

PREVENT
SENIOR

Jornalistas & Cia

Edição 1.314 - 30 de junho a 6 de julho de 2021

XP Inc.

SAMSUNG

120 GO GERDAU
O futuro se molda

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

JBS
(NET ZERO)
2040
ALIMENTAR A MUDANÇA
É O NOSSO COMPROMISSO.

vivo

Jornalistas & Cia

J&Cia homenageia o Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+

■ J&Cia homenageia nesta edição o *Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+*, celebrado oficialmente em 28/6, e o faz com uma alentada entrevista em que **Flávia Lima**, editora de Diversidade da Folha de S.Paulo, conta os avanços e desafios que esse trabalho pioneiro do jornal enfrenta.

► Flávia foi entrevistada pelos editores de J&Cia **Eduardo Ribeiro**, **Wilson Baroncelli** e **Fernando Soares**, e pelo convidado especial **Marcelo Bonfá**, consultor corporativo para temas de diversidade e editor do *Pingue Pongue com Bonfá*.

► Complementa a homenagem um depoimento de **Roseli Tardelli**, da Agência de Notícias da Aids, sobre a cobertura que a imprensa brasileira faz das questões LGBTQIA+. Confira a partir da pág 2.

Com vocês, os +Admirados da Imprensa do Agronegócio

■ Foram anunciados na noite dessa terça-feira (29/6), em [transmissão pelo Canal do Portal dos Jornalistas no Youtube](#), os profissionais TOP 5 e os nove veículos campeões do Prêmio Os +Admirados da Imprensa do Agronegócio. Concorreram ao "pódio" os 26 profissionais eleitos TOP 25 (houve um empate, daí serem 26) e os 27

veículos eleitos entre os TOP 3 das nove categorias existentes.

► A primeira colocação, entre os profissionais, ficou com o jornalista **Sidnei Maschio**, do Terra Viva, aclamado campeão e mais admirado jornalista da imprensa do agronegócio no Brasil. Um dos mais premiados jornalistas brasileiros da história, o repórter e escritor **José Hamilton Ribeiro**, foi também homenageado pelos jornalistas do agronegócio com o *Troféu Hors Concours*, pelos seus 67 anos de carreira e quase 50 de *Globo Rural*.

► Confira abaixo a classificação completa:

- **Sidnei Maschio**, Terra Viva – 1º lugar
- **Alexander Horta**, Notícias Agrícolas – 2º lugar

- **Denise Saueressig**, A Granja – 3º lugar
- **Luiz Patroni**, Canal Rural – 4º lugar
- **Mauro Zafalon**, Folha de S.Paulo – 5º lugar

► Os veículos campeões das nove categorias da premiação foram os seguintes:

- Agência de Notícias – **Agência Safras & Mercados**
- Podcast – **Agro Connection**
- Programa de Rádio – **CBN Agro-negócios**
- Programa de TV Canais Especializados – **Jornal Terra Viva**
- Programa de TV Aberta – **Globo Rural**
- Site/Blog – **Notícias Agrícolas**
- Veículo Impresso Especializado – **Revista A Granja**
- Veículo Impresso Geral – **Jornal**

Valor Econômico

- Canal Digital – **Agro+**

► Todos os vencedores receberam o *Troféu +Admirado*, criação do designer **Nilson Santos**, da Ponto & Letra.

► O evento de premiação teve como âncoras os jornalistas **Cid Barboza** (ex-Rádio Capital) e **Fernando Soares** (Jornalistas&Cia), com direção de **Vinicius Ribeiro** e produção da Mega Brasil, sob supervisão de **Marco Rossi**.

► A premiação contou com apoio institucional de CNA / Senar; patrocínio de CNH, Case e New Holland, Cargill, Syngenta e Yara; e apoio de Adama, BRF e I'Max.

► Confira a partir da página 13 alguns destaques da cerimônia.



A partir da esquerda, em cima: Fernando Soares, Cid Barboza, Eduardo Ribeiro e o campeão Sidnei Maschio

Nova série de J&Cia discute o impacto de temas do futuro na Comunicação

Primeira temporada, que conta com o oferecimento da General Motors, estreia com artigo de **Lana Pinheiro** sobre energias alternativas para o agronegócio

■ As newsletters Jornalistas&Cia e Jornalistas&Cia Imprensa Automotiva e o Portal dos Jornalistas estreiam nesta semana o espaço *Comunicando o Futuro*. Criada para discutir temas que estarão cada vez mais presentes no dia a dia das empresas e do mercado jornalístico, a plataforma contará

com jornalistas especializados em diversos segmentos abordando um mesmo tema central, e seu impacto em diferentes editorias.

► A primeira fase do projeto, que tem oferecimento da General Motors do Brasil, trará para o debate o impacto dos carros elétricos em diversos setores e

como os jornalistas dessas áreas deverão preparar-se para uma nova realidade. Serão seis artigos, um por mês, até o final do ano.

► Na estreia, **Lana Pinheiro**, editora da Dinheiro Rural e editora de ESG da IstoÉ, destaca como o aumento da tendência sustentável no campo e o uso de ener-

gias alternativas, principalmente em veículos elétricos, podem contribuir para o agronegócio brasileiro.

► Confira o artigo *Veículos elétricos, campos mais verdes?* na página 19.



Flávia Lima, apesar da intensa agenda que cumpre no jornal, entre a Editoria de Diversidade, as múltiplas reuniões internas, os contatos com instituições e fontes nesse campo e o programa de treinamento integrado apenas por jornalistas negros, abriu uma janela de pouco mais de uma hora para falar conosco sobre como tem avançado no jornal o tema LGBTQIA+ e outros ligados a diversidade. Foi uma conversa agradável, de muito aprendizado, que contou com a participação de **Marcelo Bonfá**, ativista da causa LGBTQIA+ e leitor atento de J&Cia.

Boa leitura!

Flávia Lima: “A ideia é tentar fazer uma cobertura que contemple a sociedade como um todo; menos uma colcha de retalhos e mais um cobertor que dê conta de todo mundo”

Eduardo Ribeiro – Temos motivos de nos orgulhar do Brasil sobre esse tema? Você acha que avançamos nessa agenda?

Flávia Lima – Não sei se sou a melhor pessoa para responder a essa pergunta. O que acho sobre essa cobertura da comunidade LGBTQIA+? Acho que, sim, que estamos assistindo a uma pluralização das abordagens feitas pela imprensa. Se olharmos historicamente, ao longo de alguns anos, quando víamos os termos travesti, ou mesmo homem ou mulher trans, quando esses temas eram abordados, geralmente vinham associados, por exemplo, a episódios de violência, morte. Isso vem mudando. Hoje os jornais já conseguem fazer uma cobertura mais ampla, significativa desse universo, até porque não é só tragédia, existem outras coisas acontecendo. É claro que é ainda uma cobertura bastante contraditória. A Folha, por exemplo, em comemoração aos 100 anos do jornal, fez uma série especial, que se chamava *E Eu?*, e entrevistou algumas pessoas fora dos padrões a que estamos acostumados a ver na cobertura jornalística. Uma dessas pessoas, a

escritora Amália Moira, falou um pouco sobre essa questão, dizendo que a cobertura ainda é um pouco contraditória, e eu concordo. Ela é uma escritora, uma travesti. E há alguns anos lançou um livro sobre uma experiência que teve como prostituta. Disse que o livro mesmo foi pouquíssimo comentado pela imprensa e que o foco, na verdade, foi na escritora travesti. Quer dizer, a imprensa ainda tem mesmo dificuldade de direcionar o olhar para o que importa – nesse caso, por exem-

plo, era o livro dela e não necessariamente o fato de ser travesti. São avanços e recuos, não só da cobertura da comunidade LGBTQIA+. Falo também de não brancos, da cobertura regional, que é ainda muito focada, mesmo pelos jornais que se dizem nacionais, nas regiões Sul e Sudeste. Há aí diversas questões que precisam ser mais elaboradas, melhor

A partir da esquerda, em cima: Fernando Soares, Wilson Barancelli, Marcelo Bonfá, Eduardo Ribeiro e Flávia Lima



discutidas. Acho que estamos nesse caminho, nesse esforço de transformação.

Marcelo Bonfá – Penso ser importante falarmos de diversidade, inclusão... a editoria do jornal existe há dois anos, é isso?

Flávia – Isso. Fui ombudsman por dois anos, meu mandato terminou agora em maio de 2021. Antes de mim, foi a Paula Cesarino Costa, que deixou a função justamente em maio de 2019, e foi a primeira editora de Diversidade do jornal. Então, é uma função que existe há dois anos e um mês. Primeiro foi assumida pela Paula, depois pela Alexandra Moraes e agora por mim.

Bonfá – Posso estar enganado, mas não conheço nenhum jornal no Brasil com uma editoria dessa, dando tanto espaço para esse assunto. Por isso, parabéns a Folha e aproveito para perguntar: qual a razão de o jornal criar esse espaço?

Flávia – A necessidade maior é a de refletir a sociedade como um todo. Quando o jornal decide criar uma editoria – aliás, antes disso, quando ele começa a discutir essas questões de cor, raça, gênero etc. –, ele está fazendo

primeiro uma autocritica, assumindo, enfim, que a cobertura histórica tem falhas nesse sentido, era uma cobertura muito voltada para as questões que interessavam àquele leitor lá atrás, geralmente homem branco de classe média. É uma postura de o jornal fazer essa autocritica e uma percepção de ampliar o leitorado. Houve, primeiro, uma percepção de que o jornalismo passa realmente por uma transformação. Passou por uma crise importante e agora passa por uma transformação, que é também de financiamento. Num momento em que a gente sabe que

a publicidade perde um pouco de força, porque uma parte foi levada pelas grandes plataformas digitais Google, Facebook, por aí vai, o jornal precisa – como fizeram, por exemplo, os grandes jornais internacionais, New York Times, Washington Post etc. – focar no assinante, precisa ampliar o universo de assinaturas. Isso acho que está muito ligado a essa questão da diversidade. Se você quer crescer, atrair mais leitores, num país em que a maioria é não branca e está distribuída por diversas regiões, precisa olhar para essa questão e fazer alguma coisa. Na minha avaliação,

Flávia Lima assumiu o posto de editora de Diversidade da Folha de S.Paulo em 10 de maio passado, quando deixou a função de ombudsman do jornal, que exerceu por dois anos, em dois mandatos sucessivos. Antes, atuou na editoria de Mercado do jornal. É formada em Direito pelo Mackenzie e em Ciências Sociais pela USP. Foi também repórter de economia em Valor Econômico, Bloomberg e Gazeta Mercantil.



não é só uma questão de ser politicamente correto, é, sim, de negócios também.

Wilson Baroncelli – *Nesses dois anos, quais foram os principais resultados? Falta fazer o quê?*

Flávia – Falta muito. O que a Folha fez nesses dois anos foi o diagnóstico do problema. Ela hoje sabe que precisa atuar em diversas frentes nesse universo que chamamos de diversidade. Olhou primeiro para dentro da redação, ainda uma redação eminentemente branca. Os números não são públicos, mas ela tem feito acompanhamento de como seus profissionais se veem, em termos não só de cor, raça, mas de gênero, orientação sexual, classe, uma série de outras coisas. A Folha vem fazendo esse acompanhamento e sabe que há muito a ser feito.

Bonfá – *Você tem os números desse censo de como é a redação?*

Flávia – Esse censo não é público, a Folha não publica esses dados. Mas posso dizer,

por exemplo, ainda que informalmente, que na redação da Folha hoje ao redor de 10% dos profissionais são negros, pretos e pardos. Quer dizer, é muito pouco, pouquíssimo, para uma população que tem aí por volta de 56% deles. Então, o jornal faz esse acompanhamento, olha não só internamente, sabe que precisa ter maior participação dessas outras populações – estou falando de tudo, de gênero, de orientação sexual, estou falando de cor, de classe... Enfim, ele precisa ampliar, pluralizar isso. Refiro-me também às fontes que o jornal usa, que estão muito concentradas ainda na Região Sudeste. Geralmente a Folha costuma falar com as mesmas pessoas, mas sabe que precisa diversificar isso. Também os personagens do noticiário, que são fotografados... são várias frentes em que o jornal vem atuando ao longo desses dois anos, identificando os problemas. Um dos resultados desses dois anos de reflexão – não são bem dois anos, é mais do que isso, são dois anos

em que ele tem essa função específica –, é o programa de treinamento, que este ano foi montado exclusivamente para profissionais negros. Eu estou à frente do programa: são 18 trainees num programa que começou agora em maio e vai até agosto. A ideia do jornal obviamente é incorporar ao menos uma parte desses profissionais que está disposto a treinar e a qualificar justamente para poder absorver. É uma iniciativa relevante, importante.

Fernando Soares – *Dentro da Editoria de Diversidade, quais são os perfis dos profissionais, a estrutura, como é a organização das pautas?*

Flávia – Todo mundo pergunta: quantos repórteres tem a editoria? Ela é muito grande? Eu fico até com um pouco de medo de quebrar as expectativas, porque, na verdade, além da função editorial, ela tem sobretudo um papel institucional na Folha. Todos os dias recebo muitas sugestões de pautas: olha está acontecendo isso, dia do orgulho gay, dia do refugiado,

A LUTA CONTRA A LGBTQIA+FOBIA É DE TODES. NOSSA E SUA.

O UnitedHealth Group Brasil acredita na inclusão plena da comunidade LGBTQIA+ no sistema de saúde. É pensando nisso que o Pride, nosso grupo de diálogo LGBTQIA+, mobiliza esforços para que hospitais, clínicas e consultórios sejam um ambiente inclusivo, acolhedor, seguro e benéfico para todes, independentemente das individualidades. Reconhecemos a importância do tema e, por isso, combatemos o preconceito e defendemos a diversidade em todos os espaços coletivos, com justiça, equidade e respeito.

UNITEDHEALTH GROUP®

amil

Americas
Serviços Médicos

ANS - nº 326305

Diretora Técnica: Dra. Lais Perazzo Nunes de Carvalho - CRM: 52522954-9/RJ

havas+

todas questões ligadas ao tema. Mas eu digo: minha função não é exatamente tocar essas pautas. Peço para as pessoas que continuem entrando em contato com os editores de cada caderno, porque não sou uma editoria com vários repórteres. Tenho só uma repórter, que me ajuda a tocar o dia a dia, tanto em questões burocráticas como em pautas. Mas a minha função é mais institucional, porque o editor de Diversidade participa, por exemplo, de todas as bancas do jornal para novas contratações. Se pensarmos que a ideia é pluralizar, diversificar, isso é fundamental. Porque não adianta botar alguém ali, colocar alguns repórteres com aquela pessoa para tocar pautas relacionadas ao tema. Isso é muito bacana, mas acho que seria insuficiente. É importante trazermos para a redação pessoas de diversos grupos que são pouco contemplados pelo jornal. Participo de todas as bancas sempre com essa visão de que temos uma redação ainda muito homogênea,

que precisamos diversificar.

O que mais eu faço? Reuniões diárias justamente para discutir como realmente podemos avançar nesse aspecto. Estamos pensando, por exemplo, em contratar gente para acompanhar de maneira mais formal se estamos conseguindo ampliar e ouvir mais mulheres como fontes. Porque isso é um problema, principalmente fontes de política e economia, que ainda são muito masculinas. Claro que há coisas que não dá para mudar, aí não tem jeito: quem está lá no governo são homens, e homens brancos. Mas onde dá para fugir disso, gostaríamos de melhorar. Iniciamos esse acompanhamento formal para saber se estamos conseguindo ampliar essas fontes em termos de gênero. Em termos de cor é um pouco mais difícil. Tecnicamente, é mais fácil você verificar se mais mulheres estão sendo ouvidas ou não, se a produção do jornal está melho-

rando. Quando se trata de cor, é um outro jogo. A pessoa que você vai ouvir tem que dizer o que ela se considera. Cada repórter teria que perguntar a cada fonte o que ela se considera – preto, pardo, amarelo, indígena... –, anotar para fazermos esse acompanhamento. É um pouco mais complicado, mas é nisso que estamos pensando, que ajudo a pensar diariamente. Minha rotina passa um pouco por aí. Além, é claro, das discussões de pauta que você mencionou, Fernando, pois elas existem. Por exemplo, neste mês específico a gente está pensando em várias pautas a respeito do tema. E os repórteres da redação das diversas editorias me acionam, entram em contato para sugerir pautas, saber o que eu acho, para discutir sobre as pautas e assim poderem tocar e publicar. A minha rotina é mais ou menos essa, um misto de institucional e editorial, com um pé em cada barco. Além do programa de treinamento,

Accor é eleita pela 2ª vez como uma das **Melhores Empresas para Trabalhar** no Great Place to Work (GPTW) **LGBTQI+** 2021, ocupando o 3º lugar na lista. Estamos muito felizes em sermos reconhecidos como um ambiente que respeita a todos. Um resultado conquistado com **Amor e Acolhimento**.



que, como falei, também estou tocando. Fico todos os dias à noite, de segunda a sexta, das 18 às 22h, com trainees em aula.

Eduardo – Claro que o desafio é a transversalidade. Aliás, uma das perguntas que havíamos programado é: o ideal é que não tivesse essa editoria, né?

Flávia – Sim, exatamente, isso mesmo! Exatamente!

Eduardo – Você tem página diária no jornal, uma coluna diária? Outra coisa: como tem sido a reação do público conservador ou do progressista? Porque a Folha é sempre atacada pela direita, pela esquerda. Como vocês procuram neutralizar isso ou encarar as críticas?

Flávia – Não, não tenho uma coluna ainda. Às vezes sinto um pouco de falta, porque eu escrevia, eu era ombudsman do jornal e todos os domingos publicava uma coluna. Uma baita vitrine! Todos os domingos você está ali, muitos comentários, críticas, sugestões. Sinto um pouco de falta disso. Vamos ver se teremos uma coluna mais focada na edição sobre diversidade. Com relação às

histórico de Economia, de mercado? Isso ajuda ou atrapalha? 2) antes você era ombudsman, agora você não é mais; antes você estava olhando o trabalho dos colegas, agora está sendo observada; onde você, nesse curto espaço em que está na editoria, acertou, que pauta bombou, e onde errou, que pauta não caiu muito bem? Porque a gente não acerta sempre e as vezes dá uma pisada e erra. E a terceira pergunta: esse fato de a Folha ter criado uma Editoria de Diversidade já repercutiu fora, para outros veículos, sejam impressos, falados, escritos?

Flávia: Quanto à repercussão, sei que o UOL, por exemplo, tem um editor de Diversidade, o que eu acho muito bom. Não

reações, a Folha é isso. Acho que é um jornal que tem cada vez mais publicado reportagens, feito cobertura dessa maneira transversal que você citou, o que é importante. Não ficar olhando caixinhas separadas, mas tentar abarcar esse universo, essa sociedade que é tão plural. Acho que a Folha tem feito isso. E, claro, o leitor percebe, e reage. Tem de tudo. Tem leitor que adora e que sugere. Eu mesma, como ombudsman, recebia muitas sugestões: "Ah, Flávia, olha, eu gosto muito das tirinhas da Laerte, é o que mais gosto no jornal, espetacular". Sugeriria uma coluna trans, que pudesse escrever, falar, não só de temas ligados a violência, a falta, mas que pudesse abordar diversos assuntos.

E tem outros mais conservadores, que olham aquilo e se assustam: "A Folha está perdendo a identidade". E os negacionistas. "Não existe racismo. Por que vocês insistem em falar em pretos e brancos? Vocês estão colocando pretos contra brancos? Racismo não existe, isso é uma invenção". Enfim, tem de tudo, todo tipo de comentário, essa é a Folha de S.Paulo, como você mesmo falou.

Queria voltar um pouquinho a essa questão da transversalidade. Acho muito importante que o leitor entenda que a ideia não é fazer uma espécie de colcha de retalhos, com aqueles quadradinhos distantes que não conversam, marcando diversos grupos. Na verdade, é mais como um cobertor, que era muito curto, não cobria a sociedade como um todo. A ideia é ampliar esse cobertor.

Bonfá – Vi aqui no seu histórico que você passou por Valor Econômico, Bloomberg, Gazeta Mercantil, que você é formada em Direito pelo Mackenzie, fez Ciências Sociais na USP. Vou fazer três perguntas: 1) você acha que é importante para essa função de editor de Diversidade ter esse

ser bem possível que a Editoria de Diversidade acabe dando frutos em outros veículos. Agora, com relação ao que você falou de passar de pedra para vitrine, acho que ainda não deu tempo, pois estou há pouco mais de um mês na editoria. Mas certamente acontecerá. Erros acontecem, coisas de que a gente gosta mais, coisas de que a gente gosta menos. Lá na minha função de ombudsman, sobretudo internamente (além da coluna, tinha também aquela crítica interna, enviada duas vezes por dia para a redação), sei que algumas vezes errei, talvez tenha pegado pesado demais. Então, também acho que vai acontecer.

Bonfá – Você lembra assim de algum episódio específico, de um caso que possa citar?



sei há quanto tempo ele assumiu, mas está lá para fazer coisas bem parecidas, um esforço muito próximo do que estou fazendo na Folha de S.Paulo. Com relação a outros veículos de comunicação, sinceramente não sei. Mas acho que pode ser, sim, uma grande inspiração.

Quando a Folha criou a função de ombudsman, lá no fim da década de 1980, outros jornais foram atrás, né? Ainda que não tenha durado muito, houve jornais do Sul, da região Nordeste. Hoje, acho que só O Povo, de Fortaleza, ainda tem ombudsman. Creio



Na PMB, nós não só respeitamos as diferenças,
como também abraçamos a diversidade.

28 de junho: Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+

Flávia – A cobertura política era bem quente. Lembro que falei internamente alguma coisa sobre a *Vaza Jato*, eu achava que a Folha tinha errado; não lembro exatamente qual era a reportagem. Depois o editor ou o repórter, com dados, veio dizer que eu não estava correta, que a Folha, especificamente

naquela cobertura, diferentemente dos outros jornais, não tinha dito daquela forma. Não me lembro exatamente o que era, mas ele tinha razão. Eu pedi desculpas. OK, faz parte. Por isso que digo que na Editoria de Diversidade também acontecerá. O importante é como você contorna e resolve isso.

Com relação à minha trajetória, agora já estou mais tranquila, mas quando assumi a função de ombudsman a primeira pergunta que fiz para o diretor Redação da Folha foi: por que eu? Tinha 20 anos de Economia – comecei como trainee da Gazeta Mercantil, aí fui para o Valor, depois para a Bloomberg, aí para a Dinheiro, voltei para o Valor, depois vim para a Folha, sempre em Economia e Mercado. Não consegui entender: tenho uma trajetória que é tão focada em Economia, não sei de que forma eu possa contribuir nessa função de ombudsman. No fim das contas, adorei, foi uma baita experiência. Espero que também para o leitor tenha dado certo, mas para mim deu, aprendi muito e é o que espero agora com a Editoria de Diversidade. Também não acho que o fato de eu ser mulher e negra

me faz especialista em diversidade, negritude. São de fato temas que me interessam, muito relevantes, li muitos jornais nesses 20 anos e sempre estive muito atenta a essa falta, a essa ausência. Então, talvez eu possa contribuir pelo menos por aí.

Baroncelli – *No caso do universo LGBTQIA+, como tem sido o relacionamento de vocês com as comunidades, entidades e ativistas?*

Flávia – É um relacionamento que pode até se estreitar, podemos ouvi-los ainda mais. A Folha está cada vez mais atenta a isso, mas sempre há espaço para mais escutas. No meu caso, por exemplo, esse é um esforço que preciso fazer, sei que preciso ouvi-los mais do que vinha fazendo, entender mais as pautas e as questões. É um esforço que precisa ser constante. Busco ler muito e nesses contatos entender quais são as questões relevantes, e me questionar muito também. Porque preconceitos e estereótipos, ainda que queiramos nos desviar deles, sempre acabam surgindo. Infelizmente, é assim que funcionam as coisas; nossa estrutura é machista, sexista, foi assim que aprendemos. Desviar-se disso é um esforço constante, que não tem fim. É óbvio que busco ter uma postura antirracista,

anti-homofóbica, mas vira e mexe você está derrapando em estereótipos, derrapando onde não deveria. Assumir isso e corrigir é o que temos a fazer, encarar como um processo. Acho que tem gente que ensina bastante assim. Quando a Laerte decidiu se colocar como uma mulher trans, para mim aquilo foi muito importante, me fez refletir sobre algo que até aquele momento era importante, mas meio lateral, não era algo em que tinha me proposto a pensar com seriedade. E ali, pela primeira vez, fiz isso e foi fundamental, a gente aprende. Somos ignorantes em um monte de coisas, então o importante é aprender e, sobretudo, respeitar.

Fernando – *E as redes sociais, vocês monitoram, surgem muitas pautas, ideias, pontos*

de vista diferentes sobre diversidade?

Bonfá – *Vou pegar uma carona. Enquanto a gente estava conversando aqui, recebi de Toni Reis, presidente da Aliança Nacional LGBTQIA+, uma nota muito importante: eles mandaram um ofício para Ultrafarma, Lojas Americanas, Seara e SKY, que supostamente patrocinam o programa do Siquêra Jr. na RedeTV, pois esse apresentador, segundo eles, dissemina vários tipos de preconceitos contra a população do grupo LGBTQIA+. Eles pedem para as marcas se posicionarem e retirarem o patrocínio. Como você recebe esse tipo de informação? Como trabalharia essa pauta?*

Flávia – Nossa, pergunta difícil... Bem, com relação às redes sociais, sim, elas são fontes de pautas, cada vez mais, não dá para ignorar. Sobre o Twitter, onde ocorrem as grandes

discussões, os grandes debates em torno de diferentes questões, onde essas questões estão muito presentes, esse debate sobre pluralidade, diversidade. Não dá para ignorar o que está acontecendo nas redes,

Agora, sobre essa posição da comunidade LGBTQIA+ em relação ao apresentador, se eu faço parte de uma instituição como essa, para mim esse tipo de pressão é a primeira coisa que vou pensar em fazer. Se tem ali alguém claramente atacando a comunidade e existe uma série de marcas apoiando o programa, uma das armas que temos para se posicionar e para reivindicar mudanças é essa, é ir atrás dos patrocinadores. Não estou falando como editora de Diversidade nem como jornalista. Para mim parece óbvio que ali há um mecanismo de pressão. E o

FAÇAMOS COM QUE A
IGUALDADE SEJA UM DIREITO,
NÃO UM PRIVILÉGIO.

2PRO
comunicação

www.2pro.com.br f 2PRÓ Comunicação

que fala mais alto é a pressão financeira para exigir mudanças como essa, por exemplo, essas coberturas claramente homofóbicas ou então racistas, machistas, o que for.

Bonfá – Antigamente não tinha esse tipo de pressão, as marcas estavam patrocinando no player: vai patrocina...

Eduardo – A propósito, vi hoje no UOL que os dois acusadores do ciclista do Rio de Janeiro foram demitidos. Parece já estar havendo um processo de intolerância reverso. Queria até que a Flávia comentasse um pouco isso. Hoje as grandes marcas têm programas internos de diversidade, que levam muito a sério. Talvez não tenham ainda conseguido a embocadura mais correta, mas levam a sério. E quando se veem numa situação como essa, aí acho que não cabe outra alternativa senão tomar uma decisão drástica, serem intolerantes com a intolerância. Não sei como a Flávia avalia, porque imagino que cheguem muitas coisas desse tipo ao seu conhecimento.

Flávia – Com relação com às pressões, não é que elas não existiam, é que hoje elas estão mais vocais. Acho que as redes sociais têm uma parcela importante nessa vocalidade.

Em relação ao caso mais recente, desse menino com a bicicleta, que foi acusado

por um casal de ter furtado a sua própria bicicleta, você falou em processo de tolerância reverso. Não gosto muito dessa expressão, mas você emendou, "ser intolerante com a intolerância", aí acho que faz mais sentido. Não sei, mas talvez essas empresas tenham seguido alguma norma interna para tomar essa atitude. Agora, falando da cobertura jornalística sobre o assunto, acho que aí tem muita coisa para discutirmos também. Porque, ao darem a notícia, o título em alguns jornais foi "jovem negro acusa casal de racismo". Não acho que seja proposital, mas as pessoas mal percebem o racismo embutido num título como esse. Porque quando você fala que um jovem negro está acusando um casal de racismo, quem é que estava ali sendo acusado de alguma coisa? Esse jovem, que foi pego dirigindo a sua própria bicicleta, estava ali tocando a vida dele, ia encontrar a namorada com sua bicicleta elétrica e foi importunado por duas pessoas que não tinham nada ver com aquilo. Ele é



que foi acusado de furtar a bicicleta. Aí vai o jornal e coloca, creio que de uma maneira até impensada, "jovem negro acusa casal de racismo". É automático colocar-se no lugar daquelas pessoas brancas, porque provavelmente – não posso garantir – quem está escrevendo aquele título, aquela matéria, também é uma pessoa branca. É automático colocar-se no lugar do casal e não do cara que está passando por esse absurdo.

Bonfá – Então, como deveria ser esse título?

Flávia – Excelente pergunta. Com certeza, não deveria ser "jovem negro acusa casal de racismo". Deveria ser "jovem negro é acusado de furtar sua bicicleta" ou "jovem negro é vítima de racismo", uma coisa assim. Mas temos muito ainda que aprender em termos de cobertura jornalística. Um sinal de que já aprendemos alguma coisa é aparecer "jovem negro". Isso

não existia antes no jornalismo. Jovem negro era traficante ou trombadinha, jovem negro não existia. Nos demos conta de que hoje já existem jovens negros – ótimo, é um excelente avanço. Agora temos que continuar entendendo melhor essas relações. Acho que esse caso é um excelente exemplo das contradições em que ainda caímos nesse tipo de cobertura.

Eduardo – A propósito, no ano passado

J&Cia lançou com apoio da HBO um prêmio para o jornalismo inclusivo, cujo objetivo era exatamente premiar matérias jornalísticas que tivessem esse viés da linguagem, sobretudo no caso LGBTQIA+. A linguagem neutra é um desafio. Jovem negro também é coisa de linguagem, assim como outros termos, na diversidade como um todo. Esse é um desafio que conseguiremos vencer?



Sem Diversidade, não há Inovação.

Há mais de 50 anos, diferentes orientações, histórias de vida, crenças, experiências e pontos de vista são fundamentais para que possamos conquistar nosso objetivo de melhorar a vida das pessoas e do mundo.

Jornalistas & Cia

LGBTQIA+

Flávia – Essa questão da linguagem neutra é algo que precisamos discutir muito ainda. Tenho a minha opinião, mas preciso ler muito sobre isso. Sei que existem estudos sobre o assunto. Um dos trainees sugeriu uma reportagem sobre esse tema e eu o encorajei, porque acho importante ouvir as diversas correntes, sei que tem gente a favor, gente contra, que diz não fazer sentido alterar a língua. Isso precisa de discussão e essa discussão tem que ser feita de maneira respeitosa, ouvindo todos os lados. Esses dias eu estava conversando com uma amiga e ela perguntou: posso falar travesti, ou tenho que falar homem trans, mulher trans? aprendendo, é uma questão importante estar aprendendo. Sim, pode falar travesti. É uma nova linguagem, se bem que estamos tentando entender, nos aproximando dela. Nós, jornalistas, precisamos estar atentos a isso, às críticas e às discussões nessas áreas.

Baroncelli – Nós, jornalistas, estamos acostumados a lidar com a classe média. Mas tem uma grande parcela da população que não lê jornal, não vê noticiário. Como chegar nesse povo?

Flávia – Eu também quero saber. Acho que um primeiro passo é cobrir melhor esse povo,

rece que não é muito amigo das diferenças, dos pretos, dos cadeirantes, da comunidade de que eu faço parte (LGBTQIA+, sou gay, ativista assumido), parece que ele não é muito fã, não faz nenhum movimento em favor das comunidades. Enfim, queria saber se os casos de homofobia, crimes homofóbicos, aumentaram no governo dele. E segundo, aí mudando um pouquinho de assunto: em 2004 consegui, meio pioneiro, tirar uma construtora do armário, a Tecnisa. Ela se posicionou, interna e externamente, como LGBTQIA+ friend, fruto de um trabalho de consultoria, que faço até hoje. Você vê um movimento de empresas saindo mais do armário, se declarando, patrocinando eventos de LGBTQIA+, nota um movimento em favor da comunidade ou isso aí ainda é tímido?

Flávia – Em relação ao “parece que o governo não gosta muito das comunidades LGBT”, por exemplo, não parece, ele faz questão de deixar claro que não gosta, não só no que diz, mas nas próprias ações. Acho que isso está claro e é preocupante. Temos, por exemplo, um Ministério da Educação que está ali num esforço contínuo para deixar de lado essas questões relevantes, de gênero, de orientação sexual e outras coisas, para sumir

as periferias. Em primeiro lugar, deixar de olhar esses grupos como distantes de nós, trazer para mais perto, encarar os problemas da periferia como problemas nossos. Talvez esse seja o primeiro ponto que pode ajudar a tornar os jornais mais interessantes para uma fatia da população que é super-relevante e que hoje não se interessa muito. Por que vou ler jornal se sou retratado sempre da mesma maneira, se os meus problemas não parecem muito interessantes para quem faz as coberturas? Fiquei observando coberturas relevantes que ocorreram nas últimas semanas, nos últimos meses. Por exemplo, tivemos aquela chacina que aconteceu no Jacarezinho. Toda semana temos um episódio semelhante. Mais recentemente, a morte daquela designer grávida, que foi visitar a avó e recebeu um tiro do fuzil. Temos que encarar essas notícias não como algo que seja muito distante, que não nos diga respeito, temos uma missão civilizatória. Afinal de contas, para que serve o jornalismo?

Temos que olhar essas questões como nossas, como questões sociais, problemas que nos afligem como País. Deixar de olhar esses grupos – não só das

com elas a fim de que não sejam mais discutidas. Isso está bem claro. É preciso dizer e ter isso em mente, até pra ficar mais fácil de analisar, discutir e tentar contornar.

Com relação ao aumento da violência, não tenho esses dados agora, mas sei que essa violência está aumentando. Não diria que esse aumento se concentra no Governo Bolsonaro; suspeito que vem de mais tempo. Violência contra a comunidade LGBTQIA+, claro, é algo preocupante, mas não acho que a cobertura tem que se restringir a isso, não se trata só disso, as pessoas vivem, fazem outras coisas. Como ouvi recentemente de uma jornalista: tratar de e felicidade nesses grupos é revolucionário. Mas não é o que acontece, e acho também importante,

Você perguntou das empresas saindo do armário. Sim, isso vem acontecendo, conseguimos identificar isso claramente nos anúncios publicitários, nos apoios que são dados. Mas é uma coisa cheia de contradições, comecei falando sobre isso ao mencionar a escritora travesti Amália Moira. A comunidade

periferias, mas também de outras regiões, outras comunidades, comunidade LGBTQIA+, comunidade negra –, parar de olhar esses grupos com coisas distantes, que não se comunicam e que não nos dizem respeito, é o primeiro passo para atrair outros leitores. Sem esquecer que passamos por uma transformação relevante nos últimos anos, em que muitas dessas pessoas distantes, periféricas, foram para a universidade, a política de quotas levou essas pessoas para dentro das universidades. E essas pessoas leem, se interessam por notícia. Talvez elas não nos leiam – os jornalões, digamos assim –, por não verem o nosso conteúdo como interessante, que diga a respeito a elas. Acho que o primeiro passo é esse: olhar como um problema nosso – problema ou não – coisa que fazemos normalmente ao olhar aqui para o centro, para as classes médias de São Paulo, para a zona sul do Rio. Temos que expandir esse olhar.

Bonfá – Bolsonaro, nosso presidente, pa-



vem sendo melhor coberta pela imprensa e tem tido mais visibilidade em outros meios, como publicidade, mas isso não é uma coisa que acontece em uma única direção, a gente não pode falar em progresso, em avanço, é cheio de contradições. Talvez caiba também a nós, jornalistas, ficar mais atentos a essas contradições e não perder isso de vista, e tentar fazer uma cobertura que contemple a sociedade como um todo. Como falei antes, menos uma colcha de retalhos e mais um cobertor que dê conta de todo mundo, a fim de que não precisemos mais de uma Editoria de Diversidade para poder olhar para esses outros grupos. O ideal seria isso: que daqui algum tempo ela se torne anacrônica e dispensável.

Nosso desafio é falar, escrever, produzir e editar sobre o tema diversidade com consciência, acolhimento, respeito e inclusão

(*) Por Roseli Tardelli

Mais seriedade, sensibilidade, espaço, respeito e contando histórias, relatando fatos. Humanizando a discussão sobre o tema diversidade. Assim podemos dizer que registramos uma melhora na cobertura do tema.

Pedi a Toni Reis, presidente da Aliança Nacional LGBTQIA+ e doutor em Educação, uma avaliação: que nota ele daria para a cobertura do tema pela imprensa? Toni é um ativista sério, competente, especialista no assunto. Ótima fonte e muito respeitado. Sem muito pensar, deu nota 8,7: "De uma maneira geral, penso que a mídia tem dado um destaque muito bom para nossa comunidade, a não ser os programas policiais e religiosos, que têm uma abordagem tendenciosa e complicada. No geral, temos tido uma abordagem positiva. Nossa comunidade é diversa. Existem os estereótipos, existe uma

diversidade muito grande. Estamos nos encontrando mesmo nessa questão das letras, das siglas. Mas, em geral, minha avaliação é positiva: já passou do 4, já passou de 5, passou de 7. Estamos bem. Os jornalistas, as jornalistas foram os primeiros profissionais a colocar em seu código de ética a questão da orientação sexual. As tevês em geral nos tratam muito bem, existem alguns formadores de opinião que às vezes dão uma resvalada, mas temos conseguido superar. Temos que trabalhar melhor a questão dos religiosos e dos programas policiais e também essa heteronormatividade muito grande que teima em tratar os estereótipos de forma pejorativa".

Mesmo com um tratamento mais adequado, com as exceções apontadas por Toni, as estatísticas de agressões ainda registram números elevados. Em 2020, 237 LGBT+

(lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais) tiveram morte violenta no Brasil, vítimas da homofobia e transfobia: 224 homicídios (94,5%) e 13 suicídios (5,5%), dados que são encontrados no relatório [Observatório de Mortes Violentas de LGBTQIA+ no Brasil](#) pelo Grupo Gay da Bahia, que realiza essa pesquisa desde 1980. Em sua grande maioria, os adolescentes LGBTQIA+ não se sentem nem respeitados e muito menos acolhidos nas escolas. A população trans vivencia situações constrangedoras com discriminação e, salvo raríssimas exceções, sofre com o desemprego, é obrigada a prostituir-se para sobreviver e recebe agressões cotidianamente.

Se os dados e histórias relatadas pela imprensa tivessem eco e resultassem em mais adoção de políticas públicas, talvez tivéssemos conseguido já uma ação mais solidária e



acolhedora em relação à diversidade. Talvez tivéssemos mais diálogo e, consequentemente, mais respeito à orientação sexual de cada um dentro de casa. Talvez já tivéssemos contribuído para que menos jovens trans tivessem que se prostituir para sobreviver, tivessem que deixar suas casas e escola.

Raramente damos saltos quando se trata de conversar sobre costumes e sexualidade. Se a pandemia do HIV contribuiu para trazer o assunto para a pauta, por mais que tenhamos mais espaços para o tema, temos muito o que refazer, longo caminho a percorrer e muitos conceitos a desconstruir e ressignificar. É um processo, uma construção, a cada artigo, a cada relato de agressão. Podemos e precisamos contribuir em nossos textos, reportagens, entrevistas e edições para que a tônica seja o respeito, nunca a exclusão.

Seja o acolhimento, nunca o incentivo ao preconceito.

Melhoramos, sim, mas sempre há o que fazer quando o assunto é diversidade. Não é mais possível, no século XXI, encarmos o tema com aquele "q" de julgamento que nós jornalistas temos o costume de usar para tudo e todos os assuntos. Primeiro, compreender que todas as pessoas têm o direito de expressar sua afetividade da forma como se sentirem melhor e mais realizadas. Segundo, compreender também que a expressão da sexualidade e do amor humanos vão muito além do que aprendemos e dos modelos heteronormativos que tivemos de nossos pais e avós. É normal, sim, cada um viver suas vida e orientação afetiva e sexual de acordo com o que sente e nenhuma pessoa deveria sentir-se julgada ou inferiorizada por isso.

Fazendo um paralelo, o HIV nos ensinou muito nesses 40 anos de pandemia. Nós produzimos as manchetes "Câncer Gay", "Peste Gay", "Grupo de Risco" e "Comportamento de Risco". Se lá atrás tivéssemos informado corretamente que era um vírus, que todos em situação de vulnerabilidade poderíamos adquirir, a humanidade teria tido mais ganhos do que perdas, teria produzido mais acolhimento e menos julgamentos. Eu escrevi acima que não damos saltos. É um grande processo de aprendizado e ressignificação da vida e de conceitos que todos estamos vivenciando e aprendendo. Muitas vezes, com a dor da perda, que cada um de nós vai lidar, encarar, integrar e seguir em frente como pode.

Penso que faltaram perguntas quando falamos sobre HIV e Aids, lá atrás. "Mas, como assim, um câncer a que apenas os gays

estão sujeitos?" "Como assim, uma peste que está escolhendo e dizimando os gays?" A ciência também não tinha as respostas e ajudamos a construir preconceito em relação às pessoas vivendo com HIV e Aids. Por favor, se já usou, nunca mais use a expressão "aidético". A pessoa que vive com HIV não é um vírus, ela vive com um vírus. É um termo pejorativo e preconceituoso. Há 18 anos, nós na Agência Aids mandamos e-mails, ligamos, conversamos e tentamos ajudar os colegas a não utilizarem mais esse termo. Também não dá mais para ter aquela curiosidade, que causa mal-estar no outro, com a pergunta: "Como você contraiu HIV?" Participei uma vez de um encontro entre jornalistas e ativistas latino-americanos em Buenos Aires. Um jovem recém diagnosticado disse, durante a roda de conversa, que quando revelava seu diagnóstico, a primeira pergunta que ouvia era: "Como você pegou HIV?" Gente, as formas de infecção são conhecidas por todos nós faz tempo. Uma relação sexual desprotegida com uma pessoa que tem o vírus e não está em tratamento pode causar a infecção.

A Organização Mundial da Saúde já trouxe o conceito "I igual a I": indetectável é igual a intransmissível. Isso significa que a pessoa que está em tratamento, com uso contínuo de antirretrovirais (os medicamentos que

combatem os efeitos do HIV no corpo humano) por seis meses, fica com sua carga viral indetectável, consequentemente, não transmite o vírus. Importante ampliar o acesso a essa informação. Contrai-se HIV pela transmissão vertical (da mãe para o filho) se a mãe não tiver um tratamento adequado durante a gestação e pelo compartilhamento de seringas, no caso de usuários de drogas injetáveis. Então a pergunta que deveríamos fazer quando uma pessoa informa que tem HIV deveria ser: "Você está bem de saúde?" "Você precisa de algum tipo de apoio ou ajuda?" Questionamentos mais humanos e sem nenhum tipo de julgamento, sabe?

Fomos aprendendo neste tempo todo de convivência diária com a pauta HIV/Aids. Como aprendemos muitos outros detalhes. Quando falarmos sobre diversidade, que possamos escrever e produzir reportagens, documentários, textos, editoriais, livros, *lives*, seja o produto que for, sempre com o viés do respeito, da inclusão, do acolhimento, do carinho. Sempre com um olhar solidário, amplo e sem julgamentos. Assim ficará mais fácil de ajudarmos a construir a mudança que está em curso com esta nova pandemia que nos afeta a todos e nos tem mostrado a importância de sermos mais amigos, solidários, compreensivos e cidadãos para de

verdade contribuímos com um mundo e com sociedades melhores, mais amorosas, saudáveis e inclusivas.

Fica a dica: julgamento exclui, dá força ao preconceito. Acolher amorosamente constrói e ajuda a costurar um planeta mais saudável com histórias de amor, respeito, inclusão e cidadania. O amor, o respeito, a inclusão e a cidadania são ingredientes que nunca terão contraindicações para um mundo melhor. Um mundo com pautas que tragam abordagens respeitadas e com um "q" de amor e consciência para a gente produzir, ler, editar e, de fato, ajudar a transformar e ressignificar muitas histórias e vidas nesse nosso promissor e também muito desafiador Século XXI!

(*) Roseli Tardelli (roseli@agenciaaids.com.br) é graduada em Jornalismo pela Faculdade Cásper Libero e pós-graduada pela Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Fundadora da [Agência de Notícias da Aids](http://Agencia.deNoticias.daAids) e do projeto social Lá em Casa (Facebook Lá em Casa Planta Amor) e do Camarote Solidário. Foi repórter na editoria de Política do Estadão, âncora na Rádio Eldorado AM de São Paulo. Foi a primeira mulher a apresentar o programa *Roda Viva*, na TV Cultura. Mudou sua trajetória profissional depois da morte do irmão, Sérgio Tardelli, em 1994. A família Tardelli protagonizou discussão pública com os convênios médicos que, na década de 1990, excluíam o atendimento das pessoas com HIV/Aids. A família processou o convênio médico, trouxe o assunto para discussão pública com o apoio dos jornalistas. Venceram e criou-se jurisprudência para que mais pessoas pudessem ter seu direito respeitado.



O que significa LGBTQIA+?

A sigla LGBTQIA+ reúne orientações sexuais (ou seja, por quem cada pessoa sente-se sexual e afetivamente atraída) e identidades de gênero (como a pessoa se identifica).

Lésbicas

É uma orientação sexual e diz respeito a mulheres (cisgênero ou transgênero) que se sentem atraídas afetiva e sexualmente por outras mulheres (também cis ou trans).

Gays

É uma orientação sexual e se refere a homens (cisgênero ou transgênero) que se sentem atraídos por outros homens (também cis ou trans).

Bissexuais

Bissexualidade também é uma orientação sexual; bissexuais são pessoas que se relacionam afetiva e sexualmente tanto com homens quanto com mulheres (inclusive homens e mulheres transgênero, que também podem ser bissexuais).

Intersexo

A intersexualidade descreve as pessoas que podem nascer com genitais correspondentes a um sexo, mas ter o sistema reprodutivo e os hormônios do outro. Ou podem apresentar uma anatomia sexual que não é nem masculina nem feminina – o que leva alguns intersexos a fazerem a cirurgia de redesignação sexual. No passado, essas pessoas eram chamadas erroneamente de hermafroditas, termo que não é mais socialmente aceito.

Segundo o Manual de Comunicação LGBTI, ainda é comum a prescrição de terapia hormonal e a realização de cirurgias destinadas a adequar a aparência e a funcionalidade da genitália, muitas vezes antes dos dois anos de idade – essa definição de gênero tão cedo muitas vezes é rejeitada na vida adulta.

Assexuais

Os assexuais são as pessoas que não sentem atração sexual, seja pelo sexo oposto ou pelo mesmo sexo – o que não significa que não possam desenvolver sentimentos amorosos e afetivos por outras pessoas.

Transexuais ou travestis

Este é um conceito relacionado à identidade de gênero e não à sexualidade.

Pessoas transexuais não se identificam com o gênero biológico, ou seja, quem nasce com pênis e se identifica como mulher (neste caso, uma mulher trans) ou quem nasce com vagina e se identifica como homem (um homem trans).

As travestis, por sua vez, são mulheres trans que preferem ser chamadas dessa maneira por motivos políticos, de resistência. “Ao me apresentar como travesti quero demarcar a luta histórica que as travestis travaram durante muito tempo. A palavra traz consigo resistência, luta e ação”, disse à Universa a vereadora Érika Hilton (PSOL-SP), primeira travesti eleita para a Câmara Municipal de São Paulo.

Queer

O termo, em inglês, que pode ser traduzido como “estranho”, é usado para designar as pessoas que não se identificam como sendo 100% homem ou 100% mulher, mas se veem como sendo de um terceiro gênero, fluído/andrógino, com características masculinas e femininas. A pessoa *queer* também não vê sua orientação sexual definida como hetero ou homossexual.

“O *queer* envolve sujeitos que não correspondem à heteronormatividade, seja por sua orientação sexual, identidade de gênero, atração emocional ou por sua expressão de gênero”, explica a professora Bruna Irineu, da UFMT (Universidade Federal de Mato Grosso), presidente da ABEH (Associação Brasileira de Estudos da Homocultura).

+ demais orientações sexuais e identidades de gênero

“Todas as vezes que fazemos tentativas de encaixar, enquadrar e resumir identidades, corremos o risco de sermos injustos. A gente vai agregando ao longo da

história, mas não consegue abarcar todas as subjetividades”, ressalta Bruna Irineu.

Por isso, a sigla ganha um símbolo de soma no final, como uma tentativa de incluir demais variações de orientação sexual e identidade de gênero que não estão representadas nas primeiras letras. Conheça algumas delas:

- **Pansexualidade:** é uma orientação sexual que rejeita a noção de dois gêneros, o que significa que podem desenvolver atração física, amor e desejo sexual por outras pessoas independentemente de sua identidade de gênero ou sexo biológico.
- **Não-binariedade:** uma pessoa não-binária não se sente em conformidade com o sistema binário homem/mulher.
- **Crossdresser:** homens que não são transexuais, mas que sentem prazer ao se vestirem como mulheres, mas não se consideram travestis.

(Fonte: Universa [UOL] e Manual de Comunicação LGBT)





A **Syngenta** reconhece a importância da atuação dos **jornalistas dedicados à cobertura do agronegócio**, setor imprescindível para o desenvolvimento social e econômico do Brasil, ainda mais no contexto atual.

Acreditamos e praticamos, diariamente, uma agricultura pautada em sustentabilidade, que assegura o respeito ambiental, a produção de qualidade e o equilíbrio financeiro do produtor. Seguimos os preceitos da Agricultura

Regenerativa, baseada em práticas agrícolas que buscam alimentar a crescente população, ao mesmo tempo em que cuida da terra e do meio ambiente.

Os compromissos para concretizar tais premissas integram o nosso **Plano de Agricultura Sustentável**, que expõe metas claras com foco em aumento da produtividade, intensificação da captura de carbono no solo, redução da emissão de gases e proteção da biodiversidade.



SyngentaBrasil

www.syngenta.com.br



+ADMIRADOS DA IMPRENSA DO AGRONEGÓCIO

Emoções, homenagens e reencontros dão o tom da cerimônia de premiação

■ Era para ser presencial, uma festa que celebraria os jornalistas e publicações mais admirados do agronegócio brasileiro. Mas a necessidade de distanciamento social, que ainda parece longe de acabar, levou a cerimônia de premiação dos *+Admirados da Imprensa do Agronegócio* para o ambiente virtual.

► Mas, apesar do contratempo, a transmissão ao vivo pelo canal do Portal dos Jornalistas no [YouTube](#), na noite dessa terça-feira (29/6), deu um tom mais leve e descontraído ao encontro, e possibilitou que a cerimônia fosse acompanhada ao vivo por um número bem maior que um evento presencial permitiria.

► Com apresentação de **Cid Barboza** (ex-CBN e Rádio Capital) e do editor deste J&C **Fernando Soares**, a cerimônia contou com a participação ao vivo dos jornalistas homenageados e de representantes das publicações. Os 26 profissionais que integraram a lista final dos *+Admirados Jornalistas do Agronegócio* enviaram mensagens e tiveram uma intensa interação no chat da transmissão, que permitiu reencontros, trocas de elogios e muitas homenagens aos premiados.

Troféu Hors Concours – Um dos mais premiados jornalistas brasileiros da história, o repórter e escritor **José Hamilton Ribeiro**, alçado a *hors concours* pelo *Ranking Jornalistas & Cia dos +Premiados Jornalistas Brasileiros* em 2016, foi também homenageado pelos jornalistas do agronegócio com o *Troféu Hors Concours*, pelos seus 67 anos de carreira e quase 40 de *Globo Rural*. Em depoimento emocionado, ele lembrou de um encontro

que teve com o Prêmio Nobel de Literatura **Mario Vargas Llosa**, quando dele ouviu: *"Todos os prêmios recebidos são importantes, mas os prêmios concedidos pelos seus colegas de profissão, seus pares, são os que mais nos emocionam. E por isso esse prêmio do Jornalistas & Cia tem para mim um valor muito especial e nem precisaria de troféu, pois já está gravado na mente e no coração"*.

► Confira a seguir trechos de depoimentos de todos os homenageados:



José Hamilton Ribeiro



1º lugar: Sidnei Maschio
(Terra Viva)

"A primeira coisa que aprendi no jornalismo de agropecuária foi a importância de ouvir e aprender com pessoal do campo, aprender com a linguagem e a cultura sertaneja, a cultura caipira do nosso campo, que é tão representativa e é a essência do nosso país."



2º lugar: Aleksander Horta
(Notícias Agrícolas)

"Quería agradecer muito ao **João Batista Olivi**, fundador do *Notícias Agrícolas*, que foi o cara que me ensinou tudo sobre agronegócio e me fez gostar desse setor, e também o trabalho da nossa equipe. É fantástico o engajamento e a postura de cada um que faz o site ser o que ele é hoje."



3º lugar: Denise Saueressig
(A Granja)

"Estou há 20 anos me dedicando ao setor e esse prêmio é mais um estímulo para seguir em frente, por isso quero agradecer a confiança de todos que votaram em mim."



Knowledge grows

O conhecimento nos faz crescer.

Líder em nutrição de plantas, a Yara acredita que grandes mudanças começam com informação de qualidade.

Por isso, queremos parabenizar todos os profissionais e as publicações do jornalismo especializado no agronegócio brasileiro.

Juntos, continuaremos levando conhecimento para todo o Brasil, transformando desafios em oportunidades.

🌐 www.yarabrasil.com.br

📱 @yarabrasil



4º lugar: Luiz Patroni
(Canal Rural)

"Foi uma coroação desses 16 anos de cobertura do Agro. Ainda acho que estou engatinhando, perto de alguns colegas aqui que já cobrem o setor há muito mais tempo, e fazer parte desse time só me enche de orgulho e mostra que a gente está no caminho certo."



5º lugar: Mauro Zafalon
(Folha de S.Paulo)

"Querida agradecer a vocês pela iniciativa. Estava faltando para nós do Agro um reconhecimento desse nível e o próprio nome do prêmio, de jornalistas mais admirados, já diz muito para esse setor."



Agência de Notícias:
Safras & Mercados

"É uma honra, na semana em que a Safras&Mercados completa 45 anos, ser lembrado por vocês." (Dylan Pasqua, editor-chefe da Agência Safras&Mercados)



ADAMA

Escutar atentamente as vozes do agronegócio.
Entender a importância do agro para a sociedade.
Entregar informações que evidenciam a força do setor.

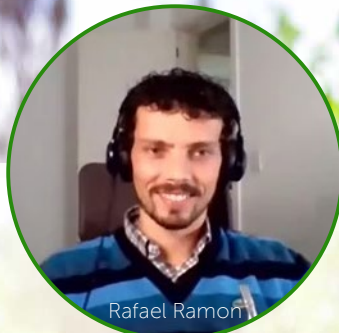
A ADAMA parabeniza os vencedores do Prêmio Os + Admirados da Imprensa do Agronegócio.



Mais do que palavras, são atitudes que cultivamos todos os dias.

+ADMIRADOS
DA IMPRENSA DO
AGRONEGÓCIO

Carlos Pires



Rafael Ramon

Podcast:
Agro Connection

"O prêmio significa muito pra gente. O Agro Connection é um trabalho feito a muitas mãos, por brasileiros que em sua maioria vivem fora do Brasil, mas que querem de alguma forma contribuir com a agricultura brasileira." (Carlos Pires, apresentador do Agro Connection)

"Quero agradecer a todos os convidados que enriquecem o nosso podcast, trazendo informação de qualidade, que vem para ajudar no crescimento da agricultura brasileira." (Rafael Ramon, apresentador do Agro Connection)

Veículo Impresso – Geral:
Valor Econômico

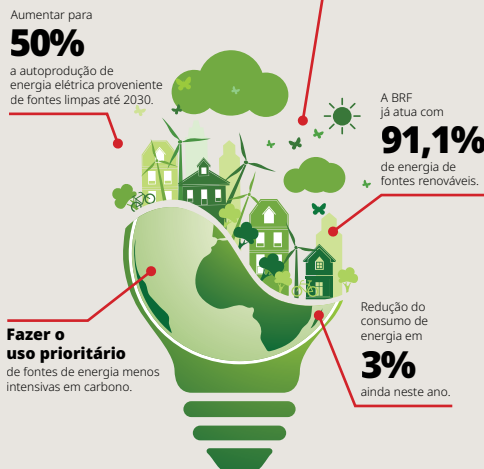
"Obrigado pela homenagem feita à nossa categoria, que nem sempre foi muito reconhecida, mas que de alguns anos pra cá está crescendo muito." (Fernando Lopes, editor de Agronegócio do Valor Econômico)



Mês do Meio Ambiente

Cuidar do meio ambiente
nos enche de energia.

Aqui, na BRF, alimentamos atitudes que se multiplicam em ações para uma Vida Melhor ao Planeta. E eficiência energética é uma delas. Nos comprometemos em aumentar a autoprodução de energia elétrica proveniente de fontes limpas até 2030. Hoje, garantimos que mais de 90% da nossa energia é proveniente de fontes renováveis. Além disso, avançamos na parceria para financiamento de painéis de energia solar nas granjas dos nossos integrados e promovemos o consumo sustentável de energia nas nossas operações, utilizando indicadores de desempenho e monitoramento do consumo, com metas anuais de redução. Nessa jornada de sustentabilidade, queremos contribuir para regenerar o planeta e intensificar #NossaPartePeloTodo.



Conheça mais sobre nossas iniciativas e compromissos de sustentabilidade da BRF. Aponte sua câmera para o QR Code ou acesse www.brf-global.com

#VidaMelhorParaOPlaneta



**+ADMIRADOS
DA IMPRENSA DO
AGRONEGÓCIO**



**Canal Digital:
Agro+**

"Quero agradecer demais a iniciativa de reconhecer esse esforço do Grupo Bandeirantes, que, mesmo em meio a uma pandemia não se deixou abater e inaugurou o canal no dia 22 de junho do ano passado" (Marcelo D'Ângelo, diretor executivo do Agro+)



**Programa de Rádio:
CBN Agro**

"O prêmio chega em muita boa hora. A gente está olhando para o agronegócio num momento extremamente importante para a economia, em que todo mundo está dando muito destaque, e na CBN não tem sido diferente." (Cassiano Ribeiro, apresentador do CBN Agro)



**Programa de TV aberta:
Globo Rural**

"Estou aqui representando uma equipe e um programa que está há 42 anos no ar, fazendo reportagens muito variadas. A gente busca a produção, a economia, mas também a ciência, a tecnologia, a diversidade cultural e as disparidades e os problemas do campo, como a desigualdade e o desmatamento. É um programa com um espírito muito crítico forte, o que eu acho muito importante." (Vico Iasi, chefe de Redação e apresentador do Globo Rural)



**Site/Blog:
Notícias Agrícolas**

"É uma trajetória de muita luta, muito trabalho, mas temos uma equipe maravilhosa, que veste a camisa e a gente agradece muito a eles pelo reconhecimento." (Aleksander Horta, chefe de Redação do Notícias Agrícolas)



**Programa de TV – Canais
Especializados:
Jornal Terra Viva**

"Quero agradecer a toda equipe do Jornal Terra Viva. É um programa feito por muitas mãos, sempre com o objetivo de levar ao produtor rural uma informação relevante para o seu negócio, de uma forma simples, dinâmica e técnica, e que possa transformar a sua vida no campo." (Lilian Munhoz, apresentadora do Jornal Terra Viva – 1ª edição)



**Veículo Impresso
Especializado: Revista A
Granja**

"Com todo respeito aos demais concorrentes, é uma premiação justa. A Granja completa 77 anos agora em dezembro, e ela não é apenas uma publicação tradicional, mas também moderna, sempre olhando pra frente." (Leandro Mittmann, editor da revista A Granja)



Nutrir o mundo de forma segura, responsável e sustentável é o que nos move

Nossos mais de 155 mil profissionais, distribuídos em 70 países, trabalham em conjunto com agricultores e parceiros para desenvolver as melhores práticas no campo e para entregar produtos de qualidade nos lares de milhões de pessoas em todo o mundo.

Ao longo dos mais de 150 anos, construímos a nossa história movidos pela paixão por conectar agricultores com mercados, clientes com ingredientes e pessoas e animais com os alimentos.

É assim que honramos o nosso propósito e estamos construindo um futuro sustentável.



Saiba como a **Cargill** ajuda o mundo a prosperar.
Acesse **cargill.com.br**.



COMUNICANDO O FUTURO – CARROS ELÉTRICOS

Oferecimento: GM

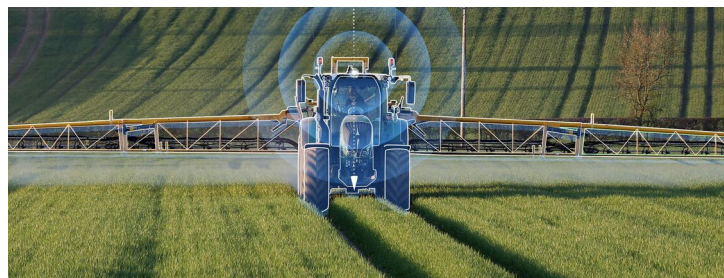
Veículos elétricos, campos mais verdes?

(*) Por Lana Pinheiro

A agenda mundial em torno das boas práticas ambientais, sociais e de governança (ESG) colocou o agronegócio brasileiro sob os holofotes inquisidores do mercado internacional. Em especial a União Europeia, mas também os Estados Unidos, levantaram o dedo em riste para acusar a produção de commodities agrícolas pelo desmatamento da Amazônia e pelo aumento da emissão de gases de efeito estufa no País. Sem um plano governamental de defesa, o produtor local busca alternativas para provar aos clientes externos que é um dos mais sustentáveis do mundo. Técnicas de agricultura regenerativa que sequestram carbono, substituição de agroquímicos por biológicos e produção de combustíveis verdes já estão em uso em larga escala para provar a sustentabilidade do negócio aos gringos. Agora, o mercado olha com atenção para a eletrificação de máquinas e equipamentos.

Eletrificar o campo será mandatório em algumas partes do mundo dentro do processo de transição para uma economia de baixo carbono. De acordo com o World Resources Institute (WRI), o consumo de energia – que inclui transporte e queimas de combustível – é de longe a maior fonte de emissões de carbono por seres humanos, 73% do total. Dentre os setores com maior crescimento de emissões, o transporte está em segundo (71%). Se o plano é reduzir o índice e parar o crescimento de novas emissões, a estratégia passará necessariamente pela busca da emissão zero também nos veículos e máquinas que servem ao agro. E esse é um bom negócio. O estudo “Veículos elétricos e robótica na agricultura 2020-2030”, realizado pela IDTechEx, estima em US\$ 50 bilhões o mercado de veículos elétricos e robótica na agricultura global. O volume supera o PIB do Paraguai – US\$ 38,15 bilhões, em 2019.

Dentro desse contexto, uma análise sobre a adequação dos veículos elétricos no Brasil requer um pouco mais de cuidado. Ao contrário do



resto do mundo, a principal fonte emissora de carbono no País não vem do transporte. Vem do uso da terra, florestas e agropecuária (72% do total). Além disso, a produção e uso em larga escala do combustível verde sustenta o mais bem sucedido programa de descarbonização da economia brasileira, o Renovabio. Um eventual esforço para a eletrificação dos veículos esbarraria ainda na falta de infraestrutura nos rincões do Brasil para abastecer as máquinas.

Mesmo com uma realidade diferente da global, o agropecuarista brasileiro tem apetite por inovação. Ele já sabe também que tecnologias diferentes podem coexistir se o ganho for a produtividade. Etanol e elétricos, por que não? O desafio da indústria é provar a eficiência e a adequação dos elétricos ao campo brasileiro. Afinal, dentro do agronegócio e do discurso de sustentabilidade, o xadrez mundial é complexo, pois coloca em cheque quem vai ter mais capacidade de atrair investimentos sustentáveis (estimados atualmente em US\$ 31 trilhões por ano no mundo) e quem conseguirá alimentar com mais eficiência uma população que passará das atuais 7,6 bilhões de pessoas para 10 bilhões em 2050.

Fazer uma análise isenta das estratégias ESG aplicadas ao agronegócio, dando transparência aos interesses da indústria sucroenergética, ambientalista ou mesmo da automotiva sobre as melhores aplicações tecnológicas rumo à economia verde é o desafio que se impõe ao jornalista que cobre os setores associados.



*Lana Pinheiro é editora da Dinheiro Rural e editora de ESG (Ambiental, Social e Governança) na IstoÉ Dinheiro



Da cidade ao campo

A General Motors está liderando a transformação da indústria da mobilidade de forma inclusiva e os utilitários não são exceção. A consagrada picape S10 é a melhor amiga do homem do campo e conta com alta tecnologia de conectividade, segurança e eficiência energética. Nos EUA, a versão EV da Chevrolet Silverado já foi anunciada como um dos 30 novos veículos elétricos a serem lançados globalmente pela montadora até 2025.

A GM está investindo 35 bilhões de dólares em tecnologias de eletrificação e condução autônoma entre 2020 e 2025. A empresa está acelerando sua estratégia de transformação para tornar-se líder de mercado em EVs; líder global em tecnologia de bateria e célula de combustível por meio de sua plataforma de bateria Ultium e células de combustível HYDROTEC; e, por meio da Cruise, ser a primeira a comercializar com segurança a tecnologia de direção autônoma em grande escala.

ONDE TEM
DESENVOLVIMENTO,
TEM A NOSSA MARCA.

CNH
INDUSTRIAL



A revolução no campo tem nome: CNH Industrial.

A CNH Industrial investe continuamente em tecnologia e inovação para oferecer as melhores soluções para o desenvolvimento socioeconômico do país.

Na agricultura, suas marcas Case IH e New Holland Agriculture colaboram com os resultados positivos das safras recordes de um dos setores fundamentais para a retomada do crescimento no país.

Uma das líderes globais no setor de bens de capital, a CNH Industrial é a única capaz de oferecer, com sinergia, soluções que potencializam o agronegócio, a construção, o transporte e a geração de energia.



AGRICULTURA | TRANSPORTE | CONSTRUÇÃO | ENERGIA

CASE IH

CASE
CONSTRUCTION

NEW HOLLAND
AGRICULTURE

NEW HOLLAND
CONSTRUCTION

IVECO

IVECO
BUS

MAGIRUS

IVECO
DEFENCE VEHICLES

FPT
POWERTRAIN TECHNOLOGIES

CNH
INDUSTRIAL CAPITAL



Dos dois lados do Atlântico, crises de imagem mostram a falta que faz a liderança pelo exemplo

Dizem que pimenta nos olhos dos outros é refresco. Talvez isso explique porque uma agência global de relações públicas tenha levado quase uma semana para agir depois de um escândalo envolvendo seu CEO, atitude que vai de encontro aos princípios elementares da gestão de crises.

Agências gerenciam crises dos outros. Na rara situação em que

o alvo do problema é ela própria, a perplexidade pode embotar o raciocínio.

Parece ser o que aconteceu com a Teneo, empresa com sede em Nova York e escritórios em vários países.

Na terça-feira (29/6), depois de uma semana sangrando desde que o Financial Times revelou [que o CEO Declan Kelly tinha sido afastado do conselho da ONG Global Citizens por ter assediado homens e mulheres depois de uma bebedeira em evento beneficente da entidade](#), ele deixou a empresa.

Pode não ser o fim para um consultor que já assessorou Hillary Clinton. Mas a agência chamuscada, com pelo menos uma conta perdida, a da General Motors – cuja CEO, Mary Barra,

também tinha sido assessorada por Kelly.

Entra foto, identificada

Do outro lado do Atlântico, outra crise acontecia. O secretário nacional de saúde do Reino Unido, Matt Hancock, sangrou 24 horas [até pedir demissão do cargo ao qual ainda tentou agarrar-se ao máximo](#).

Mas não havia como se defender das fotos mostrando um tórvido beijo com sua assessora de comunicação, Gina Coladangelo, dentro do gabinete – um furo do tabloide The Sun.

Embora a sociedade britânica tenha aura de puritana, o que indignou não foi o fato de os dois serem casados, e sim o que se tornou o ponto mais nevrálgico em vários países, incluindo o Reino Unido: os sacrifícios da popu-

De Londres,
Luciana Gurgel



lação em nome do combate ao coronavírus, privando as pessoas de se divertirem, trabalharem e até velarem seus mortos.

Enquanto o povo não podia se aproximar de pessoas que não viviam na mesma casa, o homem que se tornou a face mais conhecida da pandemia e que chegou a dizer que era perigoso abraçar avós aparecia agarrado com uma pessoa de fora da sua “bolha doméstica”.

O episódio de Hancock lembra um matriosca, o brinquedo russo composto por bonecas encaixa-

das umas dentro das outras, que vão se revelando à medida que são abertas.

A história teve desdobramentos que comprometem a ele e ao governo, como a forma de contratação da assessora e contratos firmados com o irmão dela.

E ainda: como alguém plantou uma câmera no gabinete de um

alto funcionário público sem que ele próprio soubesse. Ou porque ele usou Gmail para tratar de assuntos oficiais, deixando a comunicação inacessível para jornalistas e entidades fiscalizadoras. Uma boneca após a outra.

Liderança pelo exemplo

As histórias de Matt Hancock e Declan Kelly estão separadas por

um oceano e por culturas sociais e empresariais diferentes. Mas há semelhanças.

Ambas envolvem especialistas em comunicação, justamente aqueles encarregados de aconselhar marcas e pessoas.

No caso de Gina Coladangelo, não foi um incidente fortuito. Todas as evidências são de que o romance não começou no dia do beijo capturado pela câmera instalada em um sensor de fumaça.

Só a cegueira do amor pode explicar porque ela não aconselhou seu assessorado sobre como lidar com o caso extracônjugal sem riscos de que se tornasse público da forma como acabou acontecendo. Algo previsível em um mundo tomado por câmeras de segurança e de pessoas com celulares à mão para flagrar indiscrições de famosos.

No caso de Declan Kelly, é surpreendente que com tanta

experiência não tenha previsto que o afastamento do conselho da Global Citizens acabaria vazando. E que tenha demorado tanto para deixar o cargo depois da matéria do FT.

De um lado e de outro do Atlântico, parece ter sido esquecida a lição que aprendemos com nossos pais e avós: a liderança pelo exemplo.

Para que tem imagem pública a zelar ou cuida da imagem dos outros, não dá para ensinar a fazer alguma coisa sem fazer o mesmo. Ou ditar regras sem segui-las pessoalmente. O preço é alto, como se pode ver nos dois casos.

Inscreve-se em mediatalks@jornalistasecia.com.br para receber as newsletters MediaTalks trazendo notícias, pesquisas e tendências globais em jornalismo e mídias sociais.



Esta semana em MediaTalks

Grupo Reach cria cargo inédito de editor de segurança online para gerenciar casos de assédio aos seus jornalistas pela internet – Maior grupo editorial do país, o Reach está contratando um profissional para cumprir uma política de tolerância zero em relação a ataques. Entre suas responsabilidades estará a de dar suporte aos profissionais atingidos e pressionar as plataformas digitais para a solução rápida de situações envolvendo seus jornalistas.

Variante Delta da Covid-19 vira munição para campanha antivacina do QAnon – A First Draft fez um alerta sobre vídeos associando o aumento de casos da doença em Israel à ineficácia da vacina, publicados em canais do QAnon. Nova pesquisa nos Estados Unidos mostra que a



teoria da conspiração continua viva mesmo depois da saída de Donald Trump da Presidência.

Usuários de redes "jovens", como Snapchat e TikTok, preferem se informar com influencers – Jornalistas e a mídia tradicional estão deixando de ser referência para os jovens quando o assunto é informação, segundo aponta o Relatório de Mídia Digital do Instituto Reuters.

Ex-editor do jornal pró-de-

mocracia Apple Daily é preso ao tentar deixar Hong Kong

– Após pressão governamental fazer jornal encerrar circulação impressa e atualização do portal, mais um jornalista ligado ao grupo Next Digital é detido pelas autoridades chinesas, quando tentava voar para Londres. E mais um jornal tenta resistir.

Saúde em um planeta mais quente

– Em uma semana em que mudanças no comando da área ambiental brasileira disputaram espaço na imprensa global com a crise da Covid-19 no País, uma seleção dos finalistas do Wellcome Prize Award faz lembrar que as pessoas estão no centro da crise ambiental. Ela afeta a saúde, torna escassos recursos básicos como água potável, priva famílias de seu sustento. E por vezes transforma em uma

jornada dramática a busca por ajuda médica para uma criança em terras castigadas pela seca.

Centro Knight oferece curso gratuito online de segurança para mulheres jornalistas

– Treinamento é comandado por Alison Baskerville, fotógrafa britânica que começou a carreira nas Forças Armadas e se tornou especialista em segurança pessoal para profissionais de imprensa.

Sharwar Ayo



Omar Cardoso nascia há 100 anos

Omar Cardoso era um cara muito otimista. Via o bom e o bem em todo canto. Tinha sempre uma boa palavra para quem dele esperava um alento. Não à toa foi o primeiro astrólogo a fazer grande sucesso nos rádios, tevês, jornais e revistas no Brasil, até pouco antes de morrer, em novembro de 1978.

Paulista de Rio Preto, Cardoso começou a carreira aos 19 anos de idade.

Antes de popularizar-se como astrólogo, Omar apresentou programas caipiras no rádio paulista. Chegou até a compor para a dupla Tonico e Tinoco: [O DINHEIRO](#)

O vozeirão de Cardoso, seu jeito de falar, de comportar-se, chamou a atenção da cantora Carmélia Alves, a Rainha do Baião. Num de seus discos, a artista convidou o astrólogo para com ela interpretar a canção [Oração de São Francisco de Assis](#). Bela interpretação, diga-se de passagem.

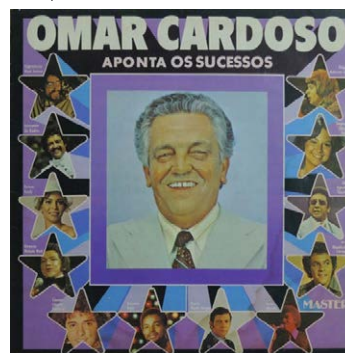
Omar Cardoso, nascido em 30 de junho de 1921, gravou discos e publicou livros. Vários. Entre esses, *O Romance pela Astrologia*, *O Fim dos Tempos* e *Horóscopo sem Segredos*.

Não chegou às paradas, mas o LP *Omar Cardoso Aponta Os Sucessos* deu o que falar. Entre esses sucessos estavam nomes como

Wanderley Cardoso, Paulo Sérgio, Nelson Ned, Cláudio Fontana, Wando e Raul Seixas.

Morreu de repente, do coração, aos 57 anos de idade.

Curiosidade: algumas previsões de Cardoso não se confirmaram. Como o início da 3ª Guerra Mundial, em 1973, no Oriente Médio; e a morte do Papa Paulo VI, que morreria dez anos depois da "previsão" feita.





Jornalistas&Cia traz neste espaço histórias de colegas da imprensa esportiva em preparação ao Prêmio Os +Admirados da Imprensa Esportiva, que será realizado em parceria com 2 Toques e Live Sports, no segundo semestre. A história desta semana é de **Helô Campanholo** (*).

Quase convidada para a lua de mel

Sempre me perguntam, me pedem para contar passagens com jogadores, atletas, jornalistas e essas vivências são muitas. Uma delas guardo com carinho porque mostra o grau de amizade que estabeleci durante a carreira, e também é divertida.

Era final de 1993. Eu ainda no início da carreira, senti-me importante quando chegou na minha casa um belo convite de casamento. A festa aconteceria em um dos salões mais chiques da capital paulista. Logo liguei para a minha amiga e repórter Marisa de França, para saber se também havia sido convidada. Sim, ela estava na lista. Então, fomos ao até a av. Rebouças, naquelas lojas de locação de roupas de festas – fizemos uma zona incrível, pena que não tinha celular com câmera na época. Foi muito divertido – e depois de provarmos vários vestidos escolhemos um. O meu era rosa e o da Marisa, azul marinho. Comparamos sapato e bolsa, aquelas de casório. Bem, investimos uma grana, afinal não poderíamos fazer feio. Era só esperar o grande dia.

Marisa tinha um Uno vermelho e no dia, 29 de novembro, lá fomos nós para uma igreja Batista, tradicional, bem no centro de São Paulo, atentas a tudo. Era o segundo casamento do craque, que tinha se separado havia pouco tempo e na igreja, durante os cultos, conhecera uma moça bem jovem – a noiva tinha 17 anos e, salvo engano, o pai era pastor.

A igreja começou a ficar cheia. Os atletas, que só víamos de uniforme e chuteiras, todos no maior luxo, também estranhavam as duas de vestido de festa. Foram muitos elogios.

O noivo era fera, jogava no São Paulo Futebol Clube e na Seleção; então, o que não faltava era famoso. Cerimônia concluída, bora pra festa! Entramos novamente no Uno vermelho, som no último e rumamos para o Itaim Bibi.

Nessa hora demos graças a Deus de entrar no carro, porque os pés já estavam doendo muito. Chegando ao bufê, uma escadaria, mas tudo bem. Paramos o carro na rua, um pouco afastado – a cidade não era tão violenta ou nem pensávamos nisso na época. Subimos a

escada, apresentamos o convite e ufa!, entramos. Lugares marcados nas mesas, mas nem lembro com quem sentamos, porque pouco paramos ali. “Comes e bebes” rolando e na madrugada resolvemos deixar o salão. Descemos a escadaria – feita pra gente que não bebe –, claro, já descalças, e chegamos na rua rumo ao nosso Uno de tantas histórias.

De repente, passa por nós uma limusine branca; eram os noivos rumo à lua de mel. Cem metros à frente, o carro para.

Marisa falou: “Helô, o carro parou. Será que esqueceram a camisinha?” Caímos na gargalhada. Eu disse: “Espera! Parou mesmo!”

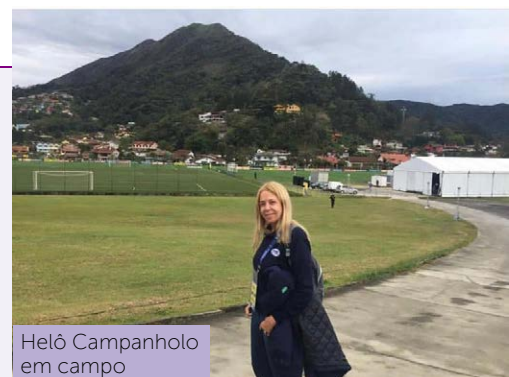
A porta traseira da direita abriu e surgiu a cabeça do craque. Ele falou:

– Meninas, vocês querem uma carona? Já está tarde...

Fala sério! Esse é amigo... Atrair a lua de mel para dar uma carona às jovens jornalistas?

Agradecemos e apontamos para o nosso carrinho.

O casamento dele não durou muito, mas a nossa amizade está firme até hoje.



Helô Campanholo em campo



O troféu da Aceesp que recebeu em 2017



Entrevistando Neymar e Ganso em 2010

Piupiu duro de frio

Foi na cobertura da Copa do Mundo de 2010, na África do Sul. O técnico da Seleção Brasileira era uma retranca só. Jogadores não podiam nem olhar para os jornalistas, quanto mais dar entrevista. O Brasil iria enfrentar a Coreia do Sul e eu queria assistir à partida. Ganhei do Kaká um ingresso para ver o jogo na área dos familiares. Chegando lá encontrei os familiares de todos os jogadores e fiz muitas amizades. Me aproximei da mãe do Robinho, da esposa e do filho mais velho dele, o Júnior, ainda criança.

Aproveitei o gancho e no dia seguinte fui fazer matéria com a família do Robinho, já que o jogador não podia falar. A equipe e eu fomos ao hotel onde eles estavam hospedados. O repórter, entrevistando o Júnior, perguntou o que ele estava achando de estar na África, vendo o pai jogar. O menino, pequeno na época, mandou essa:

– Aqui é tão frio que fico até de piupiu duro...

Aí foi aquela gargalhada geral.

Bem, nessa hora, entra no saguão do hotel a Seleção da Holanda,

que se encantou com o filho do Robinho, que estava brincando com uma bola.

A matéria rendeu, os holandeses ficaram encantados com o garoto.

Aquele ditado cai bem aqui: “Do limão fazemos uma caipirinha”.

Dias depois consegui uma exclusiva com o Robinho. Na era Dunga o trabalho não foi fácil, mas onde há uma bola e uma criança tudo fica mais divertido.



Helô com os filhos de Robinho

(*) Helô Campanholo é gerente de Produção do canal Fox Sports



Transumanismo na comunicação

Sempre acreditei que a união entre humanos e máquinas melhoraria o mundo, mesmo sabendo que esse pensamento está longe da unanimidade.

Apesar do termo inicialmente parecer estranho, o transumanismo é um movimento filosófico que estuda a transformação das condições humanas utilizando tecnologias emergentes para alcançar novas potencialidades em termos de evolução dos indivíduos. Ou seja, com o aumento das nossas capacidades intelectuais, físicas e psicológicas, poderemos superar limitações fundamentais, conseguindo entre outras coisas, a erradicação do sofrimento causado por doenças e a obtenção de imunidade aos efeitos do tempo, como o envelhecimento e a morte. Pensadores transumanistas analisam os potenciais

benefícios e os perigos das novas tecnologias, bem como a ética no seu uso.

Quando falamos em tecnologias emergentes, vários termos nos vêm à mente, como o IoT (internet das coisas), drones, realidade aumentada e virtual, impressão 3D, *blockchain*, *biohacking*, a oblíqua IA (inteligência artificial), entre tantos outros. Francis Fukuyama, professor de economia internacional da Universidade Johns Hopkins, afirma que o transumanismo detém as ideias mais perigosas do mundo. Segundo ele, poderemos caminhar para grandes disparidades, resultando na escravização das classes inferiores (os não "transumanizados"), até mesmo na extinção da forma que hoje nos define como humanos.

Ele está certo? Em parte, acre-

Por **Marcelo Molnar**, consultor e sócio-diretor da Boxnet

dito que sim. A seleção natural inevitavelmente modifica todas as espécies. E infelizmente não se trata apenas de estudar uma forma de fazer com que sejamos melhores. Nossa história é rica em transformações e vários eventos mudaram a configuração do mundo que conhecemos hoje, como, por exemplo: as viagens de Colombo, a invenção da imprensa, a Revolução Francesa, a Revolução Industrial, a explosão da bomba atômica, a internet etc. E os acontecimentos atuais não serão diferentes nos impactos do futuro próximo.

Na comunicação encontramos vários exemplos desses processos. Há tempos falamos na singela diminuição do uso de papéis, mas, apesar de a digitalização estar crescendo nos negócios, ainda é a realidade de muitos negócios.



Segundo a empresa americana Record Nation, em média, funcionários de companhias nos EUA utilizam dez mil folhas de papel por ano e 70% delas acabam no lixo. Além de as tornarem mais sustentáveis, a transição para uma gestão digital é fundamental para trazer mais agilidade, privacidade e segurança para os dados dos clientes e consumidores.

A disseminação de sistemas de recomendação é outro caso clássico. Trata-se de um conjunto de técnicas e algoritmos que selecionam itens tendo como base os dados de interação e interesses das nossas mais diversas con-

exões em redes e que influem em variados tipos de escolhas que fazemos na hora de comprarmos livros, assistirmos filmes e vídeos, escutarmos música ou adquirirmos qualquer tipo de produto. Diante da crescente exposição a diferentes tipos de informações, usamos a desculpa de ajudar as pessoas a encontrarem aquilo que procuram interferindo em suas decisões.

O senso de urgência e a obsessão pelo ganho de tempo fez surgir o TalkFaster, um aplicativo capaz de acelerar a reprodução de áudios, ideal para quem recebe longas mensagens de voz. Ao ser ativada, a velocidade de reprodução pode ser aumentada em até duas vezes, ou seja, é possível ouvir o áudio em metade do tempo. Além disso, também tem uma função para pular os momentos



de silêncio no arquivo. Não por acaso, o WhatsApp recentemente disponibilizou a mesma função para os brasileiros em sua última atualização.

É fato que a tecnologia está modificando nossos valores e nossos comportamentos. Para o bem e para o mal, como tudo na vida. Não existe atividade

ou negócio que não esteja em transmutação. Os profissionais especializados na comunicação têm infinitas possibilidades de renovar seus conceitos e suas atividades. É preciso dedicação e esforço na atualização, pois muitas vezes o futuro vem em sinais fracos, mas ele sempre bate à nossa porta.

Para ampliar seus conhecimentos sobre o tema, deixo três dicas de leitura e reflexão: 1 – The Verge, [Transhumanism. Mind uploading, cryonics, artificial intelligence, robotics, space exploration, brain and body modifications, and the sci-fi roots of a technofuture](#) (trata-se de uma linha do tempo sobre Transumanismo, de 1906 até 2015); 2 – Forbes, [Transhumanism And The Future Of Humanity: 7 Ways The World Will Change By 2030](#) (elencar pontos positivos do Transumanismo no meio empresarial e empreendedor); e 3 – O estudo [Transhumanism: How humans will think, behave, experience, and perform in the future, and the implications to businesses](#), produzido pela Frost & Sullivan em 2017.

É tudo culpa da imprensa...

■ Alvo de operação da Polícia Federal em inquérito contra *fake news* e na mira da Agência Brasileira de Inteligência (Abin) por possíveis práticas como agiotagem, lavagem de dinheiro, contrabando, evasão de divisas e sonegação, o empresário Luciano Hang, dono da rede varejista Havan, moveu ao menos 36 processos judiciais contra a imprensa, críticos e opositores, entre 2013 e 2021.

▶ Segundo levantamento da Abraj, os principais afetados são jornalistas e veículos de comunicação, totalizando 23 ações. Somados, os processos por danos morais pedem um total de R\$ 6,2 milhões em indenizações. Dentre as ações mapeadas, há também pedidos de remoção de conteúdo. Além disso, em nove processos a Havan aparece como autora ao lado de Hang.

▶ Parte das informações foi levantada pela defesa do jornalista **Denis Burgierman**, editor-chefe do programa *Greg News*, de **Gregório Duvivier**, e um dos alvos de Hang, e elas tiveram como objetivo demonstrar que o empresário tem um comportamento sistemático de tentar silenciar vozes críticas.

▶ Entre os alvos do empresário estão **Patrícia Campos Mello**, da



Luciano Hang

Folha de S.Paulo, **Miriam Leitão**, do Grupo Globo, **Luis Nassif**, do Jornal GGN, e o site Brasil 247.

▶ Confira no [Portal dos Jornais](#) mais detalhes sobre o caso.

MPF-RS pede indenização de R\$ 10 milhões a Sikêra Jr. e RedeTV

■ O Ministério Público Federal no RS ajuizou uma ação civil pública contra a RedeTV e o apresentador **Sikêra Jr.**. Durante a exibição do programa *Alerta Nacional*, em 25/6, Sikêra atacou uma campanha com a temática da diversidade exibida pelo Burger King, e chamou o público LGBTQIA+ de "raça desgraçada". Essa foi a segunda vez nos últimos meses que o apresentador usou esse termo

para se referir a homossexuais.

▶ "Isso é tara em nossos filhos e nossos netos (...) Vocês vão pagar muito caro. Vocês fazem isso porque não procriam. Vocês precisam de tratamento. Vocês querem que a gente aceite essa raça desgraçada", disse o apresentador.

▶ O MPF pediu R\$ 10 milhões de indenização na ação, que é assinada pelo procurador Enrico Rodrigues de Freitas e pela advo-

gada Alice Hertzog Resadori, da Nuances, associação que atua na defesa dos direitos humanos da população LGBTQIA+. Vale lembrar que Sikêra também responde a outras ações, [como uma por misoginia](#).

▶ Segundo o site [Notícias da TV](#), a fala criminoso de Sikêra já resultou na perda de ao menos três anunciantes de seu programa, enquanto outras empresas

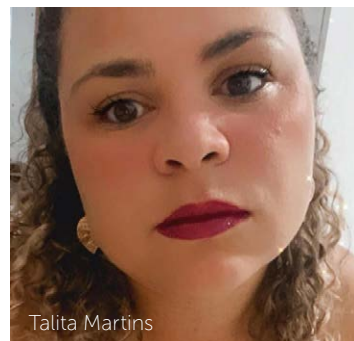
estão sendo pressionadas nas redes sociais a fazer o mesmo.

▶ Entre as marcas que cancelaram o contrato estão a MRV, que também pertence ao empresário Rubens Menin, dono da CNN Brasil, a TIM, e a HapVida. Apesar de nunca ter anunciado no programa, o Magazine Luiza comunicou que bloqueou a exibição de anúncios no YouTube nos vídeos do *Alerta Nacional*.

Talita Martins assumirá a coordenação editorial da Agência de Notícias da Aids

Marina Vergueiro terá coluna semanal

■ A Agência de Notícias da Aids anunciou recentemente novida-



Talita Martins

des em sua equipe. **Talita Martins** assumirá como a nova coordenadora editorial da redação agora em julho. E **Marina Vergueiro** passará a ter uma coluna semanal de entrevistas e opinião no Instagram da agência: *Senta Aqui, com Marina Vergueiro*.

▶ Pós-graduada em Assessoria de Comunicação e Mídias Sociais e Projetos Sociais e Políticas Públicas, Talita iniciou sua trajetória na agência em janeiro de 2007, como estagiária. Entre 2011 e

2013 foi editora do site Envolverde, portal de notícias sobre sustentabilidade e meio ambiente. É também consultora de comunicação do Instituto Vida Nova e responsável pelo gerenciamento e conteúdo das redes sociais do Instituto Cultural Barong, ONGs que atuam na prevenção da Aids.

▶ Marina Vergueiro é poeta e jornalista e vive com HIV desde 2012. Teve passagens pelas redações de UOL, Terra e iG, além de ter colaborado para sites e revis-



Marina Vergueiro

tas como Elle e a própria Agência Aids. É autora do livro de poesias *Exposta*, lançado em 2020.

Entidades repudiam ataques contra equipe da Rede Amazônica

■ Entidades defensoras da liberdade de imprensa prestaram solidariedade ao repórter **Leandro Marques**, correspondente da Rede Amazônica, afiliada da TV Globo, que foi ameaçado e agredido por um funcionário da Prefeitura de Itacoatiara, cidade localizada a 270 quilômetros de Manaus.

► Acompanhado do cinegrafista **Dorian Verçosa**, Marques estava cobrindo a distribuição do auxílio-enchente para a comunidade local atingida pela cheia histórica do Amazonas. Ele já havia feito outras reportagens sobre confusões e aglomerações geradas durante a entrega dos cartões. Mas, na ocasião em questão, Marques foi abordado por três supostos assessores do prefeito Mário Abraham. O repórter recebeu ameaças, levou um soco no estômago e teve o equipamento jogado no chão.

► Os agressores fizeram ameaças

como “se sair uma vírgula falando mal do prefeito, vou pegar-lhe uma surra” e “sair alguma foto minha, você está morto”. A Prefeitura de Itacoatiara determinou a exoneração do servidor Adivaldo Tavares Alves e a abertura de uma sindicância para apurar o ocorrido.

► Em nota, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo repudiou as agressões, e declarou que “a função do jornalista é questionar, apurar e mostrar à população ações que possam colocar vidas em risco. Ameaças de morte e

agressões físicas contra jornalistas, condutas criminalizadas pela legislação penal brasileira, constituem graves violações à livre manifestação do pensamento e ao exercício da atividade de comunicação”.

► Em nota conjunta, o Sindicato dos Jornalistas do Amazonas e a Federação Nacional dos Jornalistas destacaram “a importância do respeito que as autoridades públicas devem ter ao livre exercício profissional, bem como à liberdade do trabalho da imprensa para que a sociedade possa ser bem informada”.



Justiça condena Editora Abril a pagar R\$ 471 mil a André Rizek

■ A Editora Abril foi condenada a pagar R\$ 471 mil por danos ao apresentador do SporTV **André Rizek**. Do total, R\$ 401 mil referem-se a danos materiais, e R\$ 70 mil são por danos morais. O pagamento refere-se a um processo na Justiça sobre uma reportagem publicada na revista Placar em 2001.

► Na época, Rizek assinou uma reportagem sobre o uso de cocaína no futebol. Ele diz que o

texto foi editado com trechos que não eram de sua autoria. Um dos personagens, à época jogador juvenil, contestou a forma como foi exposto no texto e entrou com um processo na Justiça.

► Houve acordo para o pagamento de uma indenização. A Abril responsabilizou-se pelos valores, mas no fim [a dívida foi paga apenas por Rizek](#). Já em recuperação judicial, a empresa reembolsou o jornalista com ape-

nas parte do valor, de um total de R\$ 620 mil, e afirmou que ele teria que entrar na fila de credores da empresa para receber o restante.

► Rizek então acionou a Justiça, que agora condenou a editora a pagar os R\$ 401 mil restantes, além de mais R\$ 70 mil por danos morais, uma vez que o profissional foi exposto e teve que pagar uma dívida que era de responsabilidade de sua ex-empregadora.



ABI apoia pedido único de impeachment

■ Uma reunião entre representantes de diferentes partidos, entidades da sociedade civil e

personalidades, entre eles a ABI, aprovou um pedido de *impeachment* unificado do presidente da

República. Foram cerca de cem representantes de instituições que discutiram a consolidação

de 122 pedidos num só protocolo nesta quarta-feira (30/6) na Câmara.

A cultura brasileira perde Artur Xexéo

“A imprensa reflete o País, onde quer que ela esteja. Reflete por áreas. É o melhor veículo para reproduzir a vida cultural brasileira.” (AX)

■ **Artur Xexéo** morreu aos 69 anos, no domingo (27/6). Duas semanas antes, ele foi diagnosticado com um linfoma; internou-se na quinta-feira na Clínica São Vicente, no Rio de Janeiro, para iniciar o tratamento, mas teve duas paradas cardiorrespiratórias, na sexta-feira e no domingo, e não resistiu. Xexéo deixa o companheiro Paulo Severo, após uma união de 30 anos, formalizada há cinco anos.

► Carioca, criado em cidades do interior do Brasil porque o pai, militar, era transferido seguidamente, voltou ao Rio de Janeiro para estudar. Forte em matemática, iniciou um curso de Engenharia,

mas logo mudou para o Jornalismo da Facha.

► Seu primeiro emprego foi na Geral do Jornal do Brasil, em 1976. Dois anos depois, transferiu-se, ainda como repórter, para a sucursal da revista Veja, onde conheceu **Zuenir Ventura**, que Xexéo considerava seu padrinho no jornalismo. Com Zuenir, foi para a revista IstoÉ e, em 1985, para o Jornal do Brasil, como subeditor da Revista de Domingo, o suplemento cultural. A partir daí especializou-se em cultura, mas mantendo um viés de política e comportamento. O próprio Xexéo definiu: “A Veja foi a minha

principal escola, porque, embora nós fôssemos contratados para trabalhar em áreas específicas, todo mundo podia entrar em outra editoria. Foi onde fiz as matérias mais diversificadas. Eu era da Geral, mas fazia cultura quando precisavam”.

► Ainda no JB, notabilizou-se como editor do Caderno B, do caderno de Cidade e subsecretário de Redação. Em 1992, foi convidado por **Merval Pereira**, então chefe de Redação de O Globo, para ser um dos colunistas do jornal. Lá passou 20 anos e conquistou milhares de leitores assíduos, que batiam o recorde

de cartas e telefonemas para o jornal, interagindo – quando o termo ainda não entrara em uso – com as matérias de Xexéo. Trouxe para o jornalismo cultural uma visão *soft*, incluindo a televisão e as manifestações da cultura *pop*. Importante crítico de cinema e teatro, é dessa época a distinção que ele fez entre a crítica e o colonismo de cultura.

► Em 2001, já como editor do Segundo Caderno de O Globo, valorizou entrevistas com personalidades da área cultural e chamava para matérias profissionais do jornal como **João Máximo**, **Daniela Name**, **Hugo Sukman** e

Arnaldo Bloch. Dessa época, em que os impressos reduziam em muito os espaços para a cultura, Xexéo comentou: "Eu trabalho com orçamento, então sei o quanto se gasta com o espaço da crítica. Mas acho que uma das saídas do jornalismo cultural hoje é valorizar o espaço da crítica". Em 2010, não mais no cargo, manteve uma coluna semanal; em 2015, deixou definitivamente o jornal.

► Antes disso, ainda em 2001, passou a fazer comentários na rádio CBN, juntamente com **Carlos Heitor Cony** e **Viviane Mosé**. "Comentamos tudo, qualquer assunto que passa pela frente, só que são cinco minutos diários. [...] No rádio, temos que falar rápido

e pouco. Tem que ser claro, objetivo, rápido", definiu ele.

► Como autor, publicou as biografias *Janete Clair – A usineira de sonhos* e a de Hebe Camargo; *O torcedor acidental*, sobre co-

berturas de Copa do Mundo de que participou; e, em coautoria com Cony e **Heródoto Barbeiro**, *Liberdade de expressão*, sobre os programas de rádio. Como dramaturgo, escreveu os musicais *A*



Artur Xexéo

garota do biquíni vermelho, dirigido por Marília Pêra em 2010, sobre a comediantes Sônia Mamede; e, dois anos depois, *Nós sempre teremos Paris*. Em 2016, homenageou um ícone do samba com o musical *Cartola – O mundo é um moinho*. Assinou a comédia romântica *Minha vida daria um bolero*. Adaptou, também, para o teatro no Brasil, o espetáculo americano *A cor púrpura*.

► Em 2010, passou a comentarista do *Estúdio I*, na GloboNews. Com a boa audiência de suas opiniões sobre cultura, começou a participar, em 2015, da transmissão do *Oscar* pela Globo aberta. Foi ainda jurado do *Domingão do Faustão*.

Fabiola Reipert assina com a Record Entretenimento

► **Fabiola Reipert** assinou contrato com a Record Entretenimento, empresa do Grupo Record voltada ao gerenciamento de carreira, publicidade, eventos, projetos especiais e licenciamentos.

► Comentarista do quadro *A Hora da Venenosa*, ela terá sua carreira gerenciada pela empresa,

que vai trabalhar sua imagem nas redes sociais e gerenciar projetos em diferentes setores. Em maio, **Reinaldo Gottino**, apresentador do *Balanço Geral SP*, também assinou com a Record Entretenimento, tornando-se o primeiro jornalista a entrar para o time da empresa.

► Entre 1998 e 2009, Fabiola esteve no jornal *Agora São Paulo*, do Grupo Folha, assinando a coluna *Zapping*, sobre televisão e famosos. Passou também por SBT, Rede Mulher e CBN. De 2009 a 2016 foi colunista do R7, e desde 2014 está no *A Hora Venenosa*.



Fabiola Reipert

Edu Moraes/Record TV

Agência Pública lança podcast narrativo sobre crimes na Amazônia



► A Agência Pública lançou em 25/6 o primeiro episódio do podcast *Amazônia Sem Lei*, série narrativa acerca das investigações feitas pelos repórteres da Pública sobre o que está em jogo na Amazônia.

► Dividido em dez episódios, um a cada mês, o podcast tem como narradores **Clarissa Levy** e o pro-

dutor de podcasts **Ricardo Terto**. O primeiro programa entrevistou os profissionais que fizeram as investigações da [reportagem](#) que revelou que o gado usado pelo narcotraficante João Soares Rocha para lavar dinheiro foi vendido para grandes frigoríficos.

► Os episódios de *Amazônia Sem Lei* vão sempre acompanhar as

reportagens da série especial de nome que investiga a violência relacionada a regularização fundiária, demarcação de terras e reforma agrária na Amazônia Legal e no Cerrado.

► O podcast está disponível [site da Agência Pública](#), no [Youtube](#) e em tocadores como o [Spotify](#).

Edição 2021 do Jatobá PR dá a largada com 94 cases

Agências-butique lideram com 56 cases, seguidas pelas grandes agências, com 30, e empresas, com oito

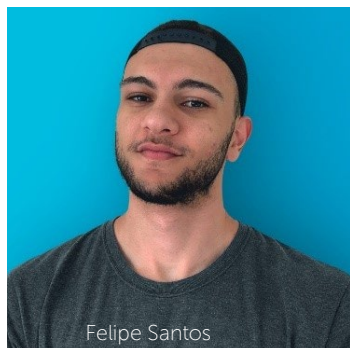
► O **Prêmio Jatobá PR**, que chega à quinta edição, teve seu melhor início de temporada. Deu a largada com 94 cases, que vão se credenciar até setembro para disputar as 21 categorias programadas para a edição 2021 do certame. Desse total, 56 são de agências-butique, 30, das grandes agências e oito, das empresas.

► Essa quantidade, praticamente

o dobro de 2020, quando na fase inicial a premiação recebeu perto de 50 cases, foi motivado pelo desconto de 20% nas inscrições, que vigorou até 31 de maio – mesmo desconto, aliás, concedido em 2020. O Grupo de Comunicação Empresarial (Gecom), mantenedor do *Jatobá PR*, fará uma nova ação promocional garantindo desconto de 15% para as inscrições feitas até 31 de julho.

► Conforme lembra **Hélio Garcia**, diretor do Gecom, as organizações não precisam ter os cases prontos agora, podendo inscrevê-los depois: "Se a agência, a empresa ou a instituição pública tem cases de qualidade para concorrer pode valer-se agora desse benefício e fazer a inscrição depois, até 17 de setembro, prazo final determinado pelo [Regulamento](#).





Felipe Santos

Minas Gerais

■ **Felipe Santos** começou como analista de mídia na Weber Shandwick, após estágio de um ano na Bitcoin ToYou.

Paraná

■ **Caroline Ferroni**, de Londrina, deixou a Trimble Transportation, após um ano como assistente, e começou na TecnoSpeed TI, na função de analista de marketing.

Rio de Janeiro

■ **Débora Vidal** começou há algumas semanas como assessora de imprensa na Documennta, em sua segunda passagem pela agência. Ela também já foi da InPress Porter Novelli.

■ **Renata Neves** começou como head do Departamento de Marketing da Norsul, companhia de navegação com seis décadas de mercado. Com passagem por Globosat e Vale, ela chega à Nor-

sul com a missão de estabelecer processos para *brand awereness*, movimento que faz parte da reestruturação da companhia.

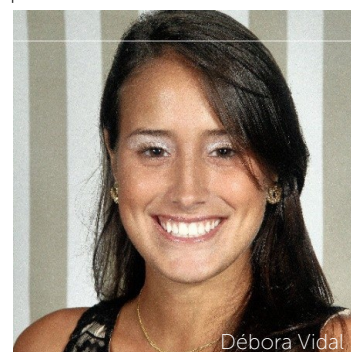
■ **Vanessa Andrade** começou na assessoria de imprensa da Ação da Cidadania. Após dez anos no Governo do Estado, principalmente na área de segurança, em que teve que lidar com muita gestão de crise, está agora para a ONG fundada por Betinho.



Renata Neves



Caroline Ferroni



Débora Vidal



Vanessa Andrade

São Paulo

Afonso Champi deixa a Ferrero do Brasil

■ **Afonso Champi** deixou a Ferrero Brasil, que fabrica os tradicionais chocolates Ferrero Rocher. Esteve na companhia por dez anos como diretor de Assuntos Corporativos Brasil & Argentina. Antes, foi por quase seis anos e meio da Cargill. Está, neste

primeiro momento, atualizando temas da agenda pessoal e, no âmbito profissional, avaliando alternativas, projetos e desafios para o próximo ciclo. **Fernando Careli**, diretor de Corporate Affairs América do Sul, está respondendo pela área.

E mais...

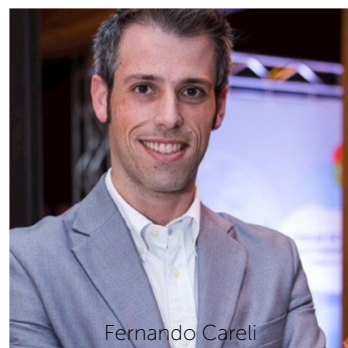
■ **Alex Brandão** deixou a Agência Lema, onde era assessor de imprensa e esteve por um ano e meio, e começou como analista de marketing pleno na Construtora Extó.

■ **Amanda Carvalho**, executiva

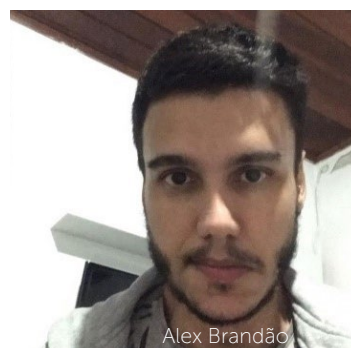
de contas, saiu da Ketchum, após dois anos e quatro meses de casa, e começou como analista sênior na Imagem Corporativa, no atendimento da Sanofi. Antes, vivendo em Brasília, atuou, entre outros, em Correio Braziliense, Jornal de Brasília e InPress Porter Novelli.



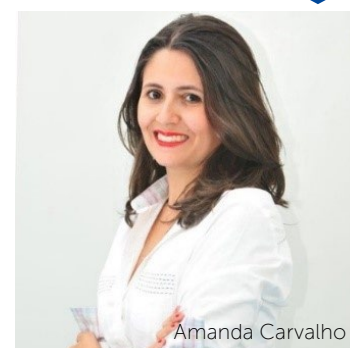
Afonso Champi



Fernando Careli

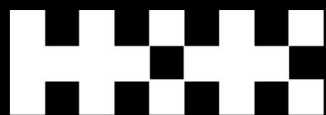


Alex Brandão

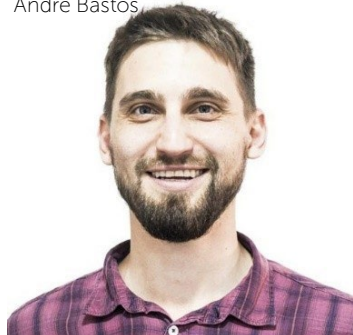


Amanda Carvalho

OFERECIMENTO:

Ideal H+K
StrategiesA IMPRESSÃO
QUE PASSA, FICA

André Bastos



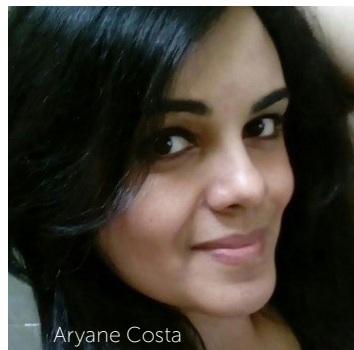
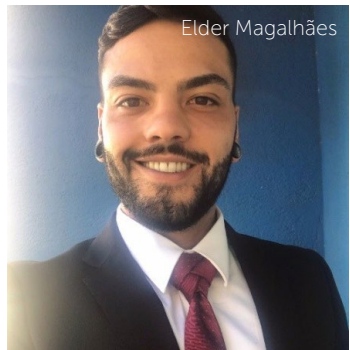
■ **André Bastos**, analista sênior de branding, despediu-se da BRF, onde esteve por um ano e nove meses, e foi para a Interbrand São Paulo como consultor de estratégia.

■ **Anna Helaysa Muniz** integrou-se ao time de marketing digital da RD – Raia Drogasil, na função de analista. Vem de um ano e meio como executiva de contas na JeffreyGroup.



Anna Muniz

Elder Magalhães

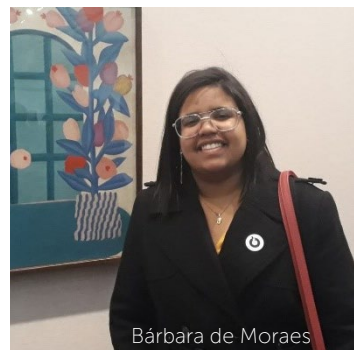


Aryane Costa

■ **Aryane Pereira Costa**, ex-Activa Comunicação, que esteve por cerca de um ano e meio na LLYC, deixou a agência, onde atendeu à Beneficência Portuguesa.

■ **Bárbara Vitória de Moraes** está como assistente de atendimento na LF & Cia Comunicação Integrada.

■ **Bruna Meneses**, que foi por mais de oito anos da Porta-Voz e teve

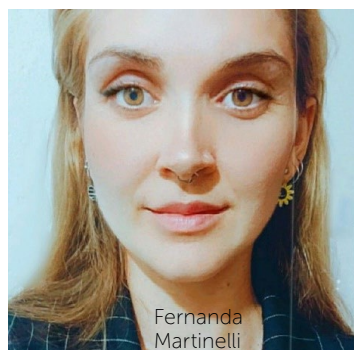


Bárbara de Moraes

■ **Elder Magalhães**, ex-Press à Porter, onde esteve por cinco anos, foi contratado como executivo de atendimento sênior pela Ideal H+K Strategies.

■ **Erika Coradin Giordano Vanes** foi contratada como coordenadora de Atendimento pela Pineapple Hub. Deixou a CDI, onde atuou por um ano e meio como consultora para a Yara.

■ **Fernanda Martinelli G. Gama**, ex-Nube, está agora na comunicação da PR Consulting Brasil.



Fernanda Martinelli



Bruna Meneses

uma passagem de nove meses pela N.A., foi para a Approach, na função de assessora de imprensa.

■ **Camila Cechinel**, executiva pleno, que estava há dois anos na PiaR Comunicação, integra agora a equipe da FSB como executiva sênior para as áreas de tecnologia e inovação.

■ **Camille Nunes** foi para a Heineken, contratada na função de

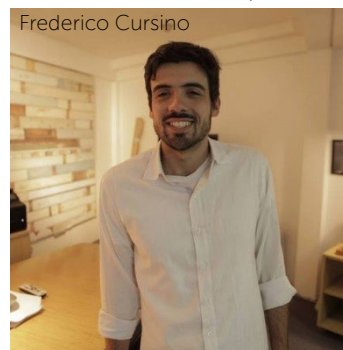


Camila Cechinel

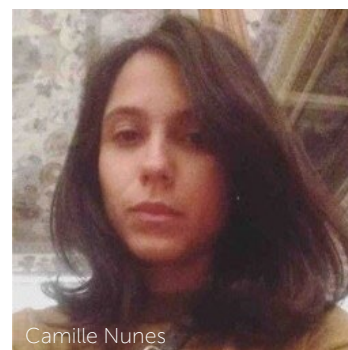
■ **Frederico Cursino**, executivo de contas, deixou a JeffreyGroup e foi para a CDI, na mesma função.

■ **Gabriella Zanini** integrou-se à JeffreyGroup, na função de executiva de contas. Ela estagiou anteriormente por dois anos no Sesc-SP.

■ **Gisele Gomes**, gerente de contas na FleishmanHillard para o atendimento do Mercado Livre, deixou a agência, onde esteve por quase dois anos, e foi para a Hill+Knowlton Brasil.



Frederico Cursino



Camille Nunes

Brand PR. Ex-Press Pass, ela estava há um ano e meio na MktMix.

■ **Carolina Carone**, executiva de contas, deixou a CDN após pouco mais de um ano de casa e está agora como coordenadora de Comunicação na Press FC.

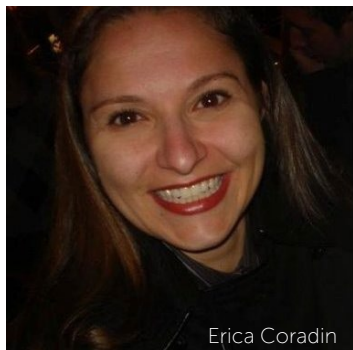
■ **Daniela Damiati Ferreira** assumiu a coordenação de Diversidade e Inclusão do Carrefour. Ela já foi do Ethos e da Serasa Experien.



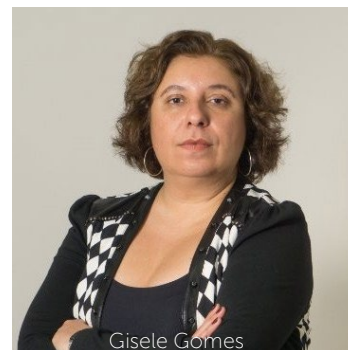
Daniela Damiati Ferreira



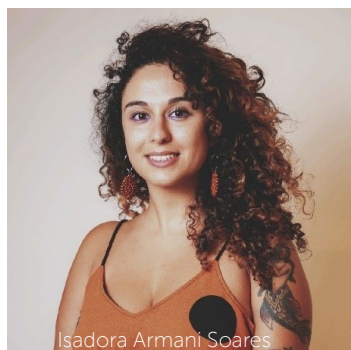
Gabriella Zanini



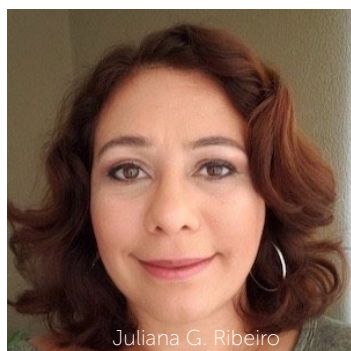
Erika Coradin



Gisele Gomes



Isadora Armani Soares



Juliana G. Ribeiro



Kátia Oliveira

■ **Isadora Armani Soares** deixou a Endemol Shine Brasil, onde atuou por quase seis anos, e começou como gerente do time de comunicações no Agibank.

■ **Juliana G. Ribeiro**, ex-CDN, que foi da Ketchum por quase dois anos e meio, até março, começou na NR-7 Comunicação.

■ **Kátia Okumura Oliveira** transferiu-se da Central Nacional Unimed, onde esteve por 16 anos e era superintendente de Comunicação e Sustentabilidade, para a Seguros Unimed, no cargo de assessora de comunicação.

■ **Leonardo Lira**, ex-BCW Brasil e Capital Informação, começou como executivo de contas da Current Global, agência internacional com sede em Chicago. Contratado para o atendimento da Oracle, uma de suas atividades é divulgar no Brasil a primeira

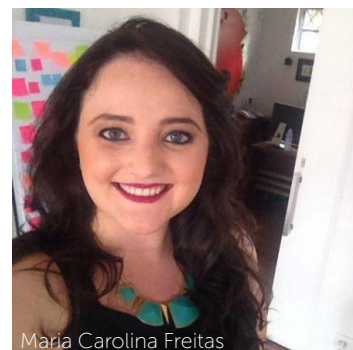
edição do *Oracle Fest*, festival de tecnologia e inovação voltado para as transformações do mundo, o impacto que a tecnologia pode trazer para o varejo, serviços financeiros e empresas de manufatura, principalmente no cenário atual pós-Covid.

■ **Livia Matsumoto**, relações públicas na Tastemakers Brasil, deixou a agência e está agora na DC Set Group, na mesma função.

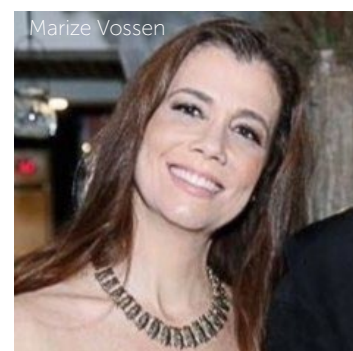
■ **Maria Carolina Freitas** integrou-se à equipe da Máquina CW, como consultora sênior.

■ **Marize Vossen**, ex-Fundamento e SAE Brasil, começou na LVBA como executiva de atendimento.

■ **Nathalya Calil Jorge** despediu-se da JeffreyGroup, onde esteve por dois anos e três meses como gerente de contas e foi para o Estúdio Ondina, como relações públicas e novos negócios.



Maria Carolina Freitas



Marize Vossen



Nathalya Calil Jorge

■ **Patricia Gomez**, que esteve por mais de um ano e meio no Grupo TV1, foi para a Ketchum como analista de marketing de influência.

■ **Paula Zarif** chegou recente-

mente à Index Conectada, na função de atendimento sênior. Ela foi anteriormente, por dois anos e meio, da MxtMix.

■ **Renato Fugulin**, executivo pleno, deixou a BCW Brasil, onde

esteve por quase um ano e meio, e começou na Smart PR, na função de executivo sênior. Ele também já foi da MSL.

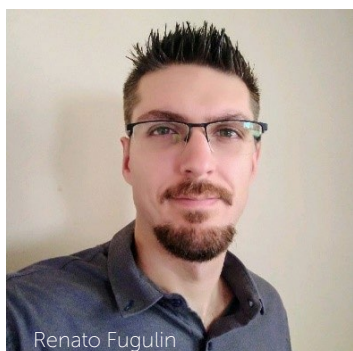
■ **Rudy Ritter**, consultor digital, deixou a LLYC, onde esteve por

três anos. Ao longo da carreira, ele foi também de Bites e Record TV.

■ **Tercio David Braga**, ex-InPress Porter Novelli, que estava na Tamer, começou na FSB, na função de assessor de comunicação.



Paula Zarif



Renato Fugulin



Rudy Ritter



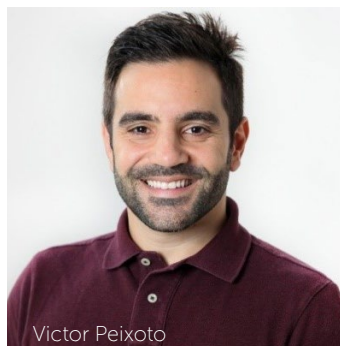
Tercio Braga

■ **Thiago Tufano**, ex-Ideal H+K Strategies e InPress Porter Novelli, foi para a Hill+Knowlton Brasil como gerente de atendimento.

■ **Victor Peixoto** entrou como sócio e consultor sênior da Agência Fato Relevante, responsável pelo atendimento da Decolar. Victor já foi de JeffreyGroup, FSB e Fala Criativa.



Thiago Tufano



Victor Peixoto

Entrou em licença-maternidade

■ **Leticia Veloso**, sócia-diretora da Index desde 2001.



Leticia Veloso

Dança das contas

InPress conquista conta da Riot Games

■ A InPress Porter Novelli assumiu a comunicação da Riot Games, dona dos games League of Legends e Valorant, entre os mais populares no mundo. A agência passa a cuidar das ações de relações públicas da companhia no Brasil e estará centrada na conexão com seus diversos públicos de interesse, além dos fãs incondicionais da marca e jogos, com reporte a **Renata Honorato**, que lidera a área de Comunicações e Public Affairs da companhia no Brasil.

► A conta será dirigida por **Tatiana Wolf**, com atendimento de **Giulia Covre** – que acaba de chegar à

agência, vinda da Smart PR –, **Vitor Daltro de Castro Bertini** e **Isabel Marchenta**, assistente. A gerência é de **Leticia Schustoff**.

E mais...

■ Agência criada recentemente por **Renata Saraiva** (renata-saraiva@agenciaturly.com), a Truly assumiu a Comunicação Institucional e da Divisão Cirúrgica da Alcon, empresa internacional que atua no segmento de cuidados com a visão, cuja head de comunicação para a América Latina é **Luiza Barros**. Estará encarregada do relacionamento com imprensa, influenciadores

digitais, médicos, associações, pacientes, público final e outros. Outras informações com **Lúcia Guimarães** (lucia.guimaraes@).

■ A V3Com, de Curitiba, passou a cuidar da comunicação da Be-tools, startup fundada na capital paranaense que usa a realidade virtual e o conceito de gamificação no ensino da língua inglesa. Outras informações com **Livia Zeferino** (livia@v3com.com.br).

■ Também a B4TComm tem novo cliente na carteira: a Vai Vinho, e-commerce que começou a operar em abril de 2020 e que hoje conta com um portfólio de cerca de 400 rótulos de 11 países.

Outras informações com **Sandra Schkolnick** (sandra@b4tcomm.com e 11-99162-9639) e **Alberto Martins** (alberto@).

■ A LAM Comunicação é a nova agência da Associação dos Advogados de São Paulo – AASP, entidade com 80 anos de vida e mais de 75 mil associados. A conta, que terá a supervisão do sócio **Luiz Antonio Magalhães**, da diretora de Operações **Mariana Spezia** e da diretora executiva **Adriana d'Essen**, será coordenada por **Glauber Canovas** (glauber.canovas@lamcomunicacao.com) e atendimento de **Ricardo da Silva** (ricardo.silva@).

Curtas

■ Até o final da última semana, perto de 63 mil profissionais – dos 100 mil atingidos pela divulgação – acessaram a edição digital do *Anuário da Comunicação Corporativa – 2021*, que traz, entre

outros conteúdos, o *Ranking das Agências de Comunicação*, os indicadores do mercado do segmento, reportagens especial sobre ESG, com algumas das mais importantes marcas do País, e métricas de reputação, com as empresas especializadas da área. O Anuário é editado pela Mega Brasil desde 2009, sempre com os apoios de Aberje e Abracom.

■ Será lançado nesta sexta-feira (2/7), às 15h, pela plataforma Zoom e no canal da Aberje no YouTube, o livro *Comunicação – O Som do Sucesso* (Aberje Editorial), de **Adolfo Corujo**, sócio e chief strategy & innovation officer da LLYC. Participam da programação o diretor-geral da Aberje **Hamilton dos Santos** e **Luiz Serafim**, head de marca e comunicação da 3M Brasil. Sobre a obra, diz **Paulo Nassar**,

diretor-presidente da Aberje e professor da USP: “O maior mérito está em sua escrita, que sabe ser ao mesmo tempo acurada e prazerosa, perspicaz e ágil, educativa e lépida. As deliciosas biografias distribuídas em 18 capítulos iluminam ângulos até então desconhecidos e pavimentam o caminho para análises aprofundadas sobre o valor da comunicação como força empreendedora. Corujo

trata seu leitor como um amigo, a quem convida para ouvir as canções de um álbum que acabou de tirar da prateleira e colocou em seu toca-discos. Assim, resgata essa narrativa de valor educativo e ritualístico”.



Adolfo Corujo

COMUNICAÇÃO
O SOM DO SUCESSO
ADOLFO CORUJO



LIÇÕES DE
COMUNICAÇÃO
DE 18 GÊNIOS
DA MÚSICA



Sudeste

Movimento busca adesão para ladrilhar Escadaria da Liberdade, na Praça Vladimir Herzog

■ Os integrantes da Associação Amigos da Praça Vladimir Herzog decidiram encampar um movimento para recuperar e enobrecer as escadarias des-

se espaço público que fica ao fundo da Câmara Municipal de São Paulo e que foi batizada de Escadaria da Liberdade. A escadaria será inteiramente ladrilhada e

terá como principal elemento, à testa dos degraus, a letra do Hino da República.

■ **Sérgio Gomes**, um dos integrantes da Associação e que também integra o Conselho do Instituto Vladimir Herzog, explica que a praça é um lugar de memória dos valores democráticos, dos direitos humanos e da liberdade e lembra: "Esse espaço está em construção. Já conta com a infraestrutura e algumas obras de arte assinadas por artistas como **Elifas Andreatto**. Para concluir a obra, pedimos a contribuição de quem se identifica com esses valores. O trabalho está em execução, tendo iniciado em 27/6, com prazo de conclusão para

8/7, aniversários de Vlado Herzog e de Clarice Herzog, respectivamente. Ele completaria 84 e ela vai completar 80".

São 17 degraus e 674 letras. O pleito é de uma contribuição de R\$ 15,00, valor que dará ao doador o direito de escolher uma das letras do Hino, que estará na escadaria. Os dados para depósito são os seguintes:

- Chave Pix 32998382428 (celular)
- Depósito ou transferência – Caixa Econômica Federal, agência 0151, conta corrente 00034351-3, em nome de Alexandre Fernando da Silva, CPF 632602986-49



Os ladrilhos com o Hino serão aplicados na parte frontal dos degraus.

V3A inaugura escritório em São Paulo

■ A **V3A**, agência de *live marketing* com sede no Rio, inaugura escritório em São Paulo e come-

mora a chegada de novas contas.

► Depois de uma reestruturação,

como resultado dos impactos da pandemia, a agência concentrou sua atuação em dois pilares: *On demand*, liderado por **Marcos Jochimek**, para atender a demanda de comunicação dos clientes, e *Ventures*, que constrói plataformas proprietárias, sob o comando de **Victor Vocos**.

► Chegaram novos clientes, como Petrobras, Icatu e Oi. A sede no Rio (rua Barão de Jaguaripe, 181, inforj@v3a.ag e 21-2212-1450), que ocupa um prédio

inteiro em Ipanema, passou por uma reforma. Em São Paulo (rua Estados Unidos, 96, infosp@v3a.ag e 11-2967-6368), a nova instalação, com mais de 500 m² no Jardim América, é assinada pela arquiteta Paula Neder.

► A nova marca resulta da aquisição da Zerotrês e fusão com a VZA Expomídia, além da compra de 50% do *Prêmio eSports Brasil*, na área de games na América Latina.



A sede da agência em São Paulo



Victor Vocos e Marcos Jochimek

São Paulo-Interior

■ **Paulo Zocchi**, presidente do Sindicato dos Jornalistas de SP, reuniu-se com o secretário de Segurança Pública de São Paulo, general João Camilo Pires de Campos, para pedir maior rapidez e empenho na investigação do [ataque ao jornalista José Antônio Arantes](#), em Olímpia. Sua residência e sede do jornal Folha da Região de Olímpia e da Rádio Cidade foi atacada de madrugada por um homem que se aproximou do imóvel, jogou material combustível e ateou fogo. O bombeiro

Cláudio José Azevedo Assis assumiu a autoria do ataque.

► "Três meses após o atentado, a investigação pouco andou, e Arantes vem sofrendo uma escalada de ataques. Até o momento, foi citado em seis processos por danos morais e perdas e danos, e relata ter sido alvo de outros processos que não prosperaram na Justiça", escreveu o sindicato em seu site.

■ Grupo EP e Rede Bahia, afiliadas da Rede Globo, investem na *foodtech* Goomer, originária de Sorocaba, que atua no segmento

de alimentação através de totens e cardápios digitais dentro dos estabelecimentos. Com a pandemia, a *startup* acelerou sua plataforma de *delivery* integrada ao

WhatsApp: a *GoomerGo*. A ideia é ampliar e evoluir a ferramenta, bem como o atendimento da *foodtech* para os bares e restaurantes do portfólio.

3ª Edição

Programa Completo em

Diversidade nas Organizações

10 de agosto

até 9 de dezembro

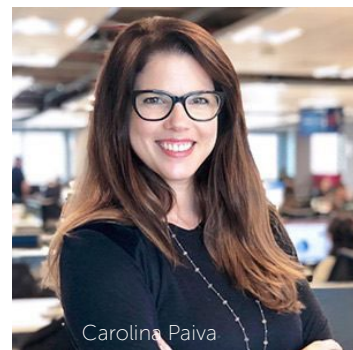
Aberje Rio discute *Employee Experience*

■ O Capítulo Rio da Aberje realiza em 13/7 seu 80º encontro, agora virtual. Recebe convidados especiais para discutir, das 16h30 às 18h, o tema *Employee Experience*. Os palestrantes são **Carolina Paiva**, gerente executiva de Comunicação Interna e Marca Empregadora da TIM Brasil, e diretora do Capítulo Aberje Rio; e **Gustavo Ramos**, head de Cultura, Comunicação Interna, Diversida-

de e *Employer Branding* no iFood.

► O evento é aberto aos colegas da academia e do mercado de comunicação, visando a estimular uma rede de discussões temáticas. Ocorre na plataforma Zoom da entidade, com [inscrição prévia](#) e sem taxa, mas as vagas limitam-se à capacidade da sala online.

► Quem tem mais informações é Érica Garcia (erica@aberje.com.br ou 11-5627-9090 ramal 881).



Esquecido pela Justiça, Santiago é lembrado pela família e amigos

■ **Vanessa Andrade**, em paralelo a sua atividade profissional, luta por uma causa particular. Ela é filha única de **Santiago Andrade**, cinegrafista da Band que

morreu com o disparo de um rojão durante protestos de rua, em 2014, no Rio. Os assassinos ficaram presos por um ano, e hoje somente usam tornozeleira

eletrônica. Há sete anos a família aguarda uma decisão da Justiça para marcar o júri popular, o que não acontece.



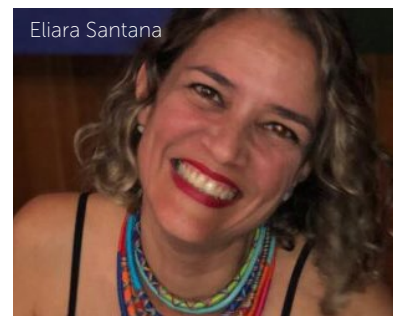
ABI oferece curso para entender a manipulação das notícias

■ Sob a curadoria de **Eliara Santana**, jornalista que é doutora em Linguística e pesquisa o discurso midiático, a ABI oferece um curso para entender a manipulação de notícias. Serão quatro módulos, com oito aulas de duas horas cada. Entre os convidados para as aulas estão Ângela Carrato, da UFMG; **Anna Christina Bentes** e **Cláudia Wanderley**, ambas da

Unicamp, do Instituto de Estudos da Linguagem e do Centro de Lógica e Epistemologia, respectivamente; **Daniella Lopes Dias Ignacio**, da PUC Minas, e **Leticia Sallorenzo**, da UnB.

► O curso aborda manipulação da informação; *fake news* e outros tipos de desinformação, principalmente sobre a pandemia; estratégias discursivas como

um projeto político intencional e de grande alcance, que envolve um ecossistema estruturado; e decodificação e análise das informações encontradas na mídia em diferentes formatos. As aulas começam em 14/7, e serão sempre às quartas-feiras, às 19h30. O custo de R\$ 100 será destinado à ABI. As inscrições podem ser feitas pelo e-mail abiconsorsonline@abi.org.br



Revista PQN discute diversidade e inclusão no mundo corporativo

■ O *Mês do Orgulho LGBTQIA+* abre espaço para muitas discussões. Uma delas é sobre a diversidade e inclusão no ambiente corporativo. Na atual

edição da revista digital Pão de Queijo Notícias, diversas personalidades conversam e opinam sobre o assunto. A conclusão geral é que o fato mais

importante nessa discussão é a necessidade de colocar em prática todos os princípios que a empresa diz ter.



Duo Clara e Sofia é destaque na série *Fora do Normal*, da Rede Minas

■ O universo jovem invade a série *Fora do Normal*, na Rede Minas. A atração, todas as quartas, às 20h30, é um bate-papo de integrantes de outros programas da emissora com personalidades artísticas. Quem entra nesse

rodízio esta semana é **Tatiane Coura**, diretora do *Coletânea*, de clipes de ritmos que agradam aos jovens. Para marcar sua estreia no *Fora do Normal*, ela recebe o DJ Topo e o duo mineiro Clara e Sofia para falar sobre mudanças

no consumo de música, o TikTok e a importância dessa plataforma para a cena musical e artística. Já passaram pelo *Fora do Normal* equipes dos programas *Noturnos*, *Hypershow*, *Alto-Falante*, *Harmonia* e *Arrumação*.



Jornalismo no interior mineiro

■ Minas Gerais é um estado com diferentes culturas. Isso fica bem claro na culinária, por exemplo. O norte de Minas é marcado por carne de sol e pequi, enquanto a região histórica de Ouro Preto e outras cidades no entorno são especializadas no famoso *Bambá de Couve*. Em relação ao jornalismo, à imprensa e à comunicação em geral, não é diferente, o interior tem suas particularidades. ► Como em todo ambiente profissional, existem vantagens e desvantagens no jornalismo pelo interior. Para **João Gabriel Freitas**, jornalista há 23 anos do *Jornal da Cidade*, em Poços de Caldas, existem agora mais desvantagens: "Talvez, a vantagem, neste momento, seja apenas morar no interior, pois a imprensa, geralmente, é desvalorizada. Além

disso, existe uma grande dificuldade na captação de publicidade, especialmente junto a grandes empresas e poder público, situação de grande empecilho na manutenção dos veículos".

► Existem outras questões, que também afetam os veículos na capital, como a digitalização dos jornais impressos, que estão perdendo sua configuração original para um novo estilo, sendo necessária uma adaptação rápida.

► "A imprensa ainda enfrenta o avanço cada vez maior do formato digital e a concorrência de redes sociais e de portais de notícias, a proliferação das *fake news* e os ataques motivados por ideologia política. O *Jornal da Cidade* encerrou sua edição impressa diária em janeiro de 2021 e atualmente só circula em formato

digital, mantendo o portal de notícias, haja vista que os custos operacionais estavam tornando a atividade inviável financeiramente", afirma João Gabriel.

► Segundo ele, muitos impressos do interior vivem a mesma situação, mas por orgulho ainda não admitem: "Acredito que consideram que migrar o jornal para o digital seja um passo para trás, quando, na verdade, é a única forma de sobrevivência do jornalismo impresso. Os grandes jornais têm mais circulação digital do que impressa".

► Ao ser questionado sobre qual a maior diferença da produção jornalística fora das capitais, destaca que existe uma pressão menor ao se fazer o jornalismo no interior: "Os prazos acabam sendo mais dilatados e o jor-

Jornal da Cidade



nalista tem um pouco mais de disponibilidade para produzir o conteúdo". Mas acrescenta que o profissional acaba até mesmo exercendo mais funções, como edição e fotografia.

(*) Com a colaboração de **Admilson Resende** (aresende@zoomcomunicacao.com.br – 31- 8494-9605), da Zoom Comunicação (31-2511-3111 / 8111)

Centro-Oeste

Com a chegada de Rudolfo Lago, Edson Sardinha e Amanda Audi assumem novas funções no Congresso em Foco. Marcelo Zagon começa no portal

■ Conforme já informado, **Rudolfo Lago**, que estava há pouco mais de dois anos no *Jornal de Brasília*, assumiu na semana passada o cargo de diretor do *Congresso em Foco Análise*. O JBra ainda não definiu a substituição dele, mas quem assume interinamente como editor-chefe do veículo é **Vanessa Lippelt**, até então editora executiva e braço direito de Rudolfo.

■ O novo cargo de Rudolfo no Congresso em Foco, ele estará à frente da equipe responsável por pesquisas e serviços de informação e análise junto aos assinantes,

que inclui, entre outros produtos, o *Congresso em Foco Insider*. Trata-se de um pacote de informações exclusivas e estratégicas de alertas por celular (inclusive em áudio e vídeo), agenda semanal sobre os bastidores do poder, resumo da semana e *Farol Político* – análise semanal de cenários produzida pelos cientistas políticos e economistas **André Sathler** e **Ricardo de João Braga**.

► Sobre o novo cargo, disse Rudolfo a este J&Cia: "Me empolga muito este novo trabalho, pois já há algum tempo vinha bus-

cando um caminho profissional como analista político, desde minha passagem pelo *Correio Braziliense*, em que cuidava da coluna *Entrelinhas*. Esse convite do CF veio justamente me dar essa possibilidade de virada". Ele também reconheceu o trabalho que desempenhou no JBra, em um momento crítico da publicação: "Foi uma experiência muito bacana por lá, em que conseguimos fazer um bom trabalho".

► O CF passa por outras mudanças. Com a chegada de Rudolfo, **Edson Sardinha**, que estava no trabalho de Análise, assume a

função de diretor de Redação e passa a liderar a equipe a pensar em produções multimídia, como *podcasts*, *webinars* e vídeos. **Amanda Audi**, que havia assumido em dezembro último a direção executiva, responde agora pela Diretoria de Mobilização, que compreende os canais de comunicação com o público, passando a dedicar-se a reportagens especiais. Por lá também começou nesta semana **Marcelo Zagon**, para cuidar da gestão administrativa do portal, incluindo operações de marketing.

Curtas-DF

Fenaj entrega abaixo-assinado pela vacinação a autoridades de Saúde e Congresso

■ A Fenaj enviou em 25/6, a autoridades de Saúde e Congresso Nacional, abaixo-assinado pela inclusão de jornalistas no *Plano Nacional de Imunização (PNI)* contra a Covid-19. Subscrito por 7.222 pessoas até 21/6, o documento reforça o entendimento de que jornalistas exercem, nessa pandemia, atividade considerada essencial em decretos federal, estaduais e até municipais, e, por isso, estão sujeitos ao risco elevado de contaminação e óbito pela doença. De acordo com a entidade, até 2/6, foram registradas 155 mortes de profissionais por Covid, num período de 153

dias, representando um aumento de 277% na média mensal de mortes em comparação a 2020, quando foram registradas 80 mortes. Ou seja, a média de uma morte por dia.

► Segundo **Maria José Braga**, presidente da Federação, o documento foi enviado ao Ministério da Saúde, à Comissão Técnica do Ministério da Saúde responsável pelo *PNI*, ao Conselho Nacional de Secretários Estaduais de Saúde, Conselho Nacional de Secretarias Municipais de Saúde e aos deputados e senadores. A Fenaj orientou ainda as direções sindicais a avaliarem a pertinência

do envio do abaixo-assinado às autoridades estaduais e municipais. Ela também atua em outras frentes, no Congresso, para que os jornalistas sejam inseridos entre os grupos prioritários do *PNI* via projeto de lei 1317/2021, do deputado federal Dagoberto Nogueira (PDT/MS), e aderindo às campanhas *Vacinação Já* e pela transparência dos dados sobre a vacinação.

► Na mesma semana, pela segunda vez em seis meses, o Governo do DF havia recusado o pedido dos sindicatos de Radialistas e Jornalistas para que as respectivas categorias fossem

incluídas entre os grupos prioritários para vacinação. A Secretaria de Saúde de Brasília alegou "atuar em conformidade com as diretrizes do Ministério da Saúde".

► Enquanto isso, na vizinha Goiás, o governo anunciou em 25/6 que recebeu nova remessa da Pfizer e que 90% dos imunizantes serão aplicados nos municípios por faixa etária. E 10% deles serão destinados a grupos específicos, como lactantes, garís e profissionais de imprensa. "É justo! A comunicação é nossa aliada no combate às *fake news*", ressaltou o governador Ronaldo Caiado.

E mais...

■ O Grupo JBR, que edita o *Jornal de Brasília*, anunciou que sofreu um ataque cibernético que impossibilitou a circulação do jornal impresso nessa segunda-feira (28/6). Segundo o jornal, que se viu obrigado a desculpar-se com os leitores e assinantes, o sistema de informática travou na tarde de domingo, impedindo os profissionais de prosseguirem com a edição da publicação.

■ **Thais de Mendonça**, professora da Faculdade de Comunicação da UnB e que teve passagens por diversas redações, lança em 29/7, no site da [Editora Desconcertos](#), seu primeiro romance, *A vida em primeira pessoa*. Na obra, um candidato talhado à medida para encarnar a figura mítica do

herói salvador; uma jornalista ávida por afirmar-se no cenário competitivo de Brasília; e uma série de mortes misteriosas no entorno da Presidência da República. Assim, o livro discorre sobre os bastidores da política e o exercício do poder midiático no Planalto Central. Versa ainda sobre o que é o amor, assim como a religião e o suicídio, temas que vão sendo desenvolvidos por meio da personagem principal, a jornalista Martina Mirabella, mineira de Belo Horizonte.

► Autora de seis livros nas áreas do jornalismo e da saúde, Thais definiu que, tecnicamente, o enredo pode ser considerado um *roman à clef*, característica dos romances que têm um contraponto na realidade, a partir

da qual a autora brinca com o espaço público e os personagens são deslocados de contexto para compor a história. "A trama é baseada numa história real e os personagens, principalmente



Thais de Mendonça

os políticos, são inspirados em figuras de carne e osso", revela.

► O prefácio da obra é do também professor da UnB **Paulo Paniago**; assim como **Ana Lúcia Medeiros**, que assina a orelha e a contracapa.



O presente

A fúria do vento redobrava no meio da noite. Arrojava a embarcação no dorso de cada **vagalhão**, que se abria em desníveis imensos. No leme ia um homem determinado, que enfrentava a fúria da tempestade para cumprir a promessa de levar ao filho doente o seu último

presente de Natal. No barraco simples a mulher dividia-se entre condoer-se com o estado quase terminal do filho e a angústia de saber que o marido estava enfrentando as terríveis procelas do mar revolto. O sono pesou, dormiu e na manhã encontrou na soleira da porta o presente pro-

Por Plínio Vicente (pvsilva42@gmail.com), especial para J&Cia

metido. Só bem depois vieram os pescadores trazendo o corpo daquele que não viera em vida, mas que cumprira a promessa feita. Como, ninguém jamais soube.

Vagalhão – [De vaga¹ + -alhão.] – Substantivo masculino – 1. Grande vaga¹ (Aurélio).



(*) Plínio Vicente é editor de Opinião, Economia e Mundo do diário Roraima em tempo, em Boa Vista, para onde se mudou em 1984. Foi chefe de Reportagem do Estadão e dedica-se a ensinar aos focas a arte de escrever histórias em apenas 700 caracteres, incluindo os espaços.

Nordeste

Ceará (*)



■ **Roberta Fontelles Philomeno** deixou o Grupo O Povo e foi para o Grupo Cidade de Comunicação.

■ O jornal O Estado lança campanha contra a Covid-19 com apoio da Assembleia Legislativa do Ceará e do Sistema Federação das Indústrias do Estado do Ceará.

■ **Rebeca Xavier** é a nova editora de O Estado Online. Ela acumula

a direção de Marketing do jornal.

■ **Kezya Diniz** é a nova garota-propaganda do SFiec.

■ **Morais Filho** está de volta à Rádio Assunção Cearense com o seu *Liberdade de Expressão*, às 16h30.

■ **Stênio Holanda** foi eleito presidente do Comitê de Imprensa, Rádio e Televisão da Câmara Municipal de Fortaleza.

■ Nesta quarta-feira (30/6) tem eleição para a diretoria da Associação Cearense de Jornalistas do Interior. Duas chapas disputam a eleição: Chapa 1, para a reeleição de **João Ferreira**; e Chapa 2, encabeçada por **Walter Bardawil**.

■ A TV Fortaleza estreou o programa *Resenha de Artilheiro*, às segundas-feiras, às 19h30.

■ Faleceu o radialista **Miguel Messias**, que teve passagens destacadas na crônica esportiva de Ceará, Bahia e Pernambuco. Messias cobriu quatro Copas do Mundo. Trabalhou nas rádios Sociedade da Bahia, Clube de Pernambuco, Ceará Rádio Clube,



Miguel Messias

Iracema, Verdes Mares, Metropolitana e Pitaguary.

■ Também faleceu **Toni di Moraes**, locutor e músico com atuação em emissoras de rádio de Aracati e Fortaleza. Ele sofreu um AVC e não resistiu morrendo nessa terça-feira (29/6), aos 56 anos de idade.



Toni di Moraes

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

Maranhão (*)

TVs realizam programas especiais de São João

■ Este ano, as tradicionais festas juninas do Maranhão tiveram que ser comemoradas respeitando as medidas de isolamento social. Para não deixar passar em branco o São João, as TVs do estado realizaram ao longo do mês programas especiais para matar a

saudade dos ritmos juninos. Das treze emissoras maranhenses de televisão que operam em São Luís, cinco fizeram algum programa alusivo ao período.

► A TV Mirante, afiliada da Rede Globo, levou ao ar o especial *Nossa Fogueira*, em homenagem a grandes nomes da cultura popular maranhense. O programa contou com atrações culturais, como bumba meu boi, tambor de crioula e cacuriá. Com apresentação de **Heloisa Batalha** e **Lucas Vieira**, foi exibido em 19/6, com duração de uma hora e meia.

► As manhãs de sábado do mês contaram com o *São João das*

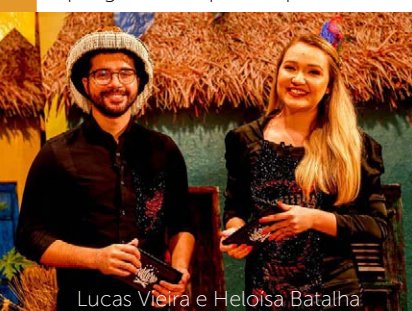
Tradições, na TV Difusora (SBT). A programação teve a participação de grupos de quadrilhas juninas e bumba-meu-boi. Um trio elétrico montado pela emissora percorreu as ruas da capital maranhense levando várias atrações. **Yago Brandão**, **Keith Almeida** e **Raquel Rocha** apresentaram o especial e repórteres de outras cidades maranhenses fizeram entradas ao vivo mostrando apresentações de grupos juninos de todo estado.

Entra foto, com essa identificação
► Em comemoração aos seus dez anos e ao período junino, a TV Guarã (RecordNews) promoveu o *ArraiLive*. A TV Assembleia

transmitiu três noites do *Arraiá do Povo em Casa*, exaltando o São João do Maranhão e toda a sua diversidade cultural. E a primeira emissora universitária do estado contou em sua programação com o *Arraiá TV UFMA*.



Keith Almeida e Yago Brandão



Lucas Vieira e Heloisa Batalha

(*) Colaboração de Railson Lima (jorn.railsonlima@gmail.com e 99-99159-1491)

Siga nossas redes sociais:

/jornalistasecia

/portaldosjornalistas

/jornalistasecia

/portal-dos-jornalistas

Sul

■ **Léo Saballa Jr.** e **Simone Lazzari** são os novos âncoras do *Bom Dia Rio Grande* (RBS TV). Saballa, que apresentou o jornal de 2014 a 2015, está de volta ao noticiário após seis anos.

■ **Carla Fachim** deixou o Grupo RBS em 22/6, após 25 anos de contribuição, para dedicar-se à novo projeto que envolve o universo feminino, maternidade, viagens, entre outros. **Daniela Ungaretti** e **Elói Zorzetto** ocuparam a bancada do *RBS Notícias*, que Carla apresentava.

(*) Com o portal Coletiva.Net

■ **Regina Lima** passou a integrar o time de comentaristas do Grupo RSCOM. A apresentadora está no *Jornal da Manhã*, das 7h às 8h; no *Jornal Leouve*, das 12h às 13h; nas rádios Jovem Pan 90,7 e 92,5; *Viva* 94,5; *Serrana* 106,1 e 107,0; e *Amizade* 89,1, além de fazer comentários nas editorias de Comportamento, Entretenimento, Espectro Feminino e Moda.

■ **Flávio Dutra**, atual coordenador de Comunicação Social da Prefeitura de Porto Alegre, está deixando o cargo. Em entrevista ao *Coletiva.net*, ele afirmou que

o motivo para o afastamento está relacionado a razões de saúde. Explicou que teve problemas coronarianos e que precisaria distanciar-se do ritmo intenso do trabalho na prefeitura. Seu substituto será **Luiz Otávio Prates**.

■ Em comemoração aos 82 anos de emancipação de Canoas, a Agência GBC lança um jornal impresso no município, com distribuição gratuita, que traz reportagens sobre as transformações da cidade. A edição comemorativa marca o início do projeto, mas a equipe planeja

uma edição semanal no segundo semestre.

■ O Ocergs abriu [inscrições](http://inscricoes) para a quinta edição do *Prêmio Cooperativismo Gaúcho de Jornalismo 2021*. O valor de R\$ 45 mil será dividido entre os vencedores de seis categorias: *Jornalismo Impresso*, *Telejornalismo*, *Webjornalismo*, *Radiojornalismo*, *Fotojornalismo* e *Mídia Cooperativa*. O objetivo é reconhecer trabalhos jornalísticos que valorizem os reflexos econômicos e sociais promovidos pelas cooperativas gaúchas.

Norte

■ O jornalista, compositor e escritor amazonense **Náferson Cruz** foi empossado como novo membro correspondente da Academia Internacional de Artes, Letras e Ciências (Alpas 21). Ele, que vai ocupar a Cadeira de número 42, ressalta que a Alpas 21 faz um belo trabalho e que está honrado em fazer parte da academia. "Meu ingresso deu-se pela difusão da cultura, do jornalismo e da literatura na Amazônia ao longo de quase duas décadas".

► Membro da Academia de Letras e Culturas da Amazônia (Alcama), Náferson é compositor de mais de obras para o *Festival Folclórico de Parintins*. Foi correspondente do UOL/Folha de S.Paulo no Amazonas e

atuou nos jornais *O Estado do Amazonas*, *A Crítica*, *Diário do Amazonas*, *Dez Minutos*, *A Tarde*, *Amazonas Em Tempo* e nos portais BNC e *Revista Cenarium*.

■ **Janaína F. Silva** e **Jefferson R. Silva**, egressos do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal do Amazonas, representarão o Estado no 1º *Congresso de Comunicação do Campo das Vertentes*, organizado pela Universidade Federal de São João del-Rei, em Minas Gerais. O objeto de estudo dos pesquisadores foi a cobertura jornalística realizada pelo *Diário do Amazonas* durante a crise do oxigênio na cidade de Manaus, em janeiro de 2021.

■ **Sinny Lopes**, colunista e editor do portal *Fest'Norte*, foi o



Francine (esq.), Ana Célia, Vera e Elaíze

convidado da *live* do SRzd de segunda-feira (21/6). A entrevista, que fez parte da programação especial do *SRzd Parintins 2021*, foi pelo Facebook e pelo YouTube do portal.

■ **Ana Célia Ossame**, **Francine Tapajós**, **Vera Lu** e **Elaíze Farias** participaram da manifestação do último dia 19/6 pelo *#Fora-Bolsonaro*.

■ **Midiã Viana**, editora do portal @d24am, apresentou durante a semana que passou o programa *Diário da Manhã* (FM 95.7), com transmissão por @tvdiariorecordnews e @radiodiariofm.

■ **Rubens Alves** e **Mencius Melo**



Rubens Alves e Mencius Melo

estiveram entre os organizadores da apresentação do *Boi Bumbá Garantido* durante a *live* do *Festival de Parintins 2011*, no último final de semana.

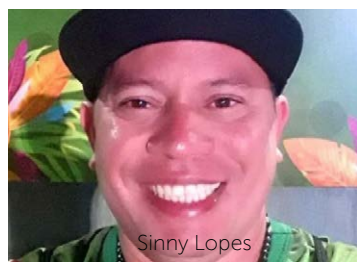
(Com a colaboração de **Chris Reis**, da coluna Bastidores – chrisreis05@gmail.com)



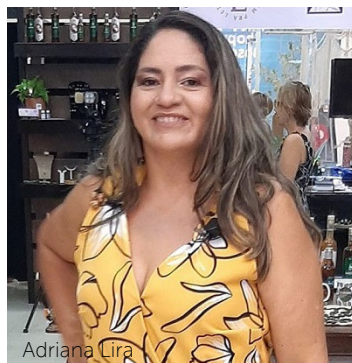
Midiã Viana



Náferson Cruz



Sinny Lopes



Adriana Lira

■ **Adriana Lira** produz e apresenta o programa *Tudo Mulher*, aos sábados, às 11h30, na Rede TV, canal 47.1, e também no canal do YouTube. O programa procura abranger todas as classes, destacando a moda paraense, as artistas que trabalham na noite de Belém, esteticistas e profissionais de beleza.

■ **A rádio CBN Belém** passou por algumas mudanças. **Douglas**

Max Sousa



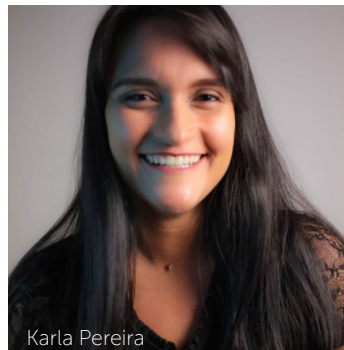
Dinelli foi desligado. **Max Sousa**, que apresentava o *Estação de Notícias* e os boletins locais da manhã, passou a ancorar o *Tarde de Notícias*, programa que Dinelli comandava. Max também é locutor esportivo na rádio e está na emissora desde a inauguração dela em Belém, há três anos.

► Recentemente, **Danilo Pires** foi desligado da Coordenação de Jornalismo e quem assumiu foi **Tatiane Lobato**, que saiu da TV Liberal para a função. Em julho, a CBN Belém fará algumas mudanças na programação.

■ **Cleide Magalhães** desligou-se da redação do Grupo Liberal depois de dez anos, onde atuou como repórter C. Há uma semana, ela está na área da comunicação pública fazendo parte da Coordenadoria de Comunicação (Comus) da Prefeitura de Belém, como diretora do Núcleo de Informação e Documentos (NID).



Cleide Magalhães



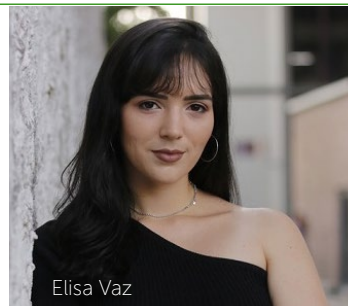
Karla Pereira

■ **Karla Pereira** é a nova gerente de atendimento da agência *Levant Ideias Comunicação*. Em maio, quem deixou a agência foi **Cecilia Lobão**.

■ **Adriana Pereira** passou no processo seletivo da *Florapac*, de *Paragominas*, e é a nova analista de comunicação e marketing dessa empresa madeireira que fabrica MDF. **Adriana**, assim, deixa a agência *Levant*.



Adriana Pereira



Elisa Vaz

■ O Grupo Liberal lançou na semana passada o projeto *Liberal Creators*, para potencializar a carreira e audiência de criadores de conteúdo que já estão no mercado e dar voz a novas pessoas e, com isso, oferecer novas possibilidades de produtos comerciais nos veículos do Grupo. **Jorge Bentes**, ex-portal Roma News, é o gerente de Entretenimento e Branded Content do Grupo Liberal, e está no projeto, ao lado dos jornalistas **Gabriel Pinheiro** e **Elisa Vaz**.

(Com a colaboração de **Dedé Mesquita** – dedemesquita@gmail.com)



Gabriel Pinheiro

Projeto Vozes da Floresta oferece bolsas-reportagem para comunicadores indígenas

■ O projeto *Vozes da Floresta*, em parceria com o ((o))eco, oferece bolsas-reportagem e mentoria para jovens comunicadores indígenas. A iniciativa incentiva os bolsistas a trazerem suas perspectivas sobre os impactos da crise climática em seus territórios. As inscrições vão até 8 de julho.

► De agosto a outubro, os selecionados desenvolverão reportagens com mentoria dos jornalistas **Aydano André Motta**, do *Projeto Colabora*, e **Daniele**

Bragança, de ((o))eco. Também participarão de encontros com conselheiros convidados, especialistas em questões indígenas, de meio ambiente e mudanças climáticas. Em novembro, as reportagens serão publicadas nos sites do *Colabora* e do ((o))eco.

► [Para fazer a inscrição, basta preencher este formulário](#). Os candidatos devem identificar-se como indígenas, ter entre 18 e 30 anos e experiência ou interesse em jornalismo e comunicação.

É preciso sugerir ao menos uma pauta associada a um ou mais dos temas promovidos pela *COP26*, a *Conferência das Partes das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas*: adaptação e resiliência, natureza, transição energética, mudança acelerada para transportes rodoviários carbono-zero e finanças/economia verde.

► Cada bolsa tem o valor de R\$ 3 mil. Os selecionados receberão também auxílio-internet,

para que possam participar dos encontros de forma online por causa da pandemia. Pelo menos duas das bolsas serão destinadas a mulheres.



Mais
Premiados

Leandro Fidelis e Hellen Santos levam o Prêmio Alltech de Jornalismo

■ A Alltech anunciou os vencedores da quinta edição do *Prêmio Alltech de Jornalismo*, que reconhece trabalhos jornalísticos sobre inovação e tecnologia dentro no agronegócio. Os vencedores das duas categorias foram anunciados durante o *Alltech ONE Simpósio de Ideias*, encerrado em 25 de junho.

► Na categoria *Agricultura*, o primeiro colocado foi **Leandro Faria de Castro Fidelis**, repórter da Revista Safra ES, com a reportagem [Café commodity x especial: vale a pena investir?](#). E na categoria *Criação e Nutrição Animal*, a vencedora foi **Hellen Crishi Piccolo Santos**, da TV Globo, com a reportagem [Leite orgânico avança entre produtores paulistas](#), que contou com a participação de **Maurino Marques, Fabíola Marzabal, Alexandre Dantas, Francisco Maffezoli Jr. e Renata Puccinelli**. A comissão julgadora foi formada por representantes da Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e da Alltech.

► Tradicionalmente, os vencedores do prêmio recebem uma viagem para o *Alltech ONE Simpósio de Ideias*, realizado anualmente em Lexington, no Kentucky (EUA), mas por causa da pandemia o evento

foi online neste ano. Leandro e Hellen receberam então homenagens e um prêmio em dinheiro de R\$ 8 mil cada, o equivalente ao custo de uma viagem para Kentucky.



Prêmio Jornalista de Impacto 2021 abre inscrições

■ A PonteAponte e a Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto abriram [inscrições](#), até 10/9, para o *Prêmio Jornalista de Impacto 2021*. Com o objetivo de fomentar o debate acerca de investimentos e negócios de impacto no Brasil, a premiação reconhecerá reportagens e iniciativas de profissionais e veículos de comunicação que abordem o tema.

► Estruturado em quatro novas categorias em relação às edições anteriores, o prêmio contempla reportagens veiculadas de 1º/2/2020 a 10/9/2021 com R\$ 3.500 para o vencedor de cada categoria: *Texto*; *TV e vídeo*; *Rádio e podcast*; e *Conteúdos produzidos em contextos periféricos*.

► Cada vencedor e finalista também receberá um certificado de reconhecimento com o nome da reportagem e do veículo, além de tê-la divulgada na mídia e em um *e-book* para *download* gratuito.

► O evento de premiação, que ainda não tem data definida, será online, em novembro.

E mais...

■ O Sebrae lançou a oitava edição do Prêmio Sebrae de Jornalismo após seis anos de interrupção – a última edição foi em 2015. Com inscrições de 1º/7 a 31/8, a premiação tem como objetivo reconhecer reportagens relacionadas ao universo dos micro e pequenos negócios do País.

► Serão aceitos trabalhos produzidos entre 1º/1/2020 até 30/8/2021. O vencedor receberá um *notebook* e um *smartphone* de última geração. ([Saiba +](#))

PRÊMIO
JORNALISTA
DE IMPACTO

"Acabo de ler, contristado, no J&Cia, a notícia da morte do Sircarlos. Nome melhor não podia ter sido dado para defini-lo: Sircarlos, acrescido pela origem espanhola: Parra da Cruz. Conviver com Sircarlos, como convivi na redação paulistana de O Estado de S. Paulo, era uma dívida especial. Ele trançava pela redação com a expressão de alegria e a dividia com seus vizinhos de trabalho. Falando pausadamente, mansamente. Sempre atento, solícito e disposto a ajudar no Departamento de Sucursais e Correspondentes do Estadão, sob a fecunda liderança de Raul Martins Bastos. Soube neste momento da morte

de Sircarlos, ao fim de um penoso ciclo de doenças que o dever ter maltratado e à sua família. Sua resistência à sucessão de ataques ao seu corpo não atingiram sua alma, que lhe deu tanta força de resistência e tanta vontade de viver. Saber da sua perda doeu muito na minha memória e no meu coração, apesar de tantos anos que não o via. O que se explica e se entende facilmente. Ele era um lorde, dos raros por título vivencial e não formal, para inglês ver." – **Lúcio Flávio Pinto**

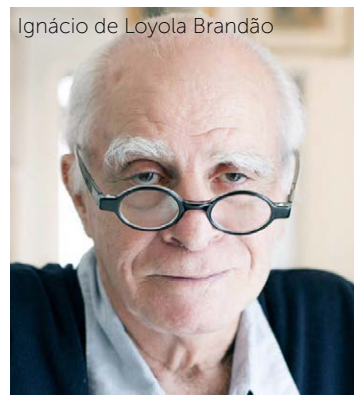
"Parabéns pela edição do João do Rio. Está riquíssima de informações e de imagens." – **Nelson Graubart**

Ignácio de Loyola Brandão lança audiolivro e é um dos narradores

■ O contista, cronista e romancista **Ignácio de Loyola Brandão** lança este mês o audiolivro *Desta terra nada vai sobrar, a não ser o vento que sopra sobre ela* (Global Edito-

ra), no qual ele próprio faz parte

da equipe de narração, ao lado dos atores **Camilo Brunelli, Zeza Mota, Thiago Ubaldo, Thiago Nalin, Gustavo Balog, Priscila Scholz, Flávio Costa, Alexandre Mercki, Paola Molinari e Clayton Heringer.**



► A obra conta a história de um futuro incerto em que todas as pessoas, ao nascerem, recebem tornozeleiras eletrônicas e são vigiados por câmeras. O mundo foi devastado por uma peste que dissolve corpos. As escolas foram abolidas, ministérios foram extintos, mais de mil partidos coexistem e, no meio disso tudo, acontece a história de amor entre Clara e Felipe.

► Com 11 horas de duração, o livro foi feito com a tecnologia de áudio binaural, que simula a captação de sons pelo ouvido humano, para proporcionar ao ouvinte uma experiência única de imersão no universo criado pelo autor.

► Nascido em Araraquara (São Paulo) em 1936, Ignácio passou pelas redações dos periódicos brasileiros *Claudia*, *Última Hora*, *Realidade*, *Planeta*, *Ciência e Vida* e *Vogue*, e da revista francesa *Lui*. Tem mais de 40 livros publicados, como *Bebel que a Cidade Comeu*, *Zero*, *Não Verás País Nenhum* e *O Beijo Não Vem da Boca*. Seus livros foram traduzidos para vários idiomas.

► Venceu o *Jabuti de Melhor Livro de Ficção* em 2008 com *O Menino que Vendia Palavras*. Em 2016, recebeu da Academia Brasileira de Letras (ABL), da qual é membro, o *Prêmio Machado de Assis*.

Bolsonário: o dicionário de termos que marcaram o governo atual

■ **Roberto de Lira** lança o dicionário temático *Bolsonário – A nova política de A a Z* (Alta Books), que reúne os termos que mais marcaram o governo de Jair Bolsonaro e o pensamento conservador que se alastrou pelo País desde as eleições presidenciais de 2018.

► Na introdução, Lira descreve o livro como 'um dicionário temático sobre a emergente 'nova política', centrado na figura e na história do presidente Jair Bolsonaro – bem como nos debates provocados por ele, seus apoiadores e críticos –, que talvez consiga trazer algum esclarecimento sobre como a opinião pública brasileira encontrou respostas e depositou esperanças em um político conservador antes iden-

tificado apenas como do baixo clero da Câmara dos Deputados".

► O livro é fruto de uma densa pesquisa, na qual o autor estudou transcrições de discursos, debates e falas em geral de Bolsonaro, além de registrar suas opiniões sobre temas que acabaram retornando durante a campanha e de comparar ideias antigas com atuais para entender onde houve ou não mudança de posição.

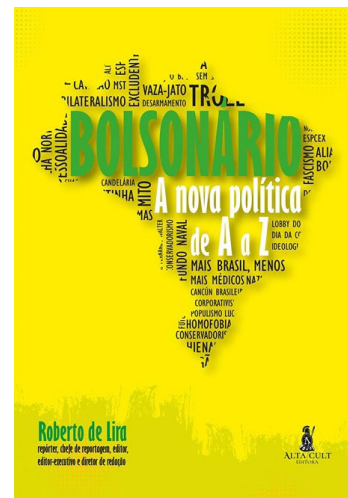
► A pesquisa resultou em quase 200 verbetes, desde os mais sérios e polêmicos até os mais anedóticos e informais, todos contextualizados e explicados de forma didática. Para Roberto, é essencial conhecer a formação do ideário político de Bolsonaro e seus apoiadores para interpre-

tar e antecipar futuras políticas públicas.

► Formado pela Universidade Metodista de São Paulo, Lira tem mais de 20 anos de experiência em redações, boa parte do tempo dedicado às mídias digitais. Passou por *Folha de S.Paulo*, *Gazeta Mercantil*, *Agência Estado*



e DCI. Atualmente, desenvolve projetos ligados a educação financeira de jovens, adolescentes e adultos não bancarizados.



Sete jornalistas discutem desafios e oportunidades da imprensa num cenário conturbado

■ A editora Intrínseca apresenta o livro *Tempestade perfeita – Sete visões da crise do jornalismo profissional*, sob o selo História Real. O editor da coletânea, **Roberto Feith**, afirma que "sem um

sentido compartilhado do que constitui um fato, não há futuro nem para a democracia, nem para a imprensa".

► Os autores – **Caio Túlio Costa, Cristina Tardáguila, Helena Ce-**

lestino, Luciana Barreto, Marina Amaral, Merval Pereira e Pedro Bial – partem das próprias experiências e se debruçam sobre os principais temas que definem a agenda do jornalismo hoje.





Tem alguma história de redação interessante para contar? Mande para baroncelli@jornalistasecia.com.br

■ Esta é novamente uma colaboração de **José Maria dos Santos** (dsjose@uol.com.br), ex-Diários Associados, Manchete, Abril e Diário do Comércio, de São Paulo, entre outros.

Peruzzi, o “inventor” da expressão “acabou tudo em pizza”

Se existir vida eterna do outro lado, o jornalista Milton Peruzzi (1925-2001) deve estar servindo pizza para São Pedro e demais nomes da corte celeste há 20 anos, pois esse é o tempo que ele nos deixou. A pizza é aqui valorizada porque foi através dela que Peruzzi conquistou seu lugar na cultura brasileira. Não é qualquer um que consegue introduzir algo seu em um idioma, no caso, o Português. A festejada expressão “acabou tudo em pizza”, disseminada por todos os países lusófonos, e até em outras paragens, é da autoria dele, brotou da sua criatividade.

Naturalmente, a rememoração desse episódio não é inédita, ao contrário, mas o episódio merece ser recuperado, pois além da data significativa, está

enriquecida com detalhes pouco conhecidos sobre a prática do jornalismo na época, possivelmente ignorados pelos colegas jornalistas que ainda não dobraram o Cabo da Boa Esperança.

Estamos nos anos 1960. O Brasil está consolidando seu predomínio nos gramados apoiado em duas copas conquistadas. Nessa época, nosso futebol era governado por três estrelas, cada uma com um ícone principal: Santos FC (Pelé) e, em segunda posição, Sociedade Esportiva Palmeiras (Julinho Botelho) e Botafogo Futebol e Regatas (Garrincha).

Nossa imprensa esportiva tinha sua maior representação em dois jornais. O primeiro, não necessariamente pela ordem, era o Jornal dos Sports (1931-2010), que se caracterizava pelo

segundo tricolores, usurpada pelo Corinthians. Neste último caso, porém, há controvérsias. Luiz Carlos Ramos, aposentado, premiado ex-editor de Esporte do Estadão, suspeita que o apelido do alvinegro partiu de Solange Biba (1918-1982), outro monumento da crônica esportiva paulista.

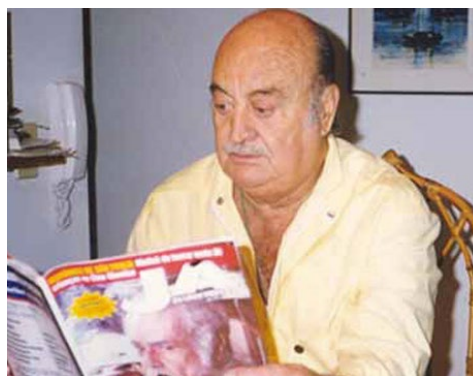
É interessante registrar que as coberturas de jogos tinham cacoetes próprios. Os repórteres-fotográficos, diferentemente de hoje, em que ficam posicionados comportadamente em



José Maria dos Santos

papel cor-de-rosa e cujo nome mais expressivo foi Mário Filho, irmão de Nelson Rodrigues e inventor do Estádio do Maracanã; o segundo, a paulista A Gazeta Esportiva (1947-2001), fundada por Cásper Líbero, teve em Thomaz Mazzoni o sucedâneo de Mário Filho em São Paulo. E que também teve seus inventos. (Era um italiano que veio, menino, para São Paulo. Tornou-se o segundo de Cásper Líbero a partir de 1930). A ele, além da competência jornalística, devemos os apelidos de Choque-rei para o clássico São Paulo x Palmeiras e Majestoso para São Paulo x

Corinthians. Também deu os apelidos de Mosqueteiro ao Corinthians; Clube da Fé ao Palmeiras; Moleque Travesso ao Juventus e Nhô Quim ao XV de Piracicaba. Consta que também teria dado o cognome de Timão para o São Paulo; posteriormente, ao que tudo indica, a designação foi,



Milton Peruzzi jovem e já aposentado, no Guarujá

local demarcado bem além da linha das traves, naquela época enxameavam atrás do gol. (Um goleiro renomado, já falecido, confidenciou-me que essa aglomeração policiava – prejudicava, melhor dizendo – seu eficiente recurso de defesa, quando havia cruzamento alto para a área, em caso da cobrança de falta ou de escanteio. Antes do apito autorizador, ele se agachava, a título de flexão e voltava com as mãos cheias de areia para aspergir sobre o rosto, leia-se olhos, dos atacantes adversários com a finalidade de abortar cabeceadas. No passado, a linha de gol era recoberta com areia quase até o limite da pequena área, talvez para demarcar um território protetor absoluto do goleiro, pois a regra era clara: qualquer contato físico dos adversários com o arqueiro naquele espaço em princípio era falta. A certa altura esse lugar acabou gramado. Mas cunhou uma frase atribuída, salvo engano, a João Saldanha ou ao lendário filósofo Neném Prancha, no futebol de praia: goleiro é tão

MEMÓRIAS DA
REDAÇÃO

desgraçado que, no lugar em que pisa não nasce grama). Nos jogos noturnos os goleiros ficavam indignados com os flashes que espocavam nos seus olhos, prejudicando a orientação na sequência da jogada. Por outro lado, a experiência de perder a imagem de um gol, fosse por problema técnico ou inabilidade, levou os jornais a criarem o artifício do dinheiro sonante. No laboratório fotográfico da redação havia uma salvadora moedinha de 10 centavos com a efígie do presidente Getúlio Vargas, que também aparecia nas notas de dez cruzeiros, cuja circunferência imitava perfeitamente uma bola. O truque era adicionado no processo de revelação do filme ou ampliação da imagem, não me recordo. Os repórteres já estavam condicionados a memorizar a posição

da bola – gol rasteiro, a meia altura ou no alto – para não haver contradição com a concorrência bem-sucedida na documentação. Convém lembrar que naqueles tempos não havia videotape.

Milton Peruzzi era repórter de A Gazeta Esportiva, em cujo grupo, rádio e TV, construiu sua bela carreira.

Naqueles inícios dos anos 1960 explodiu um sério arranca-rabo, eis a definição precisa, entre as diversas alas políticas do Palmeiras; nada a estranhar, pois a gestão dos clubes, mais do que hoje, era sobretudo amadorística; diretores eram fervorosos torcedores. Eles se intrometiam em tudo. Por isso seus nomes eram quase tão citados como os dos jogadores e técnicos nas matérias. No caso do Palmeiras, naquela ocasião, havia o Delfino Facchina, o Ferruccio Sandoli, o Pascoal

Byron Giuliano, Nelson Duque, Nicola Raccioppi...

O engalfinhamento foi de tal ordem que chegou a ganhar projeção nacional. Em certo momento houve necessidade de se promover uma reunião pacificadora entre as alas, pois a desavença já estava afetando a performance do time em campo.

Segundo os registros, foram mais de dez horas de debates. Fumado o cachimbo da paz, o bom desfecho foi comemorado em um jantar na Cantina Papa Genovese, na Avenida Pompeia, próxima ao Parque Antártica. Evidentemente era um território alviverde. (Posteriormente a cantina esteve em frente ao Parque Antártica e hoje, salvo engano, encontra-se na Rua Itapicuru – naquele mesmo pedaço).

Peruzzi passou todo o dia em

cobertura. Na medida em que a noite avançou, tratou de avisar a redação que passaria a matéria por telefone, pois esse era o procedimento devido ao prazo de fechamento dos jornais, que correria por volta das 10 da noite. Não haveria tempo de voltar à redação e escrever o texto. Era o tempo de rodar e de distribuir. (Por

volta das 5 da manhã os caminhões-baús saíam numa corrida assustadora das oficinas para o interior e litoral. Em certa ocasião, quando trabalhava nos Diários Associados, peguei uma carona para ir a Jaú, minha cidade – cerca de 320 km da capital – e, mal entrado na Via Anhanguera, decidi viajar na carroceria para sobreviver a possíveis desastres, cercado de pacotes de jornal. Os policiais rodoviários recebiam exemplares gratuitos e talvez a gentileza contribuisse para prevenir multas. À propósito, ainda não existiam pontos a perder na carteira).

Quando os guardanapos foram dobrados sobre os pratos no Papa Genovese, Peruzzi correu ao telefone preto – ainda não havia celular – e transmitiu sua matéria sob o título, aliás, manchete, com direito a ponto de exclamação: A crise do Palmeiras acabou em pizza! Bom repórter,

Peruzzi, judiciosamente, enxertou dados convincentes para justificar sua proclamação. O jantar deu conta de 18 pizzas grandes e dez brotinhos, regadas a 15 garrafas do vinho Valpolicella, o bom e velho néctar do Veneto. A manchete provocou viva empatia e foi reverberada em outras ocasiões até se tornar definitivamente expressão idiomática.

Creio que o episódio foi revelado pela primeira vez pelo próprio Milton Peruzzi no programa do colega Milton Neves. Devido à enorme repercussão, ele se deu conta da importância de sua magnífica criação e, no tempo que lhe restou de vida, bem-humorado, pedia aos colegas que sempre lembrassem dele por meio dela.

Milton era publicamente palmeirense. Merecidamente, deu o seu nome à sala de imprensa do belíssimo Allianz Parque.

