos no mercado de trabalho

40 RAIOS-X
A Faculdade Cásper Líbero é grandiosa também em números

108 PLANEJAMENTO
A abordagem Design Thinking para a solução de problemas

16 :: POR CONTA PRÓPRIA ::
O projeto Draft conta a história de empreendedores brasileiros

48 LUTA ESTUDANTIL
O passado combativo do Centro Acadêmico Vladimir Herzog

112 FUTURO DO CINEMA
Um balanço da gestão de Manoel Rangel à frente da Ancine

18 :: BITS & BYTES ::
O kit de sobrevivência para o profissional multimídia

52 ERASMO NUZZI
A história do ex-diretor mais longo da Faculdade

116 FILME INDÍGENA
O antropólogo que ensina os índios a filmarem suas vidas

22 :: FEITO À MÃO ::
Os brasileiros abusam da emoção na hora de usar os emojis

76 TRIPLO ANIVERSÁRIO
RP, Publicidade, Rádio, TV e Internet também festejam

118 GESTÃO DE CRISE
A assessoria de imprensa da Força Aérea Brasileira

32 PROVAS ESPORTIVAS
Cásper Líbero e a história do esporte no Brasil

94 FACT-CHECKING
O papel do jornalismo na era da pós-verdade

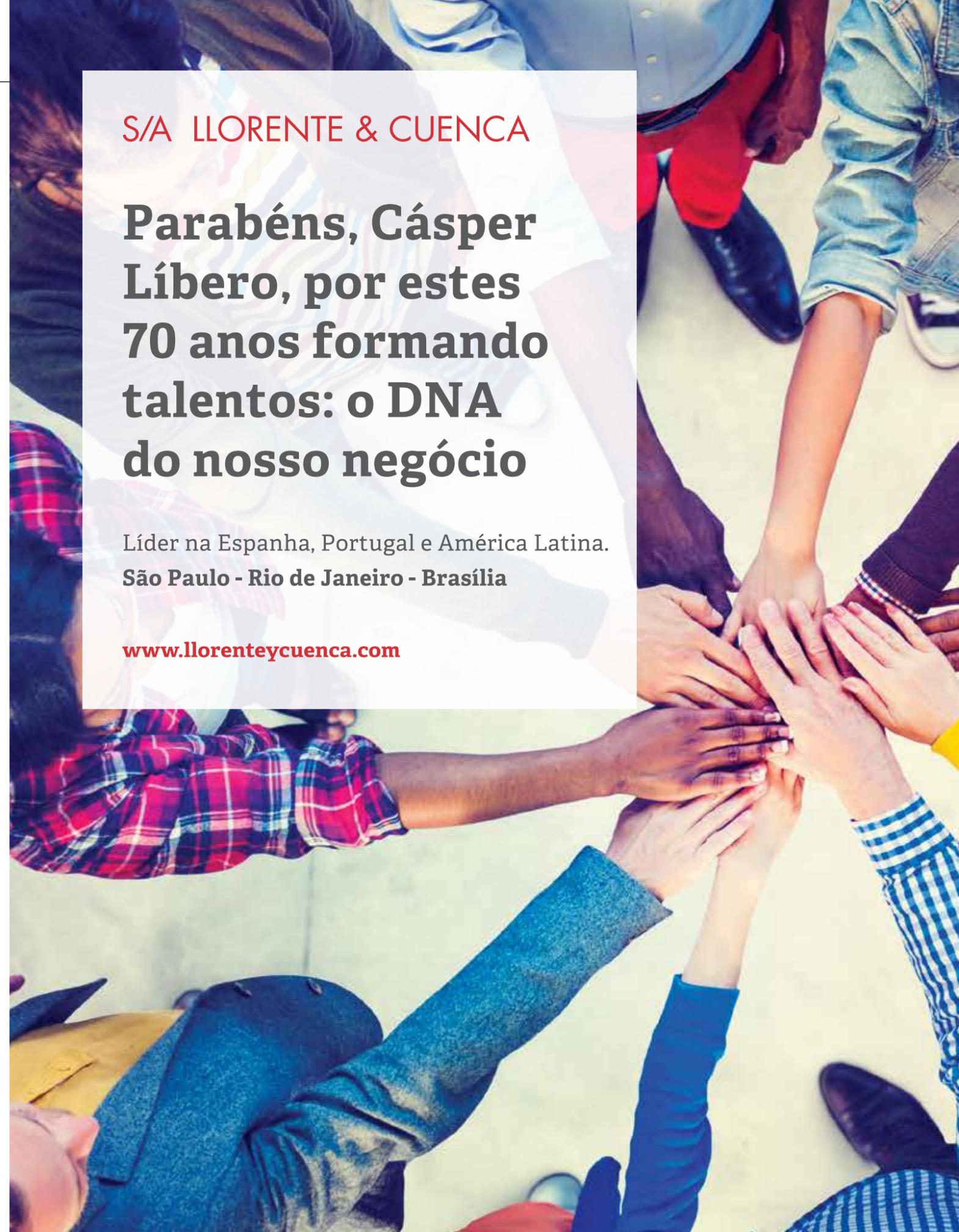
122 O OLHAR DA RUA
O consistente trabalho do fotógrafo Felipe Larozza, da Vice

S/A LLORENTE & CUENCA

Parabéns, Cásper Líbero, por estes 70 anos formando talentos: o DNA do nosso negócio

Líder na Espanha, Portugal e América Latina.
São Paulo - Rio de Janeiro - Brasília

www.llorenteycuenca.com



Do estágio para a vida

A ex-casperiana Gabriela Nassar encontrou seu lugar no mercado de trabalho antes mesmo de se formar

O segmento de cosméticos é para Gabriela Nassar, de 26 anos, uma paixão que encontrou ainda em seu tempo de faculdade. Ex-casperiana formada em 2012 no curso de Publicidade e Propaganda, juntou-se ao Grupo Boticário como estagiária quando estava cursando o terceiro ano. "Consegui ser efetivada na época em que estava fazendo o TCC. Foi punk conciliar tudo, mas valeu muito a pena", relembra. Na marca Eudora, pertencente ao Grupo Boticário, lançou o produto que considera a menina de seus olhos: o perfume Chic. "Tenho muito orgulho. Foi um projeto trabalhoso para viabilizar por causa do custo, mas hoje é um sucesso de vendas."

Após passar por um processo interno, foi promovida para o cargo de analista sênior da marca de maquiagens "Quem Disse, Berenice?" No começo da Cásper chegou a estagiar na Agência Giz, com atendimento, e na Fnac, com trend marketing. Mas sua predileção foi mesmo na área de marketing de produtos. "Não me imagino trabalhando com qualquer outro segmento. Sou apaixonada pelo que faço e estou muito satisfeita e feliz na posição que ocupo", disse.

A JHL VIAGENS
CUMPRIMENTA A
FACULDADE CÁSPER LÍBERO
PELOS SEUS 70 ANOS.



A JHL tem por vocação atender as necessidades de empresas de diversos segmentos e particulares com emissões de passagens aéreas, hotéis, pacotes à la carte, entre outros serviços no exterior e no Brasil.

Com atendimento diferenciado e personalizado, nós da JHL, estamos aqui para tornar sua viagem um sucesso e uma lembrança inesquecível.

Antes de fechar qualquer negócio, consultem-nos. Faremos o melhor possível para sua satisfação.

 www.jhlviagens.com.br

 [/jhlviagens](https://www.facebook.com/jhlviagens)

 jhlviagens@jhlviagens.com.br

 (11) 3284-1535

Av. Paulista, 2001, 4º andar, cj. 421 - São Paulo - SP



Renovar a profissão

Trajatória do ex-casperiano Leandro Beguoci, de veículos tradicionais a startups, é marcada pela inventividade e entusiasmo

“Hoje, nós temos um desafio bem concreto. Como a gente transforma o jornalismo num item de primeira necessidade? Como a gente convence pessoas, organizações e empresas a dar seu tempo e seu dinheiro para quem se dedica a produzir jornalismo profissionalmente?” Esse é o questionamento de Leandro Beguoci, de 34 anos, ao longo do texto “A Reinvenção do Jornalismo”, escrito enquanto estudava novos modelos de negócio em jornalismo no Tow-Knight Center in Entrepreneurial Journalism. Filho de professores e de Caieras, Beguoci veio a São Paulo em 2001 para estudar Jornalismo na Cásper Líbero “em parte por ativismo, em parte por desejo de mudança

social”, conta. Desde então, o jornalista já passou por Veja, Editora Abril, iG, liderou a criação da Fox Sports online no Brasil, e, em 2013, trabalhou com startups. É mestre pela London School of Economics e deu aulas na pós-graduação da Faap e para o Instituto Europeu de Design. Desde 2015, é diretor editorial da revista Nova Escola, a maior revista de educação no País. “O meu trabalho na Nova Escola casa com o sonho de moleque. Faço o trabalho com a disposição de ser transformador”, diz.

SOMOS TODOS CÁSPER



Somos Relações Públicas, Jornalistas, Publicitários e Radialistas. Somos professores, pesquisadores, colaboradores, alunos e amigos. Há sete décadas o legado de Cásper Líbero vem realizando o sonho de tantos profissionais formados nessa escola. Competência, dedicação, profissionalismo, ética e excelência são algumas das referências que recebemos ao longo das nossas histórias. Ao comemorar os 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, só nos resta uma palavra: gratidão.

Com o DNA casperiano, há 17 anos a Andreucci Comunicação atua nas áreas de Comunicação Corporativa e de Relações Públicas. Especializada em Gestão de Crises, Planejamento Estratégico e no desenvolvimento de Projetos de Responsabilidade Social, a agência atende grandes empresas dos setores de energia, indústria e cultura.



Rua Diogo Moreira 132 Cj. 1901
05423-010 Pinheiros São Paulo SP
(11) 3285-4623 / 3285-4628
www.andreucci.com.br

COMUNICAÇÃO
andreucci

RP e Saúde

A ex-casperiana Manoela Cordeiro já passou por várias empresas até chegar na Johnson & Johnson

Ex-casperiana formada em 2007 no curso de Relações Públicas, Manoela Cordeiro iniciou a carreira estagiando na área de eventos e depois como ombudsman do Hospital e Maternidade São Luiz. Encorajada pelo professor e então coordenador do curso de RP, Julio Barbosa, ela resolveu se arriscar na área de marketing. Entrou no programa de estágio da companhia farmacêutica Boehringer Ingelheim. O que poderia parecer alguns passos atrás na carreira representou um cargo efetivo como analista. Depois foi para a empresa farmacêutica Nycomed – atualmente Takeda – para trabalhar com a marca Neosaldina. Em 2011, aceitou o convite para ser coordenadora de marketing na área regional da Unilever, atuando com as marcas Lifebuoy, Omo

e Brillante. Desde 2015 trabalha como gerente de marketing do produto One Touch, medidor de glicemia da Johnson & Johnson. “Além de fazer toda a parte relacionada ao marketing, quando você trabalha com saúde também tem a ‘missão’ de contribuir com informação e educação para pacientes, consumidores, médicos e familiares”, completa ela, que tem 31 anos. Para o futuro, pretende dar vida ao projeto sobre planejamento de eventos em colaboração com sua amiga, Stefania Souza, também ex-casperiana.

UMA JOVEM REVISTA SAÚDA UMA SENHORA FACULDADE!



PARCEIRAS NA PROMOÇÃO DA CULTURA E DA EDUCAÇÃO

Um pé na TV

Formado pela Cásper, Afonso Cappellaro é roteirista de programas da TV Globo

ACERVO PESSOAL

A luno da primeira turma de Rádio e TV da Cásper Líbero, Afonso Cappellaro coordenava com os colegas um programa sobre trilhas sonoras na rádio universitária, que seguiu participando mesmo depois de formado, em 2006. O entretenimento musical e a vontade de dar continuidade à formação acadêmica o levou para Londres, onde trabalhou na Universal Music e na MTV, como assistente de marketing digital. De volta ao Brasil, a internet começou a se estabelecer como um dos focos profissionais na carreira de Cappellaro. Ingressou na Casa da Cultura Digital, onde trabalhou na organização do "Fórum da Cultura Digital" na Cinemateca, em 2011,

que se consolidou como um espaço de reunião de projetos do mundo todo sobre acessibilidade, proteção à privacidade e inovação na internet. A televisão apareceu unida à internet quando Cappellaro precisou migrar o programa Esquenta, da TV Globo, para o digital. Depois de três anos atuando no ramo digital da emissora, o ex-casperiano se aproximou da roteirização para televisão, trabalhando no Vídeo Show e, hoje aos 33 anos, escreve os roteiros do programa Estrelas.



Jornalistas, publicitários, relações públicas e profissionais de rádio, TV e internet formados pela Cásper Líbero também trabalham juntos nas agências de comunicação corporativa.



O resultado da união de conhecimentos e experiências é um portfólio de produtos e serviços especializados que não para de crescer. A Abracom, que este ano comemora 15 anos de fundação, tem acompanhado o desenvolvimento do setor, alinhado com as tendências dos principais mercados mundiais.



Parabéns Cásper Líbero pelos 70 anos a serviço da formação de profissionais de comunicação.



abra.com.org.br/somoscomunicacao
facebook.com/somoscomunicacaocorporativa
[#somoscomunicacao](https://twitter.com/somoscomunicacao)

realização



apoio



EMPREENDEDORISMO

Desafie o status quo

::STARTUPS:: Potencial de mudança é o que une as histórias contadas pela Draft, uma plataforma online que estimula novos negócios

Em agosto de 2014, o comunicador Adriano Silva lançou o Draft, uma plataforma de jornalismo de negócios, ao perceber o surgimento da chamada nova economia no País. A ideia era destacar novos empreendimentos e empreendedores fora do radar dos tradicionais veículos de comunicação. Desde então, foram 1.850 histórias contadas nos primeiros dois anos e cerca de 500 mil leitores por mês. E o site já expandiu sua produção com o Draft TV e a Academia Draft, seu braço educacional. "Acreditamos que é isso que inspira as pessoas a também pensar fora da caixa", conta.

EXEMPLOS

Economia criativa

O lema aqui é unir a vocação ao seu ganha-pão, como os sócios Pedro Doria e Vitor Conceição, com a startup de jornalismo Canal Meio. A newsletter envia as notícias essenciais do dia e foi lançada em 2016 depois que a dupla, com passagens por grandes empresas de mídia, perceberam a possibilidade de negócio na era do excesso da informação.

Negócios de impacto

Esses empreendimentos têm como essência um impacto positivo na comunidade onde estão inseridos. A partir da inquietação da jornalista Emília Rabello, a proposta de planejar junto de agências de publicidade campanhas para serem veiculadas em comunidades marginalizadas e incluir no processo agentes desses lugares como planejadores de mídia, exibidores e receptores das mensagens.

Startups ou negócios de escala

Aos Fatos, a primeira plataforma de fact-checking brasileira, procura novas formas de sustentar o negócio a partir de parcerias, contribuições de iniciativa privada, organizações sociais, leitores e crowdfunding.

Inovação corporativa

A Red Bull criou no centro de São Paulo a Red Bull Basement, um espaço com residência para desenvolvedores digitais, um makerspace – espaço comunitário com ferramentas de uso compartilhado – e que promove um festival de palestras sobre tecnologia.

Uma data especial não poderia passar em branco.

Essa página da história da Fundação Cásper Líbero vai ficar marcada em um papel diferente.

Para celebrar os 70 anos da Fundação, esta edição foi toda produzida, pela primeira vez, em um papel com tonalidade diferenciada, que reflete menos luz e oferece mais conforto para os olhos. Um papel que entende o prazer da leitura, para que você possa aproveitar esta edição especial. E esse papel é o Pólen®.

Parabéns, Fundação Cásper Líbero. E muitas páginas de vida.



Papel Pólen® é produzido a partir de florestas renováveis de eucalipto. Cada árvore utilizada foi plantada para este fim.

@papelpolenoficial
www.papelpolen.com.br

PROFISSIONAL MULTIMÍDIA

Manual de sobrevivência

::INOVAÇÃO:: Para quem quer atuar na nova fronteira midiática das narrativas, abaixo, um kit mínimo

Câmera 360°

Vídeos 360° é uma das mais novas apostas do jornalismo na web. O diretor de fotografia do Vice Brasil, Nicholas Zugaib, conta que os principais desafios são transportar a pessoa para o ambiente da narrativa e buscar uma reprodução de vídeo mais acessível. A publicação usa um conjunto de sete câmeras GoPro em um suporte de 200 dólares – apesar de existirem outras opções no mercado

CAROLINA MORAES



BEATRIZ FIALHO

Canon 5D

Esse modelo é uma solução completa para foto e vídeo. A sugestão para um profissional é uma câmera com resolução de 22,3 megapixels que também grava vídeos full HD. Custa cerca de 18 mil reais

GoPro Hero5 Black

Com sua lente grande angular, a câmera é leve, pequena e pode ser uma boa pedida para gravar vídeos e tirar fotos com praticidade. As fotos têm até 12 megapixels, a gravação de vídeos de 4.096 x 2.160 pixels. O aparelho com formatos ampliados é à prova d'água, tem GPS e sistema de estabilização e custa cerca de 1.900 reais



DIVULGAÇÃO

APLICATIVOS NA FAIXA

Cogi

O app é ideal para economizar horas de ocupando entrevistas: ele grava com a possibilidade de recortar as partes mais importantes. Basta clicar em "tap". O Cogi também permite tirar fotos e usar um bloco de notas. Ao fim, a entrevista já estará quase pronta para ir ao ar

Evernote

O aplicativo facilita o trabalho de organização do profissional: cria listas, escreve no bloco de notas, lista as tarefas do dia e salva arquivos nos mais diversos formatos. De quebra, todo o conteúdo é sincronizado para o computador, tablet ou celular

Call recorder

Grave suas entrevistas nacionais e internacionais diretamente no celular. O aplicativo permite que as gravações sejam enviadas para o e-mail ou sejam salvas no próprio aparelho. Disponível para sistemas iOS e Android

ACESSÓRIOS

Lapela – pequeno microfone

Lentes básicas para câmeras da Canon – 24-70mm, 70-200mm

Kit Boom – conjunto de microfone, vara, para sustentação, e blimp, um case de proteção para o microfone

BEATRIZ FIALHO

A Gráfica Eskenazi parabeniza a **Cásper Líbero** pelos seus **70** Anos formando profissionais de comunicação com excelência.



Gráfica Online
Loja Gráfica Eskenazi

Impressão de Livros, Revistas, Catálogos e Apostilas; com a melhor qualidade, comodidade e preço. Confira no Site.

www.LojaGraficaEskenazi.com.br





O antropólogo Pedro Portella em sua poliglota a documentar suas vidas

A IMAGEM DO ÍNDIO

por PAULO HENRIQUE POMPERAIKE



DOCUMENTÁRIO

Uma longa palestra de antropologia e política, discutindo a imagem do índio brasileiro, o tema do documentário 'A Imagem do Índio'...

trabalhado com cinema etnográfico. Como se foi produzido com uma equipe crítica para se trabalhar com o tema indígena...

Após de dezenas de horas de trabalho e de muitas reuniões, o projeto documental 'A Imagem do Índio'...

BITS & BYTES

PROFISSIONAL MULTIMÍDIA

Manual de sobrevivência

INNOVAÇÃO: Para quem quer atualizar sua rotina tecnológica, um kit mínimo

Câmera 360°
O vídeo 360° é uma das mais novas opções de jornalismo no web. O diretor de fotografia da Vice Squad, Nicholas Zuppi, conta que os principais desafios são transportar o pessoal para o ambiente da reportagem e fazer uma reportagem de vídeo mais acessível. A publicação tem um suporte de 500 dólares - apesar de haverem outras opções no mercado

Canon SD
É um modelo compacto para foto e vídeo. A vantagem para quem trabalha com resolução de 22,3 megapixels que também grava vídeos Full HD por 1080i

GoPro Hero3 Black
Com seu formato leve e pequeno, o câmera é discreto e com uma lente grande angular pode ser uma boa opção para gravar vídeos e tirar fotos, com praticidade. A faixa tem até 12 megapixels, a gravação de vídeos de 4.096 x 2.160 pixels. O aparelho tem formato compacto e a prova d'água, tem GPS e sistema de estabilização e custa cerca de 1.900 reais

APLICATIVOS NA FAIXA

Cozi
É uma ótima opção para quem precisa de uma ferramenta de organização de trabalho. O aplicativo ajuda a organizar as tarefas, com a possibilidade de monitorar no mesmo momento as tarefas em andamento. Basta clicar em "Go" e Cozi vai começar a gravar as tarefas e a atualizar o status em tempo real. O aplicativo também permite tirar fotos e salvar um banco de dados. Assim, o aplicativo já estará disponível para o seu celular

Evernote
O aplicativo ajuda a organizar o trabalho de organização de trabalho. O aplicativo ajuda a organizar as tarefas, com a possibilidade de monitorar no mesmo momento as tarefas em andamento. Basta clicar em "Go" e Cozi vai começar a gravar as tarefas e a atualizar o status em tempo real. O aplicativo também permite tirar fotos e salvar um banco de dados. Assim, o aplicativo já estará disponível para o seu celular

Call recorder
Com um ambiente de trabalho e comunicação, o aplicativo ajuda a organizar o trabalho. O aplicativo ajuda a organizar as tarefas, com a possibilidade de monitorar no mesmo momento as tarefas em andamento. Basta clicar em "Go" e Cozi vai começar a gravar as tarefas e a atualizar o status em tempo real. O aplicativo também permite tirar fotos e salvar um banco de dados. Assim, o aplicativo já estará disponível para o seu celular

As páginas podem ser diagramadas com maior flexibilidade, valorizando as imagens e os grafismos. As colunas mudam a cada edição, mantendo-se apenas os temas de cada uma delas. Nas reportagens especiais, o uso de fotos amplas é estimulado. A nova fonte, Miller, serifada e com um traço moderno, favorece a leitura dos textos mais longos.



SETE DIAS NA CÁSPER

Sorrateiramente, abrimos as cortinas que envolvem o universo dos casperianos. Venha conosco, leitor, por seis dias caminharmos pelas corredores da Faculdade expandindo o que acontece na rotina dos alunos e funcionários.

por NÚCLEO EDITORIAL 2017



A REVISTA DE CARA NOVA

O projeto gráfico foi reformulado e traz novas propostas editoriais

POR GIULIA GAMBA

A partir da edição #21 a Revista Cásper ganha uma cara diferente. Foi na busca por um visual mais clean e arrojado que surgiu o desafio de criar um novo projeto gráfico que unisse modernidade com comunicação e acompanhasse o ritmo e os temas da publicação.

As colunas, que já foram uma novidade da edição passada, trazem desde temas atuais ligados à tecnologia, em Bits & Bytes, um mapa sobre como andam alguns ex-alunos casperianos que estão se destacando no mercado, em Por Onde Anda, ideias e cases de comunicadores que apostaram em seus próprios negócios, em Por Conta Própria, e uma matéria infográfica, em Feito à Mão.

A edição #21 celebra os 70 anos da Faculdade com um caderno especial, repletos de boas histórias e paginados de forma a valorizar a leitura visual. O novo projeto gráfico valoriza os grafismos e fotografias. A leitura está mais leve e não perde a relevância com assuntos que abrangem os quatro cursos da faculdade - Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Rádio, TV e Internet e Relações Públicas.

portal dos Jornalistas

Jornalistas & Cia

Há 21 anos, o ponto de encontro dos jornalistas

Audiência qualificada em todo o Brasil (e até no exterior)

Bastidores, vaivém profissional e lançamentos

Tudo que de relevante acontece no jornalismo e na comunicação corporativa

Jornalistas Editora

Contato: Vinicius Ribeiro
113861-5280
vinicius@jornalistasecia.com.br

LINGUAGEM DIGITAL

Emojeworld

::COMUNICAÇÃO POR IMAGEM:: Na ilustração, os quatro emojis mais usados pelos brasileiros. Pesquisa da Swiftkey mostra que rimos até chorar e aplaudimos mais que qualquer outro povo

É tão triste...

Quando a questão é expressar a tristeza, os brasileiros só não deixam para trás a Espanha: lá, a carinha representa 24% dos emojis usados, ante os 17% do lado de cá



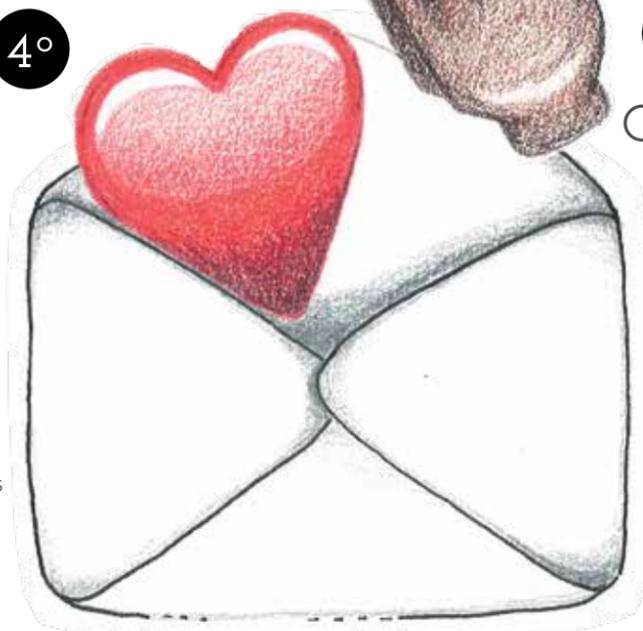
1º Sorria, meu bem!

Emojis felizes são os preferidos em 5 dos 6 países pesquisados. Confira quanto a carinha feliz representa do uso total de emojis no mundo:

Alemanha	48%
Itália e EUA	47%
Brasil	46%
Espanha	42%
França	24%

4º Mais amor, por favor

Os desenhos românticos são o 3º mais usado no Brasil e no mundo. A exceção é a França: os franceses enviam tantos corações que o símbolo representa 55% de todos os emojis usados



3º Cordialidade BR

Os brasileiros ganham quando o assunto é mandar palmas. O gesto representa 9% dos emojis, enquanto nos dois países que seguem no ranking, Espanha e Estados Unidos, representa 6%

FONTE: SWIFTKEY RESEARCH



- PERFIL DO JORNALISTA E EMPRESÁRIO • A PAIXÃO PELOS ESPORTES • O ANO DA CRIAÇÃO • CÁSPER EM NÚMEROS • PRATA DA CASA • EX-ALUNOS • LUTA ESTUDANTIL • O MAIS LONGEVO • O PRESIDENTE • INTERCÂMBIO CULTURAL • UMA SEMANA NA FACULDADE • AS LIDERANÇAS • OS DESAFIOS GLOBAIS • BIBLIOTECA • QUIZ

OS TRÊS LADOS DE CÁSPER

O legado do jornalista continua sob os eixos que mais preservou em vida: o patriótico, o jornalístico e o cultural

POR GUILHERME GUERRA

Em 15 de março de 1943, a voz grave de Cásper Líbero proferiu algumas palavras na recém-inaugurada Rádio Gazeta. Aos 54 anos, o jornalista, empresário e dono da nova emissora de São Paulo discursava tão bem quanto uma figura política. Com os erres fortes, os esses sibilantes, as pausas e a perfeita clareza do que se é dito, ele mantinha a dicção comum aos melhores oradores da época. “A Rádio Gazeta empreenderá o melhor dos seus esforços para se transformar em uma emissora digna da nossa cultura, do nosso civismo, das nossas tradições e, sobretudo, da nossa responsabilidade que pesa sobre todo o Brasil nesta hora grave e triste da humanidade”, definiu.

O acirramento da Segunda Guerra Mundial não impediu que Cásper Líbero expandisse seus negócios. Visionário, o empresário já possuía uma rede de jornais e de contatos pelo Brasil, Estados Unidos e Europa quando decidiu comprar uma decadente rádio educacional para, anos depois, transformá-la em uma prestigiada emissora de radiodifusão. Foi ainda presidente do Clube dos Proprietários de Jornais, que tinha como associados *O Estado de S. Paulo* e *A Folha da Manhã*. Foi também agente da Política da Boa Vizinhança, encabeçada pelo vice-presidente norte-americano Nelson Rockefeller (de quem era amigo) para estreitar a relação entre EUA e América Latina naqueles conturbados anos. Mas a menina dos seus olhos continuava a ser *A Gazeta*, “um jornal considerado por todos os jornalistas uma organização modelar”, como lembrou na inauguração da rádio. “Mas jornal é bem diferente de uma estação de rádio”, e a Rádio Gazeta logo foi conduzida “às suas finalidades intelectuais, artísticas e patrióticas”.

Nos anos 1940, a emissora Gazeta era a “rádio de elite”, como frisava seu slogan, com uma programação inédita de ópera e música erudita transmitidos em cadeia nacional. Desde janeiro de 1943, o jornalista consultava sua mulher (Dona Maggy,

com quem ficou por 18 anos) e amigos para pensar a produção de um testamento. Sem filhos e sobrinhos e sem ter se casado no papel, Cásper preocupava-se em manter um império jornalístico e assegurar o crescimento de seu patrimônio.

Em 16 de março, o testamento de Cásper Líbero foi redigido, deixando seus imóveis a Dona Maggy e o restante para a criação de uma fundação, baseada em uma tríplice finalidade: “patriótica, cultural e jornalística”. Esses objetivos nortearam a vida de Cásper. Da parte patriótica, o jornalista combateu o regime getulista – não com armas, mas por oposição com o jornalismo de trincheira de *A Gazeta*. Da cultural, foi grande entusiasta dos esportes, incentivando e promovendo diversas competições em São Paulo. Da parte jornalística, foi pioneiro na cobertura especializada brasileira com *A Gazeta Esportiva*, modernizou jornais e teve participação decisiva na criação da primeira escola de jornalismo do país, a Cásper.

1ª PARTE: O PATRIOTA

Em 2 de março de 1889, Cásper Líbero nascia em Bragança Paulista, e em 15 de novembro, a República brasileira. A relação com a política fez parte da vida dos Líberos. Vindo da cidade vizinha Itabina, o pai e médico Honório Líbero envolveu-se com a política local bragantina em defesa dos republicanos. Com os monarquistas às vésperas do novo governo, envolveu-se em uma troca de raivosos artigos de jornais. A mãe, Zerbina de Toledo, foi filha do Capitão Toledo, figura política da cidade acusada de hospedar um republicano em sua casa – o próprio sogro, recém-casado com Zerbina e sem casa para morar. De Zerbina e Honório, nasceram os futuros médicos Nelson (de 1884) e José (de 1886), irmãos de Cásper.

O envolvimento de Honório com a causa republicana foi tão grande, que o médico recebeu sob seu teto os futuros presidentes Bernardino de Cam-

pos e Campos Sales, então em marcha pelo Brasil. Na pequena Bragança, o reconhecimento logo veio e o primeiro Líbero foi convidado em 1888 para inaugurar a presidência do Clube Republicano de Bragança, de vida curta graças ao breve fim do Império.

Foi nessa agitada Bragança da Primeira República que Cásper cresceu. Mas o menino teria boas memórias da infância, como as partidas de futebol na rua e seus tempos no colégio, onde era elogiado por suas belas descrições de quadros. No quarto ano do primário, recebe nota máxima e é escolhido para ser o orador da turma, aos 10 anos. “Como ato de marotice, eu surpreendi aos mestres e pais de meus amigos presentes à formatura, quando no momento da colação, em que eu deveria ser o orador, saquei de minhas próprias palavras e fiz um discurso de improviso”, relembrou em texto de *A Gazeta*.

Na virada do século 20, os Líberos se mudam para São Paulo para atender a um chamado profissional de Honório, médico dedicado que atendia os pacientes sob sol ou chuva. Escolheram o bairro de Campos Elíseos para morar, e lá também estudaram os garotos. Desde aquele tempo, Cásper parecia predestinado ao jornalismo, pois assim atestava o vice-diretor do Liceu em que estudava: o garoto teria futuro nas letras. O rapaz enveredou-se pela tradicional Faculdade do Largo do São Francisco, a SanFran, cursando ciências jurídicas e sociais. Fez parte da Campanha Civilista para o candidato à presidência Ruy Barbosa, seu ídolo ao lado do chanceler Barão do Rio Branco, hoje patrono da diplomacia brasileira. A seu contragosto, ganha o candidato militar Hermes da Fonseca.

Formado bacharel em dezembro de 1909, Cásper mal exerce a profissão, passando brevemente pelo cargo de Procurador da Fazenda do Estado do Mato Grosso. Logo abandonou a vida de servidor público para procurar terra firme na maré incerta do jornalismo.



Cásper Líbero assinando o contrato da Rádio Gazeta, em 5 de fevereiro de 1942

2ª PARTE: O JORNALISTA

Até 1947, não existia um curso de formação para jornalistas reconhecido oficialmente. Nem no Brasil, nem na América Latina. A profissão era exercida livremente. Bastava entrar em uma redação, pedir um emprego e aprender na marra. Eram necessários a boa escrita e o interesse pela vida pública, requisitos que ainda hoje são essenciais na profissão. Cásper Líbero possuía os dois, mas havia algo mais: o espírito empreendedor.

Ao longo da vida, pouco trabalhou para um jornal que não fosse seu. No Rio de Janeiro, com amigos fundou em 1911 o vespertino *Última Hora*, de vida curta, mas bastante combativo ao marechal Hermes da Fonseca, cujo governo foi marcado por rebeliões em todo o país, como a Revolta da Chibata (1910), quando marinheiros, a maioria negros ou mulatos, se amotinaram contra as más condições a que eram submetidos. A experiência com o *Última Hora* foi o primeiro flerte de Cásper com o jornalismo. Foi também a primeira tentativa de oposição política feita pelo bragantino.

O jornalista fundou também a pioneira Agência Americana, que durou de 1913 a 1914, e trouxe notícias do exterior para o Brasil. Pouco depois, diversas outras agências semelhantes nasceram ou chegaram ao país. Ainda capital da República, foi diretor da sucursal carioca de *O Estado de S. Paulo*, por indicação de Júlio Mesquita.

O sucesso, porém, veio com *A Gazeta*, já de volta a São Paulo. Cásper recebeu a proposta de compra do jornal. Tinha apenas 29 anos. Caso a compra fosse mal-sucedida, quem arcaria com os custos seriam os irmãos mais velhos, Nelson e José, médicos com carreira estabelecida em São Paulo. Em 16 de maio de 1918, *A Gazeta* ganhava um novo dono, que lhe modernizaria e transformaria no mais importante jornal paulista das décadas



de 1920 e 1930. Até lá, Cásper e sua nova equipe tiveram de reformular o projeto gráfico, as rotativas, os repórteres e as coberturas. O que não mudou foi a posição política: uma publicação profundamente republicana, aliada do Partido Republicano Paulista (PRP).

Tanto *A Gazeta* quanto Cásper foram republicanos desde o berço. O jornal nasceu em 1906 sob os cuidados de Adolfo Araújo, poeta e jornalista pró-republicano. A tradição foi mantida e a campanha presidencial de 1930 teve participação d'*A Gazeta* em favor do candidato do PRP, Júlio Prestes, oponente de Getúlio Vargas. Em fevereiro, o jornal afirma: "Votar em Júlio Prestes é votar pela felicidade do Brasil e da República."

Em 24 de outubro do mesmo ano, às 14h25, sem aviso, uma chuva de pedras atinge a redação d'*A Gazeta*, no Edifício Médiçi da Rua Líbero Badaró. Não há feridos, somente a própria redação, que ficou em inércia por 3 semanas sem circular o jornal, e também a rotogravura e a Sereia. Esta foi a perda mais simbólica. O relógio, conectado a uma sirene vinda da França em 1915, anunciava todo meio-dia (tradição mantida até hoje, na Avenida Paulista) mais uma nova edição de *A Gazeta*. Como lembrança pela perda da Sereia, Cásper Líbero jamais permitiu que o relógio fosse consertado – e assim ficou marcado para sempre o horário do ataque. Atribuem-se as pedras à oposição getulista, insatisfeita com o posicionamento da publicação. Como se destino não fosse trágico o suficiente, naquela mesma rua havia um século, Líbero Badaró fora assassinado, tornando-se o primeiro jornalista morto por seus escritos na história do Brasil.

Em 1932, um novo ataque eleva *A Gazeta* a jornal-símbolo da Revolução Constitucionalista. Fora os empastelamentos atribuídos à base getulista, outro marco foi a publicação do poema-manifesto de Ibrahim Nobre na capa do jornal no aniversário de São Paulo. "No entanto, do Norte, do Sul, de toda a parte, os homens

se levantaram para a luta! Pelo Brasil? Por uma Pátria melhor? Por dias mais claros? Não! Foi contra ti, São Paulo!", dizia o texto. Cásper tinha o faro para saber o efeito de tal ousadia editorial e não sacrificaria a credibilidade de seu jornal diante da opinião pública. *A Gazeta* reinventada por Cásper Líbero representou a mentalidade do paulistano, que saltava de mera província a um dos maiores centros industriais da América Latina. No início do século 20, São Paulo possuía 200 mil habitantes e 40 anos depois mais de 1,3 milhão.

3ª PARTE: O CULTURAL

Cásper sempre foi um homem do mundo. De 1930 a 1934, o empresário se exilou no exterior, deixando as funções de diretor d'*A Gazeta*. Foi quando ele processa o governo brasileiro e recebe uma indenização pelos empastelamentos de seu jornal. O dinheiro ganho na causa foi reinvestido no veículo. O jornalista sempre reutilizava os lucros da publicação para manter as inovações feitas em sua equipe e jornal.

O empresário era, ainda, um homem de ideias criativas. Na final da Copa Sul-Americana de Futebol, que aconteceu em 1922 no Rio de Janeiro, não havia rádio e muito menos televisão que transmitisse a partida para os paulistanos. A solução encontrada foi simples e genial. Cásper Líbero mandou instalar um telefone no estádio do Rio de Janeiro, que esteve conectado aos novíssimos auto-falantes instalados no Vale do Anhangabaú, no centro de São Paulo. Diretamente do Rio, o próprio jornalista narrava a final do campeonato entre Brasil e Paraguai para os milhares de paulistanos abarrotados no local. O jogo terminou com uma goleada de 3 a 0 para o Brasil.

Esse foi o pontapé para iniciativas como *A Gazeta Esportiva*, que saiu de coluna semanal d'*A Gazeta* em 1918 e transformou-se em publicação independente em 1947. A paixão do Brasil por esportes e o

relacionamento entre jornalismo e cobertura especializada levaram *A Gazeta Esportiva* a vender 500 mil exemplares em 1970 após a Copa do Mundo no México, marca que só foi ultrapassada pela *Folha de S.Paulo* nos anos 1990.

Outra inovação vinda do jornalista foi o Palácio da Imprensa, então o único prédio do país a ser inteiramente dedicado a redações de jornais – todos oriundos de *A Gazeta*. A sirene do meio-dia foi transportada para o novo edifício, e o auditório do Palácio da Imprensa foi onde os primeiros alunos da Escola de Jornalismo Cásper Líbero tiveram aula. Hoje, o prédio localiza-se na atual Avenida Cásper Líbero, em São Paulo.

Cásper era conhecido por ser excelente anfitrião. Seu escritório dispunha de cadeiras e café de alta qualidade. O bragantino nunca redigia seus textos. Preferia ditar para sua secretária enquanto andava de um lado para o outro da sala. Era no escritório, do Rio ou de São Paulo, que trocava cartas e marcava encontros com diversos figurões. Walt Disney foi um deles, e Cásper ganhou um boneco de Zé Carioca, mais novo personagem do universo animado e dedicado ao público brasileiro. O jornalista era um grande admirador dos Estados Unidos, e logo a potência norte-americana viu nele uma forma de reaproximar um Brasil que tendia para um apoio ao Eixo durante a Segunda Guerra.

Em 1942, o Escritório de Assuntos Interamericanos escolheu *A Gazeta* e seu suntuoso Palácio da Imprensa para gravar um documentário de 10 minutos sobre o cotidiano do jornal, intitulado "Brazil Gets the News". Com narração em inglês, Cásper Líbero aparece no início, posando ingenuamente para câmera enquanto se vê ocupado com papéis. Já estava com sua "marca registrada", que ficaria para a posterioridade: a careca, o terno e os óculos de aros redondos. Na "Detroit do Brasil", as imagens apresentam a "casa de um moderno jornal" e, como todo jornal



Cásper era próximo de Nelson Rockefeller, então vice-presidente dos Estados Unidos e idealizador da política de aproximação entre o país e a América Latina



Encontro entre D. José Gaspar e Cásper. Os dois também estavam juntos no acidente de avião

“em bom estado”, há um editor. O próprio Cásper.

Logo após o filme, Cásper e uma comissão de jornalistas foram convidados a visitar os Estados Unidos durante o período natalino. O bragantino recusou a proposta. Não por desinteresse, mas por acreditar que o Natal devia ser passado com a família. A viagem aconteceu em maio de 1943, e os relatos foram todos publicados em agosto daquele ano, em que o jornalista enalteceu o aparato bélico e a imprensa norte-americanos.

Cásper era ainda um grande companheiro, segundo relatos. Sua generosidade com funcionários foi mais de uma vez lembrada. Certa vez, sabendo que um funcionário estava para se casar, estacionou em frente à redação um carro zero quilômetro e, após interminável suspense, revelou que o veículo era um carinhoso presente do chefe para o seu subordinado.

Em uma das típicas viagens Rio-São Paulo, Cásper Líbero embarcou em um vôo com o Arcebispo de São Paulo, Dom José Gaspar. Quando estão para sair de Congonhas, o jornalis-

ta perguntou: “Então, dom José, afinal vamos hoje para o céu?” Confabulação ou não, a frase antecipa o trágico destino de ambos naquela manhã. Sob uma densa cerração no Rio de Janeiro, a asa do avião da empresa estatal Vasp, com seus 18 passageiros, chocou-se contra o prédio da Escola Naval e mergulhou nas águas da Guanabara, em torno das 9 horas da manhã de uma quarta-feira do dia 27 de agosto de 1943. Cásper e D. José morreram no acidente.

EPÍLOGO

Pouco menos de um ano após a morte de Cásper Líbero, em 10 de agosto de 1944, a Fundação Cásper Líbero foi criada, presidida por seu irmão mais velho, Nelson. O testamento ganha vida. Dizia o texto: “objetivo cultural de criar e manter uma escola de jornalistas e ensinamentos de humanidades, particularmente português, prosa, estilo, literatura, eloquência, história e filosofia, em cursos de grandes proporções, a começar pelo secundário e finalizar pelo superior”. Seguindo as vontades de

Cásper, em 16 de maio 1947 criou-se, após muitos entraves com a burocracia vigente, a Escola de Jornalismo Cásper Líbero, a primeira do Brasil e da América Latina. O início da faculdade esteve ligado à Faculdade de Filosofia de São Bento, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), que cedeu o espaço físico para as aulas e também emitiu os diplomas para os formados. A parceria durou até 1972, quando a Faculdade Cásper Líbero já estava na Avenida Paulista há seis anos. Se no ano de estreia eram 42 alunos matriculados, hoje são 2.500 estudantes que serão bacharéis em Comunicação Social.

O corpo de Cásper Líbero foi sepultado no Cemitério da Consolação e depois transferido para o Obelisco de São Paulo, monumento em frente ao Parque do Ibirapuera dedicado aos combatentes da Revolução Constitucionalista de 1932. Tanto por *A Gazeta* quanto por ser figura central na história de São Paulo, parece apropriado que Cásper seja lembrado como combatente – um ferrenho defensor da liberdade de expressão.

SOMOS TODOS CÁSPER!



“Eu queria algo mais, e eu descobri a faculdade de jornalismo da Cásper Líbero.”

Maria Lydia



“Quanto mais preparado a gente estiver, melhor!”

Juliana Verboonen



“Ter uma pós-graduação em uma faculdade com o nome e com o peso da Cásper Líbero é um plus.”

Gabriel Cruz



“Esse caráter generalista do conhecimento do jornalista é muito importante.”

Rodolpho Gamberini



AMOR AOS ESPORTES

Cásper Líbero admirava e incentivava a prática esportiva, criando a Corrida de São Silvestre e a Prova Ciclística 9 de Julho

POR PAULA CALÇADE



© ACERVO GAZETA PRESS

São Silvestre

Em 1925, a primeira edição da São Silvestre teve 60 inscritos e apenas 37 participantes. No ano passado, foram mais de 30 mil corredores. O sucesso estrondoso da prova esportiva, hoje conhecida internacionalmente, se deve à coragem do jornalista e empresário Cásper Líbero. Criador da prova, ele quis desafiar o costume dos paulistanos de passar a virada do ano entre familiares para colocá-los na rua para ver os corredores em marcha pela cidade.

Cásper assistiu a uma corrida noturna, iluminada à base de tochas, na Paris de 1924. Quis trazer um evento nos mesmos moldes, mas sabia que São Paulo exigiria algumas adaptações. A capital de 92 anos atrás, com ruas de pedra, era mais semelhante a uma cidade interiorana do que à São Paulo pulsante de 2017. Na noite do dia 31 de dezembro de 1925, o evento foi lançado. Com um percurso de 8 quilômetros, a largada saía do Parque Trianon, passando pelo Vale do Anhangabaú, e chegava em frente ao clube Atlético São Paulo, única área iluminada da região. “A prova era programada de forma que quando o primeiro colocado estivesse passando em frente à Gazeta, o relógio marcasse meia-noite e, então, a sirene fosse acionada”, conta Júlio Deodoro, repórter da *Gazeta Esportiva* desde 1978.

Cásper Líbero deu o tiro de largada. Dentre os 37 corredores, o vencedor foi Alfredo Gomes, atleta do Clube Espéria. Naquela época, apenas homens profissionais podiam participar e os clubes eram responsáveis pelas preliminares. A maioria dos corredores da São Silvestre de 1925 não se dedicava apenas ao atletismo, como relatou José Miranda, corredor da época: “Eu trabalhava o dia todo e só depois ia ao clube Espéria para treinar”.

Em 1945, a prova esportiva São Silvestre se consolidou como um dos eventos mais importantes do País. Na 20ª edição, a prova se tornou internacional, com a presença de atletas do Chile e do Uruguai. Nos anos seguintes, americanos, europeus, africanos e asiáticos passaram a se inscrever e o percurso mudou diversas vezes desde então.

Júlio Deodoro conta que a São Silvestre se mostrou resistente até mesmo a períodos políticos agitados. “Ela não parou de acontecer durante a Revolução Constitucionalista, quando São Paulo lutava contra o governo federal. Mesmo na Segunda Guerra, a prova ocorreu sem nenhuma alteração”, afirma. Em 1955, o papa Pio XII abençoou a São Silvestre como “uma expressão nítida do conagraçamento esportivo e humano internacional”.

As mulheres conseguiram se inscrever em 1975, engajadas em conquistar mais espaço naquele que foi declarado o Ano Internacional da Mulher pela ONU. A atleta portuguesa Rosa Mota foi a grande campeã em números da São Silvestre, com vitórias consecutivas de 1981 a 1986. A *Gazeta Esportiva* a apelidou de “imbatível campeã”, e capas estampando seu rosto eram comuns. A reação brasileira feminina só ocorreu em 1995 com a brasileira Carmem de Oliveira. Sua vitória, além de trazer o primeiro título feminino ao país, deixou a imagem de seu choro quando cruzou a linha de chegada guardada na memória dos espectadores.

A vitória dos atletas brasileiros na fase internacional da São Silvestre só aconteceu em 1980, um ano depois que os populares puderam participar da competição. O líder da prova era o português Fernando Mamede, mas, em plena Avenida Paulista, ele foi ultrapassado pelo pernambucano José João da Silva, que “levou a torcida ao delírio”, escreveu a primeira *Gazeta Esportiva* daquele ano.

A partir de 1989, a São Silvestre passou a acontecer durante o dia e não mais na virada do ano. A proximidade dos anos 2000 trouxe inovações tecnológicas para os grupos de elite da prova, com exames antidoping nos campeões em 1998 e a entrega de chips descartáveis em 2010.



© ACERVO GAZETA PRESS

O corredor José de Silva foi o 1º brasileiro a ganhar a São Silvestre da fase internacional, prova que na versão feminina teve na portuguesa Rosa Mata, sua supercampeã. Na imagem de abertura, a multidão invadia a Paulista no ano de 1988



© ACERVO GAZETA PRESS

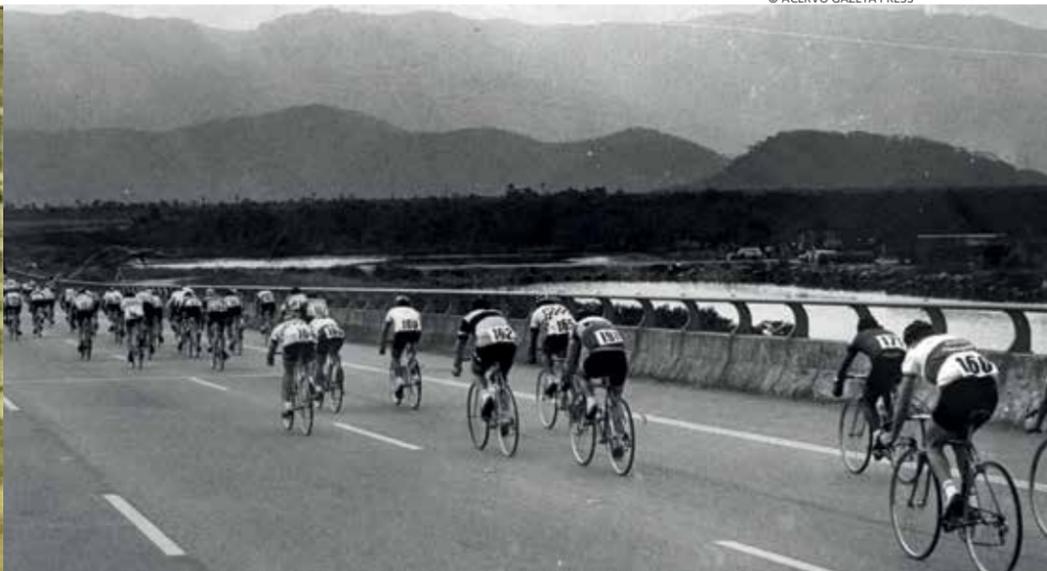
Travessia de São Paulo a Nado

“[A Travessia de São Paulo a Nado] era tão importante quanto a São Silvestre”, relatou Max Graber ao jornal *Folha de S. Paulo*, participante de cinco edições. Criada em 1924, a prova acontecia no Rio Tietê quando ainda era serpenteado e limpo. Cásper Líbero assumiu sua realização em 1932 e acompanhou o desenvolvimento das primeiras edições de lancha.

Henrique Nicolini, jornalista da *Gazeta Esportiva* desde 1947 e autor do livro “Tietê – O Rio do Esporte”, conta que o rio servia de clube ou praia para os paulistanos. Havia pesca, passeio, remo, salto e natação. A maior movimentação esportiva ou de lazer se dava na altura dos dois clubes rivais nas beiras opostas, o Tietê e o Espéria, próximo a atual Ponte das Bandeiras. Quando a Travessia ganhou estrutura, ficou estabelecido o trajeto de cinco quilômetros e meio, com saída na Ponte Vila Maria e chegada em frente ao Espéria. O leito do rio tinha um curso sinuoso, com vegetação e população ribeirinhas, e a prova envolvia correntezas e diferentes larguras ao longo do trajeto.

A Travessia chegou a ter 2 mil participantes, entre eles muitos homens e poucas mulheres. Alguns representaram o Brasil nas Olimpíadas de Los Angeles, em 1932, e de Berlim, em 1936, como Maria Lenk e sua irmã Sieglinda, Harry Forssell e João Havelange, que morreu em decorrência de um tifo contraído no Rio Tietê, já mostrando os primeiros sinais de poluição em 1944. O rio deixou de ser próprio para banho e foi contaminado pelo despejo colossal dejetos e esgoto. Nesse cenário desanimador, a prova parou de existir em 1944, um ano depois da morte de seu incentivador, Cásper Líbero. Na década de 1970, a travessia chegou a ter reedições na Represa Billings, em São Bernardo do Campo, mas também foi interrompida por inadequações do percurso para os nadadores.

Maria Lenk foi uma das nadadoras na Travessia e competiu nas Olimpíadas de Berlim, em 1936. Em 1979, a rodovia dos Imigrantes foi percurso da Prova Ciclística 9 de Julho



Prova Ciclística 9 de Julho

Insatisfeitas com as intervenções políticas e econômicas de Getúlio Vargas, as elites paulistas se revoltaram contra o governo federal e outros estados do país no ano de 1932. No ano seguinte, Cásper quis homenagear os civis e militares que apoiaram o estado de São Paulo na Revolução Constitucionalista. Criou a Prova Ciclística 9 de Julho, que, passava por importantes monumentos, vias da capital e participava da inauguração de rodovias paulistas, como a Imigrantes. A única competição do gênero no país buscava valorizar a cidade.

A primeira prova tinha o percurso de 38 quilômetros, com a largada na Avenida Paulista e chegada na Angélica. Apenas homens participaram, com um total de 332 ciclistas. Com a presença de argentinos e uruguaios, a competição ganhou, em 1947, o título de Prova Internacional 9 de Julho. Nesse momento, a prova procurava se adequar melhor ao seu crescimento: já eram 482 participantes, o que fez com que seu circuito diminuísse a 34 quilômetros e a escolha das vias fosse mais criteriosa, sem desafio de montanhas, com percursos planos.

A Federação Internacional do Ciclismo reconheceu a importância da prova e incluiu a competição no calendário oficial do esporte em 1974. Mesmo assim, 50 anos se passaram sem a presença de mulheres na prova. Foi só em 1985 que as primeiras ciclistas percorreram o Autódromo de Interlagos. Cibele Santini, vencedora em 1989, comenta que a 9 de Julho exige um bom preparo físico e que a prova da elite feminina e masculina se diferencia da aspirante pelo número de voltas. “Tinha que manter velocidade do início ao fim, da largada à chegada. No início, todos então quase no mesmo índice. Vence quem mantém até o fim”. A prova voltou às ruas de São Paulo em 2015, depois de 15 anos sendo realizada em percursos menores na Cidade Universitária e no Autódromo de Interlagos.

© ACERVO GAZETA PRESS



A CELEBRAÇÃO DO CICLISTA

**VENHA DAR A SUA
PEDALADA EM
UMA COMPETIÇÃO
PROFISSIONAL**

Faça sua inscrição no site:
gazetaesportiva.com/corrida9dejulho

Prepare sua bicicleta e participe da disputa
#PROVA9DEJULHO

FCL/NOV

 **Gazeta
Esportiva**

 **FACULDADE
CÁSPER LÍBERO**

PROMOÇÃO
FCL
FUNDAÇÃO CÁSPER LÍBERO

APOIO

 **PREFEITURA DE
SÃO PAULO**



César Tralli é jornalista e, atualmente, é âncora do telejornal SPTV, da Rede Globo

Cásper, amor e gratidão

POR CÉSAR TRALLI

Sou Casperiano com muito orgulho. Só não gosto muito de ficar fazendo contas. Afinal, entrei na Cásper 30 anos atrás. Pois é...Jesus amado! Eu tinha 16 quando passei no vestibular e comecei o curso logo depois de completar 17.

Foi um período punk, confesso. Eu dava aulas particulares de inglês e português. Atuava em jornais e revistas da Cultura Inglesa, brigava por uma bolsa de especialização na Inglaterra (consegui!), fazia teatro, e tomava muito busão dia todo para rodar SP e ir até a Paulista estudar. Frequentei turmas da tarde, da noite, fui mudando conforme as necessidades.

Apesar dos dias apertados, eu fazia de tudo para conciliar trabalho com estudo. Detestava faltar. Sempre fui um exímio CDF. Adoro estudar, ler, aprender, ouvir, explorar a alma alheia. Sou um eterno curioso pela vida, pela natureza humana. Sociologia. Antropologia. Filosofia. Notícia. Estou na profissão certa.

Graças a este espírito fominha por conhecimento, consegui na Cásper acumular mais uma resposta: estágio não remunerado no extinto *A Gazeta Esportiva*. O jornal funcionava no mesmo prédio da *Folha de S.Paulo*, na Barão de Limeira.

Não era propriamente um estágio. Era trampo pesado já na época. Trampo de repórter, que saía para cumprir pautas e voltar com histórias e notícias. E trampo de arquivista também.

Aí... tem um causo sensacional. Na época, era tudo máquina de escrever, mimeógrafo, telex, papel carbono... Ou seja, só faltavam dinossauros no Parque Trianon. O arquivo da *Gazeta Esportiva* era todo manual.

Uma sala gigantesca, sem ventilação nem iluminação adequadas, onde centenas de exemplares do jornal ficavam organizados por dezenas de estantes.

O telefone tocava lá pra mim e alguém da redação me pedia: "Preciso da escalação de Corinthians e Palmeiras em partida do campeonato paulista de 1945. Preciso pra ontem!". E lá ia eu vasculhar os originais da época para dar a resposta correta.

Era tanto pó que saíam das encadernações que eu chegava em casa todo sujo. Lembro até hoje da minha mãe horrorizada me olhando, quando eu pisava em casa tarde da noite: "Filho, você trabalha num jornal ou numa oficina mecânica?"

Com meu motor sempre acelerado, ainda durante a Cásper eu consegui emprego de repórter na Rádio Jovem Pan AM. Atravessava a Paulista e ia surfar nas ondas do rádio.

Dos porões da Gazeta Esportiva... para os céus da Paulicéia desvairada. Eu era o repórter aéreo. Voava 6 horas por dia no helicóptero da Jovem Pan. E assim decolou minha carreira de jornalista. Ave, Cásper!

Precisamos conversar



Se o diálogo com seus públicos está complicado, a gente facilita.

Se estimular inovação e diversidade é o seu foco, a gente contagia.

Se engajar é a bola da vez, a gente tem a tacada certa.

Com conhecimento de causa, há mais de 21 anos, a Trama constrói relacionamentos de confiança, baseados em narrativas de marca que inspiram e influenciam.

FAÇA PARTE!
CONSTRUA ESSA HISTÓRIA!
www.tramaweb.com.br



1947

O ANO DA CÁSPER LÍBERO

O que estava acontecendo no mundo no ano da criação da Faculdade?

POR FELIPE SAKAMOTO

JANEIRO

No dia 8, nasce o cantor, ator e compositor britânico David Bowie em Brixton, Londres. Nove dias depois, morre o contrabandista Al Capone



RON FRAZIER

FEVEREIRO

O Tratado de Paz de Paris foi assinado após a Segunda Guerra Mundial pelos países vencedores e antigos aliados da Alemanha nazista. O documento internacional pretendia resolver as questões fronteiriças e as diferenças entre as nações

MARÇO

O general George C. Marshall elabora o Plano Marshall, uma iniciativa dos Estados Unidos para a reconstrução dos países aliados da Europa após a Segunda Guerra Mundial



WIKIMEDIA COMMONS

ABRIL

No dia 7, o Museu de Arte de São Paulo (MASP) é criado pelo empresário Assis Chateaubriand. O primeiro endereço ficava na Rua 7 de Abril. O Masp, cujo acervo tem cerca de 8 mil obras, é o museu mais importante do Hemisfério Sul



THE PHOTOGRAPHER/WIKIMEDIA COMMONS

MAIO

No dia 16, é inaugurada a então Escola de Jornalismo Cáspér Líbero. No mesmo mês, é a vez da rodovia Anchieta, com 72km para ligar São Paulo a Santos

JUNHO



FELIPE MOSTARDA

No dia 27, o edifício-sede do Banespa, projetado pelo arquiteto Plínio Botelho do Amaral, é inaugurado no centro de São Paulo

JULHO

Publicação da All-Negro Comics, primeira revista de quadrinhos conhecida que foi escrita e desenhada unicamente por afroamericanos

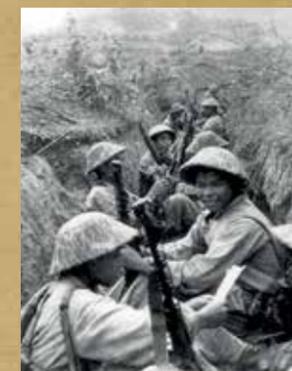
AGOSTO

Depois de 347 anos de colonização inglesa, a Índia consegue sua independência. Mahatma Gandhi (1869-1948) destacou-se por liderar uma resistência por meio da não-violência e da desobediência civil

No dia 21, nasce o escritor norte-americano Stephen King, reconhecido como um dos mais ilustres escritores de ficção de sua geração

SETEMBRO

OUTUBRO



DOMINIO PÚBLICO

A França realiza a Operação Léa para destruir a Liga Pela Independência do Vietnã, conhecida como Viet Minh, e capturar seus líderes em Hanoi, capital do país

NOVEMBRO

A Organização das Nações Unidas orienta a aplicação do Plano de Partição da Palestina, aprovado em Assembleia, dividindo o Estado em dois: um palestino e outro judeu

DEZEMBRO

Nasce no dia 14 a economista e ex-presidente do Brasil, Dilma Rousseff, em Belo Horizonte, Minas Gerais

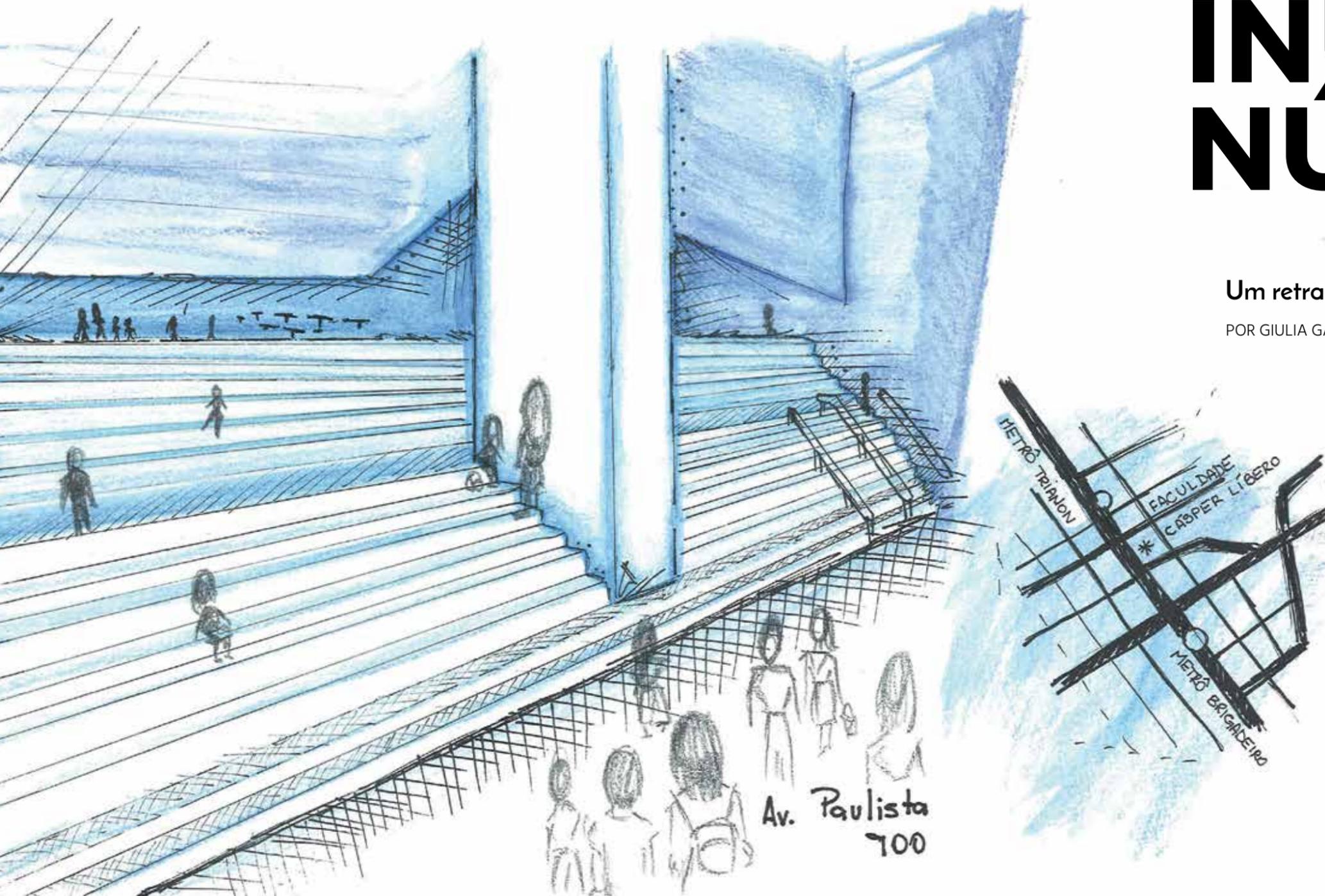


AGÊNCIA BRASIL

INÚMEROS NÚMEROS

Um retrato da Faculdade a partir de seus dados

POR GIULIA GAMBA



BEATRIZ FIALHO

Trinta e dois degraus separam a movimentada Avenida Paulista do prédio de número 900. São 4.528 pés de alunos que se dividem entre pisotear o íngreme escadão e o corredor do térreo baixo diariamente. A Cásper é uma faculdade de verticalidades. O acesso mais escolhido para chegar a qualquer um dos 15 andares são os elevadores. São 9 que funcionam 24 horas por dia, 168 por semana. Os equipamentos carregam gente de todas as áreas – funcionários, professores e alunos, em sua maioria. Os quase 450 degraus de escadas que dão acesso ao prédio inteiro são evitados – e não é difícil descobrir o porquê.

Desde 1970, a sirene no topo da torre já tocou pelo menos 17 mil vezes para avisar aos pedestres atrasados, aos trabalhadores em seus escritórios ou aos moradores ainda por acordar que já é, pontualmente, 12 horas. Nunca falha.

Dos 2.264 alunos matriculados por ano nos 4 cursos oferecidos pela

faculdade, 693 deles são de Jornalismo, 713 de Publicidade e Propaganda, 305 de Rádio, TV e Internet e 553 de Relações Públicas. A quantidade de mulheres é quase 2 vezes maior que a de homens: 67%. As futuras publicitárias formam um pelotão de 428 alunas, ante os 285 homens.

A Cásper é uma faculdade de corpo jovem. A faixa etária média dos alunos é de 21 anos. Falemos de extremos: 42 anos separam o aluno mais novo (nascido nos anos 2000) do mais velho (de 59 anos). Oito de cada dez alunos são brancos. Apenas 0,7% dos alunos se declaram pretos, número que só não é menor que aqueles que se declaram indígenas (0,1%). O perfil discente também inclui cerca de 28,3% de alunos com renda familiar mensal de 5 a 7 salários mínimos e 22,2% com a renda entre 8 a 10 salários mínimos. Trocando em miúdos, o poder aquisitivo é alto: 50,5% dos alunos fazem parte do grupo restrito de 15,9% de

brasileiros que ganham mais de 5 salários mínimos.

Entre os discentes, 650 alunos são contemplados com bolsa de estudos e 430 contam com bolsa de avaliação socioeconômica subsidiada pela mantenedora, a Fundação Cásper Líbero. Outras são oferecidas para quem participa do Centro Interdisciplinar de Pesquisa, conhecido como CIP. Até hoje, lá foram produzidos mais de 200 projetos docentes e de iniciação científica. No último ano, 15 pesquisadores bolsistas e 6 não bolsistas tiveram a oportunidade de fazer suas pesquisas, orientados por 7 docentes. Desde 2003, 140 alunos pesquisadores passaram pela experiência. Em 2016, houve 3 projetos de pesquisa relacionados a Jornalismo, 3 a Publicidade e Propaganda, 3 a Rádio, TV e Internet e 2 a Relações Públicas.

Nos 4 andares da Faculdade, há 30 salas de aula. Nelas, 92 professores que compõem o corpo docente atual se revezam, muitos ministrando disciplinas em mais de um curso – são 36 professores com aulas em Jornalismo, 36 em Publicidade e Propaganda, 28 em Rádio, TV e Internet e 27 em Relações Públicas. O tempo em sala de aula passa de 60 horas em cada um dos períodos, matutino e noturno, todos os meses, número que se multiplicamos por uma média de 3 turmas por ano soma mais de 1.440 horas – tempo suficiente para assistir a toda franquia de filmes da saga Star Wars pelo menos 80 vezes.

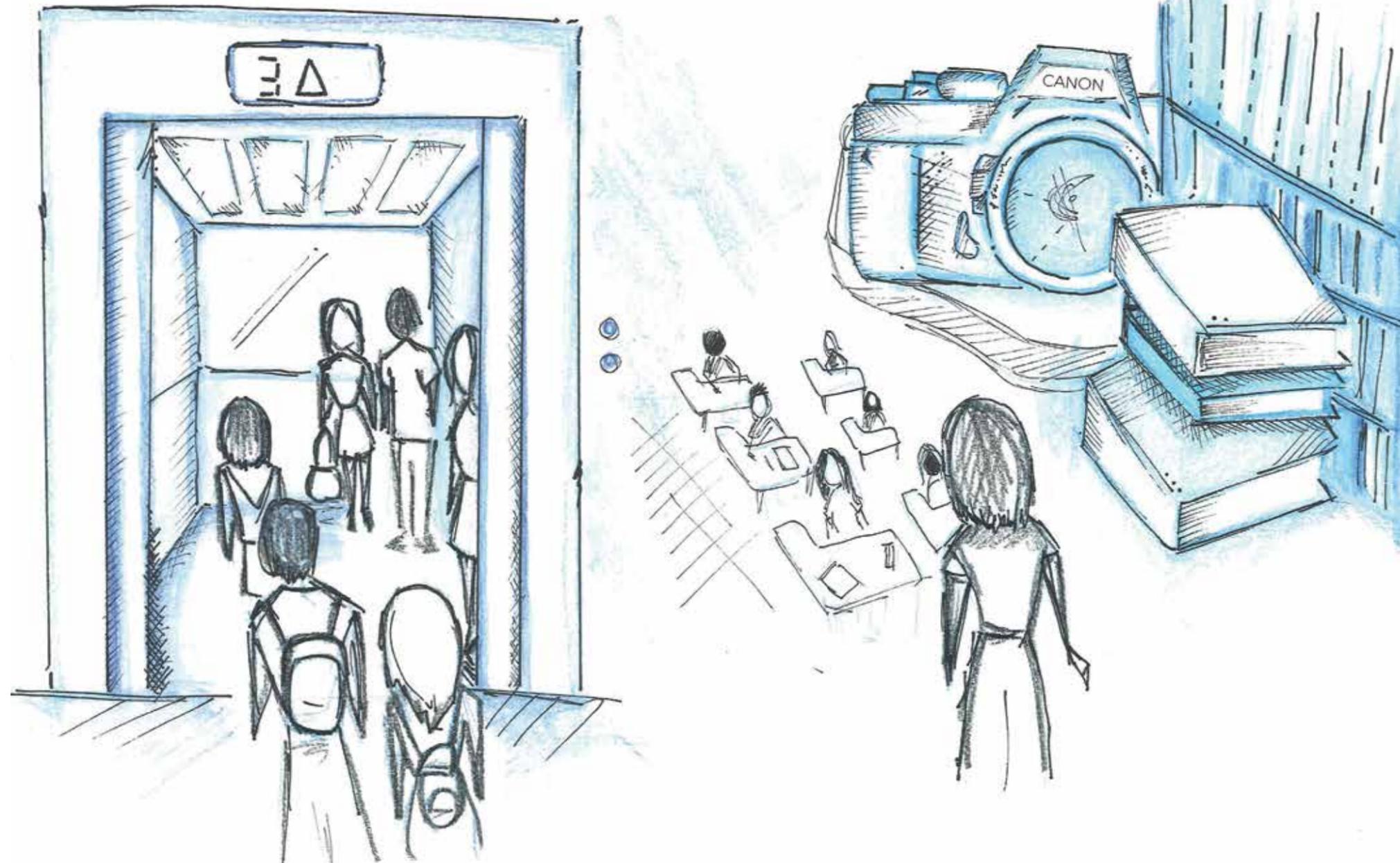
A biblioteca Professor José Geraldo Vieira intersecciona o 4º e 5º andares. O acervo total, de 133.509 exemplares, abriga uma infinidade de materiais – desde fitas K-7, em uma quantidade pequena de 45 unidades, até os 51 mapas, 454 dissertações, 36 disquetes, 8.490 fotografias impressas, 3.216 projetos experimentais, 3.169 DVDs e 48.185 livros, além dos 30.326 periódicos – em março de 2017. São ao menos 4 milhões de páginas disponíveis para consulta ou empréstimo – estendidas no chão, seria possível dar uma

volta quase inteira pela cidade de São Paulo. O auge de frequência de pesquisas, em 2016, aconteceu em abril – 9.828 usuários. Os meses de férias, naturalmente, são menos movimentados: apenas 2.495 usuários em janeiro e 2.413 em julho. As consultas e os empréstimos quase sempre são de livros, pelo menos 9.805 por ano. E os alunos são os que mais retiram – de 11.029 empréstimos, 9.494 são para estudantes – 86% do total anual.

Quando o assunto é mercado de trabalho, a Cásper tem destaque: 47% dos alunos estagiam na área de seus estudos, o que corresponde a 1.064 comunicadores casperianos contratados. Cerca de 88% deles realizaram os estudos de ensino médio e fundamental em escolas particulares, ante apenas 5% que frequentaram escolas públicas. A maioria dos calouros está cursando sua primeira faculdade. Exatamente 85,9% dos 540 ingressantes. São 200 vagas abertas por ano em Jornalismo e em Publicidade e Propaganda, 150 em Relações Públicas e 90 em Rádio, TV e Internet. Na pós-graduação, outra área conceituada da Cásper, havia 308 alunos matriculados em 2015.

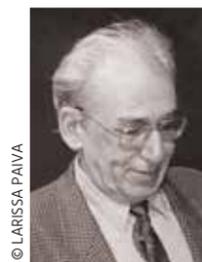
Há três órgãos laboratoriais na Faculdade. Para aqueles que estudam Rádio, TV e Internet, a Clact Zoom é um local de experimentação audiovisual e produz cerca de 15 projetos anuais, que incluem o programa Edição Extra, vídeos institucionais e outros projetos. Já o Núcleo Editorial de Revistas, vinculado ao curso de Jornalismo, é responsável pela publicação de cerca de 7.000 exemplares impressos, dos quais fazem parte as revistas CÁSPER e Esquinas.

Todo ano casperianos chegam e partem. Em 2016, a Cásper Líbero formou 517 novos profissionais para o mercado de trabalho. Foram 174 em Jornalismo, 157 em Publicidade e Propaganda, 119 em Relações Públicas e 67 em Rádio, TV e Internet. Setenta anos que passaram, com diversos números e histórias – de muitas que ainda estão por vir.



PRATA D A C A S A

Grandes nomes que fizeram parte do corpo docente da Faculdade Cásper Líbero



© LARISSA PAIVA

Aloysio Biondi



© ULISSES CAVALCANTI

Ana Maria Camargo



© COMUNICAÇÃO SOCIAL/FFLCH-USP

Antonio Augusto Soares



© MARCOS SANTOS/USP IMAGENS

Antonio F. Costella



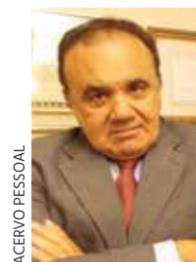
© COMUNICAÇÃO SOCIAL/FFLCH-USP

Aziz Ab'Saber



© LINDOMAR CRUZ / ABR

Eugênio Bucci



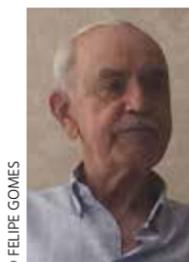
© ACERVO PESSOAL

Francisco Gaudêncio



© ACERVO PESSOAL

Gilberto Maringoni



© FELIPE GOMES

José Hamilton Ribeiro



© CICERO RODRIGUES

José Marques de Mello



© ACERVO PESSOAL

Bernardo Issler



© BÁRBARA HECKLER

Bianca Santana



© ACERVO PESSOAL

Caio Tulio Costa



© ESPAÇO ÉTICA

Clovis de Barros Filho



© CAROLINA MORAES

Cristina Giacomo



© LAINE ALMEIDA

Julio Cesar Barbosa



© ULISSES CAVALCANTI

Laan Mendes de Barros



© ACERVO PESSOAL

Liana Gottlieb



© FÁBIO SABBA

Luís Alberto de Farias



© TÚLIO VIDAL

Marcelo Coelho



© TÚLIO VIDAL

Dulcília Helena Buitoni



© CENTRO DE EVENTOS FCL

Edson Flosi



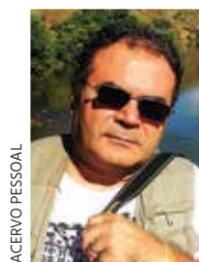
© ACERVO PESSOAL

Elisa Marconi



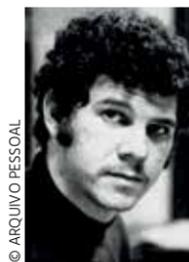
© CENTRO DE EVENTOS FCL

Erasmo de Freitas Nuzzi



© ACERVO PESSOAL

Erivam de Oliveira



© ARQUIVO PESSOAL

Marcos Faerman



© LAURA CAPELHUCHNIK

Margarida Kunsch



© TIANA CHINELLI

Maria Ivonete B. Ramadan



© ALINE ABE PACINI

Mario Vitor Santos



© ACERVO PESSOAL

Marlene Fortuna



©ILUSSES CAVALCANTE

Matinas Suzuki



©DIOGO VIUDES JUNIOR

Monica Brincalope



©FÁBIO SABBA

Nanami Sato



© ALINE ABE PACINI

Nancy Ramadan



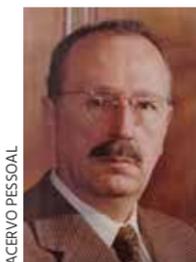
© FCL

Paulo Nassar



© ALINE ABE PACINI

Pedro Serico Vaz



ACERVO PESSOAL

Péricles Eugênio da Silva Ramos



© ALINE ABE PACINI

Roberta Cesarino Ihan



ACERVO PESSOAL

Rodney Nascimento



PEDRO CARAMJURI

Sérgio Amadeu



© ALINE ABE PACINI

Sérgio Rizzo



© ALINE ABE PACINI

Sidney Ferreira Leite



© BRUNO PACHECO

Tereza Cristina Vitali



© CENTRO DE EVENTOS

Toshio Yamazaki

E MAIS:

Alon Feuerwerker; Anton Miguez; Antonio Bandeira; Carlos Rizzini; Ebrahim Ramadan; Emir Nogueira; Fernando Góes; João Alves das Neves; José de Freitas Nobre; José Geraldo Vieira; Juarez Bahia; Luiz Silveira; Renata Lo Prete; Walter Lima Junior



ACERVO PESSOAL

Regina Helena de Paiva Ramos é jornalista, escritora e dramaturga. Atualmente, mantém o site Escrevinhações em que compartilha alguns de seus textos

Quase me estrepei!

POR REGINA HELENA DE PAIVA RAMOS



no letivo de 1950, aula inaugural na Escola de Jornalismo Cásper Líbero. O palestrante era Vergniaud Gonçalves.

Estava voltando dos Estados Unidos, onde cursara Jornalismo na Universidade de Missouri e aprendera a aplicar o lead, palavra e técnica então desconhecidas no Brasil.

A caloura aqui, toda ouvidos.

Enquanto o tema foi

técnica, tudo bem. Mas Vergniaud passou a discorrer sobre liberdade de imprensa e proferiu a frase que me revoltou: “Não existe liberdade de imprensa. O que prevalece é a opinião do dono. Jornalista não pia”.

Vontade de levantar e ir embora!

O radicalismo do palestrante era largo e a caloura não sabia disso. Queria salvar o Brasil e o mundo – seu jornalismo deveria gritar o que achasse justo para todos ouvirem – e vinha um cara gordo falando baixo (era surdo!) proferindo uma coisa dessas? “Liberdade de imprensa não existe?”

Não aceitei.

Mas já nesse ano vi que um pouco de razão o gordo tinha.

Fui de férias para Buenos Aires, época do Peron. Ascensorista reclamava do governo, garçons resmungavam, taxistas se queixavam e um dia o projeto de jornalista que a caloura era viu nas ruas o enterro de um inimigo do governo: uma carruagem negra puxada por cavalos negros levando o féretro e uma multidão atrás com a boca tampada por faixas negras. O morto teria sido assassinado pelo governo. Horror! Era preciso escrever sobre aquilo.

Na volta, a caloura publicou no jornal “A Imprensa”, órgão da Cásper, uma reportagem intitulada “Governo a

quatro mãos: Perón-Evita”. Afiançava que a Argentina vivia numa ditadura cruel, mandavam matar inimigos, a inflação era altíssima, roubavam, a população estava esmagada e todos se queixavam.

Assim mesmo, sem provas, só com a opinião da repórter. A matéria foi publicada; o jornal, distribuído.

Resultado? Até o prédio da Fundação Cásper Líbero tremeu. Mais ainda quando receberam carta do Consulado Argentino protestando: onde estavam as provas colhidas pela repórter? Aquilo era um despautério e a aluna irresponsável deveria ser punida!

Fui chamada à diretoria. Sem descompostura, mas com advertências. “Cadê minha liberdade de imprensa?” perguntei, assustada.

A Fundação pediu desculpas ao consulado, mas foi Luiz Silveira, o velho professor de Técnica de Jornalismo e diretor da Escola, que me deu a primeira lição importante. Aquilo não era uma reportagem séria, não tinha dados, não entrevistara ninguém, não havia “fontes”. Passou a mão na minha cabeça e sorriu: “Mas foi uma matéria corajosa”.

A matéria corajosa que não era uma reportagem séria acabou recebendo o 1º lugar num concurso da Livraria Saraiva para alunos da Cásper.

Daí para cá pesei as palavras de Vergniaud, a lição de Luiz Silveira e acrescentei a elas a experiência de mais de 60 anos de batente. Sim, o patrão, muitas vezes, decide. Mas a gente tenta conversar. Se a fonte é segura, se o assunto é palpitante, se o repórter é correto e mostra firmeza, meio caminho andado. Deve-se concluir que “nem tanto ao mar, nem tanto à terra”. O radicalismo do Vergniaud Gonçalves não era para ser levado a ferro e fogo. A fogosidade da repórter na Argentina não deveria ser tolerada. Há que seguir fazendo o melhor, captando fontes preciosas, perseguindo honestidade e ampliando conhecimentos.

Essa, a rota correta. Às vezes encontramos obstáculos pela frente. Contorná-los é possível. E, se não der, muda-se a rota, o emprego, a vida e não há motivos para desespero.

Liberdade é algo que deve estar, em primeiro lugar, dentro da gente.

MEMÓRIA SUBVERSIVA

Surgimento do Centro Acadêmico Vladimir Herzog é parte da história de resistência à ditadura militar na década de 1970

POR PAULA CALÇADE

Trinta e nove anos se passaram desde a criação do Centro Acadêmico da Cásper Líbero em meio à ditadura militar. O período de violações aos direitos humanos já começava a decair em 1978. Mas a luta estudantil era necessária para combater o estado ainda repressivo, e foi nesse contexto histórico e político que os estudantes da Cásper Líbero se juntaram. Arte, política e comunicação juntas: essa era a face do Centro Acadêmico Vladimir Herzog.

No ano de sua criação, o curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero era procurado por profissionais que já estavam nas redações: a obrigatoriedade do diploma de jornalista para atuar no mercado os fez voltar às salas de aula. O ambiente era diverso, mas majoritariamente consciente da repressão política que se vivia nas ruas e nos jornais. Muitos dos novos casperianos constituíam a chamada imprensa alternativa. Esses alunos começavam a aproveitar um primeiro diálogo aberto pelo então diretor Erasmo Nuzzi para firmar

uma instituição autônoma que os representasse, sem vínculos burocráticos com a Faculdade. Uma possibilidade nova àqueles que antes viviam na clandestinidade.

“A Cásper, restrita ao quinto andar, era um espaço físico asfixiante, quase insuportável nos dias de calor. O cheiro de gordura dominava o ambiente no horário do intervalo. Onde hoje está a tesouraria ficava a cantina, que servia como uma única opção de lanche sanduíches de presunto e queijo”, conta Igor Fuser, calouro naquele ano e, atualmente, professor da Universidade Federal do ABC. Ele descreve uma faculdade completamente diferente da atual, em que a falta de espaço físico acabava facilitando a articulação entre todos.

Era o momento de destituir o Diretório Acadêmico, departamento institucional responsável pelas demandas dos alunos, e disputar um espaço mais democrático. Os grupos políticos atuantes dentro da Faculdade eram os mesmos da esquerda clandestina, mas na Cásper atuavam

três correntes principais: Espaço Livre, uma versão casperiana do grupo trotskista Liberdade e Luta; Convergência Socialista, também trotskista e atual PSTU; e Caminhando, formada por simpatizantes de outras tendências não trotskistas, que se dissolveu entre o PCdoB e o PT.

Mauro Lopes, jornalista e calouro do mesmo ano, era membro do grupo Caminhando, corrente vencedora das primeiras eleições para o Centro Acadêmico. Ele recorda que, logo no início da gestão, o espaço para a reflexão política já se mostrava muito mais aberto do que antes. “O batizado com nome de Vladimir Herzog foi consenso dentre todas as chapas que concorreram. Ele havia sido assassinado poucos anos antes (em 1975) e isso causou grande mobilização entre os jornalistas”, lembra. Como forma de homenagem, os estudantes chamaram Clarice Herzog, viúva de Vladimir, para a cerimônia de posse do Centro Acadêmico. Foi apenas em 2012 que a Comissão Nacional da Verdade conseguiu a emissão de



© HOMERO SERGIO



© HOMERO SERGIO



© HOMERO SERGIO



A banda Língua de Trapo surgiu e tocava na Cásper

um novo atestado de óbito decorrente “de lesões e maus-tratos sofridos em dependência do II Exército-SP, o Doi-Codi”.

A abertura política lenta e gradual que muitos lembram desses anos, para Lopes, ainda não representava o fim das perseguições e da censura. Vladimir Herzog era o exemplo disso, e os estudantes ainda resistiam. “Criamos as semanas culturais, em que artistas e figuras públicas muito relevantes e opositoristas à ditadura vinham para se apresentar e conversar com os alunos. O cartunista Henfil foi um deles”, afirma. Lopes lembra ainda que o CAVH atuava com outros centros acadêmicos, como os da PUC, USP e FGV, participando de assembleias e manifestações. Naquele tempo, o Centro Acadêmico era cada vez mais atuante dentro e fora da Cásper Líbero.

Nesse ambiente acadêmico de mobilização política e artística surgiu uma nova banda bastante singular, a Língua de Trapo, que se apresentava pelos corredores e salas de aulas casperianas, unindo humor e crítica política e social. Laert Sarrumor, vocalista

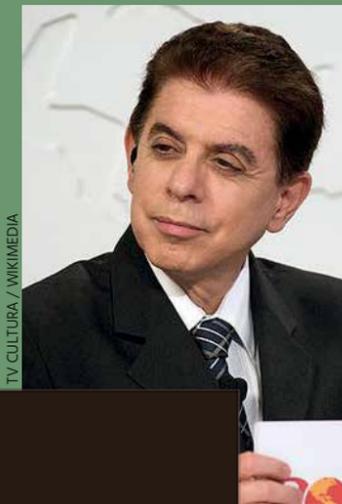
e calouro de 1979, afirma que foram nessas semanas culturais em que as possibilidades de ação se expandiram. “Existiam as comissões de música, política e a literária. Essa última criou a revista dos alunos chamada Esquina do Grito: eram crônicas e poesias muito representativas de quem éramos e o contexto em que vivíamos”. Mas foi na comissão de música que ele conheceu seus colegas de banda e começou a desenvolver o que depois se tornou a Língua de Trapo.

“Tocando violão e trocando ideias” era o lema que sintetizava o CAVH à época. Laert conta que escreviam suas músicas e promoviam um trote cultural: seus pequenos shows eram as recepções dos novos calouros que chegavam semestralmente na Cásper Líbero, e depois levavam as composições para ações de outros centros acadêmicos. “O pessoal das outras faculdades nos conhecia como os malucos e os caras engraçados da Cásper”, diverte-se.

Outra intervenção artística comum pelos corredores, cantina e salas casperianas era o teatro. Hugo

Possolo, calouro de 1978 e fundador do grupo Parlapatões, explica que todas as atuações se misturavam. “Reivindicávamos reestruturação da grade de Jornalismo com conteúdos mais atuais ao mesmo tempo em que entrávamos nas salas atuando em monólogos e ações teatrais contra a ditadura”, afirma.

Hoje, a militância política e social na Faculdade vai além do ambiente proporcionado pelas gestões das chapas. Coexistem também Africásper, Frente Feminista Casperiana Lisandra e Frente LGBT Casperiana. Os coletivos surgiram após 2013, ano em que as reivindicações políticas se tornam mais efervescentes dentro das universidades e caminharam para fora, dialogando com outras frentes. Todos esses grupos reforçam a luta por questões relacionadas aos direitos humanos. Para Hugo Possolo, “é uma expressão natural do caminhar do tempo, agregar forças dessas pautas é uma forma autêntica de representar os alunos e conquistar espaço dentro da Faculdade, sem se desligar dos assuntos mais urgentes da Cásper e do País”.



Heródoto Barbeiro é jornalista, historiador e, atualmente, âncora e editor-chefe do Jornal da Record News

De volta à escola

HERÓDOTO BARBEIRO

oi uma alegria voltar para a escola. Depois de 15 anos de aula sair do tablado e sentar no meio dos alunos é uma experiência extraordinária. De um lado a pressão do sindicato dos jornalistas que era preciso diploma para exercer a profissão. De outro uma escola tradicional, conceituada bem no meio do caminho entre o cursinho Objetivo e a Jovem Pan. Não tive dúvidas, me inscrevi no vestibular. Há uns 15 anos não sabia o que era estudar para entrar na faculdade. Minha última experiência tinha sido o vestibular no curso de japonês da faculdade de Estudos Orientais da USP. Mas lá estava eu sentado na turma da noite ao lado de alguns que tinham sido meus alunos ou no cursinho ou no curso de História da USP.

A Cásper para mim foi responsável pela abertura de uma ampla avenida para aprender como fazer jornalismo. É verdade que na sala de redação ainda existiam “máquinas de escrever” um objeto arqueológico que os jovens só encontram no museu. Mas o elenco de professores era de primeira. Um grupo bem preparado, polêmico, democrático e que se expunha para uma turma onde vários alunos já tinham curso superior. Na minha, por exemplo, tinha médico, advogado, professor... No entanto eles construíram claramente as linhas mestras do jornalismo: compromisso com a verdade, busca da isenção, procura do interesse público, perseguição da ética e disposição para ganhar pouco e trabalhar muito.

Com ou sem diploma obrigatório, a Cásper é uma escola obrigatória para quem quer aprender jornalismo. As boas escolas suplantam a burocracia e os velhos hábitos. São propagadoras de conhecimento e os alunos as procuram não porque emitem diplomas, mas porque ensinam, difundem cultura e desenvolvem conhecimento. Certamente a Cásper Líbero deu e dá uma contribuição importante para o desenvolvimento do jornalismo em São Paulo e no Brasil. Tenho certeza de que uma quantidade enorme de jornalistas aproveitaram os ensinamentos da escola e contribuem diariamente para a pluralidade de versões e visões de mundo, agora turbinados pelas mídias sociais. Coisa que, no meu tempo, era impensável.

TAQUIGRAFIA DE UMA VIDA

A história de Erasmo Nuzzi: do garoto de Guaraniésia (MG) ao diretor que esteve por mais tempo à frente da Cásper

POR GUTO MARTINI

O ano é 1933. Erasmo de Freitas Nuzzi é um garoto de 14 anos e está dando adeus a Guaraniésia, Minas Gerais. Seu destino: São Paulo. Em seu horizonte, a perspectiva do jornalista que se tornaria anos depois ainda não se delineou. Tampouco, a essa altura, consegue imaginar os cinco mandatos que viria a cumprir como diretor de uma das melhores faculdades de comunicação social do país.

“Naquela época, quem vinha do interior em busca de trabalho e não tinha uma profissão definida acabava aceitando o que lhe ofereciam”, lembra Nuzzi muito tempo depois. Até completar o ensino secundário, passou por diversos empregos. Foi de ajudante de garçom no Café Guarany a chefe de vendas numa fábrica do Brás, a Cartoteca.

Na fábrica, o patrão lhe mostrou um artigo da revista *Seleções* cujo título era “Carreira Simples que Leva Longe”. O texto destacava grandes personalidades que começaram sua jornada profissional pela taquigrafia, a arte de fazer anotações rapidamente. Foi a partir desse pequeno texto que sua vida, em suas próprias palavras, deu uma guinada. “De chefe de vendas, virei professor. Quando terminei os estudos, abri com alguns colegas a Associação Taquigráfica Paulista para ensinar esse método de escrita”, recorda.

É fevereiro de 2017 e o professor Nuzzi está com 97 anos. Apesar de alguns incômodos físicos que, vez ou outra, o afligem, ele conserva uma lucidez admirável e uma memória quase intacta. Do seu apartamento no Jardins, em São Paulo, o professor narra sua trajetória ao lado da mulher, Neide. Falávamos sobre a época em que começou a ensinar taquigrafia quando interrompeu o que dizia e olhou para a companheira. “À minha esquerda está uma aluna. Foi ao curso para aprender e acabou arranjando um marido”, diz, sorrindo. Com 20 anos de diferença, professor e aluna se apaixonaram.

Anos antes do casamento, que ocorreu em 1959, a taquigrafia já havia trazido para Nuzzi um forte contato com o jornalismo. Trabalhou para os maiores veículos de São Paulo cobrindo entrevistas, pronunciamentos e eventos.

Voltemos no tempo para novembro de 1946. Américo Bologna, secretário de redação do jornal *A Gazeta*, procura um novo empregado. Falta uma semana para a inauguração do Centro de Debates de Assuntos Econômicos Cásper Líbero. É preciso um profissional experiente para a cobertura das reuniões. Um nome vem se destacando entre alguns dos principais jornais paulistanos: Erasmo Nuzzi, que assina trabalhos para o *Correio Paulistano*, algumas edições dos *Diários Associados* e para a edição paulista do jornal *A Noite*. Américo Bologna vai atrás do repórter e oferece-lhe a vaga para taquigrafar as reuniões do novo centro de debates da *Gazeta*. O convite é aceito imediatamente.

Enquanto Nuzzi relembra seu trabalho na *Gazeta*, sua esposa vai atrás de alguns documentos. Retorna segurando uma fotografia em preto e branco. Nada tem a ver com o assunto que falávamos, mas a foto faz o professor contar uma de suas maiores histórias. “Meu grande desafio jornalístico”, diz.

O retrato mostra um grupo de pessoas caminhando junto a Getúlio Vargas. Bem ao lado do presidente, à sua direita, avista-se um homem de cabelos negros e



Membros da Diretoria da Fundação e Erasmo Nuzzi na posse de seu segundo mandato, em fevereiro de 1985

© JOSÉ REBELO

bigode. É Nuzzi. “Foi na época que Getúlio assumiu democraticamente. Seu último mandato antes do suicídio. O secretário do *Jornal de São Paulo* me pediu uma entrevista em primeira mão com o presidente”, lembra o professor enquanto olha para a foto.

Rio Grande do Sul, 1950. Getúlio Vargas está hospedado na fazenda de João Batista Luzardo, político de grande força que o apoiava. Com a ajuda de um amigo pessoal que trabalhava para o presidente, Erasmo Nuzzi conseguiu se juntar a um seleto grupo para uma estadia na propriedade de Luzardo. Chegando à fazenda, de noite, os convidados se reuniram para jantar. Tudo o que Getúlio falava, Nuzzi tomava nota atentamente. Foi assim por toda a refeição e em todos os outros momentos. Até no passeio que deram pela manhã seguinte: lá estava o repórter, ao lado direito do presidente, anotando as coisas mais importantes que o homem dizia.

Após o almoço, que não foi diferente das outras refeições, o famoso chefe da guarda pessoal de Getúlio, Gregório Fortunato, aproximou-se de Nuzzi e disse: “Ei, você, o chefe quer falar com o senhor”. Sem hesitar, o repórter seguiu o segurança até o bangalô do presidente. “O que o senhor tanto anotava durante todas as refeições que fizemos? Quase não comeu para ficar escrevendo”, perguntou Getúlio assim que o viu. “Estava taquigrafando o que falava para uma matéria”, respondeu Nuzzi.

O presidente pediu para que o repórter lesse, vagarosamente, tudo o que havia anotado.

“A medida que eu lia, ele pedia para eu fazer ajustes. Quando terminei, falou: ‘Está aí uma entrevista para a sua matéria. Satisfeito?’” Nuzzi esboça um sorriso: “Bom, eu disse que não estava satisfeito. Pedi para que fizesse uma carta agradecendo a seus eleitores de São Paulo. E ele fez. Pegou uma caneta com Gregório e escreveu na minha frente”. Sessenta e sete anos depois, o professor divide com orgulho essa história. Não é para menos: foi um dos únicos que conseguiu uma entrevista exclusiva com Getúlio. O *Jornal de São Paulo* publicou uma reportagem histórica.

Além de ter entrevistado o presidente gaúcho, nos anos 1950, Nuzzi também começou o curso de Jornalismo da Cásper Líbero. Apesar de já ser repórter experiente, queria um diploma. Aventurou-se e, em três anos, formou-se. Suas notas se mantiveram as maiores da turma até o fim, o que lhe rendeu



BEATRIZ FIALHO

Erasmus e Neide folheiam a impressão de *História global dos meios de comunicação*

uma bolsa de estudos da Família Jafet. Foi estudar em Roma e, ao cabo de um semestre, estava de volta.

“Quando retornei ao Brasil, em 1955, me ofereceram um cargo de professor na Cásper Líbero. Lecionei taquigrafia e jornalismo europeu”, conta Nuzzi. Alguns de seus alunos vieram a se tornar destaques no meio jornalístico, como Clóvis Rossi e Heródoto Barbeiro. Após anos trabalhando no corpo docente, concorreu ao cargo de diretor da faculdade. Em 1972, por um voto, venceu as eleições e deu início ao primeiro dos cinco mandatos que o tornaram o mais longevo da Cásper Líbero.

“**Pode parecer loucura uma pessoa com cerca de 80 anos estar tomando posse**, pela quinta vez, do cargo de diretor da faculdade. Não é loucura, é um ato de amor”. Assim foi parte do discurso de Nuzzi quando assumiu o último mandato, em 2003. Por questões de saúde, teve que se distanciar da diretoria em 2005. A vice-diretora Tereza Vitalli assumiu como interina e foi eleita a mais dois mandatos. Nuzzi não quis parar de trabalhar e pediu para ser realocado num cargo mais adequado à sua situação. Assim, acabou virando Consultor Educacional do presidente da Fundação Cásper Líbero, Paulo Camarda. Regina Rodrigues Cabrini, secretária de Camarda, lembra quando Nuzzi subiu para o 11º andar da Fundação Cásper Líbero para assumir sua nova função: “Ele tinha um cabelinho azul anil e usava uma bengalhinha. Era bem ativo, na medida que permitia o problema na coluna que o fez se afastar do cargo”, diz.

O secretário-geral da Faculdade, Alípio Rodríguez Lineira, testemunhou todos os mandatos de Nuzzi como diretor. “Foi ele quem expandiu a Faculdade. Aumentou o espaço e as vagas dos cursos e implementou o curso de Rádio, TV e Internet. Foi durante sua estadia que a Cásper

ganhou projeção internacional. Ele já tinha um know how no meio da educação, sempre trabalhou com isso. Chegou a ser assessor técnico de Educação da Prefeitura”, conta.

Neide nos traz um último documento. Desta vez, trata-se de material novo. É a impressão de *História Global dos Meios de Comunicação*, próximo livro do professor a ser lançado. A obra traça um panorama da comunicação, da fala à internet. Foi escrita a mão, mas já está inteiramente digitalizada. Nuzzi parece estar ansioso com a obra. Não é raro a secretária da diretoria da Cásper Líbero, Marcia Regina Saro, receber ligações do professor querendo saber algum detalhe sobre a publicação do livro, que está sendo analisado pela Faculdade.

Com uma vida dedicada ao universo da educação e da comunicação, o nonagenário Erasmo de Freitas Nuzzi, agora aposentado, mantém seu interesse na pesquisa e no ensino. A idade chegou, mas não foi o suficiente para diminuir seu fôlego intelectual.

ACERVO PESSOAL



Neusa Maria Pereira é jornalista, sócia da editora Abayomi Comunicação e uma das fundadoras do Movimento Negro Unificado em 1978.

Eterna lembrança

POR NEUSA MARIA PEREIRA

Os anos vividos na Cásper Líbero foram os mais importantes de minha vida. Durante a experiência, aprendi a importância das relações humanas baseadas na solidariedade, companheirismo, respeito e crença na igualdade entre as pessoas. Aprendi que apesar das vicissitudes da vida é possível construir um mundo mais feliz quando estes princípios nortearem a sociedade. Valores éticos centrados na liberdade de expressão, da informação verdadeira, análise crítica criteriosa, vigilância implacável dos que detêm o poder, defesa dos despossuídos de voz, aprendidos nas aulas de grandes mestres jornalistas e professores negros Juarez Bahia e Fernando Goés.

Quando cheguei na Cásper Líbero, há quase 42 anos, não existiam alunos negros. Fui uma das primeiras afrodescendentes a pisar nesta Casa inesquecível. O inusitado do fato fazia os colegas torcerem por meu sucesso, demonstrarem sinceridade em manifestações de simpatia e apreço. Entendiam a importância da presença de uma aluna negra num ambiente estudantil de maioria branca e de classe média alta. Sentiam a necessidade da alteração daquele cenário sem diversidade de raça e classe social.

No primeiro ano em que prestei vestibular fui recebida com um misto de entusiasmo e surpresa. Alguns vieram conversar comigo, tentando adivinhar meus pensamentos, desejando-me boa sorte. Infelizmente não consegui aprovação. Não desisti.

Embalada pela primeira recepção, redobrei os estudos realizando cursinhos populares. Consegui entrar na Cásper. Foi um momento de satisfação indescritível para mim e meu inesquecível pai, que vivia afastado do trabalho devido às frequentes crises de hemoptise, mas que não media esforços para me ver ser alguém na vida, por meio dos estudos. Para ele, única maneira de combater preconceitos.

Quando passei para o segundo ano, ele ficou gravemente doente. Seu salário mal dava para suprir as despesas de casa e comprar remédios e, por isso, não teve condições de pagar a matrícula. Eu teria de abandonar a faculdade. Os alunos ficaram sabendo, realizaram um movimento para arrecadar dinheiro e pagaram minha matrícula. Ato único, jamais soube de outro igual entre estudantes. Nunca ouvi nenhum comentário que pudesse abalar minha auto-estima, me fizesse sentir diminuída. Pelo contrário, passaram a me tratar com mais carinho e admiração pela superação da dor que, ainda hoje, palpita fundo no coração ao lembrar do fato.

Graças a este ato de solidariedade e amor ao próximo, tornei-me a jornalista que sou hoje, preocupada com o bem comum, a verdade dos fatos, sensível com o sofrimento alheio. Tornei-me uma ativista pelos direitos humanos. Fui uma das fundadoras do Movimento Negro Unificado de 1978, uma das criadoras da seção afro-latino América, do jornal *Versus*, publicação alternativa das mais importantes. Atualmente, sou sócia da editora Abayomi Comunicação, responsável por publicações voltadas para informação e formação de mulheres das classes C e B da zona norte da capital paulistana.

UM BRINDE AOS PRÓXIMOS 70 ANOS

A grande aventura e os desafios das décadas vindouras estão apenas começando agora!
Para lá iremos

POR PAULO CAMARDA, PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO CÁSPER LÍBERO

Nossa Fundação, como se sabe, tem sua origem e destino no Jornalismo e na área da comunicação, e a eles está intrinsecamente ligada. Não poderia ser diferente. Como dito inúmeras vezes, Cásper idealizou uma instituição que tivesse na educação um de seus pilares. Assim, não foi por acaso que sempre defendeu a criação de uma escola de jornalismo que privilegiasse o ensino de humanidades, a comunicação como teoria e prática, educação e transformação.

Primeira Escola Superior de Jornalismo do Brasil, com total autonomia didática e pedagógica, nossa Faculdade, então denominada Escola de Jornalismo Cásper Líbero, foi criada em 16 de maio de 1947, no mesmo mês e ano em que fui admitido como contador-auxiliar aqui na Fundação Cásper Líbero.

Inicialmente, a Faculdade funcionou em um imóvel alugado no 8º andar da Av. Cásper Líbero, 58, ao lado do Palácio da Imprensa, que ficava no número 88 da mesma avenida. Palácio da Imprensa era o nome do edifício da *Gazeta*, que se instalou ali em 1939 – foi o quarto endereço do jornal. Até 1943, três anos antes, a avenida se chamava Rua da Conceição. Foi nesse ano de 1943, da morte do jornalista e empresário, que houve a mudança de nome do logradouro para homenagear nosso fundador.

O Palácio da Imprensa foi o primeiro prédio projetado e construído especificamente para funcionar como sede de um veículo de comunicação no Brasil – contava com instalações adequadas para o funcionamento de uma redação, dos setores de gravura, composição, impressão e distribuição do jornal *A Gazeta*. A publicação, criada em 1906, foi comprada por Cásper em 1918. O advogado e jornalista empreendedor tinha então 29 anos. Transformou o vespertino num dos mais importantes órgãos de imprensa da época, com a introdução de modernas rotativas, técnicas pioneiras de impressão e uma frota de distribuição realizada com automóveis.



Em 1934, Cásper resolveu criar uma versão radiofônica do vespertino, “O Grande Jornal Falado d’A Gazeta”, transmitido pela Rádio Cruzeiro do Sul. Menos de uma década depois, em 1943 comprou a Rádio Educadora Paulista, transformando-a na Gazeta AM, hoje parte da Faculdade. Chamada de “a emissora da elite”, a rádio marcou época com programas de música clássica de auditório, com orquestra e participação de cantores líricos de nomeada.

Nesse meio tempo, Cásper Líbero criou a Corrida Internacional de São Silvestre, a Prova Ciclística 9 de Julho, entre outras competições que deram impulso a um suplemento que veio a ocupar o lugar do vespertino, *A Gazeta Esportiva*.

Nos finais dos anos 1950, a Fundação decidiu expandir suas instalações, centralizando as empresas em um só lugar. A proposta era transformar a sede num marco simbólico, à altura do inspirador. Assim, a nova Casa de Cásper Líbero foi construída em plena Avenida Paulista, endereço emblemático da capital bandeirante. As obras arrancaram em 1958, da prancheta do engenheiro José Carlos de Figueiredo Ferraz, construtor de obras históricas da cidade, como o Planetário do Ibirapuera ou o vão livre do Masp (Museu de Arte de São Paulo), este projetado pela arquiteta Lina Bo Bardi. O projeto do prédio da *Gazeta*, em concreto armado, era

então conhecido como “Uma luz sobre São Paulo”.

A Faculdade se trasladou para esse endereço, na Avenida Paulista 900, em 1966, funcionando inicialmente no Térreo-Alto. Hoje está instalada em parte do 3º, do 4º, 5º e do 6º andar, ocupando uma área de 21.575 metros quadrados.

Como era o desejo do seu instituidor, a Fundação sempre direcionou os seus veículos de comunicação na defesa, manutenção e desenvolvimento de uma imprensa livre e democrática, regida pelos princípios patrióticos, jornalísticos e culturais, com o objetivo da prestação de serviços à comunidade e ao desenvolvimento da cidadania.

Manter vivo o sonho de Cásper requer um intenso trabalho de planejamento e gestão. A dedicação e competência de nossos colaboradores – jornalistas, radialistas, publicitários, professores, funcionários administrativos – foram fundamentais para que os objetivos traçados pelo fundador permanecessem firmes na longa caminhada.

Nosso grande desafio hoje é continuar a investir não apenas em tecnologia, como também no conhecimento e em recursos humanos, visando não só este, mas também os próximos anos, com o intuito único de oferecer sempre o melhor, fazendo a diferença. Garantir os investimentos em tecnologia de ponta, disseminar a cultura e educar para a formação e aperfeiçoamento profissionais, a fim de cumprir o desejo do patrono de nossa instituição.

O foco da Faculdade é continuar sendo uma das maiores do País, não em número de alunos e área ocupada, mas em qualidade de ensino, baseada na alta qualificação de seus professores, dos técnicos, assistentes e funcionários, sempre lançando mão das grandes inovações da tecnologia.

Nos orgulhamos dos profissionais desta Casa. Nos orgulhamos dos profissionais que formamos. Quem aproveita o aprendizado do passado

A PRESIDÊNCIA DA FUNDAÇÃO

POR CARLOS COSTA

e as oportunidades do futuro é o próprio ser humano.

Os 70 anos da Faculdade, completados em 16 de maio com uma celebração prévia no dia 9 de maio, foram magníficos em todos os sentidos. A Cásper tem orgulho de ser a primeira escola de Jornalismo do Brasil. Por seus bancos escolares passaram mulheres e homens que ocuparam e ocupam cargos importantes não somente na Fundação, mas nos mais diversos veículos de nossa mídia. Radialistas, diretores de vídeo, publicitários, relações públicas, jornalistas – como vocês verão em diversas páginas desta publicação.

Continuaremos firmes com o foco em ser uma das grandes referências em comunicação. Mas o sucesso de ontem não é garantia de nosso êxito amanhã: com atitude humilde, buscamos manter a tradição, buscar a inovação, fazer a diferença nos cursos que oferecemos, na graduação (Jornalismo; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas; Rádio, TV e Internet), na especialização e no mestrado. Estamos nos credenciando junto ao MEC para a oferta de pós-graduação lato sensu por EAD (ensino a distância), com projetos de abrir o leque no campo comunicação, com nova oferta de cursos graduação na área em que somos especialistas, com estudos para chegar ao doutorado e a um mestrado profissionalizante. A aventura dos próximos 70 anos apenas está começando. A isso iremos!

Ao morrer num acidente aéreo no Rio de Janeiro, no dia 27 de agosto de 1943, Cásper Líbero deixou, de acordo com vontade registrada em testamento, um complexo de comunicações que é administrado pela Fundação Cásper Líbero, criada quase um ano depois, em 10 de agosto de 1944. Hoje o grupo reúne a TV Gazeta, a Rádio Gazeta FM e a AM (esta, a emissora da faculdade), a Gazeta Esportiva Net, a agência Gazeta Press, a Faculdade Cásper Líbero, o Grupo Cidadania Empresarial e o Memória Cásper, entre outras marcas.

A história dessa fundação teve diversos momentos de grandes arroubos, alternados com sérios contratempos e decisões infelizes. Paulo Camarda, 12º presidente do conselho diretor (empossado em 27 de março de 1995), está em sua quinta gestão, somando mais de 23 anos à frente da instituição. Sua gestão – a mais longa de todas – marca um período de estabilidade, reconstrução, renovação e de consolidação da solidez do grupo. Com saúde financeira estável, a grande nave de Cásper Líbero segue esses tempos de tempestades e crises sem acusar os golpes e problemas que levam outras instituições a sangrias e cortes profundos.

Em 1945, Paulo Camarda era funcionário da McAuliffe Turquand Young & Co, empresa de auditoria de renome internacional que auditava as contas da Fundação Cásper Líbero. Foi admitido como auxiliar de contabilidade em nossa empresa em 5 de maio de 1947 – mesmo mês da criação da faculdade.

Atento e competente, após ter exercido diversas funções no Departamento de Contabilidade do grupo, inclusive a de gerente administrativo a partir de 1 de julho de 1971, em fevereiro de 1989 foi promovido a superintendente administrativo e financeiro. Exerceu ainda, paralelamente, a função de procurador da Fundação por 21 anos. Foi membro ativo do Conselho Curador de 27 de abril de 1984 a 15 de julho de 1992.

Foi quando solicitou seu desligamento da Casa. Três anos depois, era chamado para assumir a Presidência, tomando posse em 27 de março de 1995.



© ESPAÇO ÉTICA



Clóvis de Barros Filho é jornalista e professor livre docente pela Escola de Comunicação e Artes da USP. Atualmente, atende grandes empresas pelo Espaço Ética.

Para nunca mais esquecer

POR CLÓVIS DE BARROS FILHO

eu pai insistia com Engenharia e minha mãe com Medicina. Então prestei Fuvest para Direito e, pra preencher o resto do tempo, um curso noturno viria a calhar. Jornalismo me parecia simpático. Ainda mais ali na Paulista, perto de casa. Eram só três anos, e eu não tinha a menor ideia do que esperar.

A carreira jurídica parecia atrair todas as minhas atenções. O Jornalismo me daria algo para fazer às noites. No primeiro ano e meio, por uma distribuição de salas que nunca compreendi totalmente, acabei cursando junto de alunos de Relações Públicas. Devo assegurar que foram meses felizes, recheados de descobertas e experiências.

Se o futuro me parecia sempre jurídico, o presente naquele instante era sem dúvidas casperiano. Apesar da segunda metade do curso, voltada mais para a inserção profissional, me encantar bem menos, ainda assim passava os dias esperando as noites.

Terminado o curso, já tinha certeza que queria ser professor. Assim, mestrados e doutorados eram a parada obrigatória. Concluí o Direito, me mudei para Paris, e lá fiquei me preparando para ser professor em alguma faculdade de Direito.

Com alguns diplomas na mão, o regresso foi complexo. Menos receptivo do que imaginava, e mais áspero do que jamais supus. De novo quem me abriria as portas era a Cásper, onde coube-me implementar um programa de legislação de imprensa.

O começo da vida profissional via na Cásper uma parada promissora e segura, ao mesmo tempo. E se foi na Cásper que aprendi a ser feliz, foi lá que aprendi

di a dar aula. E quando digo que aprendi a dar aula, quero que o leitor me entenda bem, aprendi a fazer o que faço até hoje, e se isso significa dar aula ou dar boa aula, aí eu realmente não sei.

Ao longo de 15 anos vividos em duas etapas distintas, separadas por uma ida à Espanha com vistas a obtenção de um título em comunicação, tive alunos e colegas brilhantes.

Meu mundo virou o mundo das faculdade de comunicação, e a Cásper foi o passaporte que me autorizava passear por todos os cantos e instituições. Além disso, os anos trabalhados na Cásper Libero me permitiriam mais tarde pleitear uma vaga em Direito na Faculdade de São Paulo, outro sonho a ser vivido.

Mas como toda relação de amor, um dia a minha trajetória na Cásper alcançou o seu final. Somando “esforços” com colegas professores do departamento de Jornalismo, pretendíamos um destino para a escola que não coincidia com o entendimento dos outros departamentos, e talvez com as instâncias maiores da fundação. Assim acabamos todos procurando novos desafios e espaços.

Uma espécie de flashback de tudo isso foi reencontrar na Casa do Saber, anos depois, o chefe de departamento que tanto garantirá minha presença e minha voz, Mario Vitor Santos, novamente como o diretor da casa, o chefe. Novamente estendendo a mão e permitindo novos voos.

Sendo assim, não é exagero dizer que se um dia devi tudo foi à Cásper por uma permanência feliz, convivência harmoniosa e experiência inigualável. Hoje, já no final da minha vida profissional, repito que devo tudo a Cásper, pois nada de relevante teria acontecido sem ela. Nada que me fez brilhar os olhos teria sido possível se um dia, pela primeira vez, não tivesse me apresentado no quinto andar da Avenida Paulista, para nunca mais esquecer.

Abertura do III Encontro Luso-Afro-Brasileiro de Língua Portuguesa, Literatura e Comunicação Social, em maio de 2000



ALINE ABE PACINI

PORTUGUÊS NO PLURAL

A Faculdade foi pioneira na criação de um encontro entre países lusófonos

POR FELIPE SAKAMOTO

Em 1983, o jornalista português e docente da Faculdade Cásper Líbero, João Alves das Neves, e o presidente do Conselho Diretor da Escola Superior de Jornalismo do Porto, Pinto Garcia, resolveram cumprir a missão de Cásper e organizaram o I Encontro Afro-Luso-Brasileiro de Jornalismo e Literatura.

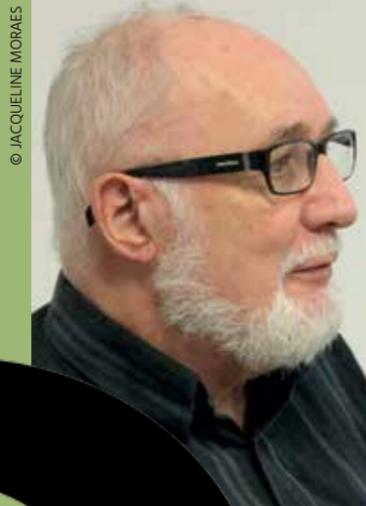
Sediado no Teatro do Museu de Arte de São Paulo em outubro de 1984, o encontro teve como principal convidada Lygia Fagundes Telles, que contou aos espectadores como é ser escritora em uma sociedade que tentou convencê-la de que mulheres que pensam e estudam estão destinadas à solidão. Apesar de ser aclamada intensamente pelo público, Fagundes também discutiu a insatisfação com

as suas próprias obras. “A curiosidade me parece uma qualidade importante. O escritor deve ser incontentável.” Em 1986, houve a segunda edição do encontro, em que os principais pontos do debate foram educação, mídia, literatura e a atividade jornalística.

O docente Wellington Andrade, que participou da comissão acadêmica do III Encontro, em 2000, pontua a relação entre jornalismo e literatura: “É possível defender a ideia que o jornalismo é uma área de humanidades, que também tem relação com as letras. O jornalismo não pode ser considerado literatura, mas utiliza-se de recursos ficcionais”. O encontro também fez uma reflexão sobre outras áreas da comunicação, como publici-

dade, preservação do idioma e mídia.

O discurso feito pelo então Cônsul-Geral de Portugal, Domingo Fezas Vital, atual Embaixador de Portugal nos Estados Unidos, ilustrou a importância dessa convergência cultural: “O português é uma língua viva. Ela nasce, cresce e evolui todos os dias. Nós contribuimos todos, como nos é diferente e particular, para que ela seja todos os dias uma língua mais rica. E é justo desses universalismos e desse acolhimento do que é particular, que se cria e se tece uma rede de complicitades”. Mais uma vez, o pioneirismo da Faculdade Cásper Líbero permitiu que um importante encontro internacional entre os países lusófonos tivesse acontecido.



© JACQUELINE MORAES

Clóvis Rossi é jornalista com mais de 40 anos de carreira e é, atualmente, colunista da *Folha de S. Paulo*

Devo meu emprego à Cásper

CLÓVIS ROSSI

Devo à Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero o meu primeiro emprego e, por decorrência, toda a minha carreira já excessivamente longa de 54 anos.

Foi assim: Erasmo de Freitas Nuzzi, que era então professor de taquigrafia, me indi-

cou para uma vaga na sucursal de São Paulo do jornal carioca *Correio da Manhã*.

Fui, fiquei e fui ficando até hoje na profissão (não passei nem um minuto sequer desempregado nesses 54 anos). Mas seria hipócrita se dissesse que devo minha carreira à Cásper. A Faculdade me fez empregado, mas não me fez jornalista.

Aliás, desconfio seriamente que nenhuma faculdade forma de fato um profissional. É a prática que vai fazer de um formando em Direito um advogado, de um formando em Medicina um médico - e assim por diante.

A bem da verdade, não sei porque o professor Nuzzi me indicou. Eu não era bom aluno, passava mais tempo jogando pebolim do que na sala de aula, não aprendi nem mesmo a taquigrafia que ele ensinava.

Mas não recomendo a ninguém que siga meu exemplo. Eu sei perfeitamente bem o trabalho que deu recuperar, já trabalhando em jornalismo, o conhecimento que a faculdade talvez tivesse me proporcionado, se eu fosse um aluno pelo menos medianamente aplicado.

É bom notar também que estou falando de tempos pré-históricos do jornalismo e do ensino de jornalismo. A

Cásper tinha instalações modestíssimas, na avenida Ipiranga, não o “prediço” da Fundação na avenida Paulista.

Não havia aulas práticas, não havia jornal-laboratório, nada de nada das oportunidades que hoje são rotineiras nas faculdades de jornalismo. Nunca fiz uma reportagem como prova ou tese nos três anos de curso (era o tempo que durava à época, anos 60 do século passado).

Além disso, como o “Correio da Manhã” me contratou quando eu estava exatamente no meio do curso, ou seja, um ano e meio depois de tê-lo iniciado, era muito mais emocionante fazer jornalismo na prática do que ouvir falar dele nas salas de aula.

Para minha sorte, comecei beneficiado por duas circunstâncias irrepetíveis: primeiro, trabalhava em uma sucursal pequena, em que era preciso que cada um dos seus poucos jornalistas fizesse de tudo (rádio-escuta, “recortagem”, reportagem, política, boxe, futebol, economia, café, o diabo).

Estamos falando de uma época em que não havia um telejornal de verdade nem, muito menos, internet nem mesmo fax. A transmissão de textos era por meio de um aparelho chamado telex (um telégrafo modernizado), que, hoje, nenhum jornalista nem sabe o que é.

São Paulo era, para o Rio de Janeiro (sede do meu jornal), um planeta distante. Com uma equipe pequena que não podia cobrir tudo, reescrever textos dos jornais locais era praxe, o que não deixava de ser uma maneira de apreender. Segundo ponto: comecei cobrindo a conspiração para o que viria a ser o golpe de 1964. Esse tipo de situação obriga o “foca” a aprender, em seis meses, o que levaria seis anos para aprender em circunstâncias institucionais normais.

O que aprendi na Faculdade foi ética. E é um tremendo acervo para quem teve que navegar no jornalismo em tempos obscuros e, mais recentemente, em uma polarização política que inibe um debate de ideias sadio e civilizado.

Por isso, sou duplamente grato à Cásper.

O PRIMOGÊNITO

A história do médico que presidiu a Fundação Cásper Líbero

POR GUTO MARTINI

É no térreo baixo do “prédio da *Gazeta*”, logo após as catracas e em frente aos elevadores. Uma sala espaçosa de vidro fosco. Na entrada, lê-se: Ambulatório Nelson Líbero. Lá funciona a medicina ocupacional e os primeiros socorros para os alunos e funcionários da Fundação Cásper Líbero (FCL). “Como Nelson era médico, achei que colocar o nome da sala em sua homenagem fosse importante”, explica a superintendente patrimonial da FCL, Angela Esther de Oliveira. Mas, afinal, quem foi o homem com o mesmo sobrenome de Cásper?

O dono da *Gazeta* tinha dois irmãos mais velhos: Nelson e José. Diferente do caçula, ambos dedicaram a vida à medicina. Nelson nasceu em 2 de setembro de 1884 e entre os irmãos foi o que por último faleceu, em 24 de julho de 1976. Ao longo de seus 92 anos, não chegou a ter herdeiros. No entanto, passou por momentos marcantes da história e se relacionou com figuras icônicas de nossa literatura: foi amigo próximo de Olavo Bilac e Martins Fontes.

Mais que amigo dos poetas, Nelson era ele próprio um



© ACERVO GAZETA PRESS

homem das letras. Pouco arriscou nos versos, mas a prosa de seus pensamentos e vivências sempre vieram ao papel em momentos que sentia necessidade de se expressar artisticamente. Como ele mesmo dizia “sou protegido por um hobby inofensivo, mas laborioso também – as divagações literárias!”. Fruto disso foi a biografia *Yéyé: Martins Fontes na Intimidade*, que fez a partir de sua convivência com o amigo, e seu próprio livro de memórias: *Flashes*.

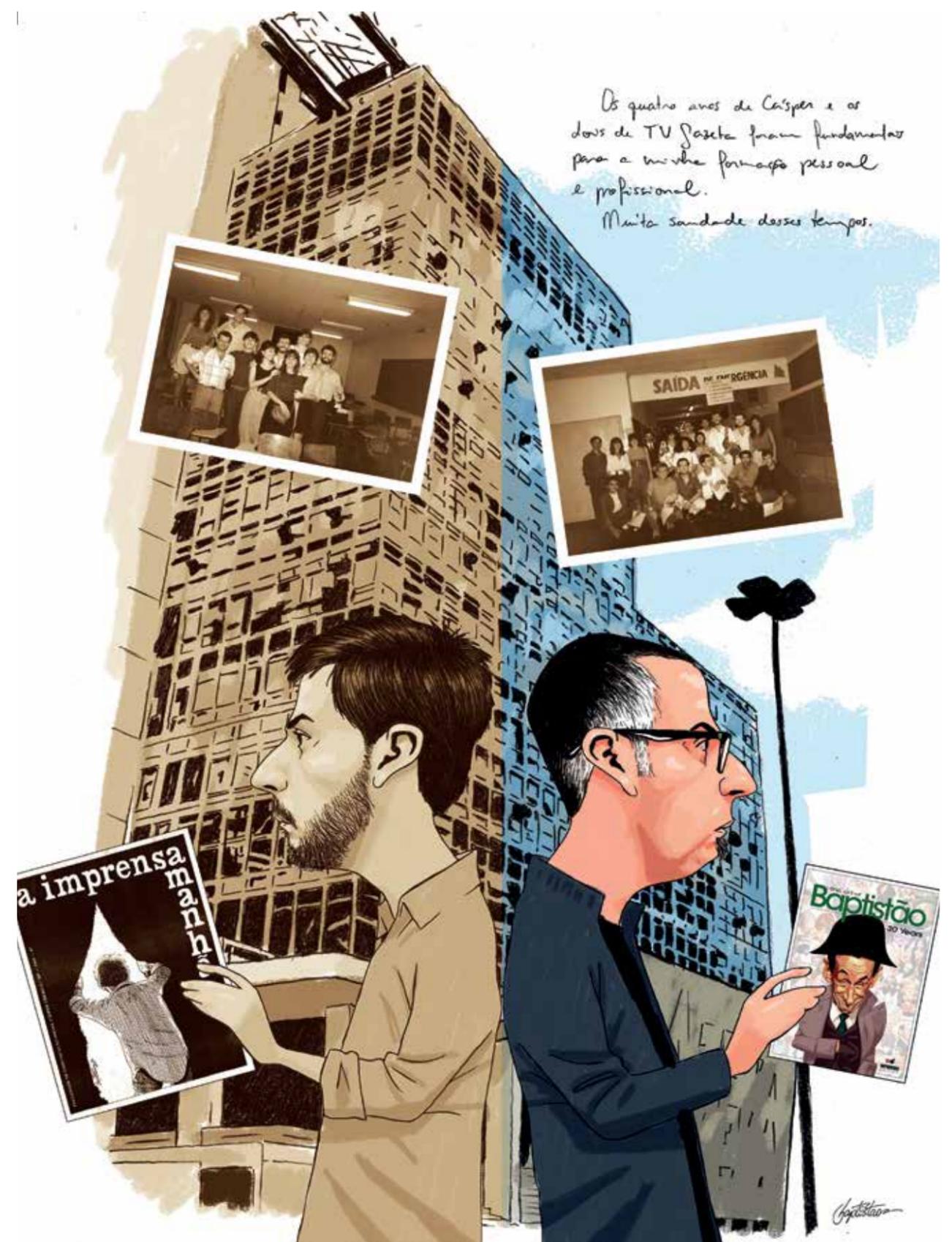
Em 1915, um ano após a deflagração da Primeira Guerra e ainda tomado pelo romantismo e influência que restara da Belle Époque, Nelson pegou um vapor até a França para ajudar o país que carecia de médicos. Começou dando reforço no Serviço de Saúde, em Lyon, e terminou como chefe de equipe cirúrgica. Apesar dos horrores do front, anos depois lembraria da época como uma fase feliz de sua vida. “Foi um período de lutas, onde tudo interessava e era novidade para mim”, registrou no livro *Flashes*.

De volta ao Brasil, o primogênito dos Líberos continuou dedicando-se à medicina. Em 1924, fundou a Garantia Industrial Paulista, serviço médico de seguros que atendia a funcionários de empresas e indústrias. O dinheiro que conseguiu com o negócio foi de grande ajuda à *Gazeta*. Durante a ditadura de Getúlio Vargas, com Cásper exilado na Europa, Nelson conseguiu manter o jornal até o seu retorno, impedindo uma venda precipitada e arriscada.

Ao notar que a emergente São Paulo dos anos 1930 sofria com a falta de hospitais, Nelson construiu a Casa de Saúde Dom Pedro II. Conforme relata em alguns escritos que deixou, foi difícil manter a empreitada. Recebeu várias propostas de venda, mas recusou todas e, mais do que preservar, conseguiu expandir o espaço transformando-o num verdadeiro complexo hospitalar. Hoje em dia, quem for na Rua da Figueira número 831 encontrará o que antes era a Casa de Saúde de Nelson Líbero transformada em uma unidade da rede de hospitais Sancta Maggiore.

Nelson nunca precisou de dinheiro. Financeiramente, sempre teve uma vida saudável. Após a morte de Cásper descobriu que seu nome constava no testamento como detentor de uma fortuna incalculável: a ele ficava delegada a tarefa de integrar a diretoria de uma Fundação, ao lado de José Líbero, João Ferreira Jorge, Pedro Monteleone e Sylvio Margarido, que o irmão havia idealizado. Foi assim que, em 1944, tornou-se o primeiro presidente da Fundação Cásper Líbero.

Apesar do carinho pela *Gazeta*, Nelson não permaneceu no cargo por muito tempo. Antes de terminar seu mandato, afastou-se para se dedicar às suas paixões: a medicina e as divagações literárias.



Eduardo Baptista, premiado ilustrador e formado em Publicidade e Propaganda pela Cásper em 1988, começou a fazer suas primeiras ilustrações em *A Imprensa*, jornal-laboratório da Faculdade. Publica seu trabalho no blog <http://baptista.zip.net>

SETE DIAS NA CÁSPER

Sorratamente, abrimos as cortinas que envolvem o universo dos casperianos. Venha conosco, leitor: por uma semana caminharemos pelos corredores da Faculdade espiando o que acontece na rotina dos alunos e funcionários.

POR BEATRIZ FIALHO, CAROLINA MORAES, FELIPE SAKAMOTO, GIULIA GAMBA, GUTO MARTINI, GUILHERME GUERRA E PAULA CALÇADE



Segunda-feira

O escadão da Paulista 900 está vazio: às 6 horas, apenas um ou outro pedestre cruza sua frente nessa gélida manhã. O cheiro de croissants assando no forno do Reserva Cultural invade o corredor do térreo baixo por onde chega o primeiro pacote do dia: os jornais *Valor*, *Agora*, *Diário de SP*, *Diário do ABC*, *Lance!*, *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo*. Rosana Silva, a recepcionista, recebe os impressos antes que sejam distribuídos pela Fundação Cásper Líbero. Ela ainda recolhe os crachás do dia anterior, confere o funcionamento das catracas e olha a lista de convidados do dia.

Os relógios dos elevadores marcam 7h10, e, no terceiro andar, a fornada com 24 pães de queijo acaba de sair do forno do Rock Café. Os primeiros clientes, alunos e professores, começam a aparecer atrás de um expresso para poder despertar.

Se os alunos saem dos elevadores rumo às salas no quinto andar ainda sonolentos, a monitora Débora Santos já está na coordenadoria de Rádio, TV e Internet para começar o trabalho. A leitura diária dos e-mail só começa depois do acionamento do ar condicionado. Desta vez, não há bilhetes na mesa: é como ela e as outras duas monitoras se comunicam. Isabela Tengemann, monitora que chega às 13 horas, encontrará um, solicitando um Comunicado Interno para liberação de entrada de produção para trabalhos do curso.

Enquanto Débora resolve as pendências administrativas do curso, no terceiro andar, os alunos do terceiro ano de RTVI têm nas mãos o storyboard da série *Game of Thrones*, entregue no início da aula, nas mãos. Sentados em volta à mesa comprida que toma o centro da sala, os alunos acompanham Kleber Carvalho andando de um lado ao outro durante a aula de Direção de Arte. Enquanto a outra metade da turma está na aula de Edição para Rádio, na sala 10 os alunos começam a pintar a folha considerando os grupos de cores que melhor contribuem para a história violenta de guerras entre famílias pelo trono. “Isso ao som de músicas ao estilo Antena 1”, diz Bruna Antenore, uma das alunas.

Ao fim das aulas da manhã, no quinto andar 25 alunos de jornalismo ocupam a sala 01 depois que o sinal marca o fim da aula, às 11h30. Grupos formam uma fila em frente à mesa do professor, tomada naquele momento por outros três alunos: Felipe Sakamoto, Guilherme Guerra e Paula Calçade, editores da *Revista Esquinas*. Três calouras empolgadas sentam nas carteiras da frente e começam a contar sobre a próxima reportagem. Em pé, Guilherme cronometra no celular os cinco minutos que terão para tirar suas dúvidas. Se não fizesse isso, não daria conta de atender a todos. São 13 horas, e é o começo dos preparativos para a 61ª edição da revista. A tarde é marcada

por corredores silenciosos, bater de teclas na frente do computador nos laboratórios e conversas em baixo tom nos saguões e corredores do terceiro ao sexto andares.

Às 18h27, um flash da câmera de uma aluna irrompe no Centro Acadêmico Vladimir Herzog: alguns participantes da reunião sobre apropriação cultural do coletivo AfriCáspier, que se propõe a discutir pautas do movimento negro, se espantam. Risos tomam conta da pequena sala no terceiro andar. Enquanto no CA os alunos se espalham no chão e nos sofás, no hall de entrada do Teatro Cásper Líbero uma outra aglomeração se forma linearmente. A fila para “bater” a carteirinha é um clássico em dia de evento. É quando se marca a presença dos estudantes. Dentro do espaço, o professor Pedro Nogueira conversa com os alunos e arrisca alguns versos da música que toca, “Moro num país tropical/ Abençoado por Deus e bonito por natureza”. A iluminação do teatro se apaga, a voz de Jorge Benjor é cortada e o vídeo de avisos sobre a segurança no teatro é reproduzido. Mais uma aula magna de Rádio, TV e Internet começa. O palestrante é Felipe Braga, um dos sócios da produtora Losbragas junto da atriz hollywoodiana Alice Braga – filha do professor Ninho Moraes. Por aproximadamente duas horas, os alunos ouvirão o produtor narrar sua trajetória pelo mundo audiovisual.

Terça-feira

Às 7h03, Dalva do Ó, secretária da Faculdade e quase uma unanimidade entre alunos, funcionários e professores, corre para não perder o elevador. Todos os dias, o mesmo trajeto: quarto andar para pegar um café, no três-e-meio para deixar a marmita na geladeira e, depois de passar pelo banheiro, chega ao quinto andar – que ainda está silencioso e sem alunos pedindo chaves para abrir as coordenadorias, documentação de estágio, bilhete único... Ela é um faz-tudo a quem muitos recorrem. “Os alunos até me chamam de tia”, afirma entre risos tímidos.

Mas o sossego dos corredores acaba quando os alunos chegam rumo às salas de aula. Na segunda aula da manhã, às 10h30, silêncio entre as cadeiras na sala 13. Os alunos do terceiro ano de jornalismo olham atentos à aula de Wellington Andrade. “Escrever não é somente uma atividade técnica, mas é também uma prática corporal de prazer”, recita o trecho escrito por Roland Barthes. Com três folhas entregues pelo professor no começo da aula, anotar cada citação não é a preocupação dos estudantes. Na discussão sobre escritura e escrita percorreram, levados pela voz do professor, o começo da escrita na Suméria e os diálogos socráticos de Platão. Na primeira carteira, Júlia Benini deixa uma lágrima escorrer e, assim como o resto da turma, anota apenas o que, de alguma forma, a toca.

Com o fim das aulas, é hora do almoço, e Julia Favero, Marcella Cantoni e Paulo Vita, monitores da Clact Zoom, aproveitam a promoção da pizzaria Dominos. Logo a produtora laboratorial dos alunos de RTVI é tomada pela mistura do cheiro das pizzas de frango com requeijão, pepperoni e quatro queijos. Os 32 pedaços que chegaram às 13 horas duram poucos minutos.

Três andares acima, onde o cheiro dos rastros da pizza não chega, Letícia Sé pega uma folha com diálogos em francês sentada em frente a um dos três computadores da tranquila sala do Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP). Ela lê as frases que serão usadas no documentário produzido pelos alunos durante a viagem ao Marrocos para cobrir a COP 22. Quatro passos atrás, a monitora Gabriela Glette, aluna do quarto ano de Jornalismo, está finalmente em paz: chegou ao fim o processo de seleção de novos pesquisadores do CIP.

Às 16 horas, a monitora Fernanda Silva afasta os fones de ouvido enquanto edita vídeos na ilha de edição. Julia Zayas, também monitora do Edição Extra, entra para avisar que vai reservar o material da próxima gravação. Pelo labirinto que os corredores do quarto andar formam, chega-se na sala de Irineu Gonçalves de Sousa. “Me sujei de tinta branca”, ele conta. A porta da sala acabou de ser pintada.

Encerrando as atividades do período da tarde, mulheres sentadas

em roda no centro do jardim do terceiro andar destacam-se das poucas que estão nos bancos lendo. Às 17h30 ainda está claro, mas nuvens carregadas começam a aparecer no céu. O debate da Frente Feminista Casperiana Lisandra sobre o Dia Internacional da Mulher foi feito de oscilações entre falas calmas e indignadas. “A Reforma da Previdência vai aumentar o número de idosas na extrema pobreza”, alerta Carla Vitória, militante da Marcha Mundial das Mulheres. Com o dia já escurecendo, o jardim se preenche com alunos se reunindo e falando mais alto. As primeiras gotas caem do céu e as 15 mulheres se despedem.

Às 18 horas, Leonardo Louria e Rafaela Romcom se sentam em uma das mesas da coordenadoria de Publicidade discutindo sobre *drag queens*. O barulho dos ventiladores na sala dificulta a boa audição, mas já do corredor é possível ouvir nomes conhecidos do programa de televisão *RuPaul's Drag Race*. O professor Rodrigo Moraes está ao lado dos alunos. “O que é transaminase?”, pergunta alheio à conversa dos dois, enquanto preenche palavras cruzadas. A resposta, talvez um pouco fora do cotidiano dos comunicadores, era “enzima de fígado” – segundo o próprio jogo.

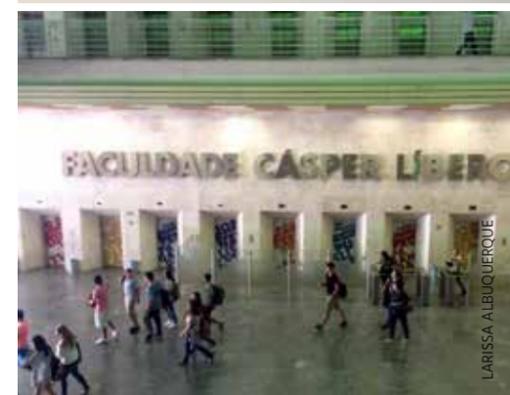
Depois das aulas cheias que inauguram as atividades noturnas da Faculdade, às 22 horas, Nathália e Yasmin da Frente Feminista vendem broches com o logo do coletivo





Os alunos
atentos
‘Escrever
só uma
técnica,
também
corporal

olham
à aula:
não é
atividade
mas é
prática
de prazer’



a R\$3 no saguão do quinto andar. Elas se surpreendem com a quantidade de alunos e alunas que param para olhar as opções. Sorridentes, contam as notas que vão acrescentar R\$ 250 ao caixa do coletivo, tiram fotos dos broches e espalham a nova empreitada pelos grupos da Cásper no Facebook.

Quarta-feira

No quinto andar, a única fonte de iluminação que sai do corredor vem da sala da Cásper Digital. Às 6 horas, Claudia e Erika já começaram a limpeza que se estende por mais oito horas. No escadão, o burburinho toma conta às 7h50. Em dia de aula magna, ele fica mais cheio que o normal. O aluno Felipe Leite, de Jornalismo, conversa com quatro colegas. Em 15 minutos, vão tomar seus lugares no teatro para escutar as jornalistas Patrícia Campos Mello e Maria Júlia Coutinho. Patrícia destaca um episódio que vivenciou em sua carreira. Ela conseguiu entrar na festa de posse de Donald Trump. Como não podia fazer anotações, teve uma saída criativa: “Escondi um bloquinho de notas na bolsa”.

Enquanto os alunos de Jornalismo saem empolgados do Teatro Cásper Líbero pela fala das convidadas, no jardim do terceiro andar, alunos de Publicidade sentam-se no chão para bater uma foto. A entrega do trabalho de composição em comemoração

aos 70 anos da Cásper é amanhã. Algumas das imagens que ilustram esta reportagem veio desse projeto. No sexto andar, Daniela Araújo e Ana Carolina, alunas de publicidade, editam as fotos já prontas para o mesmo trabalho em uma das mesas redondas da sala de criação. Há duas horas estão procurando a cor certa para os cliques feitos do escadão com uma GoPro. Às 14h29, acham o tom perfeito. Mas em poucos segundos recomeçam o trabalho: esqueceram de salvá-lo.

Os alunos Gabriel Calvino, Giovanna Sutto, Lucas Herrero e João Pedro Petrini assistiram juntos à decisão final entre o Barcelona e PSG, na sala 13 do quinto andar. Calvino sai da sala rumo a um cochilo na rampa do terceiro andar antes da aula magna de Jornalismo começar. Lá, o ambiente ecoado é dividido entre casais se beijando, rodinhas de conversa e alunos deitados em suas mochilas. Mas quando o convidado chega, o jornalista César Tralli, o foco se volta para ele.

Enquanto a aula magna com o jornalista da Globo acontece no Teatro Cásper Líbero, às 21 horas, os alunos de Publicidade escutam à professora Vilma Schatzer na sala 03 do sexto andar. Os futuros publicitários discutem os conceitos de textos apolíneos e dionisíacos. Entre passadas de uma apresentação de Powerpoint com arabescos no canto esquerdo, os alunos discutem como não deixar pon-

tas abertas nos textos publicitários. Gustavo Fernandes se atentou especialmente no slide sobre silogismo: a argumentação da lógica perfeita.

Pouco antes da aula da professora Vilma terminar, ao pé do escadão uma roda de pessoas começa a encher a larga calçada da Avenida Paulista. A roda de capoeira do grupo Abadá-Capoeira, que não tem ligação com a Faculdade, traz dança em plena noite de quarta-feira. A música atrai os alunos que acabam de sair da aula magna com Tralli. É o caso de Breno Zonta, Bianca Sandine e Brida Rodrigues, que iniciou a capoeira aos cinco anos de idade. “Você quer jogar?”, perguntam à Brida. A estudante entra na dança e, ao final dos giros e gingadas, um caloroso aperto de mão encerra a noite.

Quinta-feira

O dia da Central de Estágios, no quinto andar, começa às 8 horas, mas a primeira a passar para falar com Bruno Sanches, atendente do setor, é Natália Fujiki, no intervalo da aula da manhã. A então monitora do CIP carrega um papel: é um dos seis contratos de estágio que saem, em média, todas as semanas, e uma das 60 vagas de estágio disponíveis todo mês.

Na Rádio Universitária, sobe o som da vinheta: começa um dos jornais produzidos pelos alunos para a aula da professora Filomena Saleme. A primeira matéria, sobre arte na

ditadura e cinema marginal, é narrada por Pedro Ernesto, aluno do terceiro ano de Jornalismo. Para produzir o programa, há vários alunos espalhados pela Faculdade e pela Avenida Paulista. A intenção é simular um programa ao vivo e todos os participantes estão focados em suas tarefas.

Durante a tarde, os sete monitores do Núcleo Editorial fazem uma pausa na edição da Revista Cásper para conversar sobre as pendências desta edição que têm em mãos. Há muito trabalho pela frente. Enquanto conversam, um grupo de alunos do ensino médio chega para mais uma visita à Faculdade. Pela janela de vidro, os sete monitores acenam de dentro do “aquário” não mais constrangidos: já é um hábito. Às 18 horas, os monitores encerram suas atividades no Núcleo e, os que são do período noturno, vão para as salas de aula assumir seus lugares como alunos até as 22h30 da noite.

Às 22 horas, a apertada sala da Atlética no terceiro andar está cheia de alunos atleticanos: Aloyzio Lima e Pedro Gavioli assistem a um jogo de futebol no computador, enquanto Luana Maronezi, Lucas Toso e Fernanda Silva conversam entre si. Isabela Cuppoloni permanece no sofá com os olhos fixos no celular. Todos ali fazem parte de uma escala para cobrir a venda de ingressos da Cervejada dos Bixos, a primeira festa do ano: é o momento para integrar os calouros

recém-chegados ao mundo universitário. O próximo sábado promete uma festa regada a cerveja, catuaba e o tradicional chupingole – drink casperiano com vodka, suco tang e soda.

Sexta-feira

O ar condicionado da sala 3.05 deixa as carteiras geladas na manhã de sexta-feira. Às 8 horas, as alunas vão entrando para a aula de marketing em Relações Públicas. Sim, apenas alunas: desde o primeiro ano, só mulheres compõem a turma no terceiro andar. Pedro Nogueira, enquanto as alunas se acomodam, decide voltar a um dos 4 “pês” do Marketing: “um produto é tudo aquilo capaz de satisfazer um desejo”. Fazendo uma ponte entre o trabalho de marketing e de RP, o professor estimula as alunas ainda pela manhã a perguntar e entender a importância do marketing para a identidade das marcas que as futuras RPs coordenarão.

À tarde, na quadra do sexto andar, um grupo se reúne para uma partida de futsal masculino. De um lado, o time possui camisas. Do outro, há o time dos descamisados. O jogo, que era apenas uma brincadeira e um treino entre amigos, termina em 0 a 0. Alunos do segundo ano de Jornalismo se reúnem, riem e discutem sobre música. “Legião Urbana e Los Hermanos são bandas polêmicas, não são boas, mas todo mundo gosta”, provoca Thaís Chaves. Todos reagem e citam refrãos de músicas que consideram exemplares. No final da noite, esperam os colegas para ir ao Bar do Zóio, onde acontece o recreio da Aguante, a torcida organizada da Faculdade. Às 21 horas as últimas aulas de todos os cursos da Faculdade ainda estão acontecendo e os alunos se agitam para o final de semana. Eles encaram o evento como uma preparação para o dia seguinte: o sábado da Cervejada.

Sábado

Os cursos de graduação da Cásper não têm aulas, mas a Faculdade está aberta para os da pós. Às 8 horas, Giovanna Lima começa seu expediente na secretaria de atendimento do quinto andar,

bem como os funcionários da central de impressão e o pessoal que cuida dos laboratórios. No corredor que leva ao banheiro feminino, o Núcleo Editorial é a única sala funcionando. O monitor Guto Martini conclui um texto desta edição especial. Na Sala dos Professores, uma barulhenta máquina de café permanece ligada.

O professor Luís Mauro chega à sua sala na pós-graduação às 8h30. Está segurando um saco de biscoitos e bolinhos. Deixa-os em cima da mesa vazia do professor Marcelo Santos e, olhando ao redor, brinca: “Bom dia, sala”. Senta em frente ao computador para finalizar algumas pendências quando recebe uma mensagem de sua sogra pelo WhatsApp: é uma foto de seu filhinho Lucas que está com a avó. O menino está bem. Às 10 horas, o professor pega os biscoitos e bolinhos e vai para a sala 16 receber seu grupo de estudos.

Uma hora depois, Mara Faustino, diretora do grupo de teatro Grapetes, organizado pelos alunos da Faculdade, chega para dar a primeira aula do ano. A turma deste ano está grande, a sala quase não é suficiente para comportar os quase 40 alunos presentes. Mas tudo se ajeita, como tem sido durante os oito anos do grupo. Entre os exercícios aplicados, os alunos/atores fazem um aquecimento para acordar o corpo, um jogo de memorização e apresentação, uma dinâmica para testar a sensibilidade sensorial e cenas de improvisação. A aula vai até as 13 horas. Meia hora depois, os corredores voltam a ficar vazios. O pessoal da Bateria, que surgiu em 1997 por iniciativa dos alunos, não está na Faculdade. Nessa hora, em geral, os músicos costumam se organizar para ensaiar do lado de fora do prédio. Neste sábado, contudo, eles se encontram na Avenida Prof. Abraão de Moraes. É lá que eles se apresentarão para os calouros e veteranos na Cervejada dos Bixos.

Para todos os efeitos, depois desta semana culminando na tão aguardada festa de integração entre os quatro cursos, o ano em que a Faculdade Cásper Líbero completa 70 anos realmente começou.



DANIEL CARVALHO



PAULA CALÇADE

E
L
E
S

F
A
L
A
M

O diretor e os coordenadores de cursos da Faculdade apontam o futuro de suas áreas



CARLOS ROBERTO DA COSTA, diretor da Faculdade de Comunicação Cásper Líbero
"A função da Cásper é olhar para frente e preparar o profissional para ele ser importante, atuante, crítico e transformador da realidade futura."



SONIA CASTINO, coordenadora de Cultura Geral
"As disciplinas de humanas trabalhadas são essenciais para a formação de um comunicador. Com elas, os alunos ganham o repertório cultural necessário para as profissões que querem seguir".



ANTONIO ROBERTO CHIACHIRI FILHO, vice-diretor e coordenador da Pós-Graduação
"A Cásper é um signo de desenvolvimento cultural e social. Concentramos nossos esforços no ensino da comunicação e, aqui, nosso trabalho sempre tem resultado!"



HELENA MARIA JACOB, coordenadora de Jornalismo
"O jornalismo passa por um momento de redefinição, os alunos devem estar preparados para trabalhar com todos os novos caminhos da comunicação. A perspectiva é de que o curso continue crescendo, mantendo sua tradição e importância".



ROBERTO D'UGO, coordenador de Rádio, TV e Internet
"A Cásper mantém um excelente quadro de recursos técnicos para atender as necessidades dos alunos. Procuramos estar sempre atualizados e bem servidos para acompanhar as exigências do mercado audiovisual".



JOUBERT RIBEIRO, coordenador de Publicidade e Propaganda
"O corpo docente está muito unido para fazer esse curso crescer ainda mais, e acredito que o núcleo de EAD [ensino à distância] dá um up no nosso núcleo. E trabalhar com amor: publicidade sem amor, não se faz"



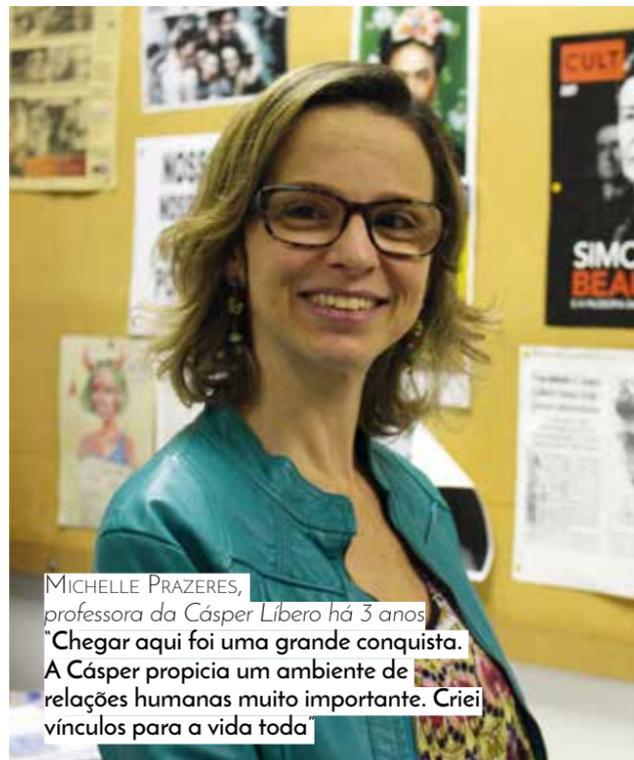
PATRICIA SALVATORI, coordenadora de Relações Públicas
"Temos passado por um período de grande mobilização no curso. Além de contarmos com uma grade muito mais humanista, nossos alunos de RP mantêm um nível altíssimo de aceitação no mundo corporativo".

EU NA CÁSPER

Os alunos, professores e funcionários que formam a Faculdade contam sobre sua relação com a instituição



IRINEU GONÇALVES DE SOUSA, assistente administrativo do laboratório de RTVI
 "Eu me sinto bem na Cásper, conhecendo coisas e pessoas diferentes. Uma das melhores empresas que já estive. Acordo com vontade de trabalhar"



MICHELLE PRAZERES, professora da Cásper Libero há 3 anos
 "Chegar aqui foi uma grande conquista. A Cásper propicia um ambiente de relações humanas muito importante. Criei vínculos para a vida toda"



ANA CAROLINA LIBERO, prima de 3º grau de Cásper Libero e aluna do curso de Publicidade
 "Ter alguém na família que alcançou tudo o que ele alcançou e ter uma Faculdade em homenagem a ele é algo importante e que valorizo muito"



TATIANA FERRAZ, professora há 12 anos na Cásper Libero
 "Gosto de trabalhar na Cásper porque esse lugar se tornou minha casa. Aqui dentro há um clima de conscientização, de seriedade e ao mesmo tempo de alegria, descontração. Um clima que não existe em nenhuma das redações nas quais trabalhei"



FRANCISCO SUGAR, laboratorista fotográfico há 15 anos
 "Sou bem sincero e posso dizer: gosto muito da Cásper Libero. Embora eu seja repórter fotográfico, gosto muito de estar aqui no laboratório da Faculdade"



LUCIANA LEINE GONÇALVES, funcionária da Fundação há 13 anos
 "Comecei na Fundação como ascensorista, fui transferida para a recepção e, depois, vim para a Faculdade. Eu gosto desse ambiente, é a minha segunda casa"



MARIANA GONZALEZ, aluna do 4º ano de jornalismo
 "Os coletivos da Cásper formam o espaço onde eu aprendi o que é militância. Claro que a luta social vai muito além das paredes da Faculdade, mas sem dúvidas foi um pontapé inicial e tanto"



JULYA VENDITE, aluna do 4º ano de jornalismo e estagiária Núcleo de Mídias Digitais da Fundação
 "Na Cásper percebi as possibilidades de praticar o que a gente via nas aulas. Comecei a estagiar no Núcleo de Mídias daqui, aprendi a pensar em melhores estratégias de comunicação nas redes sociais para uma instituição"



ALIPIO RODRIGUEZ LINEIRA, Secretário Geral da faculdade e funcionário da Fundação desde 1961
 "Entre na Cásper com 15 anos e posso dizer que trabalhar aqui é minha paixão, gosto e sempre gostei de tudo na faculdade. Mas acho que a melhor parte é a troca de ideias que eu tenho com os alunos e professores"



ANTONIO CARLOS VIANNA, Supervisor técnico há 20 anos
 "Boa empresa para se trabalhar. É uma satisfação estar com os alunos e passar conhecimento para eles. Juntei o útil ao agradável"



ANTONIO PAIXÃO, técnico do SAV há 20 anos
 "Em 20 anos de Cásper, valorizo o trabalho em equipe que é possível aqui. Somos próximos dos professores e alunos, e estendemos o audiovisual para todos os alunos"

TODOS EM FESTA

© CENTRO DE EVENTOS FCL / BEATRIZ VECCHI



Na Mostra anual de Relações Públicas, os alunos apresentam um planejamento anual pensado para ONGs



Mauro Mendonça Filho, diretor de novelas da TV Globo, foi um dos palestrantes das aulas magnas de RTVI em 2016

RP e PP completam 45 anos e RTVI, 15, consolidando juntos a Jornalismo um polo de referência em comunicação

POR CAROLINA MORAES

Para a Cásper Líbero, 2017 é o ano das comemorações. Há 70 anos, começava suas atividades como a primeira escola de Jornalismo do Brasil. Há 45 anos, surgiram os cursos de Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, fazendo com que a Faculdade se tornasse uma referência no ensino da comunicação. Há 15 anos, o currículo chegou: Rádio, TV e Internet. Assim como os outros, logo primou pela qualidade.

O curso de Relações Públicas é o segundo mais tradicional do Brasil. Antes dele, só era oferecido pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. As transformações mais significativas vieram a partir da década de 1990, quando as empresas montavam suas estruturas de comunicação. RP, como é mais conhecido, passou a pensar mais na formação para as corporações, o que ampliou o leque de inserção no mercado de trabalho para os jovens profissionais de comunicação. “A Cásper sempre foi uma formadora de profissionais, e o curso de RP nunca esteve tão maduro”, diz Sérgio Andreucci, ex-aluno e professor da Faculdade há 23 anos. Patricia Salvatori, atual coordenadora de RP, traça um paralelo com os alunos de 1992, turma em que foi aluna. “Não havia um perfil de aluno que trabalhasse desde os

primeiros anos, o estágio não é como era hoje”, compara. Uma evidência é o alto número de alunos nas empresas: dos formados no ano passado, 92% passaram por estágios.

No curso de Publicidade e Propaganda, essa realidade se repete. Segundo o coordenador Joubert Britto, os alunos chegam muito mais maduros, e, conseqüentemente, aumentam a inserção no mercado.

As parcerias externas são tendências no curso de PP: Meio e Mensagem, Clube de Criação e Estado de S. Paulo são algumas das empresas parceiras da Faculdade. A ideia é criar cada vez mais pontes entre os alunos e o mundo publicitário e, para isso, os projetos da área também se reinventam ao longo dos anos. É o caso da Mostra, projeto que simula o trabalho de uma agência, e das Semanas de Publicidade, que já trouxeram para as salas da Faculdade nomes como Washington Olivetto.

O coordenador do curso de Rádio, TV e Internet, Roberto D’Ugo, conta que, quando era coordenador de programação e produção na rádio Cultura FM teve, entre seus estagiários, duas alunas da primeira turma que o impressionaram pela qualidade do trabalho. “Para mim, foi um sinal de que a Cásper estava com um nível tão bom quanto os cursos tradicionais da ECA e da Faap”, lembra. Além dos corpos docente e discente, a estrutura da Gazeta foi fundamental para essa consolidação. “Dispondo de um complexo televisivo e radiofônico como a Gazeta, cedo ou tarde a Cásper Líbero assumiria um curso que formaria profissionais de excelência”, diz D’Ugo.

A renovação das grades curriculares dos três cursos permitiu acompanhar as dinâmicas do ensino da comunicação e atender às competências que um mundo em constante



As semanas de Publicidade e Propaganda são conhecidas por trazer grandes nomes da área, como Washington Olivetto

© CENTRO DE EVENTOS FCL / BEATRIZ VECCHI

transformação exige. Em RTVI, assim como nos outros dois cursos, “o desafio é associar a tradição com a inovação”, pontua Marco Vale, professor do curso de Rádio, TV e Internet. A formação de todos os cursos é fundada em uma visão fortemente humanista. Tanto nas disciplinas de Cultura Geral, comuns a todos os cursos, quanto nas aulas técnicas, o desenvolvimento de um pensamento crítico acerca da profissão é prioritário.

Desde os primeiros anos, a procura é grande das empresas por estagiários da Cásper

OS DESAFIOS GLOBAIS

A discussão sobre reinventar o jornalismo é permanente. E mundial.

POR CAROLINA MORAES

No fim de março, Helena Jacob foi convidada a visitar a Universidade de Navarra, porque a Cásper foi a faculdade com mais alunos participantes na Semana Estado e no prêmio Santander Jovem Jornalista. Apesar dos 8.386 quilômetros que separam São

Paulo da Espanha, a coordenadora do curso de Jornalismo se surpreendeu: “Os desafios dos professores lá são os mesmos que os nossos aqui: como atender as demandas do mundo acadêmico e do mercado de trabalho?”

Os modelos das gigantes estruturas jornalísticas do século 20 não se sustentam mais. Na verdade, ruíram depois da revolução digital. E a mudança tecnológica trouxe um grande e contínuo desafio: lidar com a velocidade. “A dinâmica no mundo acadêmico é diferente. Por isso apostamos na formação humanística, que é forte e não muda de uma hora para outra”, explica Helena. Em tempos de pré-revolução tecnológica, precisava-se de uma grande estrutura para se fazer ouvir. Com um celular e uma conexão à internet, em

tese, bilhões de pessoas podem ser conectadas. O cenário mudou radicalmente, e não necessariamente para pior. “Há um caráter democratizante que é muito interessante”, pontua Rodrigo Ratier, professor de Teoria e Prática da Reportagem da Cásper Líbero.

Se de um lado, as grandes empresas diminuem o número de jornalistas nas redações e perdem audiência, do outro surgem alternativas promissoras. Agências de fact-checking, veículos com

pautas específicas, como o feminismo ou o combate ao trabalho escravo, e as redes de mídia independente apontam rumos diferentes para a profissão.

As competências que um jornalista necessita extrapolam o que era necessário até então: produção multimídia, veiculação de matérias em mídias digitais e gestão de pessoas e de conteúdo são competências mínimas. “As escolas têm que estar atentas a isso, e não significa que seja uma formação voltada para o mercado. Continua sendo uma formação crítica, mas ligada a esses novos conflitos”, explica Ratier. Experimentar outros formatos para contar histórias, apostar em projetos interdisciplinares e investir no digital são estratégias que o mundo, e a Cásper, tem adotado.

Atenta principalmente à interação entre jornalismo e mídias sociais de

dentro da redação, Ingrid Yurie, repórter da Carta Capital e formada na Cásper em 2016, conta que a sua formação foi fundamental em dois aspectos. “Primeiro, na minha formação crítica. Aprender a pensar. E na minha formação como ser humano para aguentar uma redação”. O que Ingrid aponta é uma tendência que também aproxima a Cásper das instituições espanholas: o forte fundamento nas Ciências Sociais, porque, apesar das diferentes técnicas e demandas que surgem, um jornalismo que de fato informe a população é sempre necessário.

Para o professor de Jornalismo Econômico Marcos Guterman, os debates sobre as mudanças pelas quais o jornalismo passa estão se impondo no ambiente acadêmico. Mas acredita que depois de passarmos por momentos de deslumbramento e atonicidade

com as novas tecnologias, chegamos finalmente no que acredita ser o rumo: revalorizar o jornalismo. “Me parece uma tendência saber que o fazer jornalístico há uma técnica que não é simples. E uma faculdade de jornalismo é o lugar para se discutir essas mudanças”, conta.

“Continua sendo uma formação crítica, mas ligada a esses novos conflitos

RODRIGO RATIER

Evento de 2014 “Quem mexeu no meu jornalismo?” trouxe figuras ilustres do jornalismo para debater financiamento e narrativas no novo contexto



YURI ANDREOLI

RICARDO NÓBREGA



No dia 7 de abril a Cásper Líbero celebrou o dia do jornalista com o evento “Contar histórias do futuro: diálogo sobre o jornalismo e a tecnologia”



© CENTRO DE EVENTOS

A inauguração do Centro Interdisciplinar de Pesquisa em 2000 foi um marco para a produção acadêmica da Faculdade.

PAIXÃO POR PESQUISA

Com 17 anos de existência, o CIP é a casa dos pesquisadores docentes e discentes na Faculdade Cásper Líbero

POR RAFAELA ARTERO

Instituições do ensino superior privado são vistas, essencialmente, como formadoras de mão-de-obra para o mercado de trabalho. E isso é o que faz do Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP) uma espécie de oásis para professores e alunos da Cásper Líbero. Durante 10 meses, eles podem se dedicar a projetos de pesquisa do campo comunicacional com apoio e suporte financeiro da Faculdade. Em 17 anos, o CIP já fomentou mais de 200 trabalhos acadêmicos. “A Cásper Líbero tem um espaço privilegiado que dá voz, tempo e incentivo para esses pesquisadores realizarem projetos dentro da Comunicação Social”, diz Eric de Carvalho, professor e coordenador do CIP.

O incentivo à pesquisa surgiu de professores como Clóvis de Barros Filho. Em 2000, seu terceiro ano lecionando, ele iniciou uma seleção para pesquisadores na graduação

em parceria com a Coordenadoria do Curso de Jornalismo. O órgão se chamava Núcleo de Pesquisa em Jornalismo. A ideia de fazer pesquisa dentro de uma faculdade particular era tão inusitada que só duas pessoas se inscreveram, conta Luís Mauro de Sá Martino, orientador no CIP, professor da Faculdade e um dos corajosos desbravadores da primeira turma. “Não existia na Cásper, ou existia bem pouco, a vivência de área acadêmica. Então, a iniciação científica era algo bem inédito”, lembra. Foi por meio da iniciação que ele descobriu a vocação para a docência. “Um dia o meu orientador me disse ‘você tem que ser professor, o seu lugar é na academia’, e então me mostrou na teoria e na prática o que é o mundo acadêmico.”

Naquele ano e em parceria com alguns professores, o então diretor Erasmo de Freitas Nuzzi viu a necessi-

O número de alunos interessados em fazer pesquisa pelo CIP aumentou exponencialmente desde sua criação. Em 2017, 25 alunos e 8 professores compõe o grupo de pesquisadores.



BEATRIZ FIALHO

dade de organizar as pesquisas que estavam sendo feitas tanto pelo corpo docente quanto pelo discente. “O CIP é fruto de um ambiente de pesquisa que estava nascendo na Cásper. Havia muitos professores cursando mestrado e doutorado e o diretor Erasmo era entusiasta da pesquisa”, conta o professor José Eugênio Menezes, orientador de iniciação científica. “A partir de sua criação, a Cásper passou a ter o ciclo completo de pesquisa: a iniciação científica, a pesquisa docente e o mestrado”, diz.

A mudança no interesse ao longo dos anos foi radical: dos 2 inscritos no primeiro ano, o CIP tem hoje 33 pesquisadores. Neste ano, o processo de seleção teve 58 candidatos para 15 selecionados. Cada aluno bolsista ganha 25% de desconto na mensalidade.

A produção do saber originado no CIP permitiu a criação da revista *Communicare*, um periódico científico semestral que recebe colaborações de outras universidades e do exterior. Lançada em 2001, a revista é avaliada como Qualis B2 pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). “Costumo dizer que tão importante quanto pesquisar é divulgar o resultado”, pontua Cilene Victor, professora que coordenou o CIP de 2013 a março de 2017. Professores e bolsistas são estimulados a apresentarem seus artigos em congressos dentro e fora da Cásper.

Em 2014, o CIP passou por uma grande mudança ao procurar estreitar o diálogo com a pós-graduação stricto sensu da Cásper Líbero. Os professores desse departamento também foram convidados a participar da orientação dos projetos de iniciação científica de alunos da graduação. De acordo com Antônio Roberto Chiachiri Filho, vice-diretor da Faculdade e orientador no centro, a troca é ótima não só para os alunos, mas também para os

professores: “É como se estivesse cuidando de um filho. Essa troca de experiência com alunos é muito gostosa”. Menezes ressalta a importância da iniciação científica na formação do aluno: “O processo de fazer pesquisa é o de gerar conhecimento. Mesmo que o aluno não siga a carreira acadêmica, terá tido uma imersão em pesquisa e refletido a comunicação”.

Os resultados não podiam ser melhores. O artigo da aluna do quarto ano de jornalismo Laura Uliana, orientada pela professora Simonetta Persichetti, foi finalista na área Ciências Sociais Aplicadas na categoria “Em Andamento” do Congresso Nacional de Iniciação Científica (Conic) do ano passado. O texto procura verificar as ideias de autoria, verdade e subjetividade e como elas permeiam o fotojornalismo em três diferentes momentos: na revista *Life*, na agência Magnum e na Farm Security Administration.. Laura conta que a experiência da iniciação científica foi fundamental para escolher qual caminho irá seguir profissionalmente. “O mais importante foi a vivência acadêmica, que me deu a certeza de que quero ser professora. Amadureci como pesquisadora: agora sei como escolher o recorte de um tema, como fazer um projeto e, pesquisar”, diz.

O ex-aluno Tiago Mota fez a iniciação científica no CIP em 2012 e hoje é pesquisador e mestre na área de Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Tiago conta que o conhecimento adquirido durante sua pesquisa na Faculdade o ajudou a elaborar seu projeto de mestrado. Ele pesquisou a relação entre jogos eletrônicos e a comunicação mediada pelo computador. “Cheguei com boa parte da bibliografia básica do meu atual grupo de pesquisa, o Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia, já lida e revisada. Isso graças ao meu tempo no CIP”, afirma.

ONDE O VELHO E O NOVO CONVIVEM

POR CAROLINA MORAES

Os 28 mil livros distribuídos entre o quarto e quinto andar da Faculdade começaram a partir de uma doação da família de Cásper Líbero. Na revista *A Imprensa* do mesmo ano, 1948, um anúncio pedia outras doações para ampliar o acervo que, ano a ano, chegaria à biblioteca Prof. José Geraldo Vieira de hoje: uma coleção de 130 mil itens entre DVDs, CDs, VHS, periódicos, revistas e dissertações.

Daniela Bisolato, atual coordenadora do espaço, começou como estagiária em 1998, período em que a biblioteca passava por um dos processos mais importantes de ampliação. O acervo quase dobrou de tamanho e muitas assinaturas de revistas foram feitas. Nessa época, descobriram e catalogaram os livros pertencentes a Cásper Líbero - hoje dispostos nas reservadas estantes do mezanino. Entre livros de literatura, economia e direito, os exemplares

Em 2000, foi inaugurado o espaço em dois andares da biblioteca

guardam textos de sua própria autoria e dedicatórias de grandes nomes, como o do amigo Martins Fontes.

O homem que dá nome à biblioteca representa a essência da relação biblioteca-faculdade: José Geraldo Vieira integrou a Academia Paulista de Letras, foi crítico de artes plásticas no jornal *Folha de S. Paulo* e professor da Faculdade Cásper Líbero por 15 anos. Em 1977, ano de seu falecimento, a congregação da Faculdade homenageou-o batizando o espaço com seu nome.

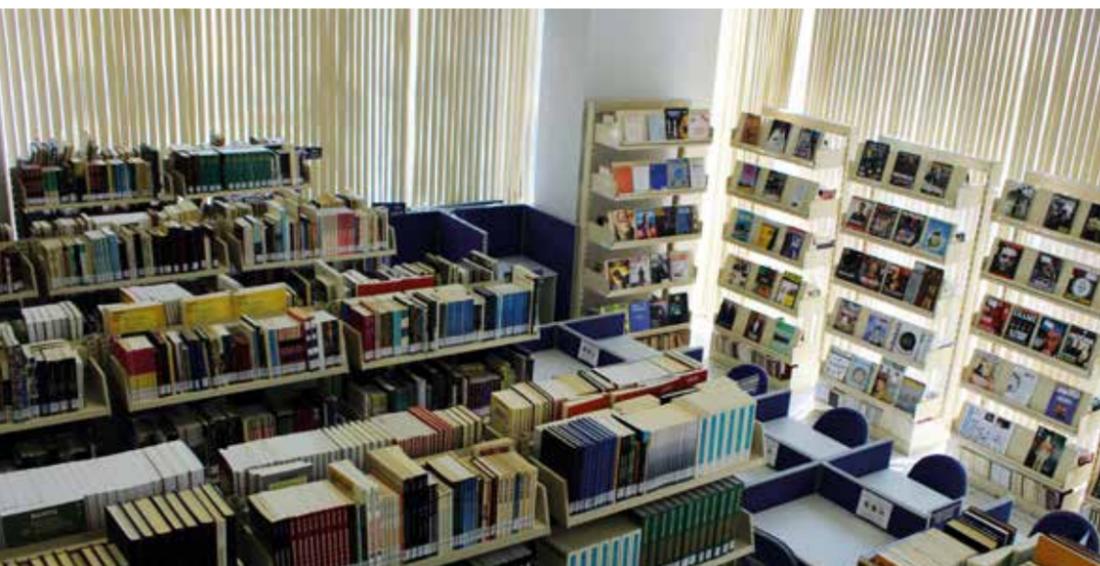
Desde os anos 2000, quando o espaço onde hoje é a Secretaria de Registros acadêmicos deixou de ser suficiente para abrigar os exemplares e o acervo migrou ao quarto andar, a biblioteca foi cenário de grandes transformações. A chegada da internet foi uma delas. O primeiro computador instalado na biblioteca causava filas intermináveis. Os alunos, que antes

A biblioteca Prof. José Geraldo Vieira conserva os pilares teóricos da Faculdade

recebiam senhas para apenas uma hora de consulta à internet, agora têm nove computadores disponíveis e levam seus notebooks, tablets e celulares para as salas de estudos.

O espaço também ganhou títulos atuais de comunicação, área ainda com pouca produção acadêmica na década de 1950. O professor de Teoria da Comunicação José Eugênio Menezes comenta que a obra de Christoph Wulf escrita em italiano é rara em outros acervos e fundamental para o rumo de suas pesquisas atuais. O livro *The Wealth of Networks*, ainda sem tradução para o português, também compõe o acervo e é a principal obra do professor de Harvard Yochai Benkler, que estuda o surgimento da economia de uma sociedade em rede.

As revistas, jornais e periódicos totalizam 133 itens, que são mudados todos os dias. Se os exemplares expostos são importantes para se informar dos acontecimentos atuais, os exemplares antigos são preciosos itens de consulta. Na biblioteca, a coleção da *Veja* e da *Realidade*, revista inovadora da Abril que circulou até 1976, estão quase completas e disponíveis para consulta. Os periódicos são o que há de mais atual no espaço. A biblioteca conta com uma base específica de comunicação, a EBSCO (Communication & Mass Media Complete), que disponibiliza mais de 850 títulos escritos desde 1915 na área da comunicação.



GIULIA GAMBA

TODO SEU

De segunda a sexta, às 22h30

O Programa **TODO SEU** parabeniza a **Faculdade Cásper Líbero** pelos **70 anos** de profissionalismo!



QUIZ CÁSPER

Teste seus conhecimentos sobre a primeira Faculdade de comunicação do País

1. Quantos andares tem o prédio da Fundação Cásper Líbero?

- a) 12
- b) 15
- c) 17
- d) 19
- e) 20

2. Qual congresso de comunicação foi fundado na Cásper?

- a) Compós
- b) Abrapcorp
- c) Comunicon
- d) Intercom
- e) Congresso Brasileiro de Comunicação Alternativa

3. Qual figura política nunca participou de eventos na Faculdade Cásper Líbero?

- a) Lula
- b) Gilberto Maringoni
- c) Paulo Maluf
- d) Luciana Genro
- e) Ivan Valente

4. Qual desses profissionais da comunicação não se formou na Cásper?

- a) Maria Júlia Coutinho
- b) Carla Jimenez
- c) Gugu Liberato
- d) Sonia Abrão
- e) Evaristo Costa

5. Em qual bacharelado Cásper Líbero se formou?

- a) Engenharia
- b) Jornalismo
- c) Direito
- d) Medicina
- e) Magistério

6. Qual o professor mais antigo em atividade na Faculdade?

- a) Welington Andrade
- b) Liráucio Girardi Júnior
- c) Adalton Diniz
- d) Dirce Escaramai da Silva
- e) Sergio Andreucci

7. Onde eram distribuídas as primeiras edições da revista Esquinas?

- a) Pelos estudantes nos corredores da faculdade
- b) Os moradores de rua distribuíam pelas esquinas da cidade
- c) Era comercializada pelos estudantes e a verba revertida para o Movimento Nacional dos Meninos e Meninas de Rua
- d) Os estudantes compravam diretamente no Núcleo Editorial
- e) Nenhuma das alternativas anteriores



Respostas: 1. b; 2. d; 3. d; 4. e; 5. c; 6. b; 7. b.



ORGULHO DE SER CÁSPER



© FELIPE FRAZAO



CÁSPER

POR COMUNICADORES PARA COMUNICADORES

A Cásper é sinônimo de cultura, comunicação e atualidades. Sempre com reportagens de grande profundidade, investindo na boa apuração e no debate de ideias.



CONHEÇA NOSSO MÍDIA KIT EM
REVISTACASPER.CASPERLIBERO.EDU.BR
REVISTACASPER@CASPERLIBERO.EDU.BR



4

Em um mundo cada vez mais midiático e conectado, as maneiras de se comunicar e atingir o público tem encontrado novos caminhos ou renovado meios já tradicionais. Quais são as tendências mais discutidas e aplicadas nas quatro áreas da comunicação? Com a ajuda dos professores dos quatro cursos da Cásper, elencamos alguns dos principais tópicos utilizados no dia-a-dia dos profissionais e pesquisadores.

TRENDING TOPICS COMUNICACIONAIS



PUBLICIDADE E PROPAGANDA

1 GAMIFICAÇÃO

Tendência mais citada entre os professores da Faculdade Cásper Líbero como forma de estratégia em comunicação, a gamificação tem sido utilizada no meio publicitário para o desenvolvimento de projetos e campanhas. O lado lúdico dos games estimula o engajamento de grupos de pessoas que buscam resultados.

2 USER EXPERIENCE

Para vender um conceito ou um produto, é preciso levar em conta as percepções e reações psicológicas dos consumidores. O mundo publicitário se baseia na chamada experiência do usuário para formular suas estratégias.

3 TRANSMÍDIA

Hoje, o consumidor é atingido por diferentes plataformas de comunicação. Contar cada história de forma diferente, tornando-as mais dinâmicas e adaptadas ao meio, é o que o permite o conceito de transmídia, explica o professor Marcelo Rosa de Publicidade e Propaganda.

4 STORYTELLING

A arte de contar histórias vem despontando como a estratégia publicitária por seu poder de impacto e envolvimento entre os consumidores. Não é novo, mas é eficiente.



RÁDIO, TV E INTERNET

REALIDADE VIRTUAL/VÍDEO 360°

Para o professor Roberto D'Ugo, os vídeos em 360° e de realidade virtual, dentro das possibilidades digitais, abrem perspectivas novas para o roteiro e lançam o desafio para o desenvolvimento de novas narrativas. Há uma maior sensação de realidade nas narrativas audiovisuais.

STORYTELLING

O sucesso estrondoso dos seriados e narrativas televisivas é um forte indicador de que a arte de contar histórias cativa e impacta o público de maneira intensa.

GAMIFICAÇÃO

A indústria de games já ultrapassa a hollywoodiana evidenciando seu forte impacto na sociedade contemporânea. Frente a essa realidade, cada vez mais as obras audiovisuais estudam e incorporam elementos da gamificação em suas narrativas.

TRANSMÍDIA

O professor Marco Vale afirma que a transmídia aplicada nas áreas de rádio, TV e internet representa "não mais uma tendência, mas uma persistente realidade". A internet propiciou à convergência das mídias e abriu o campo para novas e potenciais narrativas.



JORNALISMO

FACT-CHECKING

1

“A tecnologia possibilitará que os drones e inteligências artificiais façam todo o processo de apuração e divulgação de notícias, restando ao jornalista a tarefa de checar o conteúdo”, explica o professor Jorge Tarquini. As agências de fact-checking despontam como grande novidade.

JORNALISMO DE DADOS

2

O meio digital possibilita um ambiente de circulação de informações quase inesgotável. Segundo o professor Eduardo Nunomura, o jornalismo de dados representa “um nível de aprofundamento do processo de apuração que poucos ainda conseguem enxergar”.

TRANSMÍDIA

3

As plataformas digitais possibilitam ao público diversas maneiras de consumir conteúdo jornalístico. Como em Publicidade e Rádio, TV e Internet, segue como tendência por permitir a ubiquidade de informações e conteúdo.

STORYTELLING

4

Ao jornalista cabe – e sempre coube – a missão de construir boas narrativas sobre a realidade. A crescente falta de leitores deve ser encarada como um desafio para que se melhore a maneira de narrar, evidenciando a importância do storytelling.



RELAÇÕES PÚBLICAS

BIG DATA/MINING DATA

Trabalhar com mineração de dados possibilita, para a professora Carla Almeida, um melhor desempenho no planejamento e execução das ações de comunicação. Com informações mais filtradas, há uma clareza maior na hora de identificar estratégias assertivas e de se relacionar com stakeholders.

1

GOVERNANÇA NA COMUNICAÇÃO

Há uma demanda crescente de credibilidade e legitimidade das organizações por parte da sociedade. Em momentos de crise, em que a imagem é colocada em risco, a gestão da reputação por meio da comunicação se faz altamente necessária.

2

O NOVO INFLUENCIADOR

Com a ampliação dos meios digitais, aumenta o trabalho do profissional de relações públicas na gestão de imagem de figuras públicas e influenciadores, como youtubers e outros formadores de opinião.

3

RETORNO SOBRE ENGAJAMENTO

Para o professor Sérgio Andreucci, a sociedade espera muito mais das marcas e das organizações, e muito além de bons produtos e serviços. “Os consumidores e os cidadãos desejam uma postura socialmente responsável das empresas e, por sua vez, as empresas desejam ser vistas como engajadoras de causas sociais, culturais, ambientais, esportivas, entre outras”, afirma.

4

CHECAGEM EM XEQUE

A reação dos jornalistas em tempos de proliferação de notícias falsas

POR GUILHERME GUERRA

Os jornalistas das antigas lembram da temível figura do chegador. A reportagem poderia passar por um redator, um editor de texto e um revisor, mas só seria publicada depois do escrutínio daquele profissional com olhos de lince. Mas hoje ele está em vias de extinção. O enxugamento das redações e a caça por cliques que levaram os veículos de imprensa a acelerarem a produção de notícias fizeram com que a checagem deixasse de ser prioridade. Publica-se qualquer coisa. Se estiver errado, corrige-se o que já estiver no ar. O que importa é publicar antes de todos.

Não é preciso ser estudante de jornalismo para perceber que notícias falsas circulam livre e impunemente nas redes sociais. Em abril de 2016, semana do impeachment de Dilma Rousseff, três de cada cinco reportagens mais compartilhadas no Facebook eram falsas. A constatação foi do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas de Acesso à Informação da Universidade de São Paulo (USP). O nível da mentira em escala global se tornou tão patente que até empresas como Google e Facebook tornaram a checagem de fatos como uma de suas pautas prioritárias para 2017.

O que os pesquisadores da USP detectaram é que a dinâmica viral do Facebook, favorecido pelo fácil compartilhamento de postagens, acaba por reforçar as polêmicas em detrimento de outros assuntos. Essas polêmicas muitas vezes confirmam uma ideia pré-concebida dos nichos de usuários da rede e, ainda que sejam falsas, acabam viralizando. E é o crime que compensa: uma página que propaga uma mentira ganha mais seguidores, criando um ciclo de propagadores de notícias falsas. Onde está o velho e bom chegador das redes sociais?

Talvez sejam as agências de *fact-checking*, que já somam mais de uma centena de organizações espalhadas pelo mundo. Acompanhando essa tendência, o Google passou a mostrar um selo de “verificação

de fatos” em notícias de seis publicações jornalísticas da América Latina, três delas brasileiras: Agência Lupa, Agência Pública e Aos Fatos. “O objetivo da checagem é empoderar quem precisa de informação”, afirma Cristina Tardáguila, jornalista e diretora da Lupa. Desde seu lançamento, no fim de 2015, a agência acompanhou o processo de impeachment de Dilma Rousseff, os Jogos Olímpicos e as eleições municipais.

O trabalho dos checadores virtuais consiste em analisar objetivamente falas de figuras públicas, atestando sua veracidade ou não. Cada agência possui um método de classificação que vai muito além de “verdadeiro” ou “falso”. Por exemplo, o candidato afirmou sem contextualizar? “Impreciso”. Utilizou dados errados para provar um ponto correto? “Exagerado”. Entrou em contradição com algo dito anteriormente? “Contraditório”. Para chegar a essas conclusões, os repórteres buscam a origem das informações e vão a fundo em relatórios, planilhas, leis, especialistas e até mesmo na própria fonte da fala.

Natalia Viana, co-diretora da Agência Pública, pontua que a checagem, utilizando-se de técnicas do jornalismo investigativo, consegue resumir e transmitir uma informação com segurança e muito rapidamente. Essa característica faz com que o *fact-checking* esteja perfeitamente formatado aos tempos de mídias sociais, em que a objetividade é fator essencial para chegar ao público.

Desde 2011 no ar, a Pública produziu extensas matérias pautando sobretudo direitos humanos. Em setembro de 2014, foi lançado o Truco, seção de *fact-checking* para acompanhar a eleição presidencial brasileira daquele ano. O Truco permanece até hoje como seção fixa do veículo. “As

ENTENDENDO O FACT-CHECKING

Cada agência de *fact-checking* possui uma metodologia própria, com selos que verificam as falas de figuras públicas. Veja como funciona o Truco da Agência Pública com frases sobre o tema:

“A checagem é o futuro do jornalismo”



Exagerado. Por mais importante que sejam os fact-checkers, há ainda lacunas que outros veículos preenchem: notícias hard-news, reportagens de fôlego e entrevistas

“Notícias falsas são um fenômeno norte-americano”



Falso. Embora as eleições norte-americanas e Donald Trump tenham incitado um debate sobre notícias falsas e checagens, o Brasil também foi bastante afetado pelo problema, desde 2014

“Fact-checkers podem vender seu serviço a outras empresas”



Sim. Cada veículo decide sua forma de negócio, inclusive vender checagens a jornais, revistas e canais de televisão



peças questionam muito a checagem. A reação do público é maior, e o engajamento é muito grande”, conclui Natalia.

“A checagem é sempre muito polêmica, pois desperta os ânimos,” diz Cristina Tardáguila, da *Lupa*.

A experiência de Cristina com fact-checking vem desde 2013, quando entrou em contato com o site argentino Chequeado, o primeiro do tipo na América Latina. Levou a proposta ao jornal *O Globo*, que lançou em agosto de 2014 o blogue *Preto no Branco*.

O *timing* era bastante apropriado: as eleições presidenciais de 2014 abriam espaço para checagens diversas. A iniciativa se tornou a primeira do Brasil, precedida em um mês pela *Agência Pública*.

Em julho de 2015, surge outro projeto brasileiro: Aos Fatos, da jornalista Tai Nalon. Nas eleições de 2010, Nalon trabalhou em experiências de checagens, como o Mentirômetro e Promessômetro da *Folha de S.Paulo*. Quatro anos depois, começa a idealizar como seria um veículo especializado em conferir falas de políticos. Para ela, a checagem é mais simples de desenvolver, ainda que faltem profissionais no segmento.

“Não é uma operação de alto custo do ponto de vista tecnológico, embora seja caro para uma

indústria em frangalhos, como a jornalística”, explica.

Mas isso não significa que o céu é o limite para os *fact-checkers*. Uma possibilidade futura é levar as checagens para debates ao vivo na televisão. Porém, envolve mudanças no formato por se tratar de uma linguagem diferente. Varredura em tempo real de bancos de dados é uma possibilidade. E mais: “Outro dispositivo pode jogar na sua tela o contexto pesquisado pela inteligência artificial, de modo que você tenha acesso a mais conteúdo imediatamente depois de o político ter falado algo errado na TV”, diz Nalon.

Aliás, é da própria televisão que veio a checagem de fatos como um fenômeno à parte do cotidiano jornalístico. A equipe Ad Police foi encarregada pelo canal de notícias norte-americano CNN de checar as falas dos candidatos à presidência das primárias de 1991. Em 2003, veio o factcheck.org e, em 2007, o politifact.com, vencedor em 2009 do Prêmio Pulitzer pela cobertura das eleições presidenciais do ano anterior.

Não é de se estranhar a iniciativa do Google em oficializar a checagem de fatos. Na verdade, antes de uma atitude nobre em favor do bom jornalismo, o ato foi encarado como uma forma de lutar contra as notícias falsas que assolaram o debate público dos Estados Unidos e, principalmente, de manter intacta importância do serviço da empresa no consumo de notícias mundial.

A empresa de Mark Zuckerberg também entrou na discussão após duras críticas à indiferença do Facebook durante o período eleitoral, em que diversos sites de notícias ganharam relevância no debate com o impulsionamento pago da ferramenta. Na época, o CEO chegou a insistir na imparcialidade de sua companhia. No entanto, após mais

críticas dos usuários, o empresário mudou o discurso e anunciou uma série de medidas (entre elas, parceria com *fact-checkers*) para combater notícias falsas que circulam no Facebook. “Nós somos um novo tipo de plataforma para o discurso público, e isso significa que temos um novo tipo de responsabilidade para construir um espaço onde pessoas podem ser informadas”, escreveu em seu perfil na rede.

É pouco provável que as agências de checagem de notícias dêem conta de frear o ímpeto dos proliferadores das notícias falsas na rede. Muitas vezes, os próprios veículos da imprensa são a origem dos posts que acabam sendo compartilhados e vão crescendo como uma grande bola de neve, um aumentando um conto na mentira. Especialistas da Tecnologia da Informação acreditam que os algoritmos sejam mais eficazes: uma vez detectada uma mentira, o post deixa de ser compartilhado. Mas para fazer esse filtro não bastam robôs. No fim das contas, toda a discussão apenas fortalece o trabalho dos jornalistas – em especial, dos checadores. De olho em 2018 e com base nas últimas eleições norte-americanas, Cristina Tardáguila considera que as eleições brasileiras farão com que a checagem ganhe ainda mais fôlego. “Será o ano da checagem”, afirma.



Ensino de qualidade onde você estiver

Aprofunde seus conhecimentos sobre comunicação com o Cásper Digital. Agora ficou mais fácil estudar comunicação com a excelência, inovação e tradição da Cásper Libero, quando e onde você estiver.



Certificado de conclusão



Atendimento acadêmico e suporte técnico



Cursos de longo, médio e curto prazo



Em diferentes plataformas

As mídias digitais e as relações humanas
Ética nas Organizações • Promoção e Merchandising

acesse: casperlibero.edu.br



CÁSPER
DIGITAL

VOCÊ ESTÁ NU

Não faltam denúncias sobre a vigilância de cidadãos comuns por corporações e agências governamentais. Apesar delas, estamos nos preocupando com a nossa privacidade na rede?

POR CAROLINA MORAES

Nesse exato instante, dezenas de empresas sabem exatamente onde você está, se é homem ou mulher, quantos anos tem e algumas preferências pessoais que seus amigos nem desconfiam. Se é de manhã, tarde ou noite, comeu alguma coisa e começou a se deslocar para o trabalho ou a faculdade, elas também estão a par disso. E nem é preciso que esteja com o celular na mão. Se bobear, o aparelho está largado no bolso da calça, porque o filme que está vendo já começou. Seus pais nem desconfiam que está na casa de amigos assistindo Netflix numa confortável sala com uma smart TV. Mas as corporações que pagam caro por informações de potenciais consumidores sabem de tudo. A vida de qualquer um de nós nunca esteve tão escancarada. E a responsabilidade por essa exposição também é nossa.

Tudo o que fazemos quando estamos conectados deixa rastros: os cliques que damos, os aplicativos que acessamos, quanto tempo ficamos em um determinado site, o preenchimento de formulários online. Se acessamos o site O Globo para ler notícias, apenas para citar um exemplo, outros nove sites são notificados de acordo a engenhosa websérie *Do Not Track*, um retrato alarmante de como opera a privacidade e a economia digital da rede. Entre eles, Google, Facebook e Twitter que, juntos, são capazes de monitorar seu trajeto de navegação na rede. Em uma pesquisa sobre o mercado de dados pessoais feitas por Sérgio Amadeu, Rodolfo Avelino e Joyce Souza, pesquisadores da Universidade Federal do ABC, os 100 sites mais acessados do País enviam microinformações de navegação (os chamados cookies) de seus visitantes para outros 956 sites. E os usuários raramente desconfiam desse compartilhamento.

Um paralelo muito usado pelos que militam pela privacidade ajuda a entender o tamanho do problema: os dados são como urânio. Se esse elemento está espalhado pela natu-

reza, não há problema. Mas, concentrado, se torna radioativo. Pode ser uma bomba atômica. É o que está acontecendo com os dados que estamos disponibilizando com os diversos aparelhos eletrônicos. Como estamos cada vez mais interativos, a quantidade de informação fornecida pelo usuário não para de crescer, criando um perfil extremamente refinado de cada pessoa. Quando falamos de milhões ou bilhões de indivíduos conectados, essa miríade informativa revela padrões, comportamentos e tendências. É o chamado big data.

“Ao permitirmos o acesso, concordamos que entrem no nosso telefone e usem esses dados da forma que quiserem”, explica Fernanda Becker, membra do coletivo Actantes, que milita pela comunicação livre nas redes digitais no Brasil. Ela conta que o jogo *Pokemon Go*, por exemplo, “é uma coleta de dados coletiva, um mapeamento de interiores, algo que o Google Street View não consegue fazer”. Basta colocar um *Pikachu* no local em que se quer mapear e o usuário acaba disponibilizando imagens do lugar desejado. Com um simples jogo, mania mundial que durou algumas semanas, a população mundial conectada forneceu pelo celular informações de seus contatos, localização, câmera e microfone.

O Waze, aplicativo que facilita a vida dos motoristas, é, também, um grande coletor de dados. Como cada condutor está em constante deslo-

(Temos que)
pegar o que
é nefasto e
transformar em
algo positivo

SÉRGIO AMADEU

camento, o app sabe que no meio do caminho não há pedras, mas anunciantes. Empresas compram espaço no Waze para oferecer seus serviços a partir da proximidade entre seu espaço físico e o carro do usuário. Pode ser um posto de gasolina, uma padaria ou uma loja de decoração. No primeiro caso, pode ser conveniente. Nos dois últimos, não demorará muito para que os aplicativos saibam que você estava louco por um pãozinho ou precisava comprar cortinas novas.

O que é compartilhado, curtido (um dado teoricamente privado) e postado nas redes sociais permite traçar um perfil assustadoramente preciso de cada indivíduo. A reportagem *The Data That Turned the World Upside Down*, publicada por Grassegger e Krogerus na revista *Motherboard*, mostra como a coleta de dados em redes sociais foi fundamental para mapear os potenciais eleitores de Donald Trump e garantir o sucesso publicitário da campanha presidencial.

A privacidade se tornou uma ilusão no mundo digital. E enquanto estivermos liberando acesso a nossos dados porque os aplicativos parecem úteis, funcionais ou divertidos perdemos de vista que há riscos em deixar nossas vidas expostas. Informações relacionadas à saúde, um prontuário ou a compra de remédios, podem estar sendo usadas no cálculo de uma apólice de seguro. “As pessoas com dados mais expostos podem acabar sendo mais taxadas por algum tipo de problema que se imagina que ela tenha”, explica Francisco Cruz, diretor do InternetLab, centro que pesquisa direito e tecnologia. “E isso não se esgota nas corporações. O governo também pode utilizá-los para reproduzir tratamentos discriminatórios.”

Cruz também alerta para a falta de regulamentação dos dados pessoais no Brasil, mesmo com a implementação do Marco Civil da Internet de 2014. “Estamos devendo aos cidadãos brasileiros uma lei geral de pro-

teção de dados pessoais para o setor privado e para o setor público”, diz. O juiz Sérgio Moro, chefe da operação Lava Jato, ordenou a condução coercitiva do blogueiro Eduardo Guimarães, em março, a partir de duas atividades, no mínimo, invasivas. Moro quebrou o sigilo telefônico dele e vasculhou as postagens no Facebook de Guimarães, um conhecido defensor dos governos Lula e Dilma. A alegação era a de que o blogueiro tinha alertado um assessor sobre uma operação da Polícia Federal contra o ex-presidente. Esse é um dos episódios representativos do cenário brasileiro atualmente.

Em março de 2017, o Wikileaks divulgou o Vault 7, um pacote com 8.716 documentos da CIA com códigos de programação que permitem espionar celulares com sistema Android (do Google), iOS (da Apple), Windows (da Microsoft) e smart TVs da Samsung, todos intensamente presentes no nosso dia-a-dia. Quatro anos antes, em maio de 2013, Edward Snowden revelou à imprensa programas do sistema de vigilância global construído pelos Estados Unidos. O que os hackers do mundo inteiro não cansavam de falar era verdade: somos monitorados. Com a potencialização

FREEDOM OF THE PRESS FOUNDATION/WIKICOMMONS



Snowden foi um dos que revelou programas de vigilância

SAIBA COMO SE PROTEGER

- 1** Senhas Fortes
Use senhas longas, com diferentes caracteres e as troque periodicamente. É importante não usar a mesma em diferentes plataformas
- 2** Buscadores alternativos
É possível migrar para buscadores como o DuckDuckGo, que não armazena seus dados e utiliza as informações de origem Crowdsourcing, como o Wikipédia
- 3** Navegação anônima
Usar o Tor como navegador, uma rede global descentralizada, garante que quem recebe os dados enviados não consiga rastrear sua origem. Baixe em torproject.org
- 4** Navegação criptografada
Para garantir que o navegador acesse sites sem que nossas informações sejam lidas por qualquer um, baixe o HTTPS Everywhere, um adicional de navegador
- 5** Chats criptografados
Assim como a navegação, é importante que as mensagens sejam criptografadas. O TextSecure (Android) e Signal (iPhone) são exemplos de chats seguros

*Essas dicas foram feitas a partir da conversa com membros do coletivo Actantes e do guia *Tem Bai Na Linha*, disponível em tembainalinha.org

da Internet das Coisas, um movimento tecnológico que pretende conectar os objetos usados no dia a dia à internet, cada vez mais dispositivos captam dados sobre nossa vida privada.

A questão é: estamos de fato nos importando com a nossa privacidade? Patrícia Cornils, também integrante do Actantes, alerta que a questão não é mais exclusivamente tecnológica. “A gente vive nesse mundo em rede. E precisamos saber disso para sabermos então como criar proteções – tanto pessoais quanto políticas”, afirma. As notícias parecem ser boas: as proteções pessoais são cada vez mais simples. Há uma comunidade que desenvolve ferramentas mais fáceis para o usuário final. Não se trata mais de saber profundamente sobre o algoritmo que está por trás, mas sobre o que está em jogo quando somos vigiados e como agir. “Temos que hackear a lógica de mercado, no sentido de inverter essa lógica. Pegar o que é nefasto e transformar em algo positivo”, diz Sérgio Amadeu.



TEMAS ATUAIS, DIVERSAS POSSIBILIDADES E A TRADIÇÃO CÁSPER LÍBERO

Os **Cursos Livres** oferecem opções de capacitação com formatos dinâmicos e de curta duração. São vários cursos presenciais com temas e conteúdos atualizados para você escolher.

Inscreva-se em:
cursos.casperlibero.edu.br



JOGAR PARA APRENDER

A gamificação chega à área de comunicação e ressignifica processos desgastados ao transformá-los em atividades lúdicas

POR BEATRIZ FIALHO

Brincar é coisa antiga. No século 4 a.C., Platão já apontava a importância das atividades lúdicas para o desenvolvimento da personalidade e do aprendizado. Jogar bola, pega-pega, pular corda, rodar peão, brincar de bonecas, as brincadeiras de rua sempre despertaram a imaginação. Hoje, certo ou errado, os jogos eletrônicos ocupam esse espaço desde os primeiros anos de vida de uma criança. Em um mundo que exige cada vez mais soluções criativas, o lúdico está em alta. E os games podem ser a ponte entre a criatividade natural dos pequenos e a necessidade de resolver os problemas da vida adulta.

Há um nome para essa tendência: gamificação, do inglês gamification. Vendida como a promessa de ser a última Coca-Cola do deserto, a gamificação consiste em usar a lógica de jogos, eletrônicos ou analógicos para resolver problemas. Um jogo de cartas em duplas demanda cooperação. O xadrez exige concentração e pensamento alargado. Uma partida de futebol, basquete ou vôlei é lazer, mas também competição. Os games engajam as pessoas e as motivam. No Fifa 17, qualquer um pode fazer um gol de bicicleta, mas desde que tenha a habi-

lidade de controlar jogadores virtuais. A pergunta é: por que não usar essas características nas profissões?

Mesmo ao aplicar a técnica a diferentes áreas, as características próprias dos jogos se preservam: deve haver regras, contexto, objetivo e sistema de pontuação, explica o mestre em comunicação pela Faculdade Cásper Líbero Luiz Augusto Barna. Assim, as tarefas não estabelecem apenas uma meta e uma recompensa, mas se tornam um desafio e uma atividade mais engajadora e eficiente. “Trabalhar com essa motivação intrínseca do ser humano permite que as pessoas tenham mais liberdade para testar novas perspectivas e encontrem soluções mais criativas, de uma maneira mais prazerosa”, diz Barna.

O potencial dos games em atrair a atenção e direcioná-la já foi captado por sistemas educacionais e escolas. Agora é a vez de empresas em fases de treinamento e recrutamento passarem pelo mesmo processo. A Opusphere, empresa brasileira de gamificação, fez uma pesquisa pelo termo em perfis do LinkedIn em 2015 e elencou as dez companhias que mais apareceram nesses perfis. Entre elas, estão as gigantes Totus, Itaú e Samsung.

A área da comunicação também está nesse jogo. O *newsgame* é um formato em expansão que consiste em transformar grandes reportagens em jogos nos quais o leitor-jogador direciona a própria leitura, e por sua vez obtém informações em uma ordem personalizada. A Revista Superinteressante, uma das pioneiras nesse subgênero, começou a adotar esse

modelo em 2008 e, em 2012, ganhou o Prêmio Abril de Jornalismo na categoria Uso de Redes Sociais com o jogo Filosofighter. O intuito era criar um game que demonstrasse as diferenças no pensamento de nove filósofos por meio de recursos como o perfil dos personagens no Twitter e um teaser explicativo no Youtube.

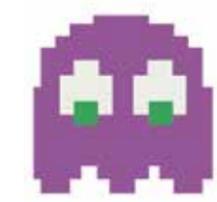
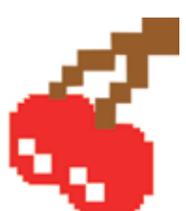
O professor da Cásper Líbero Marcelo Santos, estudioso do tema, afirma que a aceitação de modelos gamificados ainda é um problema para a mídia tradicional: “Pelo grande risco que sempre se viu de aproximar jornalismo do entretenimento, demorou muito para se permitir essa gamificação do conteúdo noticioso”. Outra ferramenta de gamificação muito aplicada ao jornalismo são os quizzes e as palavras cruzadas. Embora não sejam inovadoras e tão pouco narrativas digitais, as opções se mostram efetivas.

As agências de publicidade já investem em jogos há pelo menos três décadas. Ainda em 1983, a Atari, empresa de jogos, desenvolveu uma releitura de Space Invaders a pedido da Coca-Cola em que os alvos eram substituídos pelo logo da Pepsi como forma de reforçar a cultura da empresa entre os funcionários.

A alocação de conteúdo publicitário dentro do contexto do game também é uma técnica comum, que ganhou repercussão com os banners da campanha do ex-presidente americano Barack Obama, posicionado no jogo de futebol americano Madden 13. Segundo Santos, o modelo funciona bem. “Para comunicar, a marca deixa de interromper o pra-

zer da pessoa para transformar a comunicação publicitária, ela mesma, em uma fonte de prazer para o consumidor: isso é o *advergame* ou o *ingame ad*.”

Nas relações públicas, os games também abrem novas portas. Além de motivar e agregar diversos setores de uma empresa, são mais uma ferramenta para relacionar e interagir com o público, ajudando na formação de imagens e reputação. De acordo com Barna, uma empresa que investe em uma comunicação gamificada e lúdica “reforça sua cultura interna de uma maneira muito mais prazerosa e eficiente”. A produção de audiovisual também se apropria dos jogos e explora o seu potencial interativo como uma forma de construir novas narrativas. O próprio modelo de realidade virtual abre um horizonte de novas possibilidades fortemente atreladas aos jogos. Certeiras ou não, o importante é arriscar e entrar no jogo.





DIVULGAÇÃO/FAMÍLIA SEM FRONTEIRAS



DIVULGAÇÃO/MELHORES MOMENTOS DA VIDA



DIVULGAÇÃO/MELHORES MOMENTOS DA VIDA



DIVULGAÇÃO/TRAVEL AND SHARE



DIVULGAÇÃO/TRAVEL AND SHARE



DIVULGAÇÃO/FAMÍLIA SEM FRONTEIRAS

NÔMADES DIGITAIS

Em um mundo conectado, trabalhar e viajar ao mesmo tempo já é uma possibilidade do mercado de trabalho

POR MARIANE ROSSI

Os destinos de uma parisiense e de um carioca se cruzaram na internet. E ganharam a estrada. Em uma conexão que une amor e trabalho, eles carregam na bagagem apenas o desejo de conhecer o mundo. Se no passado, ser mochileiro era a única opção, hoje, ele é um nômade digital. Graças à tecnologia e à rede mundial de computadores, trabalhar, ganhar dinheiro e ter experiências fantásticas explorando o planeta virou um novo modelo de negócio e de vida.

A francesa Allyson Natier, de 25 anos, e o brasileiro Bruno Pinheiro, de 34, se conheceram três anos atrás no *Couchsurfing*, um site de acomodação grátis na casa de moradores locais. Num certo dia, Pinheiro recebe uma mensagem inusitada. “Ela tinha vindo para o Brasil e queria continuar falando português. Namoramos online por uns seis meses”, lembra. Primeiro, ele foi para França, conhecê-la pessoalmente. Depois, ela veio para o Rio.

Um dos sonhos traçados pelo ca-

sal era poder explorar o mundo. Mas era preciso ter alguma fonte de renda. Decidiram apostar nos conhecimentos do brasileiro sobre marketing digital. Depois de atuar na Europa e percorrer 23 países, Pinheiro decidiu trabalhar como consultor, selecionando poucos clientes.

Durante os preparativos para a grande viagem, Allyson engravidou. Mas os planos não mudaram. Em 2014, o casal iniciou uma viagem pela América do Sul. Quando chegou a

hora do parto, foram para Paris, onde Ella nasceu. Após algumas semanas, prosseguiram a viagem e seguiram para Espanha, Noruega, Turquia e Marrocos. Ella completava oito meses de vida, quando o trio iniciou uma viagem pela Ásia.

“A limitação está na cabeça dos pais. Você consegue aproveitar da mesma forma. As crianças se adaptam onde elas estiverem”, diz Pinheiro. Durante essa viagem, Allyson descobriu que estava esperando

um segundo bebê. Noam nasceu em 2016, também em Paris. A família aumentou, mas isso não foi motivo para abandonar a estrada. Desta vez, o destino foi o Brasil, para tratar de negócios. Nascia o projeto ‘Família Sem Fronteiras’.

O mundo online trouxe ao carioca uma família e uma carreira de sucesso como consultor. Ele abriu uma empresa de treinamento de negócios online para ensinar as pessoas a ganharem dinheiro com a internet, tra-

balhando em casa ou em qualquer lugar do mundo. “Elas têm seu negócio pequeno e não conseguem resultado. Ensino tudo com base em três tipos de liberdade, de tempo, financeira e geográfica”, explica ele, que lançou o livro *Empreenda Sem Fronteiras*.

Allyson cuida de Noam e Ella, e também escreve para o site deles, o ‘Família Sem Fronteiras’. O objetivo do blog é pagar os custos de transporte e alimentação, já que vivem de hotel em hotel. “A gente faz uma

A independência e autonomia exigem competências na área de comunicação e capacidade de lidar com diferentes idiomas e culturas sem a rigidez de um trabalho fixo

viagem com conforto, hoje não tenho problema com dinheiro. Ficamos nos melhores hotéis do mundo”, diz ele. A próxima aventura será morar em um barco por três meses e passear pelo Caribe. Até agora, o casal soma 35 países percorridos.

Muitos consideravam o casal esquisito, mas outros começaram a perceber que é possível trabalhar, viajar e educar os filhos ao mesmo tempo, relata Alysson, que levava uma vida boa na França. Com apenas 2 anos, a pequena Ella fala português e francês. “Eu digo que é a melhor vida que poderíamos ter. Meus filhos são muito mais abertos ao mundo do que crianças que só conhecem os amigos da escolinha. Ella já visitou mais de 20 países, não tem problema de socialização, consegue compartilhar e está acostumada com as línguas”, comenta.

Para a psicóloga e consultora Adriana Gomes, que trabalha há mais de 20 anos com orientação de carreiras, o nomadismo digital chegou recentemente no Brasil, mas já acontece em nível global. Traduz um momento de transformação no mercado de trabalho com mais autonomia e independência. Para a profissional, não é uma solução que sirva para todos. “Tem que ter competências não só na área de comunicação, mas de outros idiomas e capacidade de lidar com as culturas. Tem que ter *softskills*, que são competências de relacionamento, parte social e psicológica para dar conta de tudo isso”, explica.

Funcionários de multinacionais, Rômulo Wolff e Mirella Rabelo resolveram largar a vida em São Paulo para explorar os continentes. Eles já acumulavam experiências de terem morado em outros países. Mas o que os uniu foi o aplicativo de relacionamentos Tinder. A mineira de Poços de Caldas instalou o programa e encontrou o rosto do gaúcho. Ele tinha voltado para o Brasil após nove anos na Europa. O bate-papo virtual virou namoro, uniu sonhos e depois o projeto Travel and Share.

O casal mandou e-mails para mais de 150 empresas para pedir patrocí-

nio para um canal do Youtube sobre a expedição. Sem sucesso, apostaram na produção de conteúdo para empresas. Eles fecharam negócio com marcas como Cachaça 51, Nissan e Rider para produzir fotos e vídeos para as redes sociais das companhias.

No início de 2015, iniciaram a viagem com uma lista de desejos, algumas peças de roupas e uma energia de sobra para desvendar o mundo. Na América, dormiram em barracas, no carro deles apelidado de ‘Gallega’ e na casa de estranhos, que conheciam também por meio do *couchsurfing*: “Nosso objetivo era trocar experiências com a pessoa que nos recebia e foi muito legal isso, muito mais do que ter a hospedagem grátis. Só tínhamos uma barraca, ficava difícil dormir todos os dias e tomar banho”, conta Mirella. Depois, partiram para a Europa. A Gallega ganhou um *campeer*, uma espécie de ‘casinha’ acoplada na picape, onde há uma cama, uma mini-sala e cozinha.

Em meio a uma paisagem e outra, eles entram em contato com as empresas via LinkedIn, mandam propostas e fazem reuniões por Skype. Nunca precisaram se encontrar pessoalmente com um cliente para fechar um negócio. “O pagamento da viagem desde o dia 1 foi produção de conteúdo, nunca tiramos das nossas economias”, explica a jovem. O canal no Youtube recebe atualizações diárias. O foco é a rotina, as dificuldades, as pessoas e as belezas que encontram no caminho. Com milhares de seguidores, as redes sociais do Travel and Share passaram a ser um local de desejo das marcas por conta da audiência do canal.

Segundo Rômulo, cerca de 80% do dia é destinado à produção de conteúdo. “A gente chega em uma praia, tem que saber o que vai gravar, pegar as imagens, contar a história, voltar para o carro para editar o vídeo para subir no dia seguinte. Não tem aquilo de sentar na praia e ficar três horas vendo a água”, explica. Mirella não nega que estar o tempo em viagem cansa, mas o trabalho acaba sendo o

estímulo para continuar. “Por mais impressionante que seja um lugar, seus olhos já não vêem aquilo. Mas quando você tem o seu trabalho relacionado a isso, te motiva a olhar ângulos diferentes”, diz ela.

A mineira afirma que é preciso tempo para criar e planejar, investir em cursos, equipamentos, ter de R\$ 10 mil a R\$ 20 mil para emergências e uma dose de paciência para enfrentar as dificuldades. “As empresas hoje estão apostando em coisas muito mais orgânicas, feitas por alguém, mais do que algo superproduzido por agências. Tem espaço para todo mundo”, diz Rômulo. O próximo destino do casal deve ser a África, depois a Ásia e a Oceania. Os planos podem mudar sempre, a cada dia.

A jornalista gaúcha Barbara Rocha, 32 anos, sentia-se presa dentro do escritório sem janelas no Rio de Janeiro. Com o carioca Vagner Alcantelado, de 48, criou o projeto Melhores Momentos da Vida e os dois embarcaram para a Nova Zelândia. O casal começou a aventura, encontrando culturas, pessoas e indo a lugares desconhecidos da Oceania. Fizeram parcerias com empresas de turismo, albergues, hotéis e pousadas. Eles ofereciam exposição no site, nas redes sociais e em uma websérie em troca de algumas noites no lugar. Em um ano e sete meses, não pagaram nenhuma acomodação na Nova Zelândia. “É um país incrível para fazer parcerias. As pessoas gostavam da história que a gente estava contando porque era uma ideia de viver de uma forma mais livre com menos estresse, menos capitalismo, mais saudável”, conta ela.

Mas as parcerias não seriam suficientes para cobrir as despesas. O jeito foi trabalhar em outros ramos, o que levou o casal a viver momentos surpreendentes. “Ficamos três meses colhendo flores em Tauranga, que foi uma experiência muito legal. Trabalhos como gerentes de um albergue e vendemos cerveja no Natal. Foi maneiríssimo. Uma grana forte para seguir viagem. A gente

ganhava mais de US\$ 100 por dia cada um vendendo cerveja”, diz Barbara.

Nos hotéis onde tinham hospedagem de graça, faziam vídeos em forma de agradecimento. Como o trabalho deu resultados, resolveram cobrar por esse tipo de promoção e abriram uma empresa de vídeos itinerante. “Fomos evoluindo, melhorando a técnica, comprando equipamentos. Nosso nicho são hotéis boutique”, conta Vagner.

Uma emissora brasileira se interessou pela série reportagens sobre a Nova Zelândia e a história deles foi parar na TV. A segunda temporada está sendo gravada na Ásia e contará com 14 países. Depois, o destino será a Austrália ou Estados Unidos, onde devem rodar mais uma parte da série.

Para “sentirem-se em casa”, eles viajam dois meses e depois vão para Chiang Mai, a segunda maior cidade na Tailândia. Lá, montam uma espécie de base para relaxar e reorganizar a rotina. Eles alugam um apartamento barato, frequentam uma academia e têm uma alimentação saudável. Na viagem a Nova Zelândia, a jornalista ganhou dez quilos morando em hotéis. Depois da pausa, seguem para outro destino. Aprenderam que não são viajantes, vivem na estrada.

O casal tem um estilo de vida minimalista. Adquiriram medo de avião, depois de turbulências. Desapegaram de vaidades. Cruzaram países, foram a capitais e chegaram em tribos e lugares quase intocados. Conheceram religiões, gente e cultura. Aprenderam que o incrível é sair dos roteiros turís-

ticos e ir ao encontro do desconhecido. “Viajar é uma lição de humildade. Você tem que aprender várias formas de se expressar, entender a cultura, é preciso ser mais humilde, tolerante e faz questionar várias coisas que se acredita”, diz ela.

Eles não querem mais mudar de vida, acreditam que não conseguiriam voltar a trabalhar em horário comercial. Ser dono do próprio tempo, para eles, virou uma razão de viver. “Tenho um arrependimento muito grande de não ter feito isso antes. Comecei a viajar depois de 42 anos. Amo demais fazer o que faço. Filmar série, fazer os vídeos. Se você quer fazer isso, pare de tomar cerveja, comprar roupa, gastar grana e fica um ano juntando. Esse é o melhor conselho. Um bom planejamento e cair no mundo”, aconselhou Alcantelado.



Rômulo e Mirella já viajam juntos pelo mundo há mais de dois anos



Buscando fugir de escritórios, Bárbara e Vagner foram para a Nova Zelândia e os próximos destinos do casal incluem a Austrália e os Estados Unidos

PENSAR PARA INOVAR

Design thinking chega como uma abordagem inovadora e focada nas pessoas para solucionar problemas

POR BEATRIZ FIALHO

A expressão design thinking pode ser enganadora e levar à interpretação equivocada de que o termo se aproxima de um planejamento visual. O equívoco é justificável: em português, o termo design é aplicado como um sinônimo de desenho, quando na verdade o mais coerente é relacioná-lo ao verbo projetar. Embora também se utilize de recursos visuais, o design thinking (DT) busca maneiras criativas e inovadoras de solucionar problemas.

Um exemplo prático de como o DT pode ser aplicado a diversas áreas foi publicado em formato de infográfico na página do Sebrae. Para solucionar um problema sério no Vietnã, onde 65% das crianças sofriam de subnutrição, utilizou-se essa abordagem. A primeira etapa foi entender as famílias com filhos subnutridos e buscar casos de exceção em que as crianças eram saudáveis, num processo de imersão e convivência. Com os resultados, veio a análise. Foi possível perceber que as famílias nutridas consumiam camarões e pequenos crustáceos, criados em seus arrozais como um produto secundário. E as famílias bem alimentadas faziam diversas pequenas refeições ao longo do dia, em vez de duas grandes refeições.

Diagnosticado o problema, foi necessário pensar em uma solução com foco nas pessoas. Se não fosse pautado em DT, uma solução rápida seria doar comidas nutritivas às famílias subnutridas, o que resolveria o problema

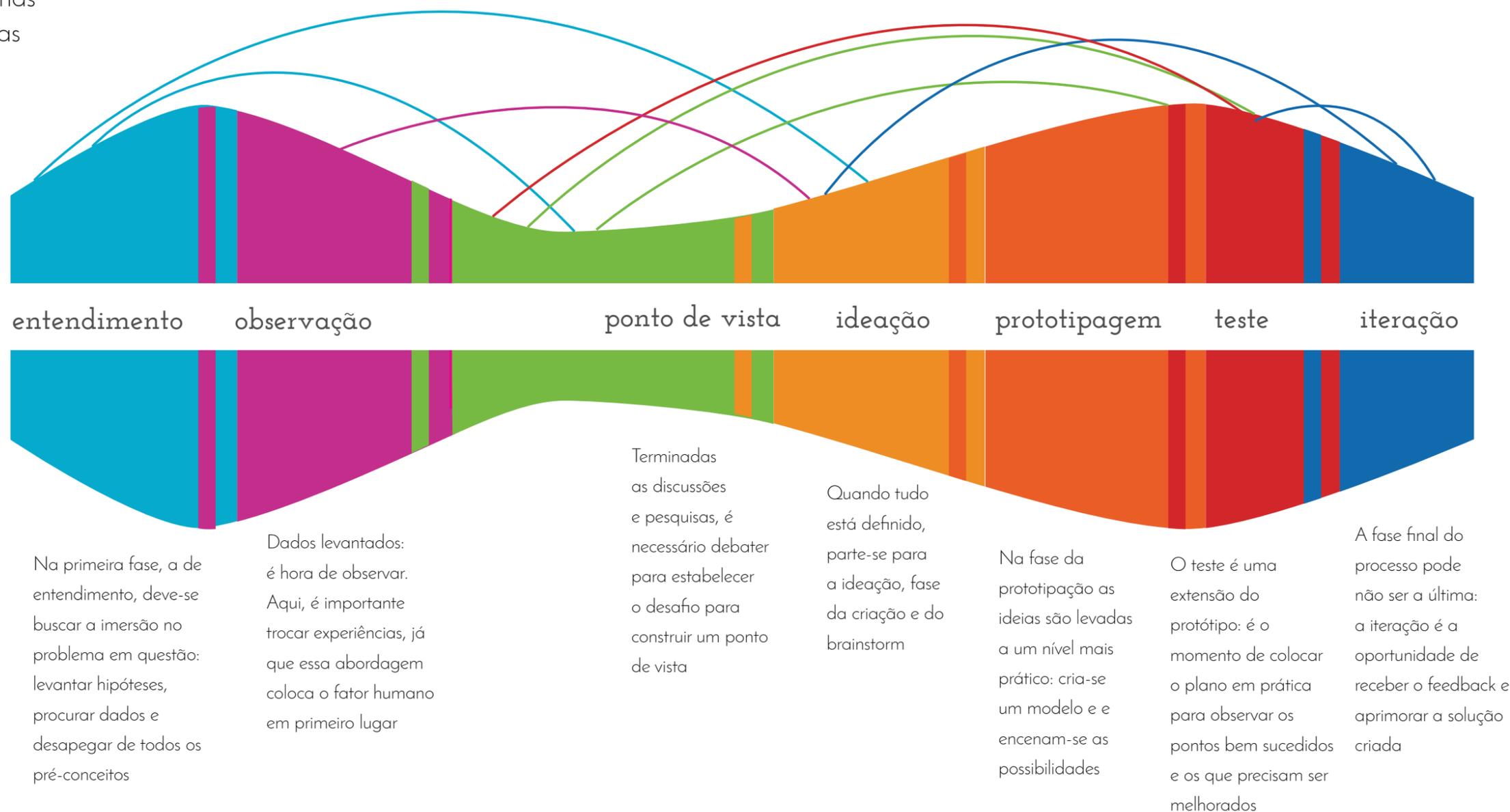
momentaneamente, mas essa medida emergencial não funcionaria no longo prazo. Para resolver de maneira mais humana e visando erradicar de vez a subnutrição, implementaram-se aulas de culinária em uma aldeia para ensinar as famílias a aproveitarem melhor os nutrientes em suas refeições. Os resultados foram significativos: a subnutrição infantil caiu de 65% para 20%. A essência para a solução foi se

pautar em três valores principais: empatia, colaboração e experimentação.

A empatia é saber se colocar no lugar do próximo. “Desconstruir crenças e valores para conseguir se conectar e ter a sensibilidade para entender o que o outro espera”, explica Mario Rosa, gerente de Negócios da Escola de Design Thinking Echos. Na colaboração, é importante agregar novas mentes no processo e estimular o pen-

“Chamá-lo de uma ferramenta é diminuir o seu potencial transformador

MARIO ROSA



REFERÊNCIA DO GRÁFICO: MINI TOOL KIT DE DESIGN THINKING - ESCOLA ECHOS DE DESIGN THINKING



© ECOS / JULIA MORE

Mario Rosa é gerente de Negócios da Escola de Design Thinking Echos



BEATRIZ FIALHO

Priscila Gonsales é diretora-executiva do Instituto Educadigital

samento coletivo. Cada vez mais o trabalho colaborativo tem dado certo nas organizações. Já a experimentação é tentativa (e erro também). Priscila Gonsales, diretora-executiva do Instituto Educadigital e ex-casperiana, comenta que resolver um problema leva tempo e é necessário testar muitas saídas. “Não podemos achar que vai surgir uma fórmula mágica, uma metodologia que acabe com todos os problemas”, diz. Esse processo de construção do pensamento é longo e, diferente da abordagem tradicional, entende o erro como uma possibilidade de aprendizado completamente necessária.

Mas, então, o DT, é uma metodologia ou um instrumento? Nenhum dos dois. “Chamá-lo de uma ferramenta é diminuir o seu potencial transformador”, comenta Rosa. O intuito de qualquer tipo de design, acrescenta Priscila, é “desenvolver um produto, ou pensar um serviço, projetar algo para o público de forma que seja, de fato, algo que melhore a vida daquelas pessoas”. O DT, então, é uma abordagem, uma maneira diferente de enxergar um desafio e superá-lo.

Na comunicação, o design thinking já vem sendo empregado com sucesso. Como em toda interação humana, é necessário que exista empatia para que a relação de troca seja sincera e verdadeira.

Para Rosa, “precisamos começar a usar a comunicação de uma forma mais inteligente para criar um espaço de troca e de geração de conteúdos mais relevantes para o mundo”. Outro aproveitamento dessa abordagem é para repensar paradigmas. Se uma profissão está em crise, o ideal é que se pense a solução sob uma ótica humana e não mercadológica. “Os grandes parâmetros das organizações hoje é o que é tecnicamente possível e financeiramente viável e isso não está necessariamente de acordo com as pessoas”. Na prática, Priscila Gonsales explica que “a colaboração, tão em alta no jornalismo e na comunicação em geral, é um princípio do design que pode abrir portas para novas possibilidades e modelos de profissão”.

UM OLHAR DIFERENTE A CADA REPORTAGEM.

Produzido, editado e apresentado por alunos de Jornalismo e RTVI da Faculdade Cásper Líbero, o programa Edição Extra explora as novidades e bastidores do mundo da comunicação.



 **EDIÇÃO**
EXTRA

Todo primeiro domingo do mês
às 23h30, na TV Gazeta

O GESTOR DA 7ª ARTE

Em entrevista exclusiva, o presidente da Agência Nacional do Cinema, Manoel Rangel, fala do fim de sua gestão que durou uma década

POR GUILHERME GUERRA

Em 2007, Manoel Rangel assumia o cargo de presidente da Agência Nacional de Cinema (Ancine). Cineasta mais conhecido pela sua atuação política do que pela produção artística, Rangel fora convidado por Gilberto Gil, então ministro da Cultura, para revolucionar o setor audiovisual no País. Àquela altura, a produção, distribuição e exibição de filmes injetavam R\$ 8,7 bilhões ao Produto Interno Bruto (PIB). Em 2014, apesar da generalizada desaceleração da economia, essa cifra saltou para R\$ 24,5 bilhões. Representou um avanço de mais de 8% ao ano, muito superior ao crescimento anual de outros setores. Se em 2002 o Brasil lançou 29 filmes nacionais, no ano passado esse número saltou para 143.

Não há milagre, mas uma década de trabalho capitaneado por Manoel Rangel e sua equipe, reconhecem até alguns de seus antigos detratores, como Cacá Diegues (“é verdade que graças ao sistema criado pela Ancine, alcançamos um número inédito de lançamentos, 143 filmes”, afirmou para *O Globo*). Em entrevista exclusiva à revista CÁSPER, realizada em março, ele fez um balanço das três gestões como diretor-pre-

sidente da agência e comemorou os vistosos resultados, como a de ter feito o número de salas saltar de 1.635 para 3.005 nos últimos 10 anos de mandato, que termina em maio de 2017.

Crente de que a consolidação do setor audiovisual só será possível por meio da criação de políticas públicas, Rangel vê a regulamentação do serviço de vídeo por demanda (ou VOD, do inglês), como Netflix e HBO GO, como o mais recente e maior desafio a ser enfrentado. A Ancine deve fomentar ainda a produção de jogos eletrônicos, área em que o Brasil hospeda “milhões de jogadores”, mas tem muito poucos realizadores. Afinal, se há tantos consumidores, por que não incentivar a produção?



Com Manoel Rangel, setor audiovisual cresceu mais de 8% ao ano

O audiovisual cresce 8% ao ano desde 2007. Não valeria continuar já que vivemos um momento tão bom para o setor?

Tive a possibilidade e a felicidade de contribuir à frente da Ancine, contei com a confiança do presidente Lula que me indicou para diretor e depois me fez presidente da Ancine. Meu mandato chega ao fim, desempenhei as minhas tarefas dentro dos limites que foram postos e dentro do que foi a minha capacidade. Sou grato aos representantes do setor e a todos os seus agentes econômicos pela contribuição que deram. É hora de uma renovação que permita que outros dêem continuidade à frente da Ancine, dando conta dos desafios que se apresentarem.

Houve uma manifestação, em Berlim, de cineastas preocupados com o futuro da Ancine, que foi criada após uma manifestação dos cineastas nos anos 2000. Como analisa essa situação?

A Ancine foi criada dentro de um esforço geral do governo e da sociedade, que acreditaram na importância de o Brasil voltar a ter uma política nacional do cinema e audiovisual. O pessoal do meio audiovisual liderou naquela época toda uma movimentação que ajudou a ampliar a consciência dessa necessidade. A [Lei 8.685](#), a [Lei 11.437](#) e a [Lei 12.485](#) são fruto de uma consciência da importância de que o Brasil ocupe um espaço através dos filmes e obras seriadas brasileiras. Acredito na existência dessas bases sólidas, aprovadas pelo parlamento brasileiro envolvendo todo o arco político representado pela sociedade.

Existe alguma possibilidade de desmonte dessas bases que hoje sustentam a Ancine?

O Brasil tem uma baixa tradição em construir instituições sólidas. A Ancine vem sendo construída ao longo de 15 anos e já se revelou em seu pleno potencial. Há um corpo técnico muito capaz e profissional. Por outro

lado, há também no país uma baixa memória dos processos e isso faz com que as pessoas não percebam o que é a longa trajetória de construção das instituições. Políticas públicas são resultado de conflito, múltiplas vontades e interesses que se chocam cotidianamente e que também encontram um caminho de serem equacionadas e processadas. É isso que nos fez construir o [Plano de Diretrizes e Metas](#), aprovado em 2012 por unanimidade no Conselho Superior do Cinema, que tinha representantes de todos os setores da atividade. É um plano para dez anos e que constitui uma espécie de pacto entre o conjunto dos agentes econômicos do setor audiovisual na perspectiva de fazer do Brasil um grande centro produtor e programador de conteúdos audiovisuais, tornando-se uma das cinco maiores economias de audiovisual do mundo.

E qual foi a política pública decisiva para que o setor avançasse nesse período?

Um dos momentos de grande salto foi a criação do Fundo Setorial do Audiovisual, porque ele recuperou a capacidade de investimento do Estado no desenvolvimento da política audiovisual. Nós fizemos com que esse fundo fosse constituído de tal forma que desenhassemos uma estratégia multifocal de todos os segmentos, apostando na parceria entre produção independente e a televisão brasileira, entre distribuição e produção. O segundo grande salto é aprovação da Lei da TV Paga. Ela representou a geração de uma enorme demanda de filmes e obras seriadas brasileiras. A lei permitiu também que o Fundo Setorial do Audiovisual ganhasse a robustez necessária para fazer política pública em escala de Brasil. Há outros, como o Cinema Perto de Você, um programa que alavancou a expansão do parque exibidor ao longo dos últimos anos. Isso permitiu que as empresas brasileiras seguissem competindo nesse mercado de fortes nomes nacionais.

O PNE estabelece metas que garantam a continuidade do crescimento do setor até 2020, como a expansão do mercado exibidor

A Lei do Audiovisual, anterior à criação da Ancine e que retomou a capacidade do Brasil de produzir filmes

O Lei da TV Paga, criou as obrigações de carregamento de conteúdo brasileiro e ampliou a capacidade de ação do Fundo Setorial do Audiovisual

Criou o Fundo Setorial do Audiovisual e ampliou a capacidade regulatória da Ancine

Um dos feitos da Ancine foi ter descentralizado a produção entre o eixo Rio-São Paulo, e hoje se vê produções de norte a sul no País. O quanto isso representa um projeto novo de Brasil, em que todos os rostos aparecem nas telas?

O Brasil é um país continental, plural e diversificado. Fazer com que essa cultura tenha a possibilidade de se manifestar em sua plenitude é o grande desafio do poder público federal, estadual e local. Nosso esforço sempre foi nacionalizar a política de cinema e audiovisual. Sim, valorizar o Rio e São Paulo como pólos de produção, mas também fazer com que todos os outros estados possam desenvolver seu potencial, produzir e ocupar o espaço. As 27 unidades da federação têm tido presença na produção do cinema e audiovisual. Temos uma linha de arranjos regionais em que fazemos investimentos combinados com os governos de estados e as prefeituras. Todos os estados já foram nossos parceiros, seja através do governo estadual ou municipal.

Na Ancine, existe uma preocupação em esperar algum retorno financeiro de todas as suas produções?

O **Fundo Setorial do Audiovisual** investe nos filmes e nas séries. Como investidor, ele é sócio na exploração econômica dessas obras e, se elas obtêm resultado econômico, o Fundo Setorial obtém retorno. Se essas obras não obtêm resultado econômico, o fundo segue em frente e esses produtores também. É assim porque o mercado de cinema e audiovisual no mundo disputa espaço com um produto hegemônico, com empresas multinacionais que controlam a estrutura de distribuição mundial de obras e séries audiovisuais. Enfrentar esse ambiente oligopolizado exige que os estados nacionais tenham mecanismos de apoio, sustentação e estímulo aos seus produtores para a produção do conteúdo.

O Video Home System (VHS) revolucionou a indústria televisiva e cinematográfica ao permitir que as pessoas assistissem a materiais audiovisuais em suas casas

Em 2014, o orçamento do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) chegou a pouco mais de 1 bilhão de reais, divididos pelo programa Brasil de Todas as Telas

Uma discussão que a própria Ancine levantou foi a do vídeo on demand (VOD). Essa é uma obrigação da Ancine?

O grande desafio que está sobre a mesa é a construção do marco regulatório do vídeo por demanda. É a nova fronteira da expansão dos serviços audiovisuais. Representa o que a televisão era nos anos 1940 e 1950, o que o **VHS** representou no final dos anos 1970, o que a TV paga representou no início dos anos 1980. O vídeo por demanda representa este momento. A Europa já regulou, há políticas regulatórias no Canadá e em outros países. O Brasil já tem um setor econômico de vídeo por demanda robusto o suficiente para lidar com um marco regulatório, que se torna necessário para assegurar segurança jurídica para os prestadores de serviços, qualidade para os usuários e afinamento com a política nacional de cinema e audiovisual.

O segundo grande desafio é construir uma política de desenvolvimento do mercado de jogos eletrônicos brasileiros. O Brasil é um grande jogador. Aqui, estão concentrados milhões de jogadores fazendo do país um dos maiores mercados do mundo. Temos muitos talentos no desenvolvimento de jogos e poucos jogos eletrônicos brasileiros ocupando esse mercado. Precisamos canalizar esforços para que tenhamos mais jogos e empresas brasileiras ocupando espaço.

Uma das críticas feitas é a estatização da produção. Há um aparelhamento da produção da Ancine ou prefere rebater essas críticas?

Não consigo entender esse conceito de estatização da produção porque quem diz isso não sabe o que é uma produção estatal ou não sabe o que é uma produção privada. No Brasil, o Estado não produz filmes e séries. E não atua economicamente. Muito diferente dos anos 1970 e 1980, quando o Brasil tinha uma empresa que se dedicava a produzir e distribuir filmes. O país não tem no Estado um

O projeto Ancine + Simples estabelece uma prestação de contas periódica, formulário de acompanhamento de projeto e simplificação do acompanhamento com o Fundo Setorial do Audiovisual

produtor, um distribuidor ou um exibidor de filmes. O Estado regula essa atividade e estimula a produção, a distribuição, a exibição, a parceria entre produção independente e televisão. A maior prova disso é a quantidade de produtores, diretores com as mais diversas visões que estão realizando filmes e séries de televisão com o apoio do Estado brasileiro e tendo suas obras circulando amplamente.

Os próprios cineastas reclamam da burocratização exigida pela Ancine. O que pode ser feito para facilitar a burocracia?

Há duas questões. Há uma cultura burocrática no Brasil e nos países da América Latina em todas as atividades econômicas e reguladas pelo Estado. Há um enfrentamento a isso feito sistematicamente pelo governo brasileiro. A Ancine faz esse movimento sistematicamente. Nós fizemos 2 anos atrás o **Ancine + Simples**, que fez um profundo enxugamento das normas e das operações da agência. Por outro lado, há um impasse. Aqui se lida com recursos públicos. É preciso respeito e cuidado. Há toda uma legislação da Constituição Brasileira que rege a aplicação de recursos públicos em qualquer atividade. Desde 2015, temos um calendário bianual de financiamento em que informamos as datas de lançamento dos editais, das entregas de resultado e outros prazos que ali estão citados. Temos uma Carta de Serviços que fixa os prazos que devem ser observados em cada processo. E procuramos cumpri-los com rigor.

2017 começou como um ótimo ano para o nosso cinema. Recorde de bilheteria, com *Minha Mãe é uma Peça 2* e mais doze filmes em Berlim. É uma boa despedida?

Começamos o ano de maneira extraordinária e espero que não seja uma despedida, mas que isso se repita sistematicamente nos festivais e nas salas de cinema. Foi um janeiro especial. Tivemos 15 filmes no festi-

Até abril deste ano, *Minha Mãe é uma Peça 2* arrecadou mais de 73 milhões de reais durante as 15 semanas em que ficou em cartaz, tornando-se o sucesso do ano

Manoel Rangel é diretor de três curtas-metragens e um documentário, feitos entre 1999 e 2003. Além disso, é membro do Comitê Central ao PCdoB

val de Roterdã, 12 filmes em Berlim e em Sundance, os três festivais mais importantes do primeiro trimestre do ano. *Minha Mãe é uma Peça 2* fez mais de 9 milhões de ingressos e continua havendo um forte desempenho. *Pendular* levou prêmio da crítica no Festival de Berlim, *Como Nossos Pais* já vendeu para diversos países mundo afora, *No Intenso Agora*, de João Moreira Salles, estava em Berlim e foi considerado pela Variety um dos dez melhores filmes exibidos no Festival. Nós tivemos um filme brasileiro competindo pela primeira vez ao César de Melhor Filme Estrangeiro, *Aquarius*. É um ano excepcional e fico feliz que o resultado se apresente. Esse resultado positivo é a expressão de uma política robusta que apostou na pluralidade, na diversidade, na nacionalização e quebrou qualquer estrutura de privilégios que permitiu que todo aquele que queira empreender conte com o estímulo para que o Brasil tenha uma forte economia audiovisual.

Pretende continuar na gestão de políticas públicas depois da Ancine?

Sou **formado** em cinema e audiovisual. A experiência na gestão pública me fascinou. Vou completar 14 anos no governo federal, dois anos e meio no Ministério da Cultura e 12 na Ancine. É uma experiência gratificante. Acredito no Brasil, acredito nessa civilização tropical e nova que Darcy Ribeiro descreve. Acredito que me dedicar às políticas públicas é uma bela forma de contribuir para que o País ocupe seu lugar no mundo e para que os brasileiros ocupem seu lugar no Brasil. Quando digo isso, refiro-me ao direito de que 200 milhões de brasileiros tenham boa condição de vida, acesso à educação, à saúde, a condições adequadas de infraestrutura, a serviços e bens culturais. Sim, pretendo continuar a me dedicar, mesmo que seja exclusivamente como um cidadão atento, dedicado e voluntário para reflexão e ação no sentido de que o Brasil possa seguir sua trajetória.



ALICE FORTES

O antropólogo Pedro Portella ensina os povos indígenas a documentarem suas vidas

A IMAGEM DO ÍNDIO

POR PAULO HENRIQUE POMPERMAIER



ROBERTO KOTIRIA

Uma larga pulseira de miçangas azuis e pretas, discreta sob a manga da camisa branca, é o único elemento que, à primeira vista, liga aquele homem à cultura indígena. Sentado em um café no Centro Cultural São Paulo, está apenas de passagem por sua cidade natal. Deixou-a aos 17 anos para estudar artes visuais em Belo Horizonte. Cumpre ali uma função intimamente relacionada à sua vida e sua carreira: Pedro Portella é um dos curadores da Aldeia SP, uma mostra de cinema indígena.

Desenterrou a pulseira de seu baú etnográfico apenas para aquela ocasião. Foi presente de uma tribo Ikpeng, um dos tantos que Portella recebeu ao longo de 12 anos em que percorreu 30 tribos indígenas

Apesar de instrutor, Portella privilegia o trabalho e as escolhas dos próprios ameríndios. “A gente tem que saber o que querem mostrar para eles. Os Baré, por exemplo, faziam cortes absurdos, algo muito sofisticado, sozinhos. Não tinham background para usar isso como a gente, que aprendeu numa escola. Fizemos isso executando a montagem que eles pensaram. Aquilo que o Lévi-Strauss dizia que tanto o cientista como o xamã chegam ao mesmo ponto através de vias diferentes”, reflete.

Essa perspectiva é apenas uma das infinitas riquezas que os ameríndios têm a apresentar. As tradições orais, a roçar milenar, a medicina tradicional, o conhecimento da ter-

sociação Filmes de Quintal. No ano seguinte, teve seu primeiro contato com alguns integrantes do Vídeo nas Aldeias, que fizeram uma retrospectiva de seus filmes no festival.

Essa experiência foi o ponto de partida para seu mestrado, que relata 10 anos de sua pesquisa na antropologia visual. O trabalho, intitulado “Essa máquina não caiu do céu”, em referência à câmera, metaforiza a relação desigual entre homem branco e os ameríndios e foi defendido em 2014 na UFMG. Aos 41 anos, Portella planeja ainda o doutorado na Inglaterra, onde passou praticamente todo o ano de 2016 ministrando workshops sobre antropologia visual.

“A máquina é feita com os minerais que saem do solo, Omama, o grande deus dos Yanomami. A máquina não caiu do céu, ela já existia na terra, e é como se o homem branco tivesse roubado essa substância dos indígenas. E os indígenas tomaram essa máquina de volta, tomaram essa voz de volta, porque o não indígena é como um ladrão de vozes, um ladrão de olhares”, explica.

Portella já exerceu outras funções mais burocráticas, como consultor da Unesco e analista do acervo do Museu do Índio, da Funai. Nessas atividades, ficou menos de um ano, preferindo sempre suas experiências etnográficas. Ele afirma que aprendeu mais com o índio do que com a sociedade contemporânea. “Desde o primeiro momento aprendi a dormir em rede, a ampliar nossos gostos, nosso paladar, a aprender com as histórias deles, com as cosmogonias, com os mitos”, explica, afirmando que foi preciso se desapegar de uma visão asséptica, que não queria contato com a terra. “Ensinar audiovisual consiste mais em aprender do que ensinar, e é um privilégio. A gente deixa de acreditar que os outros têm crença e nós temos o saber. O indígena tem seu próprio saber, sua própria ciência, que precisa ser respeitada.”

trabalhando com cinema etnográfico. Certa vez foi presenteado com uma iguaria exótica para os brancos, mas um gesto sagrado para os caçadores Kaxinawá: “Como chego lá ensinando algo novo, uma nova tecnologia, eles precisam retribuir e eu ganho um miolo de anta. Fiquei emocionado e comecei a perceber como as trocas são importantes entre nós e os outros. A gente aprende a trocar”, diz.

Seu percurso no audiovisual indígena começou em 2004, quando integrou o projeto Vídeo nas Aldeias, que organiza oficinas cinematográficas para os povos originários. Coordenou, em seu primeiro projeto, encontros com os Kaxinawá do Rio Jordão, no Acre. Com algumas câmeras e computadores, ficavam de duas a quatro semanas ensinando os índios a manusearem o equipamento: filmar, fazer foco, criar noções de continuidade, descarregar em HD, editar.

ra e da floresta são alguns dos elementos. Perpetuados na imagem, empoderaram os índios e resgatam sua tradição em um país que ainda não os reconheceu. Tornam-se “registros políticos, nessa pátria ainda genocida”, na observação de Portella.

Entre suas trilhas pelos passos ancestrais, já percorreu Peru, Colômbia e Guiana Francesa organizando oficinas de audiovisual. Chegou a enfrentar resistência de alguns povos. Foi o caso dos Yanomani, que negaram a câmera num primeiro momento, mas aos poucos foram aceitando a importância do registro imagético para educar o olhar do homem branco.

Antes de organizar oficinas com o Vídeo nas Aldeias, Portella já tinha projetos nos quais trabalhava com arte e vídeo nas periferias. Em 2003, foi convidado para integrar a equipe do Festival do Filme Documentário e Etnográfico de Belo Horizonte, o Forumdoc.bh, organizado pela as-



Na sala de situação para grandes eventos, decisões são tomadas coletivamente

MARCELO CAMARGO/© AGÊNCIA BRASIL

NA TORRE DE CONTROLE

Os bastidores da assessoria de imprensa da Força Aérea Brasileira em casos de emergência

POR SIMONE DANTAS*

Eram duas da madrugada de segunda-feira quando o telefone tocou. O celular iluminava o quarto. Era o meu chefe. Acordei rápido. Desde que entrara na assessoria de imprensa não ousava dormir profundamente. Disfarcei a voz de sono e atendi prontamente. “Pois não, chefe?” Eu já sabia que alguma coisa havia acontecido e enquanto respondia ao protocolar “desculpe incomodar neste horário” me perguntava qual crise seria aquela que me faria seguir de madrugada para o trabalho. Meu chefe me pediu rapidez e não quis falar o assunto por telefone. Depois de um banho rápido, minha ansiedade não me deixou fazer todo o ritual de fardamento. Só peguei o uniforme e segui para a Esplanada dos Ministérios, onde fica o Centro de Comunicação Social da Aeronáutica – Cecomsaer. No local, jornalistas, relações-públicas, sargentos e aviadores da Força Aérea Brasileira (FAB) se revezam na prestação de informações à sociedade. Todos são militares que lidam com o ônus e o bônus da carreira em que é necessário estar sempre à disposição, respeitar a hierarquia e disciplina, concorrer a diversas escalas e representar a instituição o tempo todo.

Uma dessas escalas é a do “celular-bomba”. O temido telefone de plantão da assessoria de imprensa da FAB é o ponto de contato de repórteres e comandantes, que naquela noite trouxe a informação de uma emergência em voo civil. Havia a suspeita de bomba ou sequestro de um avião com mais de 120 passageiros que ia do Rio de Janeiro a Miami. O piloto acionou o código de interferência ilícita no transponder por 17 segundos logo após a decolagem e os controladores de tráfego e defesa aérea passaram a monitorar a aeronave. Terrorismo no espaço aéreo brasileiro? Caças F-5 Tiger da FAB foram acionados para escoltar o voo. Nossa função naquele momento era reunir as informações cruas, cheias de jargões e sabíamos que uma ocorrência dessa natureza às vésperas da Copa do Mundo seria muito ruim para o país.

Para chegar à assessoria de imprensa da FAB, o profissional de comunicação deve ter experiência, mas a mais importante habilidade é ter inteligência emocional. A tragédia de Santa Maria em que as aeronaves da FAB fizeram o transporte de feridos para os hospitais, em 2013, o acidente da aeronave da TAM que não conseguiu pousar em Congonhas, seis anos antes, o desastre que matou Eduardo Campos, em plena campanha presidencial de 2014, as enchentes no Espírito Santo em 2013, o acidente com a aeronave da equipe Chapecoense são algumas das maiores tragédias nacionais que passam pelas mãos da FAB.

Internamente, representam momentos de tensão e tema de diversas demandas, discussões internas e notas oficiais. Naquele dia de fevereiro de 2014, felizmente não fomos porta-vozes de outra tragédia. Orientado a pousar em Manaus, a aeronave sofreu uma abordagem de segurança na pista e o piloto informou que acionou o código de emergência por engano. A aeronave seguiu viagem e somente a imprensa local soube da ocorrência. Aquele foi um longo dia. O trabalho não terminou com a decolagem da aeronave para o destino, o expediente continuou e outras demandas surgiram.

Em tempos em que a palavra “crise” insiste em estar presente nos noticiários, na FAB é quase uma rotina. A missão síntese da Força Aérea Brasileira de “manter a soberania do espaço aéreo e integrar o território nacional, com vistas à defesa da Pátria” significa que a instituição é responsável pela defesa aérea brasileira, gerenciamento do espaço aéreo, busca e salvamento aeronáutico, desenvolvimento de tecnologia aeroespacial, prevenção e investigação de acidentes aeronáuticos. Traduzindo: cuidar da segurança de quem voa.

Aparentemente essa rotina é uma miscelânea de atuações, prato cheio para profissionais de comunicação social sedentos por trabalho sem hora, local, previsão ou rotina.

Pautas que variam do lançamento de foguete no Nordeste à busca de uma aeronave desaparecida na Floresta Amazônica, da operação de combate ao crime na fronteira com o Paraguai ao intenso tráfego aéreo na ponte aérea Rio-São Paulo.

Na parede da movimentada sala da SDAI – a Subdivisão de Assessoria de Imprensa da FAB – na capital federal, um painel com a imagem de repórteres fotográficos dentro de uma aeronave Hércules C-130 em voo, com a rampa aberta, capturando imagens de aeronaves de caça numa simulação de guerra, inspira os assessores. Quem trabalha tem que se esforçar para equilibrar as possibilidades da instituição e as demandas da imprensa. É essa a rotina do jornalista Humberto Leite, tenente da FAB, há oito anos.

Acostumado aos serões e plantões, o tenente Humberto, como é chamado, acredita que a maioria das crises não é diária e enxerga uma fórmula interessante para lidar com um cenário turbulento. “São, na verdade, ápices de divulgação de alguns assuntos críticos, sempre envolvidos em um contexto de interesses, desconhecimento e, algumas vezes, erros”, explica o jornalista. Para ele, estar nesta área e vivenciar os momentos de turbulência lhe deu diversas percepções que facilitam seu dia-a-dia. “Com a organização de informações (algo tão pouco comum entre os jornalistas), trabalho duro e entendimento profundo da instituição para a qual você trabalha, é possível atuar bem, e ser respeitado”, ressalta.

Natural do Ceará e torcedor fanático do Fortaleza, Leite também nutre, desde a adolescência, a devoção pela aviação. “Ser apaixonado por aviação é a parte fácil, amar é manter essa admiração mesmo com a convivência diária e o contato com eventuais narrativas não muito idealizadoras. E eu amo aviação”. Apesar de não ser um

coleccionador de miniaturas de aeronaves e pôsteres, Leite é apaixonado por histórias e dados da aviação mundial. E, segundo ele, nada como o trabalho de comunicação para vivenciar esse fluxo de informações. A experiência oferecida pela Força Aérea contribuiu para que o jornalista acumulasse hoje mais de 100 horas de voo a bordo do helicóptero Black Hawk, visse inúmeros reabastecimentos em voo e estivesse a bordo da aeronave de ataque A-29 Super Tucano em missão na Fronteira Amazônica. “Consegui voar em praticamente todas as aeronaves, em todos os tipos de missão”, orgulha-se.

Em tempos em que a palavra “crise” insiste em estar presente nos noticiários, na FAB é quase rotina

A diversidade de atividades é também o espelho do efetivo que atua na comunicação social da FAB. São militares e civis de regiões e formações diferentes, com experiências variadas que enriquecem o dia-a-dia da instituição. “Nas Forças Armadas vemos um culto significativo aos símbolos pátrios, mas o verdadeiro sentido disso, me parece, é a diversidade de origens. Essa diversidade me encanta”, destaca Leite, ao citar que se cada um de seus colegas de trabalho usassem quimonos com as siglas de seus estados de origem, como nos campeonatos de judô, haveria quimonos com as expressões do ES, RS, CE, MG, SP, RJ, DF e PE. E não é diferente nos contatos com a imprensa. Os profissionais de comunicação da Aeronáutica lidam com pessoas de

todo o país e, para ele, é um desafio ser eficiente em contextos culturais variados, com inúmeros veículos de comunicação para superar a antiga ideia de que uma boa assessoria se baseia em “conhecer os coleguinhas”.

Acostumado a lidar com temáticas complexas como acidentes aéreos, o tenente Humberto lembra que é importante manter a consciência de que o assunto não envolve exatamente aeronaves, mas vidas humanas. “São aqueles dias de voltar para casa mais pensativo”. Mas mostrar a fragilidade também pode ser uma boa estratégia de comunicação.

No processo de compra dos caças que durou 20 anos e resultou na aquisição dos caças suecos Gripen NG, a FAB buscou ressaltar a necessidade urgente de uma definição de compra, e a comunicação foi fundamental para esclarecer o povo brasileiro sobre como esse processo era uma iniciativa de interesse do País. “A estratégia se mostrou muito válida, e considere isso um momento em que pude servir à Força de uma maneira exemplar”, lembra o jornalista que atuou como assessor de imprensa do projeto que custará cerca de U\$ 5 bilhões ao Brasil e promete um retorno de U\$ 9 bilhões em transferência de tecnologia e offset – compensações de natureza industrial, tecnológica ou comercial.

Num cenário de convergência de mídias, a FAB mantém perfis em mídias sociais que atuam também como ponto de prestação de informações na gestão de crises. Abarcada na Subdivisão de Relações Públicas, a gestão de mídias sociais ainda é coadjuvante em momentos de crise. O major Marco Antônio Aidar Ribeiro, chefe da Subdivisão de Relações Públicas e responsável pelas mídias sociais da Força Aérea, conta que este ainda é um assunto novo, embora já tenham vivenciado focos de crises nessas redes.

O perfil da FAB no Facebook possui 1,3 milhão de seguidores, en-

Entre as tragédias aéreas em que a FAB autou está o acidente da aeronave da TAM que não conseguiu pousar em Congonhas

quanto o Exército conta com 3,2 milhões de fãs e a Marinha possui 1,5 milhão. Essa diferença, segundo o major, se dá pelo fato de a FAB ter ingressado nas mídias sociais um ano após as outras armas. Para Ribeiro, é importante destacar o processo constante de reavaliação, reinvenção e renovação que os profissionais de mídias sociais se obrigam a passar. Aviador, Ribeiro atua há 14 anos na área de comunicação social. “Ao fazer uma comparação superficial das minhas horas de voo e das minhas horas de comunicação social, chego à conclusão de que já sou um RP (profissional de relações públicas)”, afirma.

Mestre em Jornalismo e Mídia e Especialista em Gestão da Comunicação Institucional, Ribeiro procurou nos livros a resposta para a atuação da FAB nas mídias sociais. Segundo ele, o trabalho de redes sociais na instituição inova e supera dificuldades. “Depois de estudar um pouco sobre o choque de gerações, entendo que as gerações mais antigas, dos nossos comandantes, não aceitaram

muito bem a atualidade virtual e essa postura deles acaba interferindo em nossa atuação. Eles tendem a valorizar a cobertura dos meios tradicionais como o rádio e a televisão, mas isso está mudando”, afirma Ribeiro. Para ele, a comunicação será melhor à medida que os gestores entenderem o cenário de convergência e permitirem que as ferramentas de comunicação da instituição trabalhem de maneira complementar.

A diversidade de gerações e formações na instituição também pode ser um obstáculo e, no caso da comunicação social, uma grande dificuldade. Segundo o jornalista Humberto Leite, há momentos em que as ações não correspondem ao assessoramento, porém isso não é muito diferente em outras instituições públicas e privadas. “Com o tempo, aprendi ainda a ter dois comportamentos: o primeiro é saber que nem sempre o seu assessoramento será seguido, e não morrer por causa disso. O segundo é - isso é mais difícil de fazer no setor privado

- saber se declarar incapaz de oferecer uma opinião embasada sobre algum assunto, por motivo pessoal, seja por não ter ciência do tema completamente, e por entender que outras pessoas estão mais capacitadas.”

O profissional de relações públicas deve estar pronto para superar essas situações, não abalar a relação com o assessorado e tentar descobrir meios de ser ouvido em uma oportunidade adequada. “Um bom assessor não deve jamais achar que a instituição está sempre certa, que o problema é da sociedade, ‘é dos outros’, ‘é a imprensa’, etc. Se estivermos ali só para concordar com os chefes, não somos necessários. Sempre há muito o que melhorar, muito mesmo”, conclui Leite.

*Simone Dantas é relações públicas da Força Aérea Brasileira desde 2011 e aluna da pós-graduação lato sensu em Jornalismo da Cásper



Em uma das festas de Carnaval de São Paulo, Laroza registrou um casal se beijando no capô do carro da Polícia Militar

O protesto dos Gaviões da Fiel contra Fernando Capez, Rede Globo, CBF, e FPF em setembro de 2016 reuniu a torcida da quadra até a Federação Paulista

FLAGRAS URBANOS

FOTOGRAFIA POR FELIPE LAROZZA
TEXTO POR FELIPE SAKAMOTO

O portfólio do fotojornalista Felipe Laroza, selecionado pela agência Magnum Photos em sua comemoração de 70 anos



Agora como Editor de Arte da Vice, Laroza fotografa cotidianamente para não perder a prática. O clique é do verão de 2017, em Salvador (BA)



Em Setembro de 2014, o centro de São Paulo foi tomado por bombas, gás lacrimogêneo e pela fumaça preta de um ônibus incendiado

Do guitarrista de surf rock Dick Dale aos acordes da banda Nirvana, o do it yourself do movimento punk e anarquista ensinou Felipe Laroza, fotojornalista e editor de fotografia da VICE, a despir seu olhar de preconceitos ao criar narrativas. “Vou tentar entender os pensamentos e as motivações das pessoas para poder contar essas histórias”. Formado em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Cásper Líbero, em 2008, Laroza ingressou no mundo da fotografia quatro anos depois, quando percebeu que poderia elevar o hobby a outro patamar. Aos 30 anos, já publicou em veículos como a *Folha de S.Paulo*, UOL, Rede Globo e *Folha Metropolitana*.

Ele gosta do que vem das ruas, das culturas vistas com olhos tortos. É o caso dos campeonato de pipeiros, em Osasco, que reúne mais de 10 mil participantes para empinar e assistir ao duelo no céu; das manifestações políticas, que foram a sua primeira grande escola de fotojornalismo; ou a história de Aline e Érico que se beijaram intensamente, durante o carnaval de São Paulo, no capô do carro da Polícia Militar. As fotos que compõem o portfólio dessa edição da CÁSPER colocaram Laroza no concurso Magnum Photos 70th Anniversary Rio & Foto em Pauta para concorrer a workshops com os grandes fotógrafos Michael Christopher Brown, Bieke Depoorter e Cristina Garcia Rodero. Ele foi um dos 15 finalistas.

Laroza encontra inspiração no trabalho de outros fotojornalistas, descobrindo novas linguagens juntos. O casperiano viu no jornalismo a chance de ser uma outra pessoa a cada pauta. Manifestante, motoqueiro, pipeiro, admirador do reggae jamaicano do Maranhão e outros tantos personagens, como os presentes neste portfólio. “Tenho que absorver quem são essas pessoas para poder transmitir a parada com veracidade”, afirma. E com sua lente fixa e aberta procura captar até o cheiro do que está distante dos nossos olhos.

Apesar dos mais de 10 mil pipeiros se reunirem em Osasco para o combate conhecido com “Rio X SP”, Laroza foi o único fotógrafo da imprensa a cobrir o evento em setembro de 2015



As 200 radiolas, nome dado aos DJs e aparelhos com potentes caixas de som, retratam a tradição do reggae na cidade de São Luís do Maranhão, presente desde a década de 1950

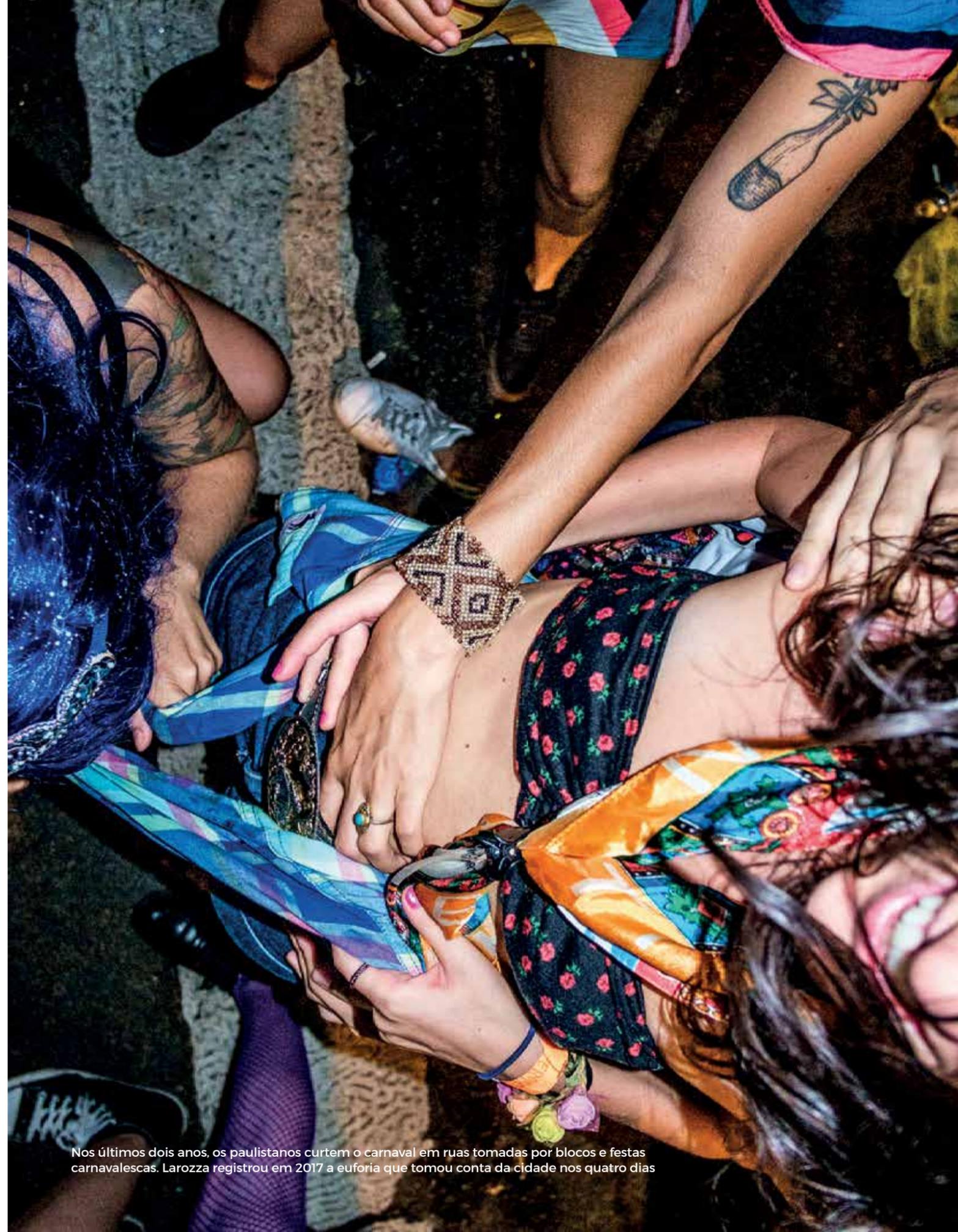




Empinar moto em 90°, conhecido como “chamar no grau”, é esporte para molecada de muitas regiões da grande São Paulo e da capital e não para de crescer



Depois do incêndio da Favela Portelinha da Penha, Zona Leste de SP, o fotógrafo registrou, em abril de 2014, as crianças desabrigadas



Nos últimos dois anos, os paulistanos curtem o carnaval em ruas tomadas por blocos e festas carnavalescas. Laroza registrou em 2017 a euforia que tomou conta da cidade nos quatro dias

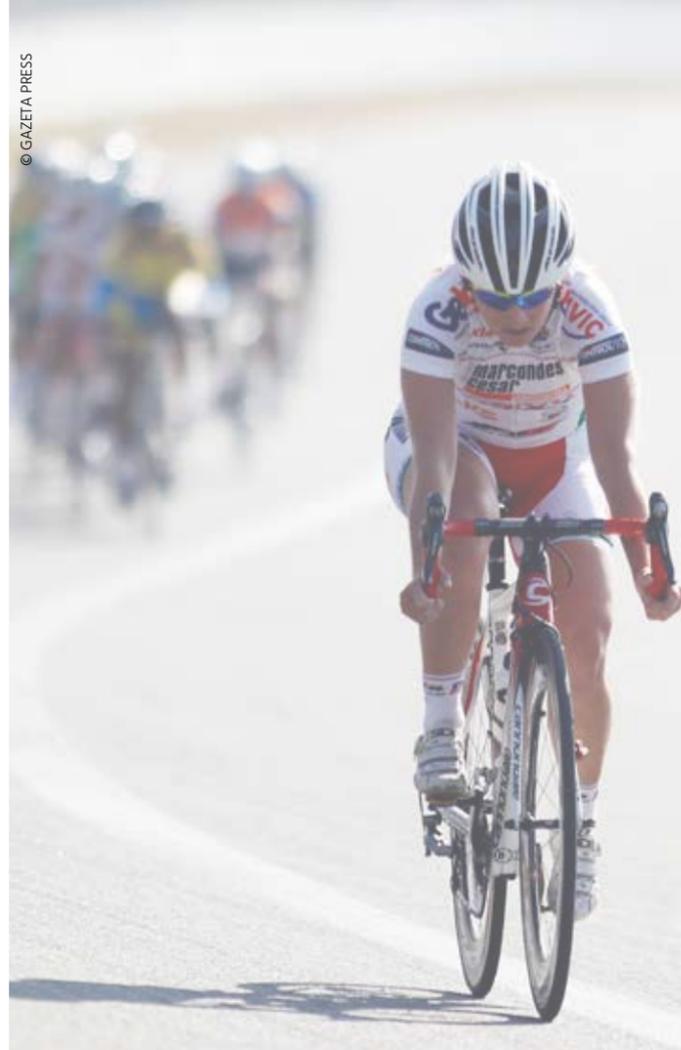
Ciclismo nas ruas

Prova Ciclística 9 de Julho de 2017 passará por parques e volta às ruas de São Paulo

Por Paula Calçada

Uma das mais tradicionais disputas do ciclismo nacional, a Prova Ciclística 9 de Julho, voltou às vias de São Paulo em 2015, depois de ser realizada no Autódromo de Interlagos. Dois anos depois, em 2017, o feriado estadual cai em um domingo e o evento esportivo se consolida no calendário da cidade. A prova vai percorrer algumas das principais ruas e avenidas da capital paulista, com largada e chegada na avenida Lineu de Paula Machado, em frente ao Jockey Club. Marcus Gurgel, um dos responsáveis pelos eventos esportivos da Fundação Cásper Líbero, explica que mais uma vez o evento fará parte das comemorações da Revolução Constitucionalista de 1932.

A prova deste ano foi programada para passar por três parques de São Paulo, Ibirapuera, Villa Lobos e Parque do Povo, "Como se fosse uma intervenção urbana, valorizando pontos turísticos da cidade", ressalta Gurgel. Anualmente, assim que a São Silvestre acaba, a preparação para a Prova Ciclística 9 de Julho se inicia em parceria com a Federação Paulista de Ciclismo. O evento será aberto para atletas, que na última prova teve um número recorde de inscritos (2.129 competidores), com equipes de todo o país, estrangeiros, e aspirantes. Para participar, basta ter qualquer tipo de bicicleta. "A expectativa é mais uma vez alta e seguimos trabalhando para recuperar todo o prestígio de sua história. O retorno às ruas, depois de muito tempo, e o retorno dos amadores continuam sendo algumas das ações que estamos fazendo para isso", destacou Gurgel.



Em 2016, a Prova Ciclística 9 de Julho bateu recorde de inscritos, com 2.129 competidores

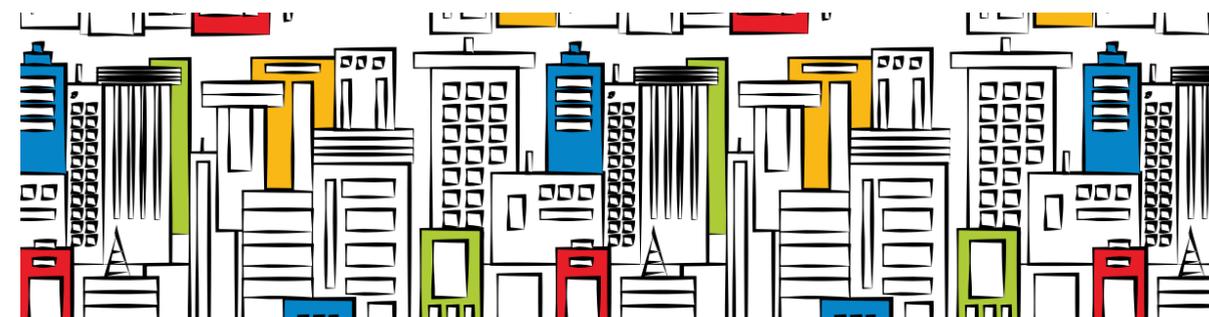


© GAZETA PRESS

O grande congresso

A Faculdade abre as portas para o mais prestigioso congresso de comunicação brasileiro

Por Guto Martini



compós

26º ENCONTRO NACIONAL • SÃO PAULO



Publicar na Compós é erguer a taça do mundo dos congressos brasileiros de comunicação. Não que haja muitos, mas se existe um evento reconhecido e cobiçado pela maioria dos acadêmicos é o organizado pela Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Em outubro de 2015, o Conselho da Compós aprovou, por unanimidade, a candidatura da Cásper Líbero para sediar a 26ª edição, que ocorrerá entre 6 e 9 de junho. O diretor da Faculdade, Carlos Costa, afirmou, na apresentação da candidatura, estar "contando com esse evento para marcar um

dos pontos altos da comemoração de seus 70 anos".

A abertura da Compós ficará por conta do sociólogo francês Dominique Wolton que fará uma palestra no Teatro Cásper Líbero. Diretor de pesquisas no CNRS (Centre National de La Recherche Scientifique), autor de mais de 30 livros, Wolton estuda como a comunicação media conflitos e permite a convivência, com um olhar recente e mais detido sobre o impacto das novas tecnologias nas transformações da comunicação humana. Por mais que o ser humano esteja cada vez mais dependente dos apare-

Ihos móveis para estabelecer conexões, o sociólogo alerta que em algum momento é preciso se desconectar e iniciar um diálogo entre pares. Nos outros dias do evento, ocorrerão reuniões dos 17 Grupos de Trabalho (GTs) que discutirão artigos científicos submetidos à Compós.

Fundada em 16 de junho de 1991, a Compós nasceu da inquietação de pesquisadores de programas de pós-graduação (os PPGCOMs de PUC-SP, UFBA, UFRJ, UnB, Unicamp e Umesp) em qualificar seus cursos e aumentar a integração do conhecimento que circula nas pesquisas comunicacionais. Em pouco tempo, os maiores pensadores de comunicação do País encontraram na Compós o espaço privilegiado para difundir e trocar experiências de seus estudos e reflexões.

Com critérios rígidos para seleção de trabalhos que participam nos congressos, o evento se tornou de difícil acesso. Nem todos conseguem ter papers aceitos pelos pareceristas. A Cásper contará, este ano, com a participação de seis professores para apresentar seus artigos: José Eugênio de Oliveira Menezes, Dimas Antônio Künch, João Alexandre Peschanski, Else Lemos Inácio Pereira, Liráucio Girardi Júnior e Luís Mauro Sá Martino.

O professor Liráucio Girardi conta que participou pela primeira vez em 2015 com um texto sobre Pierre Bourdieu. No ano seguinte, sua pesquisa incidiu em outra discussão: a materialidade. Em um intercâmbio de ideias com outros participantes de seu grupo de trabalho, Liráucio acabou se interessando ainda mais pelo tema que estava abordando. Nesta edição, apresentará uma pesquisa que navega por seu objeto central. O professor ressalta que a participação

da Cásper Líbero aponta para um engajamento e uma ocupação da instituição com a cultura da pesquisa.

Para o professor Luís Mauro, ter os trabalhos aprovados no evento mostra que a Faculdade está, mais uma vez, no mapa das discussões acadêmicas. "É importante também destacar o incentivo da direção e da coordenação. Sem um direcionamento institucional voltado para o estímulo de pesquisas científicas, seria difícil realizarmos essas participações", conta.

O programa de pós-graduação da Cásper Líbero ingressou, definitivamente, na Compós em abril de 2001. O professor Bernardo Isler, coordenador do PPGCOM, foi um dos pioneiros da Faculdade a participar dos encontros antes mesmo do ingresso na associação, para logo em seguida ser acompanhado de Erasmo Nuzzi, o mais longo diretor da Cásper. A entidade, para além do congresso que realiza, também atua na defesa dos interesses dos programas de pós-graduação de seus associados. Foi o que a Compós fez em meados dos anos 2000, quando a pós da Cásper teve de funcionar sub judice por 12 meses.

A Cásper Líbero, ao longo da história, consolidou uma tradição em congressos acadêmicos. Na sala 1 do quinto andar da Faculdade, foi fundada a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), em 12 de dezembro de 1977. Com quase 40 anos de existência, o congresso tem critérios menos rígidos, se comparados com os da Compós. Em 2015 e 2016, alunos do segundo ano de jornalismo tiveram a oportunidade de apresentar trabalhos na Intercom a partir de um projeto da disciplina de metodologia.

Luis Mauro Sá Martino e Liráucio Girardi, professores da Faculdade, participam da Compós anualmente



REPRODUÇÃO FACEBOOK



REPRODUÇÃO FACEBOOK

Para entender o economês

Com uma abordagem simples, novo manual de Economia busca se aproximar do público leigo

Por Adalton Franciozo Diniz*

Quando Paul Samuelson lançou o seu livro *Economics*, em 1948, ele estabeleceu um novo padrão para os manuais de introdução à Economia. O seu sucesso foi tão extraordinário que a obra ficou conhecida como o "livro-texto canônico" da Ciência Econômica e foi a base da formação de três gerações de economistas em todo o mundo. O padrão estabelecido pelo livro de Samuelson tornou-se incontornável e, até os dias atuais, todos que ousaram ignorá-lo ou subvertê-lo falharam miseravelmente.

E eis que acaba de chegar às livrarias a nova edição do Manual de introdução à Economia, do professor Jefferson Mariano. Mariano é um pesquisador voltado para a temática do desenvolvimento econômico, com doutorado pela UNICAMP e possui uma vasta experiência como analista nos mais respeitados institutos de pesquisa socioeconômica do Brasil: a Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (Fundação SEADE) e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A sua experiência profissional está coroada por sua brilhante carreira como docente e conferencista. Atualmente, os estudantes, professores e funcionários da Faculdade Cásper Líbero têm o privilégio de desfrutar de suas aulas e de sua companhia. Diariamente, podem constatar o quão generosa e pacientemente ele coloca o seu vasto conhecimento de Economia a disposição de todos aqueles que o cercam.

Há cerca de quinze anos, Mariano publicou um livro texto de Economia adaptado à realidade da economia



Manual de introdução à Economia
Jefferson Mariano
Alta Books Editora
160 páginas

brasileira e ao perfil de um público pouco familiarizado com a linguagem econômica, mas interessado em conhecer mais sobre o assunto. O resultado foi um livro que obedece a estrutura de exposição lógica consagrada pela obra de Paul Samuelson e que, com uma linguagem simples e direta, também aborda temas da realidade brasileira. Desse modo, o livro atraiu um público leitor que, até então, via o seu interesse por Economia frustrado pelo hermetismo, por vezes dispensável, dos manuais de Economia disponíveis no mercado brasileiro.

Hoje, a quarta edição do livro é a prova do sucesso da fórmula adotada por Mariano: respeitar aquilo que foi consagrado, todavia, adequando-o ao público brasileiro não versado, mas, interessado no assunto. Além da simplicidade e da clareza, os aspectos do livro, que podem ser considerados elementos que o diferenciam dos demais textos introdutórios da disciplina, são o tratamento dos temas Contas Nacionais e Mercado de trabalho. No tocante as contas nacionais, o livro incorpora as alterações mais recentes implementadas no método de levantamento do Produto Interno Bruto do Brasil. E, no caso do mercado de trabalho, há uma atualização dos conceitos e classificações que ainda não estão presentes nos principais manuais de economia publicados no Brasil.

*Adalton Diniz é professor titular de Economia da Faculdade Cásper Líbero

O ângulo da escuta

Outras formas de pensar a comunicação

por Roberto D'Ugo*

Cultura do ouvir e ecologia da comunicação (2017), livro de José Eugênio O. de Menezes, é um convite ao reencontamento da vida por meio do som; suas palavras ressoam delicadas e avançam com a languidez própria de quem escolhe cultivar organicamente outras formas de pensar a comunicação. Pesquisador no Programa de Pós-graduação em Comunicação da FCL, instituição na qual também é professor de Teoria da Comunicação, o autor percebeu há tempos que um dos caminhos do estudo da comunicação passa pelo corpo e pelos sons que o envolvem. Em companhia de Dietmar Kamper e Norval Baitello Jr., não considera o tempo como um opositor. Acena que “ouvir implica a lenta aprendizagem do sentir para acolher, tecer conexões ou caminhar em busca das relações, dos sentidos e do sentir”. Este seu livro é a expressão madura de um compromisso afetivo com a alma humana.

A cultura do ouvir, defendida por Menezes, com seu modelo ecológico de participação na comunicação, extrapola a perspectiva funcionalista de troca de informações e aponta para uma ciência da comunicação probabilística e complexa, que demanda multidisciplinaridade. O que está em jogo é um processo de ampliação da percepção do outro, uma proposta de pesquisa que não confunde comunicação com conexão. “A atenção à cultura do ouvir permite perceber que estamos enredados em processos comunicativos, participamos de uma teia de vínculos também sonoros, cada vez mais admirados e espantados com o fato de que a perspectiva de participação na comunicação seja mais fecunda e adequada ao estudos dos fenômenos comunicacionais do que a perspectiva de reação dos indivíduos às ações de outros”, revela o autor. Em sua trilha rumo a uma ecologia da comunicação, colhe contribuições de diferentes correntes, em diálogo com Vicente Romano, Baitello Jr, Ivan Bystrina, Vilém Flusser, Ashley Montagu e Christoph Wulf, entre outros. É possível talvez reconhecer ainda, nos silêncios e ressonâncias discretas do texto, ecos distantes de Samuel Beckett, poeta da incomunicabi-

lidade, do psicólogo Paul Watzlawick, bem como dos visionários canadenses Harold Innis e Murray Schafer.

Cultura do ouvir e ecologia da comunicação, é articulado em cinco painéis comunicantes entre si. O primeiro capítulo apresenta as relações entre “Som, corpo e cultura do ouvir”. Estabelece as premissas da obra: “as investigações a partir do som representam uma das portas de acesso a uma perspectiva processual/sistêmica no estudo da comunicação”. Jogos de pertencimento e vinculação, capilaridades e dinâmicas comunicacionais apontam para a quebra de paradigmas e desvelam um horizonte há muito esquecido: a ampliação do leque da sensorialidade para além da visão. Menezes parte do axioma de Harry Pross (“toda comunicação começa no corpo e nele termina”) e acolhe o desafio de Dietmar Kamper quando, no contexto da saturação do olhar, ressalta que é “preciso mudar do ângulo de vista para o ângulo de escuta”. Eis aí a oportunidade da cultura do ouvir.

Ao frisar a interdependência afetiva dos corpos, Menezes aventura-se a explorar a hipótese da complementariedade entre os meios primários (criados pelo próprio corpo), secundários (quando um corpo utiliza um suporte para se comunicar com outro corpo) e terciários (quando os corpos utilizam aparatos eletrônicos no processo comunicativo). A referência retroativa de todos os meios ao corpo apresenta-se como chave legítima para a compreensão dos desafios que a contemporaneidade apresenta à pesquisa da comunicação.

No segundo capítulo, a noção de “Ecologia da Comunicação” é usada como “metáfora sistêmica para observar/ investigar/compreender como, a partir do corpo, os processos de comunicação transbordam por diferentes capilaridades comunicacionais. Uma radioarte documental sobre uma pequena comunidade rural no México; observações empíricas das pinturas rupestres da Serra da Capivara (Piauí); e um podcast sobre cantos dos Pigmeus Baka (República dos Camarões) são os exemplos destacados de

fenômenos tridimensionais registrados e recriados em ambientes digitais. Compartilhados na internet, permitem ao autor investigar as relações entre comunicação presencial e comunicação mediada por equipamentos. Menezes não nega essa tensão própria da contemporaneidade, mas valoriza o trânsito: idas e voltas entre ambientes comunicacionais, ganhos e perdas em seus diferentes graus de densidade e abstração.

Essa reflexão prossegue em “Comunicação e a escalada da abstração”, em que o diálogo com filósofo tcheco-brasileiro Vilém Flusser faz emergir uma imagem esperançosa sobre o cenário de intensas transformações que experimentamos. O termo “escalada da abstração”, explica Menezes, foi utilizado por Flusser para descrever as mudanças comunicacionais ocorridas quando o homem, além de usar a comunicação tridimensional, com todos os sentidos do corpo, passou a usar a comunicação bidimensional (imagens), depois a comunicação unidimensional (escrita linear), e por fim também a comunicação nulodimensional (expressa em forma de números), no universo digital. Menezes considera a possibilidade de transitar entre as quatro etapas do percurso conforme a necessidade, recordando que afetos podem muito bem ser trocados, e efetivamente vivenciados, por mensagens de smartphone.

“Dinâmicas que atravessam os estudos da comunicação” constituem o foco do quarto capítulo. Nele, são destacadas pesquisas a respeito da formação e atuação dos comunicadores e comunicólogos no contexto dos estudos da comunicação. Trata-se de um gesto a favor da conscientização de que “os processos de comunicação não se limitam ao que muitos empregadores contemporâneos ainda chamam de ferramentas de comunicação, em sentido instrumental”. Re-

cuperando a noção de comunicação como atividade geradora de ambientes de afetividade, o autor contrapõe às conexões vertiginosas, e ao esvaziamento do presente, dinâmicas do corpo e dos vínculos afetivos, dinâmicas simbólicas, tecnológicas, colaborativas e acadêmicas. E alerta: para que os comunicadores não se tornem apenas funcionários de máquinas, faz-se necessário um conjunto de aprendizados nos campos da *media literacy* e das social media literacies – letramentos digitais fundamentais ou habilidades para sobrevivência no universo das redes.

“Cultura do ouvir, vínculos e ambientes comunicacionais”, último capítulo, aborda pesquisas recentes que ampliaram os horizontes de estudos ao redor da cultura do ouvir remetendo-os a uma perspectiva de sustentabilidade dos processos comunicativos. Destacam-se ainda os objetivos do projeto de pesquisa Cultura do Ouvir, Vínculos e Ambientes Comunicacionais, do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir, da Cáspier.

Incontestáveis são os méritos dessa obra que, ao permitir ser habitada pelo leitor, com quem divide dúvidas em rara franqueza, o transforma; e que articula perspectivas tão promissoras no estudo da comunicação apresentando a solidez, a engenhosidade e a beleza algo enigmática de uma sinfonia de Sibelius. O som é também um lugar, disse alguém.

*Roberto D'Ugo é mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo, bacharel em Comunicação Social – RTV pela FAAP. Atualmente é Coordenador de Ensino do Curso de Rádio, TV e Internet da Faculdade Cáspier Líbero.



Cultura do ouvir e ecologia da Comunicação
José Eugênio de O. Menezes
UNI Editora
123 páginas

História e inovação

::CAMINHOS::
Aprofunde-se em temas desta edição especial



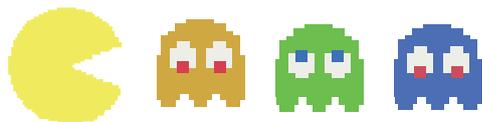
+ CLIQUES Veja mais fotografias de Felipe Larozza em larozza.format.com



+ VÍDEO Quer saber como era o Palácio da Imprensa na época em que Cásper comandava A Gazeta? Acesse youtu.be/qE48dOUXaOk



+ NARRATIVAS Acompanhe as histórias dos nômades digitais nos sites familiasemfronteiras.com.br, travelandshare.com.br e melhoresmomentosdavidacom.br. Aproveite para se inspirar também com o livro "Empreenda sem fronteiras", de Bruno Pinheiro, da Gente Editora



+ GAMIFICAÇÃO Para ficar por dentro desse mundo, acompanhe o blog da Opusphere no link emopusphere.com

+ DADOS

O Share Lab é um órgão de pesquisa a partir da coleta de dados. Navegue por infográficos e textos no site labs.rs/en/

IDADE PRIVACIDADE IDA
PRIVAC IDADEPRIVAC PRIV
IDADE PRIVACIDADE IDA



SONY α
DISTRIBUIDOR OFICIAL



Estabilizador Inteligente
Gyro Movie Crane com 3 eixos para
câmera mirrorless, câmera DSLR e
filmadora compacta.

WV-ZY1107



RØDE
MICROPHONES

REVENDA AUTORIZADA



MAIS INTELIGENTE
MAIS PONTOS DE FOCAGEM
MAIS CONECTADA

Canon

SER CÁSPER É ENXERGAR O MUNDO DE UMA FORMA
DIFERENTE.

É DEFENDER OS IDEAIS DA DEMOCRACIA
por meio da informação e da formação
de profissionais éticos e socialmente responsáveis.

SER CÁSPER É COMUNICAR.
É mostrar todos os lados da notícia. É

PROPAGAR IDEIAS,
MAS COM RESPEITO ÀS
PESSOAS

e ao meio ambiente. É construir
relações estratégicas
entre os diferentes públicos. É estimular

olhares criativos
para diversos formatos e mídias.

Ser Cásper é valorizar a imparcialidade,
o debate e a construção de uma sociedade

MAIS JUSTA. É ENTENDER QUE A
EDUCAÇÃO DE QUALIDADE

transforma, orienta e produz resultados
POSITIVOS PARA O MUNDO.

Só a Cásper Libero é Cásper.

Paixão por comunicação.

Graduação | Pós-Graduação | Cursos Livres



O MELHOR
PREÇO



PARCELAMENTO
EM ATÉ 10X



ENTREGAMOS PARA
TODO BRASIL