

PREVENT
SENIOR

Jornalistas & Cia

Edição 1.326 - 22 a 28 de setembro de 2021

XP Inc.

SAMSUNG

120 GO GERDAU
O futuro se molda



vivo

Fenaj completa 75 anos e propõe taxar plataformas digitais para financiar o Jornalismo

■ Principal entidade de representação dos profissionais de jornalismo, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) completou 75 anos em 20 de setembro. Desde a sua criação a entidade tem-se destacado por lutar tanto pela organização da profissão quanto por garantir à sociedade acesso público à informação ética e plural.

► Ao longo dessa jornada, tem dado demonstrações históricas de preocupação com a liberdade na comunicação e com a democracia como valor inalienável do cidadão, sem abrir mão de sua missão principal de lutar por melhores condições de vida e trabalho para os jornalistas profissionais. Composta por 31 Sindicatos de Jornalistas, representa

os milhares de profissionais que enxergam na sua organização e regulamentação a possibilidade de garantir uma profissão digna e com um contrato público e ético com a sociedade.

► Na abertura do 39º Congresso Nacional de Jornalismo, que está sendo realizado no Rio de Janeiro até o próximo domingo (26/9), **Maria José Braga**, a Zequinha, presidente da Federação, apresentou uma proposta de taxação progressiva de plataformas digitais como Google, Amazon, Apple, Facebook e Microsoft com o objetivo de criar um fundo destinado à promoção do "jornalismo de qualidade". Segundo a entidade, as plataformas faturaram US\$ 889 bilhões em 2019 e parte desses recursos provém da circulação do conteúdo jornalístico, mas os veículos e profissionais não recebem por eles. A proposta é criar uma Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico

(CIDE) digital, com variações entre 0,5% e 5% em função do porte da empresa.

► Segundo Zequinha, a proposta teve como ponto de partida uma semelhante, apresentada pela Federação Internacional dos Jornalistas (FIJ): "Buscamos, então, construir uma proposta específica para ser aplicada no Brasil, uma vez que cada país tem suas regras fiscais. Entendemos que a CIDE Digital seria uma forma de justiça fiscal". Faz parte da proposta da Fenaj a criação de um fundo público com o dinheiro arrecadado, "para estimular a produção de jornalismo independente e dar oportunidade a vários segmentos. Não é algo fácil, a Fenaj está ousando e inovando. Estamos enfrentando um setor poderoso e um problema que nunca foi debatido, de verdade, no País, que é o financiamento público da atividade jornalística". [\(Veja+\)](#)



Maria José Braga

Especial de aniversário de J&Cia circulará na próxima semana

■ **Cristina Vaz de Carvalho**, editora de J&Cia no Rio de Janeiro, está concluindo matéria especial para a nossa edição de 26º aniversário, que circulará na próxima quarta-feira (29/9), com o tema *As instituições jornalísticas e os desafios do jornalismo no pós-pandemia*. A ideia é refletir sobre

o presente e o futuro da atividade pelo olhar de instituições como ABI, Abraji, Ajor, Aner, ANJ, Fenaj, Jeducu, Projor/Observatório da Imprensa e algumas universidades. Deverá abordar, entre outras questões, *fake news*, trabalho remoto, polarização política, os novos empreendedores e seus

enfoques disruptivos, diversidade de gênero e racial (nas equipes e no fazer jornalístico), formação profissional, influência das redes sociais, novos modelos de negócios, financiamento da mídia e por aí afora.

► A edição já conta com o apoio de 19 organizações – Alubar, Amil, CNH Industrial, Cristália, Gerdau, Honda, Hotmart, Intel, ISE–Escola de Negócios, Itaú, Klabin, Prevent Senior, Renault, Samsung, SulAmérica, Suzano, Vivo, Volkswagen Caminhões e Ônibus e XP Inc – e 12 agências: 2PRÓ, Advice, BCW Brasil, FSB, G&A, GBR, Grupo In

Press, LLYC, Máquina CW, MSL Group, Planin e Textual.

► O fechamento comercial será na segunda-feira (27/9). Mais informações com **Silvio Ribeiro**, pelo silvio@jornalistasecia.com.br ou 19-97120-6693.

J&Cia

26
anos



“NÓS APOIAMOS O ESTUDO QUE VAI REVELAR QUAL É O PERFIL RACIAL DA IMPRENSA BRASILEIRA”





Sexualização do esporte pode estar com os dias contados

Maior revista de esportes americana, a Sports Illustrated publica anualmente, desde a década de 1960, sua célebre edição Swimsuit, reunindo ensaios fotográficos de modelos e atletas com pouca roupa.

A publicação – com seus produtos derivados – tornou-se um dos mais rentáveis projetos da

indústria editorial, apostando na sensualidade das mulheres para agradar a uma audiência predominantemente masculina.

A última edição teve a tenista Naomi Osaka como uma das estrelas de capa, em um ensaio em Malibu com direito até a vestido branco molhado pela água do mar.

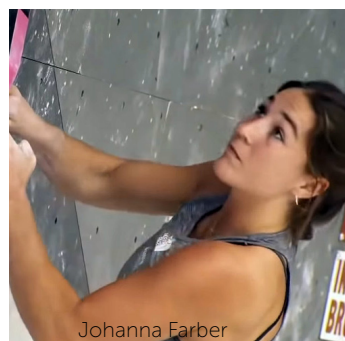
Osaka é dona do próprio nariz e adulta o suficiente para expor seu corpo da forma como quiser. Entra foto, identificada

No entanto, a sexualização do esporte ou de figuras associadas ao mundo das competições não é vista com bons olhos por todos. E tem levado até a questionamentos sobre as práticas da imprensa ao cobrir torneios esportivos.

O mais recente episódio dessa

natureza ocorreu no último fim de semana, quando [a geração de imagens do campeonato mundial de escalada esportiva em Moscou resolveu destacar o traseiro de uma atleta](#), com direito a replay.

Não foi a primeira vez que a austríaca Johanna Farber viveu a experiência que considerou desagradável. Em junho ela já



Johanna Farber

De Londres,
Luciana Gurgel



tinha sido vítima de incidente semelhante, que chamou de “desrespeitoso e perturbador”.

Pegou mal para a Federação Internacional de Escalada Esportiva, que teve que pedir desculpas.

O presidente da entidade fez a autocritica: “Quantas vezes as coisas terão que ser feitas de maneira errada antes de aprendermos como fazê-las da maneira certa?”. Entra foto, identificada

É uma boa pergunta. A resposta começa a vir dos campos e das quadras, com movimentos indicando que nem todas as atletas gostam da ideia de ver

seus atributos físicos utilizados como troféus para atrair ou reter audiência.

Nas Olimpíadas de Tóquio, ginastas alemãs trocaram os maiôs por macacões que cobriam todo o corpo. Justificaram o ato como

uma forma de incentivar atletas mulheres a escolherem os trajes que as façam se sentir mais confortáveis durante as competições.

Meses antes, as norueguesas da equipe de handebol de praia haviam sido multadas por vestir

shorts em vez de biquínis em uma partida do campeonato europeu na Bulgária. A Federação Europeia de Handebol (EHF) disse em comunicado que sua comissão disciplinar havia lidado com “um caso de vestimenta imprópria” na partida pela medalha de bronze contra a Espanha. Só não disse para quem era imprópria.

Os dirigentes da Noruega apoiaram a atitude de suas meninas, declarando orgulho das mulheres que se levantaram contra uma prática arraigada no esporte. Tão arraigada que chega a fazer parte do regulamento. Segundo as normas da Federação, os uniformes determinados são destinados a melhorar a performance esportiva e “manter coerência com a imagem atrativa do esporte”. Mais claro impossível.

Assim como tantos outros regulamentos de outras eras, esse

pode acabar sendo revisto diante de manifestações individuais ou coletivas, assim como os padrões adotados pelas emissoras de TV na cobertura de grandes eventos, porque os ventos começam a soprar em outra direção.

Papel social do esporte

Um estudo publicado por Lorenzo Kurras e Sasha Schmidt, pesquisadores da escola de negócios alemã Otto Beisheim, analisa o futuro do marketing esportivo depois da pandemia, examinando o efeito do afastamento do público dos estádios devido às restrições impostas pelas autoridades sanitárias.

O trabalho contabiliza o impacto do coronavírus sobre os investimentos em patrocínios esportivos, que segundo a empresa de pesquisas GlobalData caiu de US\$ 22 bilhões em 2019 para US\$ 12,9 bilhões em 2020.



Naomi Osaka



Os uniformes da equipe norueguesa

Reprodução Twitter / @NORhandball

Mas os pesquisadores são otimistas, apontando "um futuro brilhante e lucrativo" para os negócios em esportes, principalmente devido à tecnologia, que melhora o desempenho e aumenta as chances de interação dos fãs com as competições. Eles citam o engajamento de torcedores pelas mídias sociais e novidades como óculos de

realidade virtual e aplicativos de realidade aumentada.

Mas alertam que, mesmo com estádios vazios, o esporte é baseado em emoções. E que, por isso, "um elemento-chave desse tipo de patrocínio é a capacidade de se adaptar rapidamente às mudanças e de estar próximo do consumidor e de suas emoções – onde quer que estejam".

Segundo os pesquisadores, justiça e igualdade são valores que se espera que o mundo do esporte reflita, indo além do perder ou ganhar.

Sob esse prisma, a sexualização das figuras esportivas – mais comum sobre as mulheres, mas também aplicada a homens – é algo que pode estar com os dias contados. E mudanças come-

çam a acontecer nas quadras, campos, placares de propaganda, vestiários e mesas de edição.

Inscrição 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

Bob Woodward – *Peril (Perigo)*, o novo livro do jornalista que denunciou o caso Watergate, lançado nessa terça-feira (21/9),

revela telefonema de general para evitar guerra EUA x China após a invasão do Capitólio por seguidores de Donald Trump em janeiro passado.

Brasileira premiada – **Flávia Mantovani**, da Folha de S.Paulo, é uma das vencedoras da bolsa Rosalynn Carter para Jornalismo em Saúde Mental.

Facebook rebate – A crise gerada pela matéria do Wall Street Journal sobre pesquisas não divulgadas pelo Facebook demonstrando impacto negativo do Instagram sobre jovens escalou. No sábado (18/9), o vice-presidente

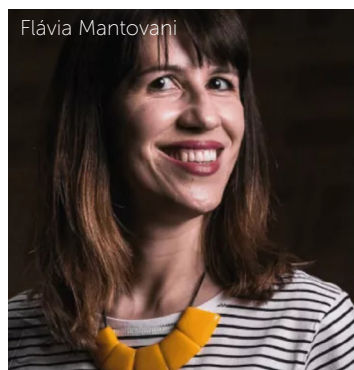
de assuntos globais da rede, um ex-político britânico, manifestou-se em seu blog criticando o jornal e negando esconder estudos.

Jornalistas pelo Afeganistão – Venda online de fotos da Associated Press com registros dos últimos 20 anos da vida no Afeganistão vai ajudar jornalistas afegãos em risco depois da tomada do poder pelo Talibã.

Ainda o Afeganistão – A Repórteres Sem Fronteiras divulgou manifesto assinado por 103 jornalistas afegãos pedindo ajuda à comunidade internacional para salvar o jornalismo no país.

"Eu tento não mentir na TV"

– Tucker Carlson, âncora da Fox News, voltou às manchetes depois de uma surpreendente declaração feita durante uma entrevista em que criticava colegas da CNN.



Flávia Mantovani

Divulgação/Flávia Fontes Mantovani



AP Photo/Rafiq Maqbool

+Admirados da Imprensa Esportiva: definidos os vencedores

■ Encerrado no último dia 16/9, o segundo turno de votação do Prêmio Os +Admirados da Imprensa Esportiva, organizado por este Jornalistas&Cia e Portal dos Jornalistas, apontou os profissionais e veículos que ficaram entre os TOP da atividade. Foram indicados 25 entre os 230 profissionais que se classificaram para o segundo turno, divididos em

15 categorias. Entre os veículos, foram eleitos 18 dos 72 que concorreram, em seis categorias distintas. Ao todo, foram indicados mais de 400 nomes de jornalistas e aproximadamente 100 veículos/programas. O prêmio tem parceria de 2Toques Assessoria em Comunicação Esportiva, do canal LiveSports e do I'Max, além do apoio institucional da Associa-

ção de Cronistas Esportivos do Brasil (Aceb).

► A seguir, em ordem alfabética, estão relacionados os TOP 3 +Admirados em cada uma das 21 categorias – *Locutor (Rádio e TV)*, *Comentarista (Rádio e TV)*, *Repórter (Rádio, TV, Impresso e Digital)*, *Repórter de Imagem (Fotógrafo e Cinegrafista)*, *Jornalistas Regionais (Sul, Sudeste,*

Centro-Oeste, Nordeste e Norte), *Programas (Rádio, TV Aberta e TV por Assinatura)*, *Veículos (Impresso e Digital)* e *Podcast* – e os TOP 25 na categoria jornalista nacional. A divulgação dos TOP 5 jornalistas nacionais e a classificação final dos TOP 3 regionais, liderada pelo Portal dos Jornalistas, será feita a partir de 18 de outubro por meio de posts nas redes sociais.



Cinegrafista

Bruno Romualdo
(Rede Massa)

Douglas Antunes (Freelance)

Jota Junior
(TV Globo Pernambuco)

Fotógrafo

Wander Roberto

Jonne Roriz

Robson Mafra (Portal Banda B)

Locutor Rádio

Eder Luis (Transamérica)

José Carlos Araújo (Tupi)

José Silverio (Rádio Capital)

Locutor TV

Everaldo Marques (SporTV)

Galvão Bueno (Globo)

Milton Leite (SporTV)

Comentarista - TV

Ana Thais Matos (SporTV)

Paulo Calçade (ESPN)

Paulo Vinicius Coelho
(SporTV)

Comentarista - Rádio

Dito Lopes
(Rádio Transamérica)

Gerson Canhotinha (Tupi)

Mauro Betting (Jovem Pan)

Repórter - Digital

Beatriz Cesarini (UOL)

Gabriela Moreira
(Grupo Globo)

Rodrigo Capelo (GE)

Repórter - Impresso

Ana Carla Gomes (O Dia)

Bruno Lima
(A Tribuna - Santos/SP)

Luca Castilho (Placar)

Repórter - Rádio

Alline Fanelli (BandNews)

Marcio Martins (Itapoan FM)

Sérgio Guimarães (Rádio Tupi)

Repórter - TV

Eric Faria (Globo)

Mariana Becker (Bandeirantes)

Tino Marcos

Regionais**Sudeste**

André Rizek (SporTV)

Renata Fan
(Bandeirantes)

Tino Marcos

Sul

Ana Lopes
(Net Esporte Clube)

Dulcinea Novaes (RPC)

Nadja Mauad
(Globo Esporte Paraná)

Nordeste

Tiago Medeiros
(Globo)

Dito Lopes
(Transamérica)

Márcio Martins
(Itapoan FM)

Norte

Camila Leonel
(A Crítica)

Larissa Balieiro
(Rádio Difusora)

Matheus Raimundo
(TV Cultura Pará)

Centro-Oeste

Amanda Gil
(Metrópoles)

Gabriel Lima
(Metrópoles)

Raphael Costa
(Metrópoles)

Veículos**Podcast**

Futebol Arte

Máquina do Esporte

Posse de bola - Arnaldo
Ribeiro

Programa - Rádio

Arena Transamérica
(Transamérica)

BandNews na Área
(BandNews FM)

CBN Esportes (CBN)

Programa - TV Aberta

Cartão Verde (TV Cultura)

Esporte Espetacular (Globo)

No Mundo da Bola (TV Brasil)

Programa - TV por Assinatura

Linha de Passe (ESPN)

Redação SporTV (SporTV)

Troca de Passes (SporTV)

Veículo Impresso

Tribuna da Bahia

Folha de S.Paulo

Placar

Site/Blog

Gazeta Esportiva

GE

UOL Esportes

Jornalistas TOP 25

Alexandre Lozetti (SporTV)

Ana Lopes (Net Esporte Clube)

Ana Thais Matos (SporTV)

Andre Hernan (SporTV)

André Kfourri (ESPN)

André Rizek (SporTV)

Antero Greco (ESPN)

Arnaldo Ribeiro (Cultura)

Caio Ribeiro (Globo)

Claudio Zaidan (Rádio Bandeirantes)

Cleber Machado (Globo)

Dito Lopes (Rádio Transamérica)

Everaldo marques (SporTV)

Galvão Bueno (Globo)

Juca Kfourri

Luis Roberto (Globo)

Mariana Becker (Bandeirantes)

Maurício Noriega (SporTV)

Mauro Betting (SBT)

Natalie Gedra (ESPN)

Paulo Calçade (ESPN)

Paulo Vinicius Coelho (SporTV)

Renata Fan (Bandeirantes)

Téo José (SBT)

Tino Marcos

Votação começa nesta quinta-feira, 23/9

Pela primeira vez, certame elegerá os TOP 3 e campeões das cinco regiões brasileiras

■ Começa nesta quinta-feira (23/9) a votação para a sexta edição do *Prêmio +Admirados da Imprensa de Economia, Negócios e Finanças*, que elegerá profissionais e veículos em dois turnos de votação. No caso dos profissionais, além dos TOP 50 Brasil, eleitos no segundo turno, e dos TOP 10, anunciados no evento de premiação, pela primeira vez o certame distinguirá os mais admirados profissionais das cinco regiões do País, sendo que um dos três eleitos levantará o troféu de campeão.

► Criado em 2016 por este *Jornalistas&Cia*, o prêmio também distingue os veículos de comunicação mais admirados em oito categorias, a saber: Agência de Notícias, Canal Digital, Pod-

cast, Programa de TV, Programa de Rádio, Site/Blog, Veículo Impresso e Veículo Impresso Especializado. São eleitos os TOP 3 e, entre eles, o campeão de cada categoria.

► A cerimônia de premiação está marcada para 30 de novembro. A organização vai avaliar a evolução da pandemia da Covid-19 para definir o formato do evento. ► O diferencial deste ano será a votação para as categorias regionais, em que serão escolhidos os jornalistas TOP 3 das cinco regiões do País. No primeiro turno a indicação é livre para as oito categorias de veículos e os TOP *Jornalistas Nacionais e Regionais* (Centro-Oeste, Nordeste, Norte, Sudeste e Sul).

► O Prêmio, que segue o mo-

delo da série +Admirados, iniciado em 2013 com Os +Admirados da Imprensa Brasileira e que hoje também contempla jornalistas e veículos +Admirados nos segmentos de Agronegócio, Automotiva, Esportes e Saúde e Bem-Estar, conta com patrocínio de BTG Pactual, Captalys, Deloitte, Gerdau e Telefônica | Vivo, apoio institucional do IBRI e apoio de divulgação do I'Max..

► Clique [aqui](#) para votar. Basta preencher um breve cadastro (ou fazer login caso já tenha participado de outras votações) e fazer até cinco indicações por

**+ADMIRADOS
DA IMPRENSA
DE ECONOMIA,
NEGÓCIOS E
FINANÇAS**

categoria. "As pessoas podem indicar quantos profissionais e veículos quiserem ou apenas nas categorias que desejarem", lembra **Vinicius Ribeiro**, coordenador da premiação, "ainda que parciais todos os votos serão computados".

Perfil Racial

Fenaj e Conajira confirmam apoio ao estudo sobre Perfil Racial da Imprensa Brasileira

■ O estudo sobre o *Perfil Racial da Imprensa Brasileira* recebeu na última semana o apoio institucional da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) e da sua Comissão Nacional dos Jornalistas pela Igualdade Racial (Conajira). Com isso, passa a reunir em torno da causa praticamente todas as instituições jornalísticas de relevo, já que conta também com o apoio e a confiança de ABI, Ajor, ANJ, Aner, Ecos do Meio, Jeduca, JP – Rede de Jornalistas pela Diversidade na Comunicação (também conhecida como Rede Jornalistas Pretos) e Projor, além da Universidade Zumbi dos Palmares.

► Para **Eduardo Ribeiro**, diretor deste J&Cia e do Portal dos Jornalistas e um dos idealizadores do projeto, que também conta com a parceria do Instituto Corda – Rede de Projetos e Pesquisas e do I'Max,

esse é um dos mais importantes apoios recebidos pelo projeto: "A Fenaj é a entidade *mater* dos jornalistas brasileiros, em especial dos que atuam em redação; e a Conajira, seu braço que luta há anos, por meio das inúmeras Cojiras (as instâncias estaduais da Comissão), pela igualdade racial nas redações. Com elas, o estudo ganha uma dimensão ainda maior e uma aproximação estratégica com as redações de todo o País.

► "Acreditamos que o estudo *Perfil Racial da Imprensa Brasileira* será uma importante ferramenta para o desenvolvimento de políticas afirmativas no campo do jornalismo que venham contribuir para a diversidade e inclusão no mercado de trabalho, e a qualificação da produção jornalística", diz ofício enviado pela Fenaj/Conajira, assinado por sua

coordenadora **Valdice Gomes da Silva**. O ofício também afirma que "a pesquisa irá contribuir para a luta sindical antirracista e combate à desigualdade social que tanto impacta na vida do(a)s trabalhadore(a)s".

Apoio da Agência Bori

■ Outra organização que se associou ao projeto, apoiando-o institucionalmente, é a [Agência Bori](#), cujo slogan já mostra a sua importância e pertinência com o projeto: "A Bori é um serviço único para a imprensa que conecta a ciência a jornalistas de todas as áreas de cobertura". Fundada pelas jornalistas e pesquisadoras **Sabine Righetti** e **Ana Paula Moraes**, a Bori é um *hub* para jornalistas de todo o País que buscam

Perfil Racial
da imprensa
brasileira



estudos inéditos e material de apoio para suas reportagens. Um de seus mecanismos de atuação é antecipar à imprensa estudos inéditos em formato de artigo científico, relatório de pesquisa, livro ou capítulo de livro; e também livros de divulgação científica de editoras universitárias parceiras. Daí o interesse em se associar ao estudo que este J&Cia e o Portal dos Jornalistas estão realizando. Integram a equipe da agência **Natália Flores**, gerente de conteúdo, e **Isabela Schirato**, que lidera a área de Relações institucionais.

O adeus a Roberto Petri

■ Morreu em 19/9 **Roberto Petri**, aos 85 anos, em uma casa de repouso, em São Paulo. Ele teve



Roberto Petri

um AVC em 2017 e enfrentava problemas de saúde.

► Petri consolidou-se no jornalismo esportivo. Iniciou a carreira na rádio Bandeirantes e passou por Tupi, Difusora e Jovem Pan. Na televisão, trabalhou em TV Cultura e TV Gazeta. Atuou também em jornais e revistas.

► Ao lado de **Eli Coimbra**, idealizou o projeto *Dente de Leite*, que revelava jogadores. Um deles foi Muricy Ramalho. Além disso, foi responsável pela criação de

um concurso na TV Gazeta que buscava novos nomes para a comunicação esportiva, que lançou narradores como **Galvão Bueno**, **Jota Júnior**, **Osvaldo Maciel** e **Flávio Prado**.

► O próprio Galvão [postou uma homenagem](#) a Petri em suas redes sociais, ressaltando o concurso do qual participou em 1974, que "mudou sua vida". Veículos como Jovem Pan, Gazeta e Folha de S.Paulo também lhe prestaram homenagens.

Abraji torna público o segundo caso do Programa de Proteção Legal para Jornalistas

■ A Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) anunciou o segundo caso de seu *Programa de Proteção Legal para Jornalistas*, criado para combater os constantes ataques à liberdade de imprensa e dar suporte a profissionais que sofrem assédio judicial no Brasil.

► Trata-se de **Tania Pacheco**, fundadora do blog Combate Racismo Ambiental, que está sendo processada por republicar matérias da Comissão Pastoral da Terra do Nordeste sobre conflitos entre antigos posseiros e latifundiários em Maraial (PE). O caso foi mantido em sigilo até agora por orientação da defesa da jornalista.

► O empresário **Walmer Almeida Cavalcante**, filho de **Walmer Almeida Silva**, latifundiário citado nas reportagens, entrou com

processo contra Tania, pedindo a retirada de duas publicações que tratam dos conflitos na área, além da publicação de uma retratação nas redes sociais, e o pagamento de indenização por danos morais no valor de R\$ 20 mil.

► O desembargador Francisco Tenório dos Santos, da 4ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Pernambuco, atendeu a recurso de Cavalcante em segunda instância para a remoção das reportagens. O processo ainda aguarda julgamento de mérito do pelo juiz de primeiro grau.

► Nos textos removidos, havia relatos de trabalhadores rurais que estavam sofrendo ameaças de despejo, além de episódios de perseguições e ameaças sofridas desde 2020 devido a reintegrações de posse solicitadas por

Walmer Almeida Silva. Em seu blog, Tania fez uma curadoria de artigos e reportagens que abordavam conflitos fundiários e injustiças sociais e ambientais.

► A defesa da jornalista disse que Cavalcante quer se blindar de "qualquer responsabilização social por divulgação de fatos na mídia que guardem relação com atos de truculência contra os posseiros". Já o empresário declarou que sua empresa adquiriu por escritura pública de promessa de compra e venda uma gleba de terra de 960 hectares, e que somente após a compra deparou-se com invasores que passaram a ameaçar seus funcionários. Ele também classificou os textos republicados por Tania como caluniosos, e que estariam tentando acabar com a sua honra.

Propósito corporativo deve ir além das palavras

Propósito.

Poucas palavras têm sido tão mencionadas como essa em discursos corporativos nos últimos tempos, tendência que se acentuou diante de um mundo onde questão climática, diversidade, inclusão, saúde e emprego se transformaram em variáveis de primeira grandeza.

Cresce a cada dia, especialmente em função da pandemia, o número de executivos em posições chave de comando que entendem a importância de conectarem suas organizações e marcas à expectativa dos diferentes públicos de interesse, sejam eles funcionários, parceiros de negócios, clientes ou formadores de opinião.

Mas, como não basta decodificar cenários, é preciso saber escolher uma missão que espelhe realisticamente o nível, a qualidade e a extensão do compromisso assumido, evitando as inconsistências e armadilhas do *greenwashing*, do *climate washing* e das frágeis promessas de equidade no ambiente de trabalho. Com isso evita-se a ilusão de que avanços estão sendo feitos, um risco que pode custar caro. Afinal, fica cada vez mais fácil identificar até que ponto narrativas corporativas estão respaldadas por escolhas bem alicerçadas ou apenas embutem sinais opacos que mais geram interrogações do que efetivo ganho reputacional.

Mark Carney, ex-presidente do Banco Central da Inglaterra e que agora atua com investimentos de impacto no setor financeiro, diz ter "alto grau de confiança" de que nos próximos três anos a adoção de compromissos NetZero, aliada a planos concretos para alcançar essa meta, "será a norma para as empresas de capital aberto".

Não faltam impulsos para que discussões de interesse global como essa ganhem *momentum*. Ao falar esta semana na 76ª Assembleia Geral da ONU, em Nova York, o secretário-geral da entidade António Guterres mencionou que "o mundo está à beira de um abismo". Segundo ele, o cenário demanda ações urgentes para combater não apenas as mudanças climáticas como também a desigualdade na vacinação contra a Covid-19 e a precariedade econômica de países especialmente afetados pela pandemia.

(*) **Ciro Dias Reis** é fundador e presidente da Imagem Corporativa, Global Chair da PROI Worldwide e *board member* da International Communications Consultancy Organisation (ICCO) e ex-presidente da Abracom



Por **Ciro Dias Reis** (*)

COMBATE

RACISMO AMBIENTAL



Abraji usa formulário online para denúncias de ataques de gênero a jornalistas

■ A Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) lançou um formulário online para denúncias de ataques de gênero contra profissionais de imprensa. O canal abrange situações de violência de gênero em sua totalidade, de modo a que homens cisgênero, pessoas transgênero e não-binárias também possam encaminhar suas notificações.

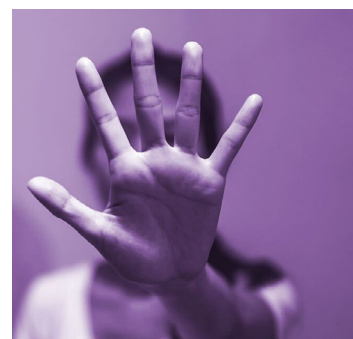
► O formulário permite a denún-

cia de agressões físicas e verbais, ameaças, intimidações, insultos e assédio. É importante que o caso seja relatado de forma detalhada. Após o envio das informações, a equipe do projeto poderá entrar em contato para apurar o ocorrido. Pessoas que tiveram conhecimento de algum caso também podem enviar suas denúncias.

► O canal solicita informações essenciais, como faixa etária

da vítima, cidade/estado onde ocorreu o episódio, veículo no qual trabalha, tema da cobertura que desencadeou o ataque, além de nome, gênero e cargo dos agressores.

► O objetivo da iniciativa é eliminar o problema da subnotificação de casos no que se refere ao monitoramento da violência de gênero no jornalismo. A ideia da Abraji é ampliar suas fontes de



denúncia para alcançar números mais próximos da realidade.

► [Acesse o formulário de denúncia aqui.](#)

Internacional

■ **Jerussa Ramos**, coordenadora de Comunicação e Marketing, despediu-se do Grupo Positivo, em Curitiba, após mais de nove anos e meio de casa. Ela foi para o Canadá, na cidade de Kelowna, que faz parte da British Columbia,

e ali está atuando na Serenity Aesthetics, como assistente de administração e marketing.

Ceará

■ **Ana Maria Cajado** começou na Assessoria de Comunicação do Sindicato das Empresas de

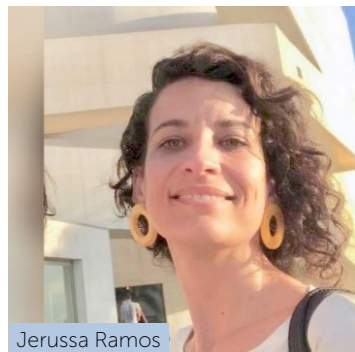
Ônibus do Ceará. Ela atende pelos comunicacao@asindionibus.com.br, 85-4005-0970 e 99403-2381.

■ **Júlia Meira** é a novidade na GiraSol Assessoria, comandada por **Poliana Ramalho**. Ela se junta a **Ca-tharina Queiroz**, **Isabelli Fernandes** e **Matheus Costa**. Os contatos de

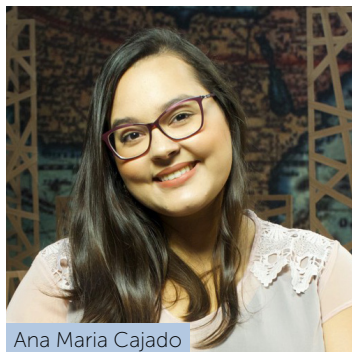
Júlia são juliameira@girasolassessoria.com e 85-98179-3496.

Espírito Santo

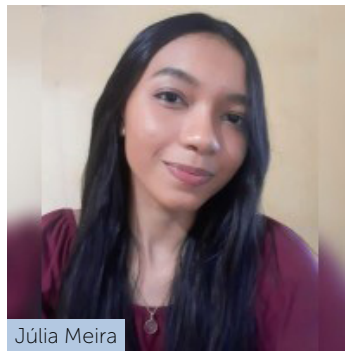
■ **Adriana Rodrigues**, ex-Faesla, onde esteve por dois anos, mudou para o Findes, organização de pesquisa capixaba.



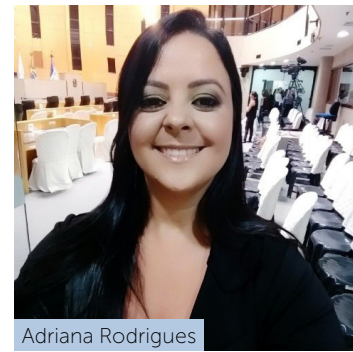
Jerussa Ramos



Ana Maria Cajado



Júlia Meira



Adriana Rodrigues

Minas Gerais

■ **Christiano Borges**, ex-Vale, assumiu como head do Núcleo Minas Gerais da Oficina, que tem entre outros clientes Anglo American, CBMM, Kinross, Appian Capital Brazil e Orquestra Ouro Preto.

nal, após ter deixado a Positivo, em que esteve por mais de dois anos.

Rio de Janeiro

■ **Ana Carolina Cachoni**, gerente sênior, deixou a FSB, onde esteve por um ano e dez meses, e agora começou na PetroRio, na função de especialista em Relações Institucionais e Imprensa.

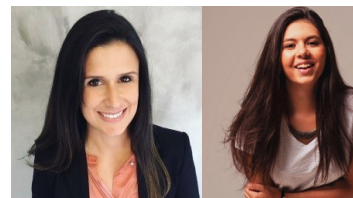
■ **Paula Guimarães**, gerente sênior, deixou a Edelman após

pouco mais de seis anos de casa e começou como gerente de Marketing no Iberostar, grupo multinacional espanhol e de controle familiar dedicado ao turismo.

Rio Grande do Sul

■ **Bruna Simoni** e **Jordana Rondon do Canto** deixaram a RBS, ambas rumo ao Grupo Dimed, localizado em Eldorado do Sul. Bruna assumiu a Coordenação de

Cultura e Engajamento; e Jordana, a função de analista. Entram fotos e, identificadas

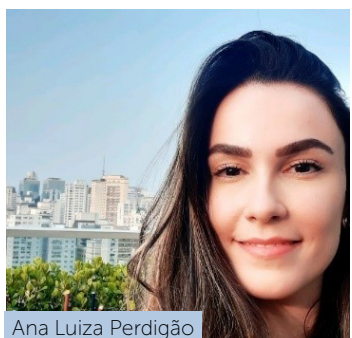


Bruna Simoni

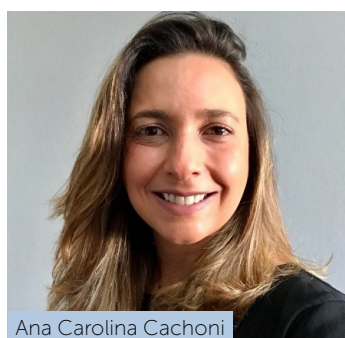
Jordana Rondon do Canto



Christiano Borges



Ana Luiza Perdigão



Ana Carolina Cachoni



Paula Guimarães



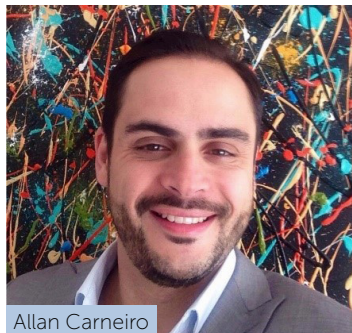
Alan Oliveira

São Paulo

■ **Alan Oliveira** integrou-se ao time da NR-7 Comunicação. Ele esteve anteriormente na Hatsur por quase quatro anos e meio.

■ **Aline Feltrin**, que foi do Estadão até o final de agosto, integrou-se à equipe de marketing da construtora Patriani. Retorna assim ao segmento corporativo, onde já havia passado por SD&Press, Printer Press e Ford.

■ **Allan Bratfisch Carneiro**, ex-

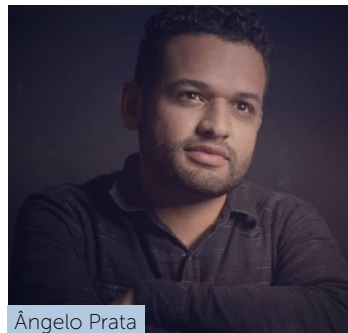


Allan Carneiro

-LLYC, que esteve por cerca de dois anos na RPMA, transferiu-se para o Grupo Petrópolis, como coordenador de Comunicação Corporativa.

■ **Ana Cecília Panizzo** deixou a Pub Comunica após dois anos e começou na Nova PR, como consultora sênior. Ela foi anteriormente, por pouco mais de seis anos, da assessoria de imprensa da Associação Comercial de São Paulo.

■ **Ângelo Prata** deixou a Press

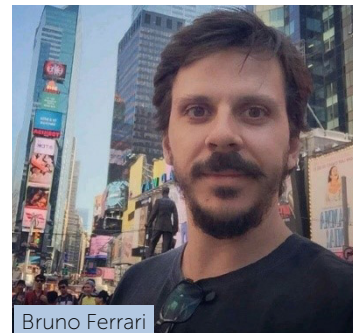


Ângelo Prata

Services, onde esteve por quase um ano e meio, e foi para a FSB, na função de analista para a conta PlayStation.

■ **Beatriz Cunha**, que foi por quase dois anos da MSL Brasil, foi contratada pela Approach como executiva de atendimento.

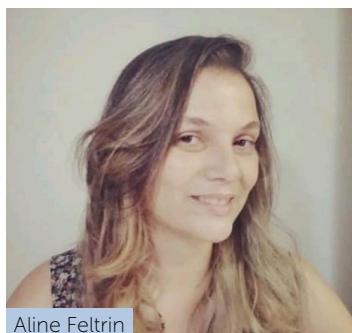
■ **Bruno Ferrari** deixou a Nova PR, onde era diretor de contas e esteve por quase dois anos e meio, e foi para a CDN, como diretor de atendimento para a conta da Samsung.



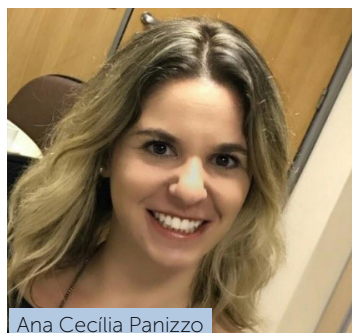
Bruno Ferrari

■ No lugar dele, na Nova PR, como diretor de atendimento das contas RD Station, TIVIT, Omie, Trybe, Moss.Earth, Amparo Saude, Netshoes, Zattini (Inbound), entrou o xará **Bruno Galo**, que foi da NR-7 Comunicação.

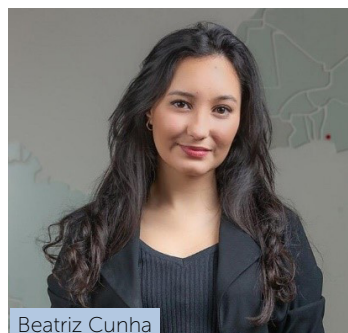
■ **Camila Miranda**, executiva sênior, deixou a Tastemakers após dois anos e meio e começou como consultora de comunicação e negócios digitais na Music2/ Mynd.



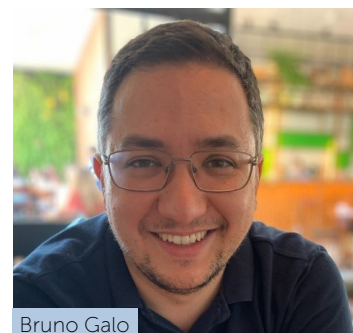
Aline Feltrin



Ana Cecília Panizzo



Beatriz Cunha



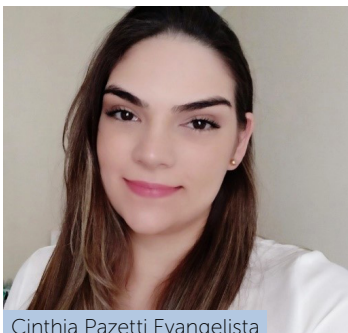
Bruno Galo

■ **Caroline Collin**, gerente de contas, que esteve por pouco mais de seis anos e meio na Edelman, assumiu a função de supervisora de marketing na Positivo.

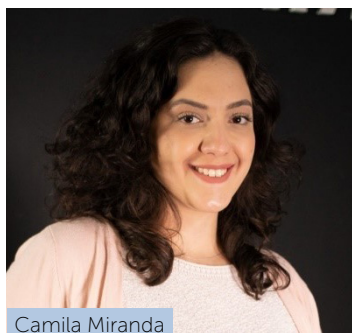
■ **Cinthia Pazetti Evangelista**, analista de risco ambiental, deixou o Itaú Unibanco, onde esteve por mais de 13 anos, e começou na mesma função no WWF-Brasil.



Caroline Collin

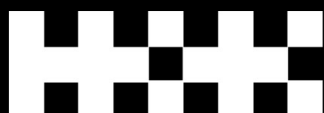


Cinthia Pazetti Evangelista



Camila Miranda

OFERECIMENTO:

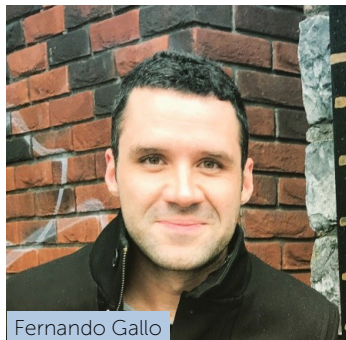
Ideal H+K
StrategiesA IMPRESSÃO
QUE PASSA, FICA



Decio Duarte

■ **Decio Duarte**, ex-Sistema Fecomércio RJ e ex-BAT (antiga Souza Cruz), está agora na BIC, contratado como gerente de Comunicação Latam. Decio é formado em Comunicação Social/Jornalismo, com pós-graduação em Comunicação Corporativa e MBA em Gestão Empresarial pela FGV.

■ **Elaine Cotta**, que esteve numa temporada de estudos no MIT

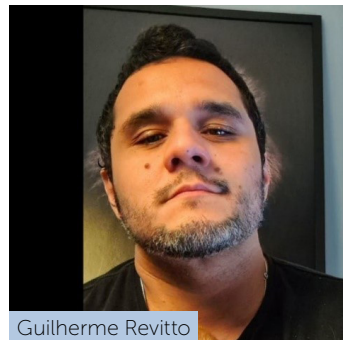


Fernando Gallo

Sloan School of Management, logo após deixar a Edelman, começou na NR-7 Comunicação, para atuar ao lado de **Mari Ditolvo** em novo momento da agência.

■ **Fernando Gallo** deixou o Twitter após cinco anos na função de *head of public policy and governamental*.

■ **Gabriella Brito**, ex-atendimento de Visa e AES Brasil na InPress Porter Novelli, integrou-se à

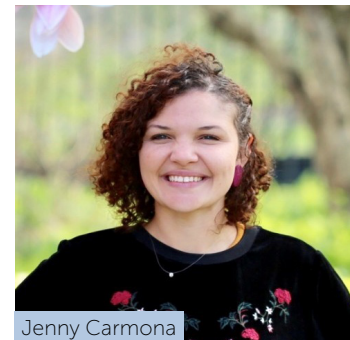


Guilherme Revitto

equipe da JeffreyGroup como executiva pleno, para o atendimento do Grupo Mobile.

■ **Guilherme Revitto** deixou a Fresh PR, onde esteve por pouco mais de um ano, e começou na GBR Comunicação.

■ **Isabela Cury** começou em agosto como executiva pleno na VCRP. Ela foi anteriormente da Image 260 e teve uma rápida passagem pela KR2.



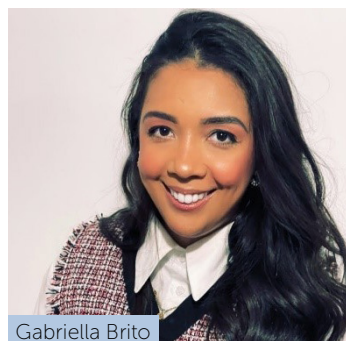
Jenny Carmona

■ **Jenny Carmona**, ex-Misasi, deixou a bcbiz Comunicação, onde esteve como *freelance* por nove meses.

■ **Juliana Nunes**, diretora de Comunicação Corporativa, Marketing Institucional e Relações Institucionais, deixou a CPFL, onde esteve por pouco mais de três anos. Ela foi por mais de duas décadas da Unilever e por quase quatro anos e meio da Brasil Kirin.



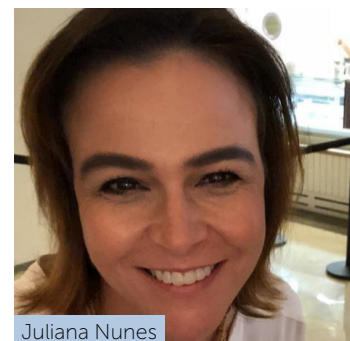
Elaine Cotta



Gabriella Brito



Isabela Cury



Juliana Nunes



Laura Nogueira Pereira

■ **Laura Nogueira Pereira**, ex-MktMix, em que esteve por pouco mais de um ano, voltou para a Press Pass, onde havia trabalhado entre 2017 e 2019, agora como executiva sênior.

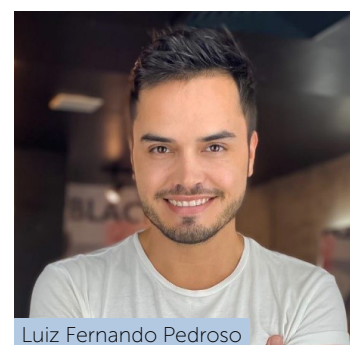
■ **Leticia Iamamoto**, analista sênior de sustentabilidade, deixou a Simpar e foi para a Dasa, na função de analista ESG sênior.

■ **Lucas Ament** integrou-se ao

time de comunicação do iFood e ali está atuando com criação e curadoria de conteúdo *inbound* (*podcast*, *medium* e e-mail marketing) e gestão de eventos e patrocínios. Ele esteve por um ano e nove meses como coordenador de marketing da *startup* ACE e também foi por mais de quatro anos da Amcham.

■ **Luiz Fernando Pedroso** integrou-se à equipe da Agência Lema, na função de assessor de imprensa. Ele foi anteriormente supervisor executivo de eventos e RP da Rede Globo por mais de um ano e meio.

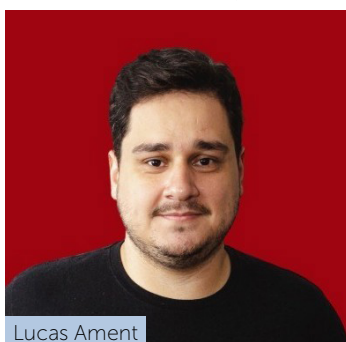
■ **Mariana Mancini Caetano** deixou a InPress Porter Novelli, onde esteve por mais de quatro anos e meio, em duas passagens, e começou na New Vegas. ▽



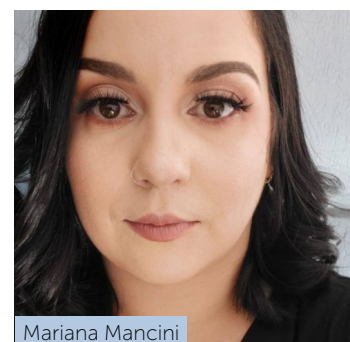
Luiz Fernando Pedroso



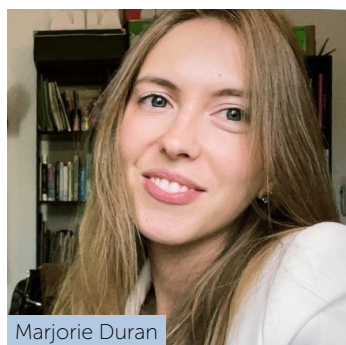
Leticia Iamamoto



Lucas Ament



Mariana Mancini



Marjorie Duran

■ **Marjorie Duran** integrou-se ao time da Suporte Comunicação, na função de analista.

■ **Nanna Preto**, que foi por mais de quatro anos da Nestlé, onde, por último, tinha a função de gestora de Comunicação e Marketing, respondendo pelo núcleo de Influência, foi para o Nubank e ali assumiu a Gerência de Marketing de Influência.

■ **Nicole Sillia** integrou-se à equipe da Edelman, após ter cumprido estágio de um ano e três meses na BCW Global.

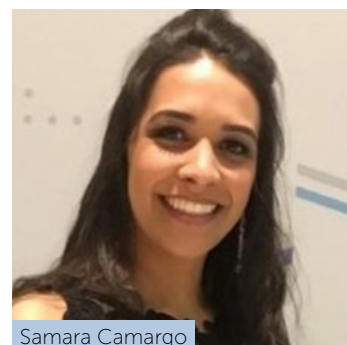
■ **Polyana Ferrari**, gerente de relações públicas, deixou a Deezer após cinco anos de casa. Assumiu a Gerência de Comunicação da Rocket.Chat.

■ **Rayssa Arieta da Rocha**, que estagiou por dois anos na Index, está iniciando sua trajetória profissional como assistente na Pros.

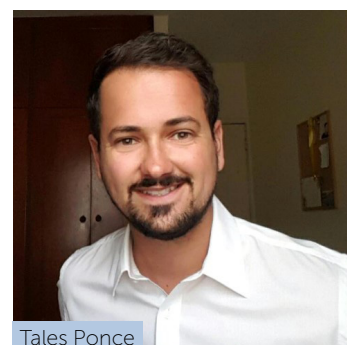
■ **Samara Camargo**, assessora de imprensa do DER por 11 meses, transferiu-se para a Loures, como coordenadora.

■ **Tales Ponce** despediu-se da FSB, onde esteve por quase cinco anos e meio, e agora reforça a equipe da Ideal H+K Strategies, como head de atendimento.

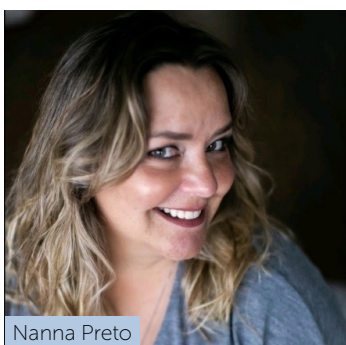
■ **Thaynara Dalcin** deixou a NR-7 Comunicação, onde era executiva de atendimento e estava há seis meses, e começou na mesma função na BCW Global.



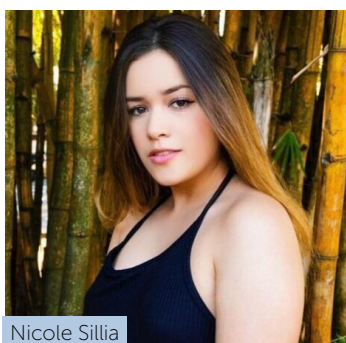
Samara Camargo



Tales Ponce



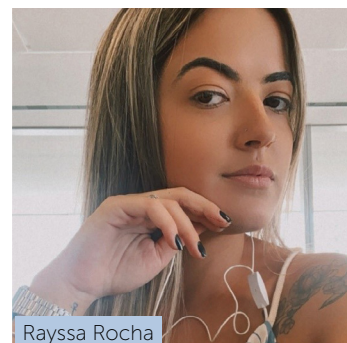
Nanna Preto



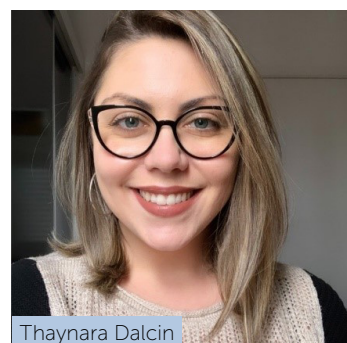
Nicole Sillia



Polyana Ferrari



Rayssa Rocha



Thaynara Dalcin

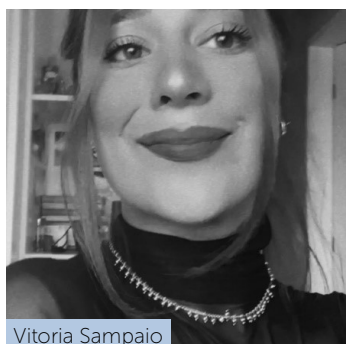
■ **Vitoria Sampaio**, que foi estagiária na Nova PR e que estava

estagiando na área de marketing na Océane, foi efetivada na função de assistente sênior.

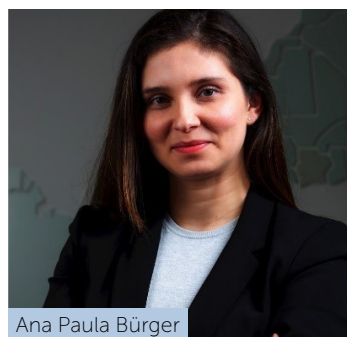
Entraram em licença-maternidade

■ **Ana Paula Bürger**, gerente de contas na MSL Brasil, em São Paulo, onde começou em junho de 2019.

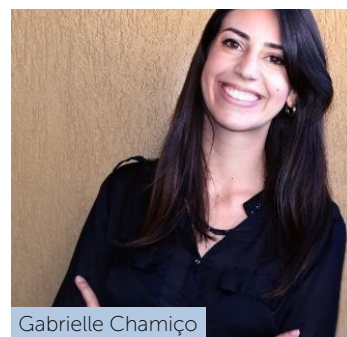
■ **Gabrielle Chamiço**, executiva sênior da Edelman, em São Paulo, na agência desde setembro de 2019.



Vitoria Sampaio



Ana Paula Bürger



Gabrielle Chamiço

Dança das contas

InPress Porter Novelli conquista a conta da Yara Brasil; Máquina, do Bank of America; e Jeffrey, da Amstel

■ A InPress Porter Novelli é a nova agência da Yara Brasil, empresa norueguesa da área do agronegócio especializada em nutrição de plantas. Cuidará da comunicação institucional e das

unidades de negócios, além de ser responsável pelo relacionamento com influenciadores. A equipe de atendimento à Yara tem como líder **Lúcia Calasso**, diretora do núcleo de Agrone-

gócios, e conta com a gerente **Cíntia Beduti**, mais **Ana Claudia Mendes** e **William Gimenes**, consultores sêniores, e **Diego Mendonça**, estagiário. O contato é yara@inpresspni.com.br. Na

Yara, a Comunicação Institucional é liderada por **Ana Pais**, tendo na coordenação **Thiago Coletti**. Completam o time as analistas sêniores **Caroline Boas** e **Caroline Furlan**.

■ A Máquina CW comemora a chegada do Bank of America. A agência será responsável pela comunicação externa do banco em todo o território nacional. O trabalho de PR conta com direção de **Claudia Pires** (claudia.pires@maquinacw.com) e gerência executiva de **Suzana Inhesta** (suzana.inhesta@), que está de volta à agência depois de passar por CMA, Agência Estado e Banco Santander Brasil.

■ Já a JeffreyGroup integrou à sua carteira a conta da Amstel, marca de cerveja do Grupo Heineken, que passará a contar com o trabalho de Relações Públicas da agência em todo o País. A conta integra o grupo de **Luís Joly** (ljoly@jeffreygroup.com) e tem como diretora **Juliana Medrano** (jmedrano@). O gerente de atendimento é **João Francisco Raposo** (jraposo@) e **Rafael Medeiros** (rmedeiros@) é o atendimento sênior.

► A Jeffrey, aliás, divulga para a Bayer o *Prêmio Mentas da Inovação*, que visa a impulsionar a ciência no Brasil, reconhecendo projetos desenvolvidos por

universitários e acadêmicos de graduação a pós-doutorado. Liderado pelo LifeHub São Paulo, *hub* de inovação da empresa no Brasil, e promovido em parceria com Associação Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento das Empresas Inovadoras, Câmara Brasil-Alemanha, Embrapa, Fio-cruz e Pacto Global Rede Brasil, o prêmio recebe inscrições individualmente ou em equipe até 8 de outubro. O regulamento pode ser acessado [aqui](#). Mais informações com **Ana Luisa Gonçalves** (agoncalves@jeffreygroup.com).

■ A XCOM cresceu à sua carteira quatro contas, duas delas em que o foco de atuação será PR: G4 4.0, empresa de educação especializada em negócios; e Unicoba, especializada na entrega de eficiência energética. Para os outros dois clientes a XCOM cuidará de PR e também da comunicação digital: CySource, empresa fundada por veteranos israelenses das forças de defesa militar de Israel e da NSO Group; e Blued, aplicativo de relacionamento voltado à comunidade

LGBTQIA+, de origem chinesa e atualmente com mais de 55 milhões de usuários em dez países. Os contatos são, respectivamente, g4@xcom.net.br, unicoba@, cy-source@ e blued@.

■ A Advice conquistou a conta da Aliança Gavi, responsável por coordenar o desenvolvimento e implementação da *Covax Facility*, coalizão global de distribuição gratuita de vacinas contra a Covid-19, coliderada pela Coalizão para Promoção de Inovações em prol da Preparação para Epidemias (CEPI), Gavi e OMS, em parceria com fabricantes de vacinas, Unicef, Opas e Banco Mundial, entre outras entidades. O objetivo é garantir o acesso global equitativo às vacinas contra o novo coronavírus em todo o mundo. A conta tem coordenação de **Fernanda Dabbori**, gerência de **Alexandre Lyra** (alexandre.lyra@advicecc.com) e atendimento de **Beatriz Biasoto** (beatriz.biasoto@).

■ A MediaLink assumiu a comunicação da Ingevity, empresa que produz o Evotharm, utilizado na produção de asfalto morno, que

acaba de ser adotado pela cidade de Porto Alegre. A empresa opera fábricas nos Estados Unidos e na China e está presente em 25 localidades pelo mundo, entre elas o Brasil, com escritório em Campinas (SP). O atendimento será coordenado por **Vinicius Spindler**, em Porto Alegre (vspindler@medialinkbrasil.com) e 51-99942-3814), e **Sandra de Angelis**, em São Paulo (sdeangelis@) e 11-99911-3798), com supervisão do diretor executivo **Adhemar Altieri**.

■ A Casé Comunica acaba de assumir a comunicação da Rede Muda Mundo, um grupo global, multicultural, multimarca, composto por iniciativas que promovem a transformação e causam impacto social, ambiental e econômico. Atendimento de **Mariana Marques** (mariana@casecomunica.com.br) e **Rafael Serato** (rafael@).

Pingos nos is – ■ É Midia.com (e não Mediar.com) o nome correto da agência que conquistou algumas contas recentemente, conforme informou a edição 1.325 deste J&Cia.

Giro pelo mercado

■ A Darana, de Salvador, criou um comitê próprio de Diversidade & Inclusão, em celebração aos seus 19 anos de atuação. A iniciativa é uma sequência das ações da agenda ESG e conta com a participação de colaboradores voluntários. O grupo reúne-se se-

manalmente para debater pautas sociais e promover ações inclusivas, tendo como foco as questões raciais e de gênero, inicialmente.

■ O programa *Comunicação S/A*, da Mega Brasil, traz detalhes da quarta edição do LCM, ou Latin America Communication Monitor, pesquisa que acaba de

ser divulgada e que é realizada pela Euprera – Associação Europeia de Educação e Pesquisa em Relações Públicas, que tem sede em Bruxelas e avalia as tendências na gestão da comunicação em mais de 80 países. **Marco Rossi** entrevista **Andreia Athaydes**, mestre e doutora em Comunica-

ção Organizacional e Marketing Estratégico, e coordenadora do LCM no Brasil; e **Alejandro Alvarez**, pesquisador da Universidade de Malaga, na Espanha, um dos responsáveis pela criação do Latin America Communication Monitor. O programa pode ser visto no [Canal da Mega Brasil no YouTube](#).

Giro pelas instituições

■ A Aberje e o Valor Econômico fecharam acordo para a publicação da edição 2021 do Valor Setorial Comunicação Corporativa. O especial circulará em dezembro.

■ A entidade, a propósito, realiza nesta quinta-feira (23/9), das 15 às 17h, o encontro *A Comunicação e o Capital Ético nas questões sociais*, segundo evento da parceria com a Arcos Dorados. Participam **Jesus Ribeiro**, responsável pela Comunicação Interna América Latina – Johnson & Johnson Vision; **Naira de Paula**, gerente de Comunicação Externa do Grupo Carrefour Brasil; **Mariana**

Scalzo, diretora de Comunicação Corporativa na Divisão Brasil da Arcos Dorados; e **Danielle Alves**, gerente na Diretoria de Gestão da Cultura e de Pessoas do Banco do Brasil. [O evento é gratuito](#).

■ E na sexta-feira (24/9), das 10 às 11h30, a Associação estreia o *Aberje Starts*, projeto de encontros mensais que visa a auxiliar na compreensão dos projetos e atribuições da associação. **Rodrigo Cogo**, gerente de desenvolvimento associativo da Aberje; e **Thalita Dominato**, coordenadora da mesma área, comandarão os encontros com o objetivo de tirar dúvidas sobre projetos da

associação. [Inscreva-se para a primeira edição aqui](#).

■ Outro evento da entidade será realizado na próxima segunda-feira (27/09): a terceira e última edição do *Lab de Comunicação para a Diversidade*, com a par-

ticipação de **Ive Lima** (Mattos Filho), **Glauro Paiva** (Shell), **Ana Carla Lopes** (Boticário) e **Bruno Crepaldi** (Banco Itaú). Informações com **Beatriz Magalhães** pelos 11-98756-8120 e beatriz@ortolanicomunicacao.com.

Conheça a
Agência EY

Notícias sobre tendências e estudos
feitos por jornalistas para jornalistas.

Acesse, encontre e publique
SAIBA MAIS

EY

E ainda

O robô tem nome

O mundo sempre viveu sob a sombra das visões apocalípticas. De todas elas, sempre tive medo de ver a humanidade controlada pelos robôs. Não sei bem como seria esse mundo, mas tinha receio. Hoje já me acostumei. Só que os robôs que nos dominam não se parecem com aquele personagem do mágico de Oz. Eles são diferentes e têm um nome: algoritmo.

Tive acesso recentemente a extratos de um estudo conduzido por três dos principais nomes mundiais em psicologia neural em um projeto conjunto

Por **Paulo Andreoli** (*),
especial para *Jornalistas & Cia*

das universidades de Cambridge e Nova Iorque. Eles concluem que os algoritmos moldam uma sociedade de extremistas e justiceiros. Hoje cerca de 4 bilhões de seres humanos usam as redes sociais no mundo. Os psicólogos notaram que a polarização não é mera casualidade: ela é induzida. Os algoritmos vão lhe oferecer um conteúdo que se contrapõe ao seu grupo. Os embates entre grupos viralizam e é isso o que efetivamente está moldando as sociedades.

Nós, que trabalhamos com comunicação e influência, temos

uma enorme responsabilidade. Se pudéssemos de alguma forma exercer nossas atividades promovendo a reflexão e o exercício de pensar, estaríamos dando uma grande contribuição. Afinal, nosso sucesso não pode depender apenas dos *likes* que conquistamos. O físico PhD Avid Loeb, de Harvard, num outro contexto disse mais ou menos a mesma coisa. Nós precisamos ser "mais ambiciosos, fazer perguntas difíceis que desafiam nossos pressupostos e ir atrás das evidências com mais rigor e menos preocupação com as curtidas".



(*) Chairman MSL Latin America – Publicis Groupe

Dia da Comunicação Corporativa terá especial sobre a história da atividade no Brasil

Iniciativa da Mega Brasil será liderada pelo *Jornal da Comunicação Corporativa*

■ A *História da Comunicação Corporativa no Brasil* será o tema do especial que a Mega Brasil produzirá para celebrar o *Dia da Comunicação Corporativa*, em 8 de outubro, data de fundação da Aberje, em 1967. O especial, que contará com reportagem de **Martha Funke** e será publicado pelo *Jornal da Comunicação Corporativa* (JCC), marcará o início da celebração dos 30 anos de Mega Brasil e da websérie sobre a mesma temática que será veiculada até julho na Rádio e na TV Mega Brasil, nos canais digitais

da empresa, incluindo YouTube.

► O especial do JCC ouvirá vários dos profissionais que ajudaram a construir essa história de quase 60 anos, cujo início, no caso das agências de comunicação, teve início em 1963/1964, com a criação da AAB – Assessoria Administrativa do Brasil, entre cujos fundadores estava **José Carlos Fonseca Ferreira**, falecido recentemente, e **José Rolim Valença**, aposentado há muitos anos.

► A websérie também ouvirá vários desses pioneiros em pro-

gramas especiais de uma hora de duração, que serão exibidos de outubro a junho. A estreia será com **Carlos Eduardo Mestieri**, que integrou a equipe fundadora da AAB, partindo, anos depois, para sua própria agência, a Inform, hoje Mestieri PR.

► Ambos os conteúdos, tanto do JCC quanto da websérie, vão se debruçar sobre os desafios daquele início, a evolução da atividade, as escolas internacionais que a inspiraram, principais marcos das relações públicas no País, personagens que ajudaram



a construir essa história, marcas que consagraram a atividade de RP e como ela interagiu com os próprios avanços políticos, econômicos e sociais do Brasil.

► Outras informações com **Célia Radzvilaviez**, pelo celiar@mega-brasil.com.br.

Cara de um, focinho de outro

Dona Antônia, mãe de João Antônio e Antônio João, tinha uma preocupação bastante compreensível, eles eram idênticos em tudo: a aparência, jeito de falar, trejeitos. Mais tarde, então, nem o instinto materno lhe permitia saber quem era quem. A coisa ficou ainda mais complicada quando

um casal de nordestinos mudou-se para a vila trazendo duas filhas gêmeas idênticas. Maria Teresa e Teresa Maria eram a cara de uma e o focinho da outra. Quis o destino que mais tarde, na juventude, os quatro comessem a namorar. Ah!, mas dona Antônia só permitiu quando os **babaças**

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

atenderam à sua ordem: tatuar os nomes para que cada um e cada uma soubessem quem era quem. Só assim foi evitado um monte de confusão.

Babaça – [Do quimb.] – Substantivo de dois gêneros 1. Bras. Irmão gêmeo, ou irmã gêmea. [Var.: mabaça. Cf. cabaça².] (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.



Dados não dados

A influência das análises de dados em nossa vida cresce de forma implacável. De certa forma ela sempre existiu, mas agora a tecnologia empoderou e aprimorou a qualidade das experiências dos resultados, tornando o conceito *data-driven* cada vez mais impregnado no mundo empresarial. Porém, nem todas as pessoas estão dispostas a compartilhar suas informações para receber uma experiência mais diferenciada. Os usuários estão cada vez mais sensíveis com a forma como seus dados são captados e usados, então a transparência é essencial para criar elos de confiança e man-

ter o fluxo de informações que suportam e equilibram esses ecossistemas.

Os dados coletados no mundo físico e digital permitem gerar uma infinidade de *insights* para a comunicação das empresas, desde que elas saibam realmente como, e para que fim, utilizar esses dados. Uma estratégia *data-driven*, como ficou conhecida essa proposta de gestão, potencializa oportunidades para as marcas se conectarem, interagirem e entenderem melhor seus clientes e realizarem mais negócios. Mas a responsabilidade dos profissionais envolvidos cresce diariamente.

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

Vários fatos corroboram com esse cenário. O primeiro deles é que geramos cada vez mais dados. Segundo, que a comunicação é uma das áreas que podem se beneficiar dessas informações, produzindo conteúdos mais assertivos e entregando valor, criando pontes e derrubando muros. A utilização do *data-driven* cria oportunidades para os profissionais entenderem e atenderem melhor a seus clientes. Mas sabemos que dificuldades existem. Nem todas as equipes estão preparadas para aproveitar e utilizar corretamente tudo o que está disponível, seja por falta de capacidade analítica, coletas



imperfeitas ou interpretações enviesadas. Um terceiro fato: é fundamental ter ferramentas e metodologias para navegar nesse oceano de informações.

Apesar de a grande maioria dos dados ter potencial para produzir *insights* e construir cenários, alguns registros atrapalham, poluindo e aumentando a complexidade das análises. No processo de interação, obter a

atenção dos clientes é apenas uma parte da equação, pois o objetivo maior é garantir que eles realizem negócios e, se possível, defendam a sua marca. A proposta do *data-driven* é colaborar na solução desses problemas. Utilizando recursos de inteligência artificial e conhecimento dos negócios, podemos personalizar os sites com base nos comportamentos dos usuários, como o trajeto pela página, buscas anteriores e a localização física ao acessar a web.

O diagnóstico atual é que muitas vezes, a partir do momento que capturamos a atenção das pessoas para nossos ambientes, a experiência entregue não condiz com a proposta feita. Uma personalização não adequada oferece conteúdos variados que muitas vezes não fazem sentido para grande parte das pessoas.



Ofertas com preços atrativos não significam os reais interesses aos usuários. Uma simples pesquisa não significa interesse de compra. E a preocupação com novas ofertas às vezes é desnecessária, pois a compra já foi realizada ou a informação já foi absorvida.

Não basta apenas saber o nome das pessoas, é realmente preciso conhecer os compor-

tamentos, interesses e desejos para entender às necessidades. E isso só é obtido com tempo e dedicação. Algoritmos de sites como os da Netflix e da Amazon conseguem moldar a experiência do público com base em dados, da mesma forma que assistentes virtuais como Siri e Alexa, pois tudo é construído a longo prazo. A particularização das experiên-

cias é uma tendência e caminha para tornar-se cada vez mais onipresente. Os resultados são inconteste. Os riscos também.

Conhecer e dominar as tecnologias aplicadas à comunicação são cada vez mais importantes. Atualmente, com usos práticos do *Machine Learning* a jornada de retenção é cada vez mais comum e nos possibilita ofertar produtos e serviços complementares aos que o cliente já possui. A violação de informações sensíveis é um incidente preocupante e que pode trazer consequências graves ao direito fundamental à proteção de dados pessoais, tais como uso indevido, fraude, danos materiais e comprometimento da reputação dos indivíduos. E de reputação os profissionais da área de comunicação são especialistas, certo? 😊

Para quem quiser saber mais a respeito:

<https://www.stellacom.com.br/a-importancia-da-igpd-para-os-profissionais-de-comunicacao/>;

<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2021/08/02/entra-em-vigor-lei-que-pune-empresas-que-usarem-dados-pessoais-de-maneira-indevida.ghtml>;

<https://www.migalhas.com.br/coluna/migalhas-de-protecao-de-dados/338947/politicas-de-protecao-de-dados-e-privacidade-e-o-mito-do-consentimento>.



Viva Anísio Teixeira! Viva Paulo Freire!

Por Assis Ângelo

Claro que é política a proposta de alfabetização contida no livro *Pedagogia do Oprimido*, de Paulo Freire.

O que é que há em comum entre o pernambucano Paulo Freire e o baiano Anísio Teixeira?

Freire nasceu em 1921 e Teixeira, 21 anos antes. Ambos se formaram primeiro em Direito e só depois tornaram-se educadores.

Teixeira foi o primeiro educador a detectar falhas e necessidades na alfabetização de jovens e adultos no nosso País.

Como Teixeira, Freire abandonou a profissão de advogado para continuar no direito de ensinar para aprender junto aos analfabetos seus alunos.

Em 1963, Paulo Freire pôs em prática um método revolucionário de alfabetização no município de Angicos, no Rio Grande do Norte.

Naquele ano, conseguiu ensinar as primeiras letras a mais de 300 trabalhadores da construção civil, que não conseguiam distinguir um "O" de uma roda. Foi quando os empregadores se arrepiaram, recusando-se a pagar até os direitos trabalhistas.

Foi esse o "pulo do gato" de Freire ao imaginar e desenvolver o método que leva o seu nome no Brasil e mundo afora.

Em 1964, Anísio Teixeira foi exilado pelos poderosos de plantão.

Em 1964, Paulo Freire foi exilado pelos poderosos de plantão.

Os poderosos de plantão são personagens que atuam em movimento contrário ao avanço da sociedade moderna, sempre à espreita.

segundo, reconhecer que o conhecimento não é um dado aí, algo imobilizado, concluído, terminado, a ser transferido por quem o adquiriu a quem não o possui".

Atualmente, o Brasil tem cerca de 11 milhões de analfabetos completos. Fora isso, é incontável o número de analfabetos funcionais. Esses são aqueles que aprenderam o bê-á-bá mecanicamente, sem raciocinar, na base da decoreba.

O método Paulo Freire é importante, muito importante, por identificar esse caminho errado. Ou seja, não basta decorar o bê-á-bá, é preciso interpretar o bê-á-bá.

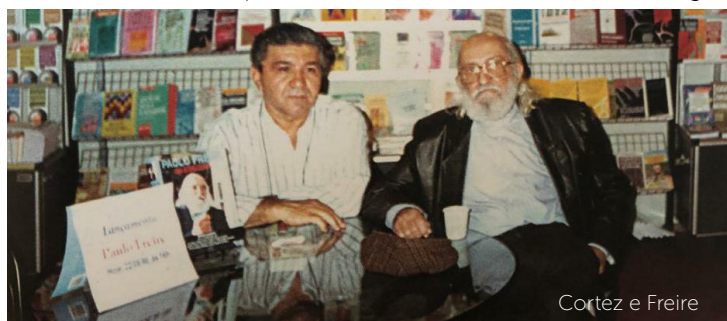
"A leitura do mundo precede a leitura da palavra", afirmou Freire na palestra que proferiu no *Congresso Brasileiro de Leitura*, realizado em 12 de novembro de 1981, em Campinas (SP).

O analfabeto é analfabeto por não saber ler nem escrever, mas não é analfabeto no mundo real em que vive. Pois nesse mundo, o seu mundo, ele distingue facilmente os códigos que o rodeiam. Portanto, nesse caso, o bê-á-bá pouco acrescenta ao sujeito em questão.

Sabe aquela história de o caipira ou o matuto falar errado?

"A primeira vez que mantive contato com Paulo Freire, foi por telefone", lembrou o potiguar José Xavier Cortez. "Ele estava na Suíça ou na Suécia, não lembro bem. Propus-lhe editar seu livro *Pedagogia do Oprimido*. Mas ele respondeu que já tinha editora, a Paz e Terra. Isso foi pouco antes de ele voltar do exílio".

No decorrer do tempo, Cortez e Paulo Freire tornaram-se amigos.



Cortez e Freire

Um povo analfabeto é um povo cego, sem luz, sem graça, sem futuro, que precisa de muleta para existir.

Um povo analfabeto e sem futuro é presa fácil de quaisquer poderosos de plantão, ditadores, prepotentes, obscurantistas.

Uma pessoa alfabetizada reconhece com facilidade o mundo em que vive e nele se movimenta com a graça de quem ama a vida.

Uma vez o paulista Monteiro Lobato (1882-1948) disse que "quem lê mais, sabe mais".

Uma vez, há muito tempo, o grego Sócrates, à beira da morte, teria dito: "Só sei que nada sei".

No livro *A Importância do Ato de Ler*, agora na 52ª edição (Cortez Editora), Paulo Freire diz à pág. 66: "Na verdade, para que a afirmação 'quem sabe ensina a quem não sabe' se recupere de seu caráter autoritário, é preciso que quem sabe saiba sobretudo que ninguém sabe tudo e que ninguém tudo ignora. O educador, como quem sabe, precisa reconhecer, primeiro, nos educandos em processo de saber mais, os sujeitos, com ele, deste processo e não pacientes acomodados;

"Antes de *A Importância do Ato de Ler* publiquei *Educação e Atualidade Brasileira*, *Pedagogia: Diálogo e Conflito* e *Paulo Freire: Uma Bibliografia*", relembra Cortez.

Enquanto publicava livros pela Cortez, Paulo Freire publicava artigos na revista *Educação e Sociedade*. Essa revista era resultado de uma parceria entre a editora Cortez e a Unicamp.

É possível que os textos de Freire publicados na revista virem livro.

A gratidão que o educador pernambucano tinha pelo editor potiguar fica explícita nesta declaração: "Se o País tiver sensibilidade, reconhecimento, amor e o sentimento do agradecimento corajoso e leal, Cortez vai virar nome de instituição no País todo. Tenho Cortez como editor e também como amigo".

Cortez já virou nome de escola: Escola Estadual José Xavier Cortez, no extremo sul da capital paulista.

Anísio Teixeira envolveu-se com a educação desde muito cedo. Em 1931, já era figura de destaque no campo da Educação, Anísio assinou o *Manifesto dos Pioneiros da Educação Nova*.

Corria o governo Vargas. O ministro era Gustavo Capanema e seu chefe de gabinete, Carlos Drummond de Andrade.

Esse manifesto, assinado por 26 educadores e intelectuais como Cecília Meirelles, não agradou ao governo Vargas. O tempo passou e muita água correu sob a ponte. O resto é história.

Anísio Spinola Teixeira nasceu no ano de 1900 e morreu em março de 1971, isto é, há 50 anos.

Paulo Reglus Neves Freire morreu em 1997 e nasceu no dia 19 de setembro de 1921, ou seja, há 100 anos.

A educação deve muito a esses dois brasileiros.

LEIA MAIS: [BOLSONARO, EDUCAÇÃO E PAULO FREIRE](#) • [VIVA OS BRASILEIROS CORTEZ E FAUSTO!](#) • [SÃO PAULO CAPITAL NORDESTE](#)



Paulo Freire, por Fausto Bergocce

Sudeste

Funcionários da RedeTV suspendem greve para evitar demissões

■ Para evitar possíveis demissões, os funcionários da RedeTV suspenderam a greve por reajuste salarial iniciada há mais de duas semanas. A paralisação, porém, pode ser retomada a qualquer momento, segundo **Ebgerito Paschoa Balboni**, dirigente do Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Radiofusão e Televisão no Estado de São Paulo.

► Em nota, o sindicato escreveu que a decisão "é de se manter em mobilização permanente e

caso a direção a RedeTV fuja da legítima pauta de reivindicações a greve voltará imediatamente. A estabilidade não é nenhuma concessão, ela é fruto da luta direta dos trabalhadores que juntos com seu Sindicato se mantiveram firmes na greve por mais de duas semanas».

► A emissora propôs um aumento de 17%, feito em três etapas a partir de outubro (7%). O restante viria em janeiro (5%) e em abril de 2022 (5%), a ser aplicado também sobre os benefícios, como

vale-refeição, auxílio-creche etc. Além disso, a RedeTV terá que pagar 50% dos dias parados e compensar o restante.

► "Caso a emissora descumpra

alguma promessa, demita alguém ou volte atrás na decisão já tomada nós podemos retomar a greve sem aviso prévio", disse Balboni à Folha de S.Paulo.



Curtas-SP

■ **Gabriela Arbex** está de casa nova. Ela passa a editar o site Elas que Lutem (EQL), feito por e para mulheres, sobre finanças, comportamento, carreira e empreendedorismo, que publica matérias e notícias diárias. O contato profissional dela é gabriela.arbex@eql.com.br.

■ **Eleandro Passaia** estreou em 20/9 no comando do *Balanço Geral Manhã*, da Record TV. Ele fica no ar das 5 às 7h, e depois entrega a apresentação para

Geraldo Luis, das 7 às 8h30. Passaia assumirá também o *Cidade Alerta – Edição de Sábado* já no próximo final de semana. O apresentador trocou Curitiba pela sede da emissora na Barra Funda. Até então, estava no comando do programa *Tribuna da Massa*, da Rede Massa, afiliada do SBT no Paraná.

São Paulo-Interior

■ O Sindicato dos Jornalistas de SP (SJSP) condenou a atitude do vereador Celso Itiki, presidente da

Câmara de Cotia, que ameaçou entrar com ação judicial contra jornalistas pela publicação de reportagens sobre a taxa de coleta de lixo da cidade. Segundo relatos, tramitava um projeto instituindo taxas de R\$ 72 a R\$ 599 mensais pelo serviço de coleta. A intenção do Legislativo foi publicada por diversos veículos em 10 de setembro.

► Após a proposta inicial tornar-se de conhecimento público, os vereadores votaram por um substitutivo que reduziu a taxa

para a partir de R\$ 8,50. Durante a sessão, Itiki ameaçou a imprensa. **Neto Rossi**, repórter do site Cotia & Cia, repudiou a atitude e declarou que o presidente da Câmara estaria cometendo "um ato muito repugnante" e que o que foi divulgado "não é fake news, pois o próprio site do Legislativo tem anexado".

► O SJSP recomendou que todos os jornalistas que sofreram ataques ou ameaças devem denunciar as ocorrências e entrar em contato com entidade.

Tiago Medeiros substitui interinamente Alex Escobar no Globo Esporte

■ **Alex Escobar**, apresentador



Tiago Medeiros

do *Globo Esporte* no Rio, foi substituído durante esta semana por **Tiago Medeiros**. Escobar testou positivo para a Covid-19 – na emissora, toda equipe que entra em estúdio para gravar é testada diariamente. Ele deve ficar afastado durante uma semana, conforme os protocolos de segurança da empresa para

casos positivos. A informação é de **Gabriel Volquer**, no UOL.

► Medeiros é o apresentador do *Globo Esporte* em Recife. Depois de ter-se destacado nos Jogos Olímpicos de Tóquio, saiu-se bem, em agosto, ao substituir **Lucas Gutierrez** no *Esporte Espetacular*. Há 16 anos na Globo, onde entrou como estagiário,

foi produtor, repórter e chefe de Redação do Esporte da Globo em Pernambuco. Desde o ano passado, foi efetivado no *Globo Esporte*. O programa é transmitido para o Norte e alguns estados do Nordeste.

Textos de Rubem Braga em audiolivro

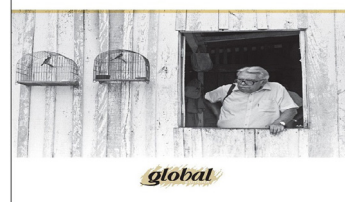
■ *Crônicas do Espírito Santo*, de **Rubem Braga**, é lançado na voz do ator João Roncatto, por [Tocalivros Studio](https://www.tocalivros.com.br), em parceria com a Global Editora. São 52 crônicas – do autor que deixou mais de 15 mil delas, publicadas em jornais –

sobre infância e juventude, uma homenagem ao seu estado natal. O cronista relata lembranças doces de Cachoeiro do Itapemirim e ainda sua indignação com os necessitados, em textos ácidos e cheios de metáforas. Em quatro

horas de narração, destaca-se a crônica *Congo*, apresentada juntamente com uma canção popular do interior capixaba, resultante de pesquisa das informações do autor.

RUBEM BRAGA

Crônicas do Espírito Santo



Marcello Moraes é o novo diretor-geral da Rede Gazeta (ES) Café Lindenberg assume a Presidência do grupo

■ A Rede Gazeta (ES) anunciou em 15/9 que **Marcello Moraes** é o novo diretor-geral da empresa, e que **Café Lindenberg** assume a Presidência do grupo e do Conselho de Administração, posto anteriormente ocupado por seu pai, **Cariê Lindenberg**, que faleceu em abril.

► Marcello, no grupo desde 2016, até agora comandava a Diretoria

de Negócios. Antes, foi CEO da Infoglobo e membro efetivo do Conselho de Administração de Valor Econômico, Instituto Verificador de Circulação (IVC) e International News Media Association (INMA).

► Outra novidade anunciada pela empresa é a incorporação da área de tecnologia à nova Diretoria de Tecnologia e Operações, coman-

dada por **Gabriel Moura**. **Paulo Canno** passará a atuar como consultor de tecnologia.

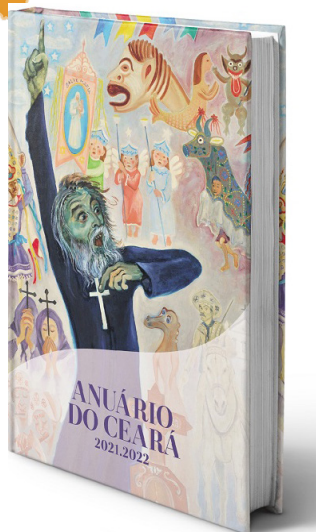
► Além de Lindenberg, Moraes e Moura, a diretoria da Rede Gazeta é composta por **Abdo Chequer** (Jornalismo), **Márcio Chagas** (Mercado), **Helder Luciano** (Administração e Recursos Humanos), **Dudu Lindenberg** (Inovação e



Marcello Moraes

Novos Negócios), **Bruno Passoni** (Regional Sul) e **Maria Helena Vargas** (Regionais Norte).

Nordeste



■ O *Anuário do Ceará 2021-2022* será lançado na próxima segunda-feira (27/9), às 18h, em solenidade online com as presenças do governador do Ceará, Camilo Santana, e do prefeito de Fortaleza, José Sarto. O lançamento será transmitido

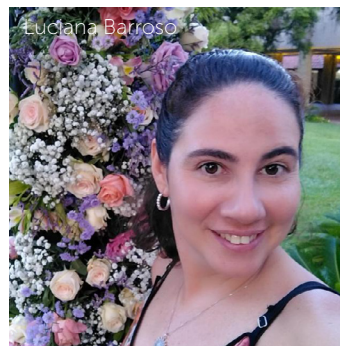
pelo @opovoonline. O Anuário é uma publicação do Grupo de Comunicação O Povo.

■ O repórter **Kilmer de Campos**, das rádios Assunção Cearense AM 620 e Fortaleza FM 90.7, aproveitou para visitar a tribo Tuyuka quando foi a Manaus para cobrir Manaus 1x1 Ferroviário (CE), pelo Brasileiro Série C.

■ Especialista em escrita literária,



Kilmer de Campos



a jornalista e psicóloga em formação **Luciana Barroso** resolveu aventurar-se pelo mundo dos textos de amor. Desde o início do ano, lançou um perfil no Instagram para falar do trabalho de escrita e celebrações afetivas. Na prática, realiza cerimônias de casamento laicas e customizadas para cada história. As celebrações não têm cunho civil nem religioso, mas são originais, cheias de autenticidade e com o amor no centro das atenções. Recentemente, Luciana celebrou o casamento de Dani Gondim e

Deco Montenegro, na praia de Icaraizinho de Amontada. Também recentemente assumiu a Assessoria de Comunicação da Secretaria de Urbanismo e Meio Ambiente de Fortaleza.

■ **João Paulo Quintela (JP Quintela)**, estreou, na TV Fortaleza (Canal 7.2), o programa *Maestros da Bola*, que vai ao ar nas noites das segundas-feiras depois do *Resenha de Artilheiro*. Na edição desta semana, o entrevistado foi o ex-jogador meia atacante Josué Mendonça, que atuou por Fortaleza (CE), Ceará (CE), Goiás (GO), Internacional de Limeira (SP), Uruburetama (CE) e 4 de Julho de Piripiri (PI).



Josué (esq.) e JP

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

Centro-Oeste

TV Câmara amplia divulgação do trabalho parlamentar

■ Com o objetivo foi facilitar o conhecimento do trabalho parlamentar pela população e garantir o compromisso com a transparência, a Câmara dos Deputados atualizou a grade de programação da TV Câmara, ampliando em cerca de 70% a exibição de produtos legislativos. Com a mudança, passou a exibir reprises de audiências públicas, de reuniões das comissões, dos discursos parlamentares e da Ordem do Dia do Plenário Ulysses Guimarães, que é a fase da sessão destinada à discussão e à votação das propostas. Durante as transmissões, é exibido um QR Code com o link dos demais eventos legislativos que ocorrem naquele momento, e que estão em exibição no canal da Câmara no YouTube e nas suas

redes sociais. A emissora também veicula programas produzidos pelo jornalismo da Casa sobre o trabalho legislativo.

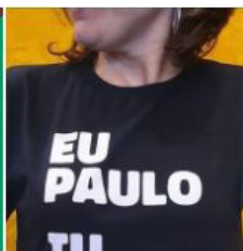
E mais...

■ A exemplo de instituições e personalidades de todo o País, o Sindicato dos Jornalistas do DF também homenageou o centenário de Paulo Freire. Para a entidade, "assim como a Educação, a Comunicação tem papel fundamental na formação de indivíduos críticos que possam

transformar a realidade. É por isso que seus ensinamentos e reflexões nos inspiram e orientam na busca por um jornalismo que sirva de instrumento para transformação social. Não à toa, o educador, pedagogo e filósofo pernambucano é um dos autores brasileiros mais citados em estudos de comunicação no mundo". Para marcar da data, a entidade exaltou obras de profissionais de Brasília que celebram a vida, a obra e ideias do educador, tais

como a ilustração de **Fernando Lopes**; o livro recém-lançado *Paulo Freire, a prática da liberdade para além da educação*, do professor emérito da UnB **Venício Artur de Lima**; e a camiseta da loja Armária, criada pelas jornalista **Dayanne Holanda Gioconda Bretas**, com o verso *Manifesto do Amor*.

■ O Sindicato, a propósito, intensificou sua Campanha de Sindicalização e Regularização 2021. A entidade cita o momento grave da conjuntura nacional, os ataques à democracia, aos direitos trabalhistas "para reforçar a necessidade de ampliar a luta para defender as conquistas dos jornalistas, o livre exercício da profissão e a soberania do povo brasileiro". Mais informações pelo 61-98211-0679.



■ Após constatar insatisfação dos apoiadores do governo com o recuo aos ataques sobre o STF, o presidente Jair Bolsonaro parece ter decidido antecipar a campanha presidencial. Nesse sentido, seu filho 02, Carlos Bolsonaro, já atua nos bastidores da Comunicação do governo. A ideia, pelo que se comenta em Brasília, é retomar o modelo de fabricação e disparo de *fake news* nas redes sociais, como utilizado nas eleições de 2018. Desta vez, porém, Carlos conta com o irmão Eduardo Bolsonaro para intensificar a campanha. Os filhos estariam tentando contratar uma empresa internacional para cuidar dos disparos nas redes. E Eduardo, como presidente da Comissão de Relações Exteriores da Câmara,

vem se utilizando do cargo para estreitar relações com o chamado trumpismo, em especial com o marqueteiro norte-americano Steve Bannon, com quem se encontrou recentemente.

■ Com calor beirando os 40 graus e baixíssima umidade em Brasília, a repórter do SBT **Nathalia Fruet** foi barrada por seguranças do Palácio do Planalto nessa segunda-feira (20/9), por trajar uma bermuda de alfaiataria. A jornalista foi obrigada a deixar o órgão e trocar a vestimenta por uma calça. O Gabinete de Segurança Institucional justificou a proibição citando uma norma interna editada em 2020 pela Presidência. O documento prevê o uso de saias e calças por mulheres, mas não cita a proibição de bermudas. No Instagram,

Nathalia criticou a medida como "inacreditável".

■ **Liana Sabo**, colunista do Correio Braziliense, lançou nesta quarta-feira (22/9), no estacionamento do prédio do jornal, *Histórias dos Sabores que Vivi*. O livro faz uma retrospectiva da história da gastronomia brasileira e traz mais de 200 matérias e notas sobre gastronomia que o jornal publicou ao longo de quase três décadas. A ideia do lançamento partiu de **Rosualdo Rodrigues**, criador do selo Boníssimo! Edições, pelo qual foi editada a obra. "Liana foi a primeira jornalista a escrever sobre gastronomia em Brasília e no Centro-Oeste", lembra Rosualdo. "Ela começou a publicar textos sobre o assunto em 1993. Naquela época não havia nas redações

gente interessada em explorar o mercado de restaurantes como matéria jornalística". O livro está em pré-venda pelo site bonissimo.blog.



■ A Record TV é finalista em dois prêmios internacionais. No *Content Innovation Awards*, a emissora concorre na categoria *Melhor Série Documental*, com a reportagem em H&A *Aprisionadas*;

e em *Melhor Série Curta*, com *Fome dos Invisíveis*, que mostrou a realidade enfrentada por brasileiros que vivem nas regiões mais pobres do País.

► Já no *The Association for Inter-*

national Broadcasting, a Record está concorrendo na categoria *Podcast Factual* com o podcast produzido para o projeto *Transamazônica – 50 anos*.

Dos leitores

"Vida longa ao MediaTalks – rara preciosidade quando se pensa numa fonte fidedigna de informação, neste mundo tão controverso. Viva!" – **Paulo de Tarso Porrelli**

Norte

■ **Lucy Rodrigues** entrevistou

May Seven, primeira DJ amazonense a assinar contrato com a Universal Music. O vídeo marca a estreia do canal de Lucy no YouTube. Nesse novo espaço vai compartilhar entrevistas,

produções artísticas, dicas, etc. Por enquanto os vídeos serão quinzenais. [Inscreva-se!](#)

■ Foi lançada em Manaus na noite de 16/9 a primeira edição do *AjuriArtes*, projeto que inclui dança, música, cultura popular, artes plásticas, arte urbana, fotografia, cinema, literatura, teatro e produção cultural. O projeto, assinado pela Guerreiro Tapajós – Comunicação, Cultura e Eventos, de **Leandro Tapajós**,



Leandro Tapajós

foi contemplado pelo *Programa Cultura Criativa – 2020/Lei Aldir Blanc – Prêmio Feliciano Lana*, do Governo do Amazonas. O evento de lançamento ocorreu no Casarão de Ideias, um dos principais espaços culturais do Centro Histórico de Manaus.

► Uma equipe de profissionais das áreas de tecnologia, jornalismo, fotografia e artes trabalhou no desenvolvimento do projeto. Entre os jornalistas estão **Diego Toledano**, **Silvio Lima**, **Camila Henriques** e o próprio **Leandro Tapajós**. Assinam a fotografia **Marcelo Ramos** e **Rodrigo Valle**. A edição de vídeo é de **Rafael Froner**.

■ O fotógrafo **Michael Dantas** participa da exposição coletiva *Terra em transe*, que reúne 60 fotografias e cerca de 600 ima-

gens. A curadoria é de **Moura Diógenes**. A exposição fica no Museu Afro Brasil, em São Paulo, até dezembro.

■ A Comunicação da Assembleia Legislativa do Amazonas (Aleam) entrará em processo de modernização, começando pela Rádio Aleam, que contará um novo transmissor instalado nas dependências da TV Encontro das Águas.

► **Mônica Santaella**, diretora de Comunicação da Assembleia, disse que a melhoria é uma forma de dar mais transparência às ações da Casa, pois com a ampliação do sinal da rádio o trabalho legislativo será levado para além de Manaus.

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

■ A polícia do Pará prendeu em 14/9 o primeiro suspeito do [assassinato do jornalista Eranildo Cruz](#). A detenção ocorreu oito dias depois de policiais civis e militares encontrarem o corpo do diretor-editor do jornal Tribuna Regional em uma casa em Monte Dourado, distrito de Almeirim. O suspeito, Janilson Silva Duarte, foi identificado em câmeras de monitoramento, sentado na garupa da moto roubada da vítima. Após a prisão, ele confessou o crime. Confira os detalhes nesta [matéria](#).

Corda do Círio – A Diretoria da Festa de Nazaré recebeu em 16/9 a corda do Círio de Nossa Senhora de Nazaré 2021, um dos maiores ícones da procissão em louvor à Padroeira da Amazônia. Como sempre, a imprensa compareceu em peso para registrar a chegada da corda.

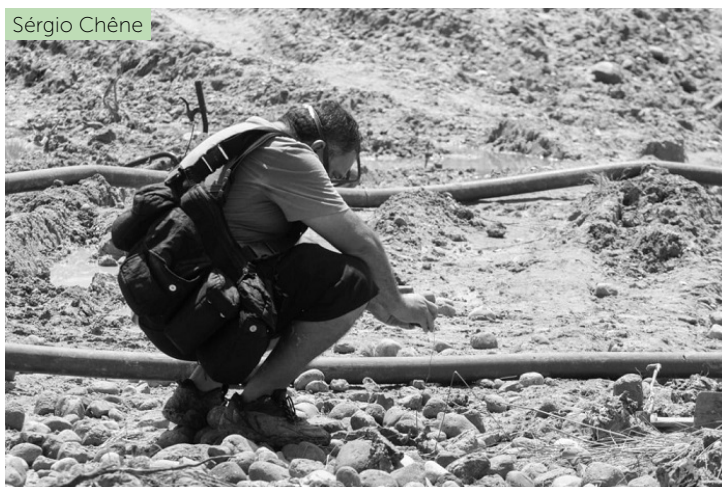


Andreza Damasceno e Arthur

Bebê – Antes de falar do vaivém nas redações, damos as boas-vindas para o fofíssimo Arthur, primeiro filho de **Andreza Damasceno**.

■ Segunda-feira (20/9) foi o último dia de **Simone Amaro** na RBA TV. Para surpresa de todos na redação, ela deixou o cargo em que estava desde abril.

■ **Sérgio Chêne** passou a integrar a equipe de *O Liberal*. Chega para reforçar o caderno Panorama. Ele teve passagens por Diário do Pará, jornal Amazônia e assessorias de Comus, Sesan, Segup, Polícia Militar, TRE, Seduc, além de Norte Energia



Sérgio Chêne

(UHE Belo Monte) e mineradora Belo Sun (projeto Volta Grande), respectivamente, pelas agências Santa Fé (DF) e FSB Comunicação.

■ **Joyce Cursino**, que também é cineasta, deixou o SBT Pará.



Joyce Cursino

Com vários planos na área do audiovisual, ela está à frente do projeto *Telas em Movimentos*, que tem um festival anual de grande sucesso.

■ **Jeferson Höenisch** passou a assinar a coluna *Ananin Social* no tabloide Ananindeua em Revista, do grupo O Liberal. ▼



Jeferson Höenisch

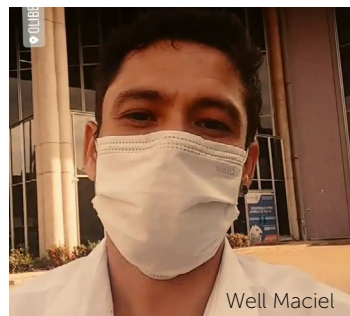
■ A repórter **Andrea França** deixou o portal G1 Pará. Ainda pelos lados dos veículos da avenida Nazaré, quem deixou a TV Liberal foi a produtora **Victória Botelho**.

■ **Julize Garcia**, da TV Liberal, está apresentando os programas de publicidade da Prefeitura Municipal de Belém.

■ O publicitário **Well Maciel** é o novo executivo de vendas no setor de marketing do grupo O Liberal.

■ O repórter **Leandro Santiago**, que trabalhou na editoria de esportes da TV Liberal, está agora

como editor na TV Pajuçara, de Maceió. Depois da TV Liberal, Leandro passou pela TV Record (Pará) e TV Anhangüera (Goiás e Tocantins).



Well Maciel

■ **Vilma Reis** começou em novo emprego na Faculdade de Letras, Gabinete de Letras e Imagem da Universidade de Coimbra, em Portugal. Vilma é formada pela UFPA e trabalhou por alguns anos na rádio Liberal.



Vilma Reis



Nerusa Palheta

■ **Nerusa Palheta**, há algum tempo radicada em São Paulo, deixou depois de dois anos a agência RPMA, onde era executiva de contas da Motorola. Ela agora está na agência Realme, como gerente de Relações Públicas. (Com a colaboração de **Dedé Mesquita** - dedemesquita@gmail.com)

■ A Polícia Militar de Roraima cumpriu seis mandados de prisão contra policiais militares, entre eles um coronel e um major, investigados pelo sequestro e tortura do jornalista **Romano dos Anjos**, em outubro do ano passa-

do. **Marcelo Marques**, jornalista da Rede Amazônia que acompanha o caso de Romano, contou que, durante a investigação, servidores da Assembleia Legislativa de Roraima denunciaram o envolvimento dos policiais no crime.

► Romano, que foi sequestrado enquanto jantava com a esposa e teve braços e pernas quebrados, declarou que "é o início de um novo ciclo. Foram 11 meses de tratamento de saúde, de recuperação física e psicológica. Só

de eu saber que essas pessoas estão presas, e que outros também podem ser presos, é que posso pensar em levar a minha vida normalmente".

Sul

■ **Eugênio Esber** (revista Amanhã) estreou em 18/9 como colunista nos veículos do Grupo RBS. Ele passa a escrever quinzenalmente no Caderno Doc, que acompanha a Superedição de ZH. No espaço, aborda assuntos que mobilizam o debate público. Em seu primeiro texto, escreveu sobre o funcionamento das instituições brasileiras.

■ O governo do Estado lançou em 16/9 o **Prêmio Sema-Fepam de Jornalismo Ambiental 2021**, que reconhece as melhores produções jornalísticas sobre boas

práticas ambientais no Rio Grande do Sul. As categorias são *Jornalismo Impresso*, *Webjornalismo*, *Fotojornalismo*, *Radiojornalismo/podcast*, *Telejornalismo* e *Jornalismo Universitário*. As inscrições vão até 10 de novembro.

► O vencedor de cada categoria receberá R\$ 5 mil. O segundo colocado ganhará R\$ 3 mil. [Mais informações e inscrições aqui.](#)

■ **Cristiano Silva** e **Geison Lisboa** lançaram o podcast *Dus2 Podcast*, que aborda futebol e outros temas, como economia, saúde e cotidiano. O projeto vai ao ar

às sextas-feiras, mas durante a semana os dois publicarão cortes dos episódios e comentários dos entrevistados. No [episódio de estreia](#), os dois falaram sobre suas trajetórias no rádio.

■ **Vagner Martins**, o **Vaguinha**, deixou a Bandeirantes, onde participava do programa *Os Donos da Bola*, na TV, e do *Atualidades Esportivas*, no rádio. Além disso, comentava jogos de Grêmio e Internacional. Segundo o Coletiva.net, a emissora negocia a contratação de **Diogo Rossi**, que deve atuar como repórter e debatedor

em programas esportivos da Band.

■ A Revista Press recebe até 30 de outubro indicações para a 22ª edição do **Prêmio Press**. Além do Voto Popular, há o Voto Profissional, do qual só podem participar jornalistas e radialistas, devidamente identificados. No final de outubro, serão divulgados os finalistas. A cerimônia de premiação será presencial, mas com público limitado em decorrência da pandemia, em 16 de novembro, no salão nobre do prédio da Associação Comercial de Porto Alegre. [Mais informações aqui.](#)

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

Mais Premiados

■ O 33º **Troféu HQMix** divulgou a lista dos indicados nas 26 categorias do prêmio. Os nomeados serão agora votados pelo júri nacional, formado por mais de dois mil profissionais da área de quadrinhos. Os itens de *Projeto Gráfico*, *Projeto Editorial* e *Projeto Especial na Pandemia* são indicados

por júri fechado e serão divulgados mais adiante; o mesmo ocorre para trabalhos universitários.

► Os vencedores serão anunciados em novembro, e a cerimônia virtual de entrega dos troféus será em 27/11. [Confira a lista completa dos indicados.](#)

■ A pesquisa [Perfil do Jornalista Brasileiro 2021](#) (não confundir com a pesquisa liderada por este J&Cia sobre o Perfil Racial da Imprensa Brasileira) está com [formulário aberto](#) para coleta de dados até o final de setembro. O estudo, em âmbito nacional, pretende atualizar dados obtidos em diagnóstico anterior, realizado em 2012, além de ampliar o levantamento sobre outros aspectos, como precarização e condições de trabalho e de saúde. A iniciativa é da Rede de Estudos sobre Trabalho e Identidade dos Jornalistas (Retij), vinculada à Associação Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). O questionário pode ser preenchido, de forma anônima, por jornalistas que atuam na mídia, na docência e em outros segmentos.

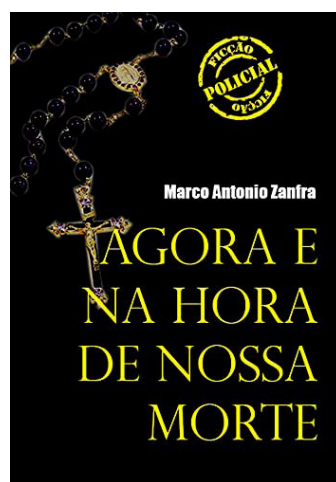
► Segundo os organizadores, falta atingir a meta de respondentes estabelecida nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Pará,

Pernambuco e Tocantins, além do Distrito Federal. A execução da pesquisa é do Laboratório de Sociologia do Trabalho (Lastro) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). A organização é dos programas de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJor) e em Sociologia e Ciência Política (PPGSP), também da UFSC. O estudo tem apoio de SBPJor, Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-USP) Fenaj, Abraji, ABI, Intercom, Associação Brasileira de Ensino de Jornalismo e Associação Profissão Jornalista.

■ De acordo com o *Inside Radio 2021*, estudo da Kantar Ibope Media sobre o cenário do meio, 80% dos brasileiros, nas 13 regiões metropolitanas pesquisadas, ouvem rádio, no dial ou via *streaming* – um aumento de 2 pontos percentuais em relação ao ano anterior. Cada ouvinte passa, em média, 4 horas e 26 minutos ouvindo rádio. Em 2021, todas as regiões aferidas

pelo estudo registraram aumento no alcance do meio. A Região Sul é a que mais se destaca, com 85% das pessoas declarando ouvir rádio, seguida por Nordeste (81%) e Centro-Oeste e Sudeste (ambas com 80%).

■ Nereu Leme, Célia Bretas Tahan (neta de Cora Coralina), Manuel Dorneles, Neide Duarte e Marco Antonio Zanfra escreve-



ram no blog Contando História sobre o que queriam ser quando crescessem e no que todos se transformaram. Célia queria ser policial. Neide Duarte gostava de brincadeiras e mistérios. Zanfra estava decidido a virar motorista de ônibus e Dorneles, um cowboy de rodeio. Nereu achava que poderia ir para os Estados Unidos e se tornar agente secreto, talvez da CIA. Todos se tornaram jornalistas e escritores, palestrantes, cultivadores de flores ou apenas apreciadores e sempre, observadores do Universo. [Confira!](#)

► Zanfra, a propósito, lançou mais um livro policial, mas este, por força do regulamento do 6º Prêmio Kindle de Literatura, está apenas no formato e-book, disponível a R\$ 9,99 no site da Amazon. O nome é *Agora e na hora de nossa morte*. Um *serial killer* pra ninguém botar defeito.

■ O jornal Joca realiza de 25 a 31/10 a 1ª Semana de Imprensa, projeto feito em parceria com

a Associação de Jornalistas de Educação (Jeduca) e do Instituto Palavra Aberta. O objetivo é valorizar o exercício da liberdade de imprensa e o jornalismo profissional, aproximando estudantes e escolas do funcionamento da imprensa.

► Ao longo da semana, a organização realizará ações e eventos com foco em educação midiática e informacional. Nomes como Felipe Andreoli (Globo) e Petria Chaves (CBN) já confirmaram presença. Confira no [site do evento](#) informações sobre como se inscrever e materiais gratuitos sobre o tema.

■ A revista TPM realiza em 25/9, das 10h às 19h30, a Casa TPM, com encontros e *workshops* sobre diversos temas do universo feminino, como menopausa, maternidade, sexo, trabalho, entre outros. O evento é gratuito, mas

as inscrições são limitadas.

► A campeã mundial de skate Karen Jonz falará sobre o esporte, maternidade e redes sociais; Julia Melo, do Instituto Amani, discutirá empreendedorismo; e a Dra. Bruna Oneda falará sobre sexo e menopausa. O Casa TPM oferece também uma aula de dança com Thais Carla e um *workshop* de canto com a cantora Letrux. [Confira a programação e inscreva-se aqui.](#)

■ O projeto *Voo Rasante* inaugurou uma nova coleção com obras de Laerte. A iniciativa, fruto de parceria entre a Oboré e a cartunista, incluiu quadros clássicos e produções mais recentes. Ao todo, são 70 desenhos que retratam cenas do cotidiano político e social do Brasil entre 2014 e 2021.

► Interessados em adquirir uma obra devem seguir os passos descritos no [site do projeto](#). Laerte

autografará o desenho escolhido. A renda do *Voo Rasante* será destinada para o Projeto Repórter do Futuro.

■ A CNN Brasil estreia em 26/9 o *WW*, programa comandado por William Waack, que discutirá os temas mais relevantes da atualidade no Brasil e no mundo com diferentes opiniões e pontos de vista. Na atração, o apresentador terá três convidados, entre juristas, economistas, representantes de grandes empresas e outros es-

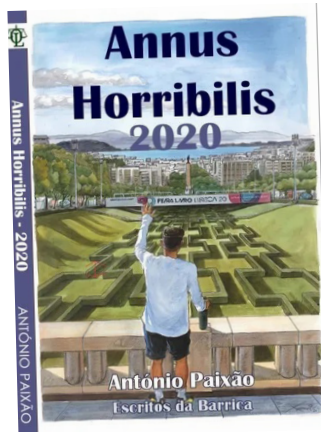
pecialistas, para debater tópicos importantes do momento. A ideia é abordar os temas de forma objetiva, mas também aprofundada, a partir de olhares diversos.

► A previsão era de que o programa entrasse no ar logo na estreia da CNN Brasil, em março de 2020, mas acabou sendo adiado por causa da pandemia. Agora que Waack está de volta aos estúdios, após a vacinação, o projeto foi retomado.



O ano horrível de Noronha Goyos

■ **Durval de Noronha Goyos**, com o heterônimo de **Antônio Paixão**, lançou o memorável *Annus Horribilis 2020* – saudado inclusive em Lisboa, na celebrada *Feira do Livro de 2021*, inaugurada no último dia 26 de agosto. Meu



caríssimo amigo, Durval, como Fernando Pessoa, é um mestre dos heterônimos. Aos 68 anos, paulista de São José do Rio Preto, descende, por parte do pai, de nobre família lusitana vinculada aos cruzados hospitalários do Crato, ao Norte de Portugal, e, pela mãe, italianíssimo – e cujo avô, um de seus inspiradores, bateu-se contra o nazifascismo no *Bel Paese*.

► Antônio Paixão, embora seja um personagem de São Paulo, é, a rigor, um clássico jornalista dos anos dourados do Rio de Janeiro, que mescla com rara desenvoltura um bom trago com posturas esquerdistas – como **Millôr Fernandes** (1923-2012), carioca do Meyer, criador do Pif-Paf; o genial **Sergio Porto** (1923-1968), carioca de Copacabana, que usava o

Por Albino Castro (*)

pseudônimo de **Stanislaw Ponte Preta**; ou o apaixonado **Fausto Wolff** (1940-2008), meu querido e saudoso sogro, pai de dona Andrea Wolffenbüttel, gaúcho de Santo Ângelo, mas carioquíssimo da gema e um dos fundadores do semanário *O Pasquim*. O personagem de Noronha Goyos, jornalista boêmio e desempregado por opção, é uma mistura de todos os velhos e rebeldes homens de imprensa da época na qual as composições dos textos eram feitas a chumbo, em pesadas máquinas Linotype, os linotipos, e as fotos reproduzidas em clichês de zinco.

► *Annus Horribilis* é uma obra de autor ficcional, entretanto, com crônicas verdadeiras do cotidiano brasileiro nestes quase dois anos

de pandemia. “É um livro de combate”, afirma, no prefácio, o poeta e jornalista **Adalberto Monteiro**, curador da prestigiosa Fundação Mauricio Grabois e membro da Direção Nacional do Partido Comunista do Brasil (PCdoB), aliás, como Antônio Paixão.

► Noronha Goyos cultiva, como Pessoa, diversos heterônimos valiosos, entre os quais, o napolitano Beppe Molisano, morador do paulistano bairro do Bom Retiro; o poeta inglês Tony Malvern, mercenário da pena, que vive no Reino Unido, porém seu principal cliente é um irlandês; e o chinês Yuese Fajing, professor de Economia na Universidade de Pequim. *Annus Horribilis 2020* é um título inesquecível e a obra merece ser desfrutada.

(*) Extraído da coluna Mundos ao Mundo nº 395, de 16/9/2021, do site Portugal em Foco

A menina que não estava na Lista de Schindler

■ **Ronny Hein** lançou o livro *O Silêncio de Krisia – A garota que não estava na Lista de Schindler* (Editora Europa), que conta a história de uma garota que ficou dos oito aos 14 anos em guetos e campos de concentração, incluindo o de Plaszow, na Polônia, onde ocorreu o episódio da famosa *Lista de Schindler*.

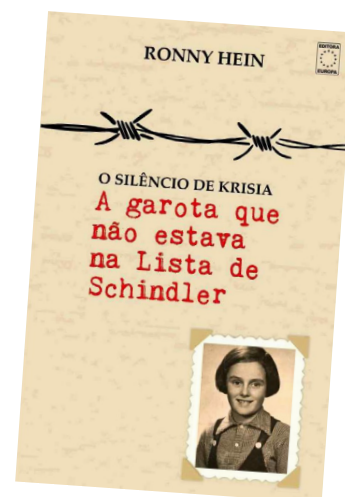
► A obra mostra tudo pelo que passou a menina Krisia, mãe do autor, durante seis anos em que viveu à mercê de diversos car-

ascos nazistas. Além da comida escassa, ela convivia diariamente com tortura e mortes ao seu redor. O livro conta também os motivos pelos quais Krisia e sua mãe não conseguiram colocar seus nomes na *Lista de Schindler*, diferentemente de outros membros de sua família.

► “O silêncio inabalável da garota, contudo, fez com que ela sobrevivesse”, conta Ronny Hein. “Mesmo tendo de passar, depois, pelos campos de concentração

de Auschwitz e Bergen-Belsen, onde foi salva por tropas inglesas. Por obra do destino, Krisia veio recomeçar a existência no Brasil, onde se casou, teve filhos e morreu em 2019, sempre cercada por longos silêncios”.

► Nascido em São Paulo, Ronny Hein é escritor, jornalista e publicitário. Dirigiu diversas revistas e é autor de seis livros. *O Silêncio de Krisia* foi lançado também em inglês, pela Amsterdam Publishers, da Holanda.

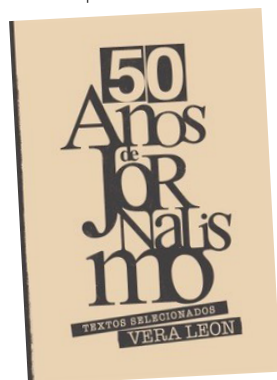


E mais...

■ A Editora Europa lançou também *Montar e Partir*, de **Ricardo Lugris**. Na garupa de sua moto BMW R 1200, o autor revela bastidores de sua viagem pelo Cáucaso, região entre a Europa e a Ásia, passando por estradas que incluem até o deserto de Karakum, no Turcomenistão. A obra mostra também reflexões e recordações de Lugris ao longo de toda uma vida marcada por viagens sobre duas rodas. Este é apenas o segundo livro do autor.

■ **Vera Leon** lança em 6/10, na Pinacoteca Benedicto Calixto, em

Santos (SP), das 16h às 20h, o livro *50 anos de Jornalismo*, que conta a história de cinco décadas que dedicou à profissão entremeada



com textos selecionados, ilustrações e fotos. “Quando comecei a reunir o material para compor esse livro pensava somente em mim, que eu me devia um lugar na prateleira da profissão”, diz ela. “Mas o universo do jornalismo se faz com gente dos dois lados da notícia: quem produz e quem consome. Esse livro também é para os que continuarão escolhendo essa profissão como tarefa e para as futuras gerações que, por teimosia ou desobediência, e movidos por inesgotável curiosidade, continuarão a contar histórias”.

► Jornalista formada pela Faculdade de Comunicação da Universidade Católica de Santos, Vera tem pós-graduação em Psicologia Analítica Junguiana. Construiu a carreira profissional na mídia impressa, nos jornais *A Tribuna* e *Cidade de Santos*, e revistas em Brasília e São Paulo. É autora da coletânea de reportagens *Cantos de Mim*. É facilitadora de grupos de estudos de sonhos e mantém o canal *Que sonho é esse?*, no YouTube, e perfis nas redes sociais como jornalista, palestrante, e mentora.



Nosso estoque de *Memórias da Redação* acabou. Se você tem alguma história de redação interessante para contar mande para baroncelli@jornalistasecia.com.br.

■ Recebemos mais um texto em homenagem a **S Stéfani**, diretor da AutoData Editora, [falecido em 11 de setembro](#). É de **Marcos Rozen** (miau.museu@gmail.com), fundador do Museu da Imprensa Automotiva (MIAU) e editor da AutoData.

O dia em que Stéfani saiu na Playboy

A melhor reportagem de **S Stéfani**, ao menos para mim, não foi publicada nem em AutoData nem na Gazeta Mercantil, os dois principais veículos nos quais ele esteve ao longo de quase 50 anos de carreira. Mas sim na Playboy, da Editora Abril, aquela intitulada Os 403 Dias que Abalaram um Império, em que ele retratou a crise aguda que tomou conta da Volkswagen a partir do lançamento do Gol com motor refrigerado a ar, seu fiasco de vendas, e uma série enorme de encrencas que se sucederam. E na qual ele confirmou que um diretor de alto escalão à época fez tudo o que pode para que o Voyage usasse o mesmo motor do Gol no lugar do refrigerado a água do Passat.

É uma daquelas matérias que a gente

volta as páginas só para ler o crédito: bem pensada, bem apurada, bem escrita e bem-humorada. Ele deu um baile até na Maria Cláudia, a moça atriz da Globo que estampava o pôster, como certamente a melhor coisa publicada naquela edição 77, dezembro de 1981.

Pelo que me lembro a partir de seus relatos, e isso já faz tempo, Stéfani teve problemas após a publicação da matéria. Não exatamente com a VW, mas sim com a Gazeta Mercantil, que na época não permitia a seus repórteres fazerem freelas para qualquer publicação. Mas a matéria, por seu brilhantismo, ganhou não só chamada de capa como um prêmio, o Esso de Informação Econômica. A traquinagem, assim, foi descoberta,



Marcos Rozen

mas as consequências, novamente dado o brilhantismo do texto, não passaram de um pito.

Hoje já quase ninguém ouviu falar dessa matéria, assim como pouca gente sabe que o primeiro nome do Stéfani era Aparício. A lei sagrada número 1 da AutoData sempre foi a proibição total e completa de chamá-lo desta forma, pois, rezava a lenda, ele não gostava desse nome – algo provável dado que assinava desde o início da carreira S Stéfani e não A. Stéfani ou A. S. Stéfani, sendo que

o S é de Siqueira, sobrenome da parte de mãe. Mas sempre foi assim, mesmo que com isso muitas vezes telefonassem à editora procurando “a” Stéfani.

Essa era uma das coisas interessantes sobre ele: em momento algum ouvi de sua boca algo como “Não me chame de Aparício” ou “Não gosto

deste nome”. Nunca, ainda que eu, é claro, também jamais o tenha chamado dessa forma. Essa espécie de acordo de cavalheiros silencioso era um espelho perfeito de sua personalidade: ele sabia que nós sabíamos e nós sabíamos que ele sabia. E, assim, nos respeitávamos.

Mas foi por causa do Aparício, o nome, que certa vez tive certeza de que seria demitido de AutoData. Foi lá por 2008, quando saí temporariamente da redação para cuidar dos eventos da editora, ao lado de **Vinícius Romero**, hoje na Audi. Nosso primeiro teste foi um encontro informal com executivos graúdos do setor automotivo no Autódromo de Interlagos, onde uma patrocinadora oferecia aos convidados uma volta na pista em uma Ferrari, no banco do passageiro. Enquanto isso todos conversavam, comiam e bebiam. E as coisas estavam correndo perfeitamente, em todos os sentidos.

Até que pelos alto-falantes notadamente audíveis uma doce voz

feminina anuncia: “Próximo, Aparício de Siqueira Stéfani”. A encarregada de organizar a fila era da patrocinadora e chamava os interessados pelo nome colhido no RG na entrada – e ela, naturalmente, desconhecia a lei sagrada da proibição do uso de Aparício, ainda mais em público. Gelado olhei para a mesa ao lado, onde estavam o próprio Stéfani e o Vinícius, que como excelente RP correu atabalhado para impedir que a chamada se repetisse. Não em tempo de todos ali, e não eram poucos, ouvirem novamente: “Próximo da lista, senhor Aparício de Siqueira Stéfani”.

Um importante executivo – não me lembro exatamente quem, mas lembro que era importante – dirigiu-se ao Stéfani: “Acho que é a sua vez, não?”. Ele fez, elegante e silenciosamente, que não entendeu e que não era com ele. Aparício, eu?

Nos minutos seguintes meu pânico diluiu-se lentamente: nada mais



S Stéfani

MEMÓRIAS DA
REDAÇÃO

soou dos alto-falantes – Vinícius finalmente conseguiu avisar a moça, pensei, enquanto meu suspiro aliviado coincidiu com o instante em que as caixas de som agora quase berraram: “Última chamada para APARÍCIO DE SIQUEIRA STÉFANI!!!!”. Ele, mais uma vez, não se abalou. Era como se fosse seletivamente surdo. Impávido, prosseguiu tomando seu uísque com os demais como se absolutamente nada tivesse acontecido.

Cheguei à editora na manhã seguinte pronto para limpar as gavetas, mas as horas e dias se passaram e nada. Nenhum comentário a respeito. Até que percebi que, para me demitir – ainda que, hoje, acredite que ele não o faria por essa razão específica – Stéfani teria que admitir para mim e para a editora inteira que realmente não gostava de seu prenome. E isso não combinava com a sua personalidade.

Então a coisa ficou dessa forma: ele sabia que nós sabíamos e nós

sabíamos que ele sabia. E, assim, nos respeitávamos.



O MediaTalks está agora no UOL



Apoio:

