

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

**Danielle da Silva Salmória**

**O TEATRO NA IMPRENSA CULTURAL**

**- Uma análise da cobertura de artes cênicas no jornal Zero Hora -**

PORTO ALEGRE

**2007**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL**

**FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

**Danielle da Silva Salmória**

**O TEATRO NA IMPRENSA CULTURAL**

**- Uma análise da cobertura de artes cênicas no jornal Zero Hora -**

Trabalho de conclusão apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Cassilda Golin Costa  
(Prof.<sup>a</sup> Cida Golin)

PORTO ALEGRE

**2007**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à minha família, pelo apoio imensurável em toda a minha formação escolar e acadêmica e pelos exemplos de dedicação, responsabilidade e competência.

Agradeço à Cida, minha orientadora, por ter exigido sempre o melhor de mim.

Agradeço ao senhor Ari Lopes, coordenador do Clube do Assinante ZH, por ter dedicado a minha pesquisa a mesma atenção e disponibilidade que dedica ao seu trabalho.

E agradeço aos meus professores e colegas de teatro e jornalismo realmente apaixonados por suas profissões, foram estes os que mais me ensinaram.

*“Existe quem faz e existe quem  
critica. Jamais poderá haver  
concordância entre os dois. Eu sou  
mais por quem faz.”*

**Paulo Autran**, ator

(1922 – 2007)

## RESUMO

Esta monografia avalia a cobertura de artes cênicas realizada pelo jornal Zero Hora, periódico de maior circulação no Estado do Rio Grande do Sul. O objetivo é identificar como se constitui esta cobertura no momento pontual da análise, abril de 2007. E, considerando-se que o jornalismo não apenas retrata, mas também reconstrói a realidade, verificar que panorama do circuito porto alegreense de teatro é apresentado nas páginas dos suplementos Segundo Caderno e TV+Show de Zero Hora. Na primeira parte, faz-se um apanhado sobre o jornalismo cultural e as teorias norteadoras da pesquisa. Em um segundo momento, são apresentadas as metodologias aplicadas: pesquisa bibliográfica, entrevista em profundidade e análise de conteúdo. No estudo de caso são contextualizados o jornal Zero Hora e o cenário teatral de Porto Alegre para, em seguida, procedermos à análise quantitativa e qualitativa da cobertura artística realizada pelo periódico nos 30 exemplares do mês de abril de 2007. Buscou-se ainda, nesta pesquisa, precisar qual a proporção ocupada pela subeditoria de artes cênicas em relação às demais e quais suas rotinas diárias de produção.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo cultural – artes cênicas – jornal Zero Hora.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Leitores de ZH na grande Porto Alegre, classes AB -----	49
Gráfico 2 – Perfil do leitor de ZH no Rio Grande do Sul -----	50
Gráfico 3 – Música -----	69
Gráfico 4 – Artes Visuais -----	70
Gráfico 5 – Cinema e Vídeo -----	71
Gráfico 6 – Televisão e Rádio -----	71
Gráfico 7 – Fotografia -----	72
Gráfico 8 – Literatura -----	73
Gráfico 9 – Moda -----	73
Gráfico 10 – Diversos -----	74
Gráfico 11 – Artes Cênicas -----	75
Gráfico 12 – Total de inserções por subeditoria -----	83
Gráfico 13 – Total de inserções sem anúncios do Clube ZH -----	84
Gráfico 14 – Capas em abril de 2007 -----	84
Gráfico 15 – Total de inserções por subeditoria considerando gêneros -----	85

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	08
<b>2. ‘TANGOS E TRAGÉDIAS’ – CAPÍTULO TEÓRICO</b> .....	11
2.1 O JORNALISMO COMO FORMA DE CONHECIMENTO .....	11
<b>2.1.2 A Produção de Notícias</b> .....	14
2.2 JORNALISMO ESPECIALIZADO .....	16
2.3 JORNALISMO CULTURAL .....	19
<b>2.3.1 Conceito de cultura em publicações segmentadas</b> .....	22
<b>2.3.2 Cadernos diários versus suplementos semanais</b> .....	24
<b>2.3.3 O jornalismo cultural contemporâneo</b> .....	25
<b>2.3.4 Linguagem e gêneros no jornalismo cultural</b> .....	29
<b>3. ‘O MANUAL PRÁTICO DA MULHER MODERNA’ – METODOLOGIA</b> .....	38
3.1 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA .....	38
3.2 ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE .....	40
3.3 ANÁLISE DE CONTEÚDO .....	43
<b>4. ‘A MISSÃO’ – ESTUDO DE CASO</b> .....	47
4.1 O JORNAL ZERO HORA .....	47
<b>4.1.2 Rotinas de produção do Segundo Caderno</b> .....	51
4.2 O CLUBE DO ASSINANTE ZH .....	56
4.3 O CIRCUITO TEATRAL EM PORTO ALEGRE .....	60
4.4 A COBERTURA CULTURAL EM ABRIL DE 2007 .....	68
<b>4.4.1 Música</b> .....	69
<b>4.4.2 Artes Visuais</b> .....	69
<b>4.4.3 Cinema e Vídeo</b> .....	70
<b>4.4.4 Televisão e Rádio</b> .....	71
<b>4.4.5 Fotografia</b> .....	72
<b>4.4.6 Literatura</b> .....	72

<b>4.4.7 Moda</b> .....	73
<b>4.4.8 Diversos (Sociedade e Eventos)</b> .....	74
4.5 ANÁLISE DA COBERTURA DE ARTES CÊNICAS .....	75
4.6 CONSIDERAÇÕES DO CASO: A COBERTURA DE ARTES CÊNICAS .....	82
<b>5. ‘POIS É, VIZINHA...’ – CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	88
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	91
<b>ANEXO A</b> - Entrevista com Renato Mendonça .....	95
<b>ANEXO B</b> - Entrevista com Ari Lopes .....	104
<b>ANEXO C</b> - Teatros e salas de Porto Alegre .....	116
<b>ANEXO D</b> - Tabelas quantitativas das subeditorias de cultura em ZH .....	117
<b>ANEXO E</b> - Anúncios do Clube do Assinante ZH .....	127
<b>ANEXO F</b> - Páginas referentes à subeditoria de artes cênicas em abril de 2007 .....	131



## 1. INTRODUÇÃO

Em *As Regras da Arte*, Pierre Bourdieu (1996) refere-se ao trabalho do artista como “uma profissão que não é uma profissão” (BOURDIEU, 1996, p. 256). Para ele, trata-se de uma das profissões menos codificadas que existem e uma das menos capazes de alimentar e de definir aqueles que a praticam. Já Becker (1982), em sua sociologia das ocupações no meio artístico, defende que a arte é uma profissão como qualquer outra e trata o ator como um trabalhador. Compartilhando seu pensamento, há um número considerável de porto-alegrenses que decidiram ter no teatro sua profissão primária. E, a cada ano, cerca de 500 jovens se candidatam às vagas de artes cênicas do Departamento de Artes Dramáticas (DAD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Muitos deles, em breve, estarão batalhando espaço e público nos palcos da capital.

Nos círculos culturais e educativos de Porto Alegre, muito já se discutiu sobre a carência de público nos espetáculos locais, identificando-se alguns fatores possivelmente responsáveis como: a falta de familiarização do espectador com a linguagem teatral não televisiva, um teatro muito hermético afastando quem procura uma distração mais simples ou superficial, a ausência de um teatro infanto-juvenil que garanta a passagem do espectador do teatro infantil para o teatro adulto, entre outros. Uma das causas sugeridas para as oscilações de público nos palcos gaúchos seria a falta de divulgação na mídia local e a carência de críticos teatrais atuantes no circuito. Em debate promovido pela revista *Aplauso* (2004), quando perguntada a respeito do preconceito do público quanto às peças locais, Deborah Finnochiari<sup>1</sup> declara: “Acho que a culpada disso é a mídia. A imprensa prefere dar mais espaço ao que é de fora”.

Tendo como tema a cobertura teatral em Porto Alegre, este trabalho busca responder a duas questões norteadoras. Como se constitui a cobertura de artes cênicas no jornal *Zero Hora* em abril de 2007? E, considerando que o jornalismo reconstrói a realidade na qual está inserido, que retrato esta cobertura oferece do circuito de teatro porto-alegrense, neste momento pontual? O objetivo central desta monografia é responder a estas questões. Como objetivos específicos, busca-se:

---

<sup>1</sup> Atriz e diretora de teatro gaúcha.

- Verificar quais são as rotinas de produção da subeditoria de artes cênicas nos suplementos Segundo Caderno e TV+Show do jornal Zero Hora;
- Verificar que espaço a subeditoria de artes cênicas ocupa nestes cadernos, em relação aos demais segmentos culturais;
- Verificar qual a representatividade e a interferência dos anúncios de apoio cultural do Clube do Assinante ZH na cobertura teatral de Zero Hora.

Para realizar esta investigação, optou-se por três diferentes metodologias. Durante todo o trabalho, em especial na construção do referencial teórico, a pesquisa bibliográfica será muito importante para a observação do material já escrito sobre o assunto. Para a caracterização das rotinas do Segundo Caderno e da sistemática em particular do Clube do Assinante ZH serão realizadas entrevistas em profundidade com Renato Mendonça, editor de teatro e música em ZH; e com Ari Lopes, coordenador do Clube do Assinante. Por fim, a análise de conteúdo quantitativa e qualitativa será aplicada a todos os exemplares dos suplementos Segundo Caderno e TV+Show encartados em Zero Hora no período de 1º a 30 de abril de 2007. A escolha do mês analisado foi aleatória. Optou-se, quando do início da pesquisa, em recolher e trabalhar com os exemplares mais recentes.

Desta forma, a monografia encontra-se estruturada em três partes. Inicia-se o capítulo teórico tratando sobre as características do jornalismo enquanto produtor de conhecimento e os processos de construção da notícia, através das perspectivas de Meditsch (2002) e Traquina (1999). Em seguida, entra-se na discussão do jornalismo especializado, partindo das referências de autores como Rivera (2003), Piza (2003), Basso (2006) e Medina (2007) para conceitualizar o jornalismo cultural e a cultura em publicações segmentadas. Vargas (2004), Rodrigues (2001) e Faro (2006) ajudam a construir o debate sobre o jornalismo cultural contemporâneo. Conclui-se o referencial teórico situando os gêneros jornalísticos dentro dos cadernos de cultura. Para tanto, são cruzados conceitos de Gadini (2003), Marques de Melo (1994), Wilsa Silva (1997), entre outros.

No capítulo metodológico, são apresentados os caminhos percorridos para a realização do trabalho. É referida a importância da pesquisa bibliográfica para a evolução do conhecimento, a partir dos saberes já produzidos pelos estudiosos da área, e como se dá sua aplicação no decorrer de toda a monografia. Da mesma forma, justifica-se que a entrevista em profundidade também é fundamental para a construção desta pesquisa. Em específico, por possibilitar o conhecimento de realidades não apresentadas nos livros, como as rotinas diárias

dentro do Segundo Caderno e o funcionamento do Clube do Assinante ZH – sistema de fidelidade de Zero Hora, que suscitou interesse por atuar como um fomentador do circuito artístico local. Ainda na metodologia, fala-se sobre a análise de conteúdo que será aplicada nos suplementos estudados. É traçado um breve histórico conceitual do método e de seus procedimentos. Para a apresentação destes métodos, recorre-se especialmente a Stumpf (2005), Duarte (2005) e Fonseca Júnior (2005).

O cerne do trabalho encontra-se no capítulo seguinte, o estudo de caso. Ele principia pela contextualização do jornal Zero Hora, periódico de maior circulação no Rio Grande do Sul, e do suplemento Segundo Caderno. Neste momento, é de vital importância a entrevista realizada com Renato Mendonça para relatar as rotinas de produção do caderno. Em seguida, a entrevista com Ari Lopes também se mostra fundamental para a descrição do sistema de apoio cultural do Clube do Assinante ZH, que oferece divulgação aos espetáculos teatrais em troca de desconto na bilheteria para sócios do clube. Em seqüência, enfocamos o circuito teatral de Porto Alegre, onde interferem o Segundo Caderno e o Clube do Assinante. Uma dificuldade sentida, neste momento da pesquisa, é a escassez de material sobre o tema. Quase não há registros oficiais em relação à produção teatral realizada em Porto Alegre hoje, mesmo nos órgãos competentes como o Sindicato de Artistas e Técnicos do RS (Sated) ou a Secretaria Municipal de Cultura (SMC). Mesmo assim, procura-se delinear os contornos da atividade artística da capital, seus principais espaços, características e protagonistas.

A partir do conhecimento das realidades envolvidas com o objeto de pesquisa, parte-se para a análise do material. Primeiramente, a amostra será quantificada e contabilizada conforme a subeditoria de cultura à qual pertence – artes cênicas, música, artes plásticas, cinema e vídeo, televisão e rádio, fotografia, literatura, moda ou diversos (majoritariamente, eventos e sociedade) –, e conforme o gênero – nota, notícia, notícia com entrevista, reportagem, entrevista, crítica, coluna ou anúncio de apoio cultural. A seguir, será feita a análise qualitativa dos textos referentes ao segmento de teatro e dança, relacionando a análise com os referenciais teóricos e as entrevistas em profundidade. Nas considerações, são apresentados os resultados da análise e as conclusões gerais sobre o trabalho.

O tema desta pesquisa foi escolhido de acordo com as áreas de atuação e interesse particular da autora: artes cênicas e jornalismo. Também se levou em consideração a possibilidade de contribuição ao estudo do jornalismo cultural no Estado, visto que há pouco material reflexivo quanto à crítica de teatro e a cobertura de artes cênicas, especificamente.

## 2. ‘TANGOS E TRAGÉDIAS’ – CAPÍTULO TEÓRICO

### 2.1 O JORNALISMO COMO FORMA DE CONHECIMENTO

Dentro do viés epistemológico, há uma corrente de pensamento que entende o jornalismo não apenas como um transmissor de conteúdos, mas como uma forma de produzir conhecimento, assim como a Ciência. A maneira de o jornalismo produzir saberes e revelar a realidade não é inferior, nem limitada em comparação às demais ciências, apenas diferente, e pode, inclusive, revelar questões não percebidas pelos demais campos do saber. Além de produzir, o jornalismo tem a importante função de *reproduzir* o conhecimento de outras instituições.

Enquanto forma de saber o jornalismo se diferencia da percepção individual, pois “nele, a imediaticidade do real é um ponto de chegada, e não de partida” (MEDITSCH, 2002, p.14). Isto porque ele parte do campo lógico do senso comum, que foi até pouco tempo desprezado e negado pela ciência moderna e, agora, aparece como digno de observação e até como objeto principal na teoria do conhecimento. Como senso comum compreende-se uma atitude cognitiva natural, por ser compartilhada pela maioria dos homens. O conhecimento do senso comum é o que se partilha no cotidiano, com as demais pessoas. Meditsch (2002) acredita que operar neste campo faz com que o saber produzido pelo jornalismo seja menos rigoroso pelo método analítico, mas também, menos artificial e abstrato.

Os cientistas possuem uma linguagem formal porque, *a priori*, dirigem-se a um auditório universal. Mas, quanto mais produz conhecimento, mais a Ciência se afasta desta universalidade, diferentes dialetos circulam em cada especialidade e a linguagem torna-se restrita a algumas redes. No jornalismo, o ideal de universalidade constitui-se em devolver à realidade sua transparência coletiva, através da comunicação. É uma universalidade de fato, não no plano das idéias, porém, limitada em sua amplitude e estabelecida de maneira indireta e imperfeita. Contudo, é na busca por este ideal de audiência que o jornalismo consolida sua justificação social de manter a comunicabilidade entre quaisquer segmentos ou classes

sociais. Ele trabalha no sentido oposto ao da Ciência, unificando linguagens, dialetos e sotaques. (MEDITSCH, 2002).

Por operar no senso comum, a notícia jornalística parte de um contexto já conhecido pela audiência. Os elementos que embasam uma matéria já são, ou deveriam ser de conhecimento do público e apenas uma pequena parte constitui-se em novidade. Ao narrar o nascimento de trigêmeos, é uma premissa que as pessoas reconheçam e compreendam o processo de um nascimento e a possibilidade prévia de nascerem três bebês em um parto. Por isso, critica-se o jornalismo de estar menos apto a relatar o novo do que a Ciência. Por outro lado, se a notícia é apenas uma ampliação pequena do saber que trabalha com muitos conhecimentos previamente adquiridos, isso dá ao jornalismo uma outra função na construção do senso comum além de apresentar a novidade. Ele também trabalha com o re-conhecimento de “grandes quantidades de informação estruturadora”. (MEDITSCH, 2002, p. 16).

Como o jornalismo não trabalha com hipóteses, sua produção de conhecimento é fruto da “observação não controlada (do ponto de vista da metodologia científica) da realidade por parte de quem o produz” (MEDITSCH, 2002, p. 17). E este conhecimento produzido é real e significativo para a sociedade, mas tem suas limitações lógicas. As notícias revelam a superfície da sociedade, mas por traz delas há infinitos processos que não são abordados. Por depender do contexto para inserir suas notícias, o jornalismo dificulta a sistematização e acumulação de conteúdos. Por outro lado, produz um conhecimento mais sintético e holístico.

A notícia também está condicionada à subjetividade de quem a produz, ao contexto cultural e histórico no qual se origina, e a sua forma de produção. Ou seja, a visão de mundo dos repórteres, os conflitos de interesse da sociedade, as estruturas e rotinas da empresa jornalística, tudo isso influencia a maneira como o jornalismo processa a realidade. Tais condicionantes, na verdade, são comuns a toda a forma de conhecimento, mas Meditsch (2002) ressalta que no jornalismo eles não são muito claros. Em sua apresentação, a notícia aparece como a reprodução perfeita da realidade. E mesmo que o público entenda que esta é uma das versões do real, ainda assim terá dificuldade de saber que critérios orientaram os jornalistas que a construíram, o que determinou suas escolhas e seleções.

A velocidade, que será vista no decorrer do trabalho como característica determinante e, às vezes, problemática do jornalismo, é também uma vantagem do seu modo de produção. Afinal, não foi apenas o jornalismo que se acelerou, mas toda a civilização contemporânea. E

uma sociedade mais veloz precisa de uma produção de informações que acompanhe o seu ritmo. Outra característica própria do jornalismo atual é a espetacularização, que dificulta sua função como produtor de conhecimento. Ao contrário dos leitores de um texto didático ou científico, o público-alvo da produção jornalística não tem nenhum vínculo que o obrigue a consumi-la. Daí a necessidade do jornalista de tornar seu texto atraente e convidativo, a partir de técnicas dramáticas ou narrativas que, às vezes, ultrapassam sua função cognitiva e passam para a guerra de audiências ou a persuasão política. (MEDITSCH, 2002).

“Como produto social, o Jornalismo reproduz a sociedade em que está inserido, suas desigualdades e contradições.” (MEDITSCH, 2002, p. 20). Isso inclui a reprodução de preconceitos, hiatos entre classes sociais e ideologias dominantes. Mesmo que, às vezes, o jornalismo seja parte ativa disso, nenhuma forma de conhecimento está imune à sociedade onde se origina. Outra questão é que cada indivíduo responde de uma forma às informações oferecidas. Meditsch (2002) afirma que uma pessoa de nível superior usufrui melhor das notícias que recebe do que uma pessoa sem o ensino básico. Outras fontes de informação, além da mídia, também constroem o discernimento de cada um.

A validade do jornalismo como produção de conhecimento tem sido embasada não apenas pelos argumentos dos profissionais da área, mas pelos avanços da epistemologia, da teoria do discurso, da sociologia, dos estudos da cognição, o que certamente traz novos desafios para o campo jornalístico.

Ao deixar de considerar-se o Jornalismo apenas como um meio de comunicação para considerá-lo como um meio de conhecimento, estará a ser dado um passo no sentido de aumentar a exigência sobre os seus conteúdos. Conhecimento implica aperfeiçoamento pela crítica e requer rigor. (MEDITSCH, 2002, p. 21).

Esta nova concepção deve implicar, portanto, em um maior rigor na formação do jornalista e no controle ao qual está submetido, que não pode ser somente das empresas de comunicação. Afinal, ele não é mais responsável apenas por comunicar, mas por produzir e reproduzir o saber.

### 2.1.2 A Produção de Notícias

Se o jornalismo também é um produtor de conhecimento, o jornalista não é um agente passivo no processo de construção da realidade, pelo contrário, ele é um atuante crucial uma vez que as notícias são fruto da intersecção entre texto e fato. “Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia também cria o acontecimento” (TRAQUINA, 1999, p. 168). As próprias escolhas que o repórter faz ao escrever uma matéria não são isentas. Que informações ele vai priorizar, a seqüência da narrativa, que dados serão excluídos, todas as suas decisões são direcionadas por um repertório prévio de imagens, formas literárias, exemplos, metáforas, entre outros. É justamente esta bagagem individual que garante que o jornalista consiga transformar um fato, quase que imediatamente, em notícia.

Conforme salientado por Meditsch (2002), as notícias também revelam as estruturas organizacionais dentro das quais foram produzidas. As condições de produção, as características de cada veículo e, principalmente, a política editorial da empresa, são refletidas no resultado final. Como em qualquer outra organização comercial, dentro da empresa jornalística os repórteres também são funcionários, e as notícias também são um produto feito para gerar lucro. Em essência, a atividade jornalística está intimamente relacionada e pressionada pelo espaço e pelo tempo – o jornal precisa fechar na hora certa e não pode faltar conteúdo. O desafio aumenta pelo caráter particular da matéria-prima jornalística, os acontecimentos, que podem surgir em qualquer lugar e a qualquer hora. (RODRIGUES apud TRAQUINA, 1999).

Uma das questões cruciais da profissão diz respeito aos critérios para um fato virar notícia em um universo infinito de acontecimentos quotidianos. A maior ou menor previsibilidade também define o valor de noticiabilidade de um fato. Diante disso, as empresas jornalísticas procuram estabelecer estratégias para administrar a ordem no espaço e no tempo. O agendamento é uma delas. Os jornais trabalham com a previsibilidade de acontecimentos importantes e assim podem se preparar melhor para eles, como por exemplo, um grande show marcado com meses de antecedência, uma final de campeonato de futebol ou uma eleição presidencial.

Para dar conta da imprevisibilidade territorial, é estabelecida uma rede para capturar notícias. Esta rede divide-se em: espaço geográfico, privilegiando os centros urbanos; especialização temática, focando assuntos de maior interesse; e especialização organizacional,

dando atenção a instituições que possam gerar mais fatos jornalísticos. As definições desta rede possibilitam que surjam mais notícias em uma área do que em outra. Se em um jornal houver vários repórteres para cobrir futebol e nenhum específico para ginástica, por exemplo, é provável que surjam mais notícias sobre futebol.

A grande influência do tempo na cobertura jornalística justifica-se pelo fato de que o conceito de atualidade é um fator de noticiabilidade fundamental neste campo. Pode-se notar esta relação íntima nos próprios nomes dos veículos, que freqüentemente estão relacionados com o tempo. No caso do Rio Grande do Sul temos o jornal *Diário Gaúcho*, e o exemplo ainda mais claro do jornal *Zero Hora*, que sucedeu o *Última Hora*. As pessoas lêem o jornal para saber o que está acontecendo em sua volta no presente momento, e vão sempre apreciar o veículo que lhes dê as informações mais recentes e precisas sobre o fato. De modo que o jornalista está constantemente em busca da novidade, do atual, do último instante.

Enquanto produtor de conhecimento e sentido, o jornalismo ampara-se em um *contrato de leitura* estabelecido entre o jornalista, suas fontes e seus leitores. Benetti (2006) afirma que somos capazes de produzir e compreender um discurso – no caso, um discurso midiático – porque entendemos suas características e sabemos o que esperar dele. Este acordo, que não precisa ser explícito, determina quais os direitos, deveres e os papéis de seus interlocutores, de um lado o discurso do veículo e, do outro, o público leitor.

O contrato de leitura baseia-se na confiança e integralidade das partes envolvidas. Segundo a lógica não realista deste contrato, por mais não esteja imune ao seu contexto social e a política da empresa onde trabalha, o jornalista sempre terá em primeiro plano o interesse de seu público. Para o leitor, as fontes serão sempre confiáveis e o jornalista cruzará diferentes versões proporcionando a certeza de que as informações que aparecem nos jornais são sempre confirmadas. A relação entre quem faz a notícia e quem a lê firma-se nestes pressupostos, “ainda que ilusórios”. (BENETTI, 2006, p. 4).

Para tentar lidar com o inesperado da maneira mais rápida, os jornalistas acabam confiando muito de sua produção a poucos canais de notícias. Boa parte das fontes jornalísticas constitui-se de profissionais especialistas em lidar com a imprensa, como os relações públicas e os assessores de imprensa. Estas fontes conhecem as rotinas produtivas da mídia e sabem exatamente como e quando o material (*press releases*) deve chegar nas redações. Sabendo-se que o tempo é fator crucial na prática jornalística, a hora de chegada de



uma pauta também determina sua publicação, ou não, e como será desenvolvida. Desta maneira, estes profissionais acabam por influenciar a cobertura e o conteúdo da notícia que será publicada.

A relação freqüente entre o jornalista e as mesmas fontes cria entre estes uma interdependência e até uma simpatia. Torna-se constrangedor contrariá-las ou ignorá-las. Devido à dependência dos mesmos canais de informação, Schudson (SCHUDSON apud TRAQUINA, 1999, p. 173) chega a classificar o processo de produção de notícias como “representantes de uma burocracia apanhando notícias pré-fabricadas de representantes de outra burocracia”. Destas considerações pode-se concluir que nem todos os setores da sociedade têm igual acesso aos produtores de notícias. Os agentes sociais que não têm espaço regular precisam causar alguma desordem, surpresa, ou choque no sistema para chamar a atenção e forçar suas pautas para dentro das redações.

É preciso, portanto, compreender o que está por trás da produção das notícias:

[...] a realidade, ou os aspectos manifestos dos acontecimentos; os constrangimentos organizacionais, que podem incluir a intervenção dos proprietários dos meios e questões econômicas; as narrativas que orientam o que os jornalistas escrevem; as rotinas que determinam o trabalho; os valores-notícia dos jornalistas; as identidades das fontes de informação utilizadas. (BENETTI, 2006, p. 4).

Pois a compreensão destes determinantes inscritos no contrato de leitura permite interpretar o conteúdo e significado da notícia enquanto construção social.

## 2.2 JORNALISMO ESPECIALIZADO

Nos últimos anos, assistimos ao desenvolvimento crescente de novas formas de comunicação. As mídias tradicionais, como televisão, impressos e rádio, se multiplicam e se reinventam. Os *blogs*, a TV digital e os celulares de última geração modificaram a forma como o indivíduo se relaciona com as informações, dando-lhe liberdades de editor para selecionar ou criar seu próprio conteúdo. O que se vê, é uma enorme variedade de suportes

inovadores para se transmitir a mensagem desejada. Diante disso, e pela necessidade de informar o público-alvo da maneira mais precisa possível, as mídias tornam-se cada vez mais segmentadas.

Existe uma demanda expressiva por parte do público pela produção especializada. Portanto, a segmentação do mercado não se trata apenas de uma estratégia mercadológica. A aceitação destas produções indica que os indivíduos necessitam encontrar um fator de união entre si, o que pode ser conseguido através da partilha de interesses com um determinado veículo. O consumidor tende a escolher o produto com o qual mais se identifica. O desenvolvimento do jornalismo especializado está relacionado a essa lógica econômica, que busca a segmentação do mercado como uma estratégia de atingir diferentes grupos que se encontram na sociedade. Além de ser uma ferramenta mais eficaz de lucro para os conglomerados midiáticos, a imprensa especializada é uma resposta a essa demanda por informações direcionadas, que caracteriza a formação das audiências específicas. (ORTIZ, 1996).

Santaella (1996) também afirma que o papel da imprensa especializada é o de orientar o indivíduo contemporâneo que se encontra perdido em meio à grande quantidade de informações das mais variadas fontes. As publicações especializadas servem como um termômetro de sua gama de interesses. A busca por uma identidade é um fator presente nessa nova situação, as pessoas formando suas tribos ou grupos de resistência à uniformização têm suas expectativas atendidas na nova idéia de personalização dos produtos empreendida pelas companhias. De maneiras diferentes, ambas estão fugindo do caráter de padronização que dominava a cena contemporânea.

Junto à mídia segmentada surge a necessidade crescente de se utilizar linguagens e temáticas apropriadas às especificidades de cada grupo. Diante da multiplicidade de assuntos abordados pelos veículos nos mais diversos gêneros, como economia, moda, colunas de opinião, política, esportes, ciência, arte, viagens, religião, saúde, culinária, beleza, entre outros, a segmentação é o reconhecimento de que existem públicos diferenciados, e não apenas uma massa. Todos os dias, as pessoas recebem uma grande quantidade de informações sobre estes variados assuntos, de forma simultânea e sem qualquer aprofundamento. Dentre todas as notícias que o leitor viu, apenas algumas vão atrair sua atenção. É nesse aspecto em que reside a importância da imprensa especializada, na possibilidade de suprir a falta de

aprofundamento, tratando de forma detalhada um tema específico, e na oportunidade de trabalhar uma linguagem não homogênea, que não precisa se adaptar a um padrão médio.<sup>2</sup>

Ao mesmo tempo em que beneficia a elaboração de um conteúdo informativo mais direcionado, a especialização colabora para a construção do discurso mais apropriado ao receptor. O aspecto homogêneo e condensado da linguagem jornalística, criticado por comprometer sua originalidade, é colocado em cheque. Para os anunciantes, a segmentação também é um privilégio, pois otimiza os investimentos publicitários. O mercado modernizou-se e as verbas para divulgação foram reduzidas, e isso levou ao investimento em propagandas mais focadas, que atingem diretamente o público-alvo através das mídias segmentadas (SAMPAIO, 1997).

No século XIX, pouco depois da instituição da Imprensa Régia, já começavam a circular no Rio de Janeiro e na Bahia alguns periódicos focados em artes, comércio ou agricultura. Era o início do jornalismo especializado no Brasil. Nas antigas redações, os repórteres dividiam-se apenas por função – setorista, repórter e redator-editor –, se articulavam através de uma secretaria geral e as fronteiras temáticas não eram definidas. Medina (2001) afirma que a subdivisão do jornalismo em jornalismo político, jornalismo esportivo, jornalismo cultural, e outros, foi fruto da industrialização que trouxe junto consigo a divisão de trabalho.

Com o passar dos anos e o aperfeiçoamento da prática, os diversos segmentos foram conquistando mais espaço e criaram-se os cadernos específicos dentro do próprio jornal, os quais estão presentes até hoje. A evolução desses cadernos foi se afunilando e os profissionais adaptaram-se a determinados assuntos. A separação de editorias foi uma necessidade gerada pela complexidade empresarial e pelo crescimento urbano.

---

<sup>2</sup> Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp>

### 2.3 JORNALISMO CULTURAL

Assim como o jornalismo econômico ou o policial, o jornalismo cultural também surge da necessidade de atender um público específico para abordar seus temas de interesse com maior profundidade (BASSO, 2006). Jorge Rivera (2003) está entre os autores que acreditam que todo o jornalismo é, em essência, um fenômeno cultural. Porém, afirma que o jornalismo cultural foi caracterizado historicamente como uma área complexa de meios, gêneros e produtos que abordam desde as belas artes, as correntes de pensamentos, as ciências sociais e humanas até a cultura popular, o folclore, entre outros, sendo com finalidade crítica, reprodutiva ou como serviço de divulgação.

El mejor periodismo cultural es aquel que refleja lealmente las problemáticas globales de una época, satisface demandas sociales concretas e interpreta dinámicamente la creatividad potencial del hombre y la sociedad (tal como se expresa en campos tan variados como las artes, las ideas, las letras, las creencias, las técnicas, etcétera), apelando para ello a un bagaje de información, un tono, un estilo y un enfoque adecuado a la materia tratada y las características del público elegido. (RIVERA, 2003, p. 11).

Faro (2006) caracteriza como jornalismo cultural a produção de caráter informativo ou analítico sobre eventos de natureza artística, “um gênero marcado por uma forte presença autoral, opinativa e analítica que extrapola a mera cobertura noticiosa, identificando-se com movimentos estético-conceituais e ideológicos que se situam fora do campo das atividades da imprensa”. (FARO, 2006, p. 5).

Algumas notícias trespassam duas ou mais áreas de interesse, sendo publicadas tanto no primeiro caderno quanto na área cultural. Nesse caso, Eliane Basso (2006) afirma que se podem notar algumas particularidades do jornalismo cultural: enquanto no primeiro caderno o assunto recebe uma abordagem mais direta e focada no *lead*<sup>3</sup>, na parte informativa, no suplemento de cultura o mesmo assunto é tratado por um ângulo mais interpretativo ou analítico, o que deixa seus textos com caráter autoral.

---

<sup>3</sup> Lead é a primeira parte de uma notícia, que fornece ao leitor as informações mais importantes sobre o fato e busca prender o interesse do leitor. Segundo a teoria do jornalismo, o lead precisa responder a seis perguntas básicas: “O quê?”, “Quem?”, “Quando?”, “Onde?”, “Como?”, e “Por quê?”.

Como se pode notar, o jornalismo cultural sempre foi um campo amplo e abrange tipos bem diversos de produção. Ao mesmo tempo em que tem marcas inconfundíveis com as demais especializações do jornalismo, também é, em si, difícil de especificar e determinar. Segundo Rivera (2003), o jornalismo cultural, hoje, é desenhado através das muitas contradições e opostos que o permeiam: elite *versus* massa, especialização *versus* generalidade, tradição *versus* modernidade, palavra *versus* imagem, erudição *versus* vulgarização, homogêneo *versus* heterogêneo, internacional *versus* local.

A falta de rigor na conceituação com que o jornalismo cultural tem sido tratado pode ser uma das dificuldades para o aprofundamento dos seus estudos. Faro (2006) é contra as generalizações como “todo o jornalismo é cultural” ou “todo o jornalista é um intelectual”, pois pensa que tais afirmações desenharam um horizonte prejudicialmente vasto e escondem “uma incompreensão radical quanto aos desdobramentos concretos da atividade jornalística e a possibilidade de que ela possa tomar corpo num tipo específico de cobertura, com interseções próprias, lógicas próprias, especificidades, etc” (FARO, 2006, p.6).

Na primeira metade do século XX, o jornalismo cultural brasileiro esteve no auge com seus suplementos literários. Nas últimas décadas, tais suplementos entraram em declínio e o jornalismo cultural consolidou-se como um campo de temáticas mais amplas (MEDINA, 2001, p.36). Gadini (2003) situa os anos 80 como marco para a estruturação dos cadernos culturais nos jornais brasileiros. O crescimento da televisão foi um impulso para a realização de reformas gráficas e editoriais. “A partir daí (1980/90), pode-se dizer que a grande maioria dos jornais considerados grandes ou médios do país passa a circular com um caderno diário de cultura.” (GADINI, 2003, p.89).

Gadini (2006) realizou uma pesquisa com os principais jornais diários do país para traçar o perfil de suas editorias de cultura, constatando o que mudou dos anos 1980 até 2007. A impressão hoje é em quatro cores, mas o formato não mudou – a seção cultural dos jornais brasileiros segue a tradição de se apresentar como caderno. Atualmente, a maioria dos suplementos culturais possui de seis a 12 páginas por dia, quando em formato *standard*, e de 12 a 16 páginas, em formato tablóide. De 50% a 70% das matérias diárias abordam temas regionais, com exceção de Rio de Janeiro e São Paulo em que as pautas locais ocupam de 80% a 100% das edições. A outra porcentagem do conteúdo provém de assessorias de imprensa, agências de notícias e traduções de jornais estrangeiros. A autoria e produção das reportagens são, em sua quase totalidade, da equipe do próprio jornal. “São pautados eventos,

lançamentos ou questões de interesse e abrangência geográfica dos referidos periódicos, seja a capital político-administrativa ou o Estado em que os mesmos circulam predominantemente”, identifica Gadini (2006, p.234).

O setor de entretenimento é atualmente um dos mais ativos e promissores da economia mundial. Desde a década de 1950, com a chegada da televisão no Brasil, a produção de bens culturais adquiriu grandes proporções no país, tanto em quantidade como em impacto social. Em meio a essa avalanche de produtos culturais e midiáticos, a imprensa cultural desenvolve um papel importante. Ela tem o dever do senso crítico, da avaliação das obras culturais, das tendências que o mercado valoriza por seus interesses, das induções simbólicas que o cidadão recebe (PIZA, 2003).

Embora se fale muito na crise da imprensa, na queda na circulação dos grandes jornais e na possível extinção do jornalismo como o conhecemos, o jornalismo cultural está em alta no Brasil. Além dos segundos cadernos ou cadernos de cultura, voltados para a cobertura noticiosa e análise dessas atividades, seções destinadas ao comentário e à crítica da produção artística integram diversos veículos de grande circulação. E mais de 20 revistas especializadas na área circulam no país. De forma que o jornalismo cultural brasileiro apresenta uma produção intensa e conta com um público cativo (FARO, 2003).

Apesar de agradar ao público, o jornalismo cultural brasileiro é freqüentemente taxado como um segmento mais superficial da imprensa. Considerado menos importante do que o jornalismo *hard news*<sup>4</sup>, recebe alcunhas como secos e molhados, variedades ou caderno de fofocas (PIZA, 2003). Esta é uma classificação equivocada, o jornalismo cultural é um segmento muito mais abrangente e complexo, e tem grande relevância para a imprensa escrita brasileira. Daniel Piza (2003, p.7) afirma que “os *Segundos Cadernos* têm uma importância para a relação do jornal com o leitor – ou mais ainda, do leitor com o jornal – que é muito maior do que se supõe”. O autor relata que muitas pesquisas de leitura das publicações apontam a seção de cultura como a primeira ou a segunda mais lida depois da capa. Esta editoria também é uma porta de entrada para os leitores mais jovens que, a partir do seu foco de interesse – música, filmes, comportamento –, desenvolvem sua referência afetiva com a publicação e o hábito de ler o jornal diariamente.

---

<sup>4</sup> No jornalismo, esta expressão designa uma linha editorial especializada em notícias e coberturas mais complexas e densas como assuntos de política ou economia. São notícias fortes, de grande atualidade.

### 2.3.1 Conceito de cultura em publicações segmentadas

A gama de temas e assuntos do jornalismo cultural é variada e heterogênea, mas depende, sobretudo, do conceito de cultura de cada publicação. Para Jorge Rivera (2003) é isso que define seu campo de interesse e atuação e, conseqüentemente, as possibilidades de escolha temática dos jornalistas que nela trabalham. O autor afirma que tais recortes temáticos estão ligados essencialmente ao público-alvo e caracteriza três esferas de cultura abordadas em diferentes publicações.

A chamada cultura superior se destina a um público seletivo e mais intelectualizado. Suas publicações se especializam em um repertório histórico, filosófico e artístico. A cultura média espelha-se no modelo da alta cultura, mas também se guia pelas exigências do mercado. É heterogênea e oferece grande variedade temática: culturas clássicas, vanguardas, atualidade, meios de comunicação em massa, questões científicas, literatura marginal, etc. Seus jornalistas sintetizam e difundem, em esferas variadas, os patrimônios do conhecimento cultural. A cultura baixa ou bruta está em melhor posição mercadológica, mas é mais restrita, e subestimada em relação às outras. Trata-se de crônicas esportivas, correio do coração, literatura de terror, pornografia, e outros. Algumas produções da cultura bruta alcançam grande prestígio, passando até à cultura superior. É o caso de algumas crônicas esportivas, dotadas de refinamento e fruto de autores talentosos (RIVERA, 2003).

Rivera (2003) acredita que, no decorrer de sua trajetória histórica, o jornalismo cultural foi se desenhando em duas concepções distintas, conforme o conceito de cultura com o qual as publicações trabalhavam. Os periódicos que focavam a alta cultura se dirigiam a uma elite intelectual e se apresentavam por meio de publicações também seletas, como a *Nouvelle Revue Française* (França, 1908). Os veículos que trabalhavam com uma visão amplificada de cultura, englobando todo o tipo de conhecimento, crença e manifestação artística de uma sociedade, visavam o público mais massivo.

Cremilda Medina (2001) aprofunda a discussão sobre o adjetivo *cultural*, afirmando que muitos jornalistas não conseguiram evoluir sua concepção de cultura. “Hoje qualquer pessoa que atribui um novo significado as coisas, que interfere com um ato criativo no mundo material tem todo o direito de se considerar um agente cultural” (MEDINA, 2001, p.36). Tudo o que se produz em cima da realidade imediata gera uma realidade simbólica. Uma guerra é a

nossa realidade imediata. A história que será contada nos livros sobre esta guerra, bem como todos os filmes, pinturas, músicas e textos produzidos sobre ela são realidade simbólica. Portanto, a cultura pertence à esfera da produção simbólica. Entre o final do século XIX e o século XX esta concepção contemporânea de cultura foi incorporada pela antropologia e pelas teorias da cultura, mas não pelo jornalismo.

Dentro da esfera cultural não existe apenas uma verdade e sim, um “conflito de verdades”. Assim, não faz sentido uma busca pela imparcialidade e pela verdade única. Medina (2001) pensa que, por não enxergar esta pluralidade, muitos jornalistas deixam de questionar a realidade simbólica, limitando-se as suas próprias verdades absolutas em relação à arte e escrevendo textos mais destrutivos, muitas vezes baseados em juízos de valor e respostas prontas. Corroborando esta definição contemporânea de cultura, Nestor Canclini (CANCLINI apud MEDINA, 2001, p. 37) afirma: “Cultura diz respeito a todas as práticas e instituições dedicadas à administração, renovação e reestruturação de sentido”. Esta conceituação mais ampla tira o rótulo de cultural de um determinado caderno e segmento e o aplica a todo o jornalismo, afinal, toda a atividade jornalística implica em investigar e interpretar a primeira realidade para gerar uma realidade simbólica e produzir sentido. Se os próprios jornalistas não assimilam uma idéia mais ampla e complexa de cultura, isso se reflete nos cadernos culturais:

Em geral, a idéia genérica de cultura trabalhada pela mídia responde à divisão entre o cotidiano e a produção de obras artísticas, estéticas e culturais. Faz parte da lógica das indústrias culturais, da circulação de objetos e da produção de necessidades destes próprios objetos. Prioriza a orientação para o uso de um tempo supostamente livre, compartimentando tal segmento no espaço do lazer. (GOLIN, 2007, p.16).

Esta idéia de concentrar e delimitar a cultura gera, por conseqüência, uma margem, situando os demais na periferia deste espaço privilegiado. Para a maioria das pessoas a palavra *cultura* soa como algo requintado e distante, o que dificulta a sua democratização (PIZA, 2003). O conceito de homem culto, como alguém letrado e intelectual, se opõe socialmente ao homem inculto, gerando essa idéia de cultura como algo superior e destinado a poucos privilegiados (MORIN apud BASSO, 2006, p. 3). Esta concepção pode gerar um sentimento de conformismo – a cultura parece algo tão inatingível que o homem comum nem deve tentar alcançá-la.



Pierre Bourdieu (BOURDIEU apud GOLIN, 2007) tenta desmistificar o caráter superior da arte e da cultura. Estudando o processo de criação e consagração de bens simbólicos, define o campo cultural como um universo de crença, que constrói produtos e, ao mesmo tempo, constrói a necessidade destes produtos. A cultura, para o autor, é resultado “de um amplo jogo e empreendimento social”. (BOURDIEU apud GOLIN, 2007, p. 16). E a mídia especializada tem uma função relevante na configuração do sistema cultural da esfera onde atua, dando espaço, legitimando novas descobertas e consagrando talentos.

### **2.3.2 Cadernos diários *versus* suplementos semanais**

Um problema gerado pelo paradoxo “cultura de elite” e “cultura de massa” é o hiato entre os cadernos de variedades diários e os suplementos semanais de caráter mais acadêmico e científico. É natural que os jornais de fim de semana sejam menos enxutos, pois são lidos com mais calma que nos dias úteis, a questão são as diferenças na linguagem e no tom entre ambos. Os cadernos diários ficam cada vez mais superficiais, com poucas críticas e muito uso de releases. A grande maioria dos espaços é destinada ao cinema, à televisão e à música que estão nas paradas de sucesso. Enquanto que os cadernos de fim de semana, pensando em aprofundar a leitura, podem fugir completamente das premissas jornalísticas de clareza e objetividade. Há um risco de não conseguir introduzir ao grande público uma análise mais consistente e, em alguns casos, afastá-lo ainda mais (PIZA, 2003).

As pautas dos cadernos semanais ficam limitadas aos assuntos mais comumente associados à erudição: “estão presos ao esquema das resenhas encomendadas a professores universitários, que não raro pecam pela escrita burocrática e lenta, com excesso de jargões e falta de clareza” (PIZA, 2003, p. 53). Eliane Basso (2006) concorda que a produção textual desses intelectuais extrapola o caráter noticioso e se situa em um meio termo entre o acadêmico e o jornalístico, sendo que, muitas vezes, o foco recai sobre o primeiro e o público leitor é esquecido.

No passado, vários intelectuais e escritores se consagraram nas redações brasileiras produzindo textos mais próximos aos critérios jornalísticos. Este é, possivelmente, um dos motivos para o saudosismo em relação ao jornalismo cultural praticado na imprensa brasileira em décadas passadas. Esta aproximação entre o acadêmico e o jornalístico se perdeu a partir da década de 1950, “com a profissionalização jornalística e a substituição gradual do estilo

européu, bem mais opinativo, pelas técnicas norte-americanas priorizando um estilo objetivo e formal” (BASSO, 2006, p. 7).

Há também um antigo confronto no jornalismo cultural entre os que restringem o segmento às questões artísticas e literárias, e os que acreditam que devam ser incluídas as discussões científicas e tecnológicas. Rivera (2003) considera esta dicotomia contraproducente e tenta apontar soluções para diminuir este hiato entre os dois grupos. As políticas culturais devem ser guiadas por uma visão integradora e globalizada, cientistas e humanistas devem tomar conhecimento das linhas gerais, produtos e avanços do outro campo, e devem-se explorar os pontos de intersecção entre as áreas. O maior exemplo de intersecção positiva entre os campos é a forma como as novas tecnologias influenciam na criação, exploração e recepção das artes.

Piza (2003) concorda que é preciso encontrar o caminho do meio. É possível tratar dos temas mais eruditos ou acadêmicos de uma maneira menos prolixa e cansativa e até mesmo incluir assuntos de interesse de um grande público – como TV e futebol – nas discussões mais reflexivas. O autor acredita que é preciso encarar a diversidade de maneira positiva, como um desafio a ser superado, pois teme que dar um tratamento muito fragmentado ao público, de tribalização, acabe empobrecendo o jornalismo e aumentando preconceitos. O equilíbrio entre o suplemento diário e o caderno semanal de cultura tende a aumentar a qualidade do jornalismo cultural: “Temas eruditos podem ser tratados com leveza, sem populismo; e temas ditos de entretenimento podem ser tratados com sutileza, sem elitismo” (PIZA, 2003, p. 58).

### **2.3.3 O jornalismo cultural contemporâneo**

Há muita insatisfação, especialmente em meios intelectualizados, com o jornalismo cultural feito hoje no Brasil. É muito saudosismo em relação ao que era produzido nas redações nas décadas de 60 e 70, lembrado como paradigma de qualidade. O segundo caderno agora é mais pragmático, e a ênfase da cobertura cultural em todos os veículos está hegemonicamente na prestação de serviços, o que passa a idéia de que a editoria está sempre a serviço da indústria cultural e sua agenda.

Ao se profissionalizar, o repórter cultural aproximou-se da linguagem mais objetiva do primeiro caderno, gerando uma perda em seu caráter autoral. Ocorreram também mudanças

na estrutura de produção das notícias, o foco na produtividade aumenta – as redações enxugam e recebem um grande número de profissionais mais jovens (RODRIGUES, 2001). Piza (2003) acredita que houve uma queda de qualidade no jornalismo cultural brasileiro e também a relaciona aos cortes de verba e a decisão de aproximá-lo do *hard news*, colocando verbos nos títulos, tornando os textos mais sucintos e diretos, diminuindo o espaço e a importância da crítica.

As assessorias de imprensa hoje estão muito bem estruturadas e forçam seus releases para as pautas dos jornais, levando o caderno cultural a obedecer sua agenda e estar sempre correndo atrás das estréias e do novo, mesmo porque o público exige a informação mais atualizada e correta. “Criaram-se profissionais sérios e competentes para tais atividades, dentro, mesmo, do próprio jornalismo”, lembra Herom Vagas (2004, p.5). Piza (2003) acredita que o jornalismo cultural perde com a submissão aos calendários de eventos. Só entra em pauta o que está estreando, chegando ao mercado, e raramente se aprecia ou analisa a trajetória de um acontecimento, algum tempo após sua chegada. Sendo o tempo e o espaço determinantes cruciais na construção da notícia – e na sociedade pós-moderna em geral –, as informações de datas, horas, locais, preços de ingressos e formas de pagamento de um evento parecem ser mais importantes do que uma análise ou crítica sobre o mesmo.

O fato é que os assessores de imprensa são uma realidade incontestável no meio cultural hoje, uma vez que a maioria dos artistas – os grandes, em sua totalidade – dialogam com a imprensa por seu intermédio. Rodrigues (2001) pondera que fugir dessa realidade é uma tarefa complicada, pois o resultado seria deixar de escrever sobre algo ou alguém que é do interesse do público por não se submeter ao intermediário. Ao lidar com as assessorias, como parte integrante das rotinas produtivas no jornalismo contemporâneo, é necessário que o repórter tenha consciência de sua força e do compromisso assumido com os seus leitores. O autor exemplifica que, no jornal O Globo, é freqüente um divulgador querer trocar uma entrevista por uma capa no caderno cultural e o jornalista não ceder a exigência.

Os divulgadores não podem ser vistos como intrusos na atividade jornalística “pura e investigativa”, concorda Vargas (2004, p.5). O jornalista deve encarar o release como uma oportunidade de pauta a ser desenvolvida, explorada e amadurecida e não como a matéria pronta para ser publicada – o que possivelmente seria o mais prático. Exercendo seu espírito crítico, o autor acredita que o repórter pode extrair boas fontes das assessorias e ampliar os assunto, ouvir outras vozes, fazer uma boa matéria.

Outra mudança nas últimas décadas é que alguns assuntos antes pertinentes ao caderno cultural – como gastronomia, comportamento e educação – migraram para espaços próprios dentro do jornal, devido a sua maior especialização. Conforme visto no jornalismo especializado, assim como se expande, o mercado se fragmenta, dá-se muito mais valor as segmentações por raça, sexo, região, idade. E cada tribo vai encontrando seu próprio nicho em publicações específicas, mesmo porque, talvez o jornalismo cultural não pudesse dar conta de tal pluralidade.

A noção oriunda dos modernos planejamentos estratégicos e administrativos das empresas de que o foco do negócio deve estar sempre no cliente gera a idéia equivocada de que se deve fazer somente o que o público gosta. Entretanto, o homem contemporâneo não é capaz de absorver a grande oferta de bens culturais com que é bombardeado todos os dias, e uma das incumbências do jornalista cultural é orientá-lo, auxiliá-lo nesta seleção. Enquanto cliente final, o leitor confia no jornalista para analisar, contextualizar e pensar sobre o produto cultural que ele vai ler. (RODRIGUES, 2001).

Na disputa para suscitar interesse no público, algumas publicações cultivam uma posição restritiva em relação ao cultural, acreditando estar se adequando ao gosto do leitor. “La sagacidad para detectar las tendencias vigentes es una de las claves del periodismo cultural, pero podría decirse también que la capacidad para generar una tendencia es la forma superlativa desta clave.” (RIVERA, 2003, p. 34). Faz parte da função do jornalista não apenas reproduzir sempre o que o leitor gosta, mas também oferecer o que ele ainda não conhece, mostrar ângulos que ele não viu.

Piza (2003) defende um investimento não no tamanho dos cadernos culturais, mas na valorização de seu papel dentro da publicação, permitindo sua pluralidade e criatividade. Isso implica em ter jornalistas capacitados para realizar com tal qualidade as entrevistas, reportagens e críticas. Rodrigues (2001) também acredita em qualificação de equipe. A volta do tom autoral é importante para evitar a pasteurização das matérias em todos os veículos. Se o mesmo artista vai dar a mesma entrevista para todos os jornais, é necessário um jornalista com visão de mundo, com uma bagagem própria que possa interpretar o fato, tecer relações e elaborar uma matéria original e única. Em uma visão utópica em épocas de produtividade máxima, o autor defende que se mantenha um número de repórteres extra na redação, os quais possam se dedicar a reportagens mais elaboradas e investigativas.

Vargas (2004) admite que o jornalismo cultural sofreu mudanças nas últimas décadas por estar atrelado ao cenário capitalista. Acredita que as coberturas hoje são marcadas pelas relações de poder entre as empresas, o mercado publicitário e a pressão das assessorias de imprensa. Mas o autor discorda do grande número de saudosistas órfãos do antigo jornalismo cultural brasileiro, pois acredita que tais mudanças são inevitáveis e comuns a todos os produtos da sociedade contemporânea.

Como toda mercadoria dentro do sistema capitalista, a notícia não escapa do valor de troca, do rótulo colorido e prazeroso, da divulgação em públicos gerais ou específicos, do dever de ser interessante, atual e de fácil entendimento, do baixo custo de produção, da facilidade de acesso e, por fim, de sua função de gerar lucros à estrutura industrial que a produz, seja ela pequena, média ou grande (VARGAS, 2004, p.1).

O autor considera que muitos jornalistas não compreendem este caráter mercadológico da notícia. O jornalismo cultural é hoje um grande negócio, mais profissionalizado do que antigamente e com maiores investimentos, é um produto a ser consumido e que também visa lucro. Porém, quem o faz e consome não o vê desta forma, por enxergar a cultura como algo superior que prescinde desse jogo comercial. Acontece que, antigamente, o jornalismo não era tão veloz e trabalhava com ganchos mais frágeis, o que hoje seria incabível, uma vez que as estruturas para sua produção se alteraram radicalmente. “Certamente, pela rapidez da vida urbana atual e pela presença marcante da televisão e da Internet, a agilidade do texto e a visualidade das edições são necessidades básicas e evidentes.” (VARGAS, 2004, p.3).

Faro (2006) também não desconsidera o caráter empresarial do jornalismo cultural, mas acredita que esta relação direta – o jornalismo depende do mercado e não pode se feito de nenhuma outra forma senão conforme suas regras – é demasiado simplista e não dá conta da complexidade desta relação. Aponta que, mesmo sendo produzido intensamente no Brasil, o jornalismo cultural ainda necessita aprofundar as reflexões sobre suas práticas e sua natureza. Além de prestar-se à lógica mercantil seguindo valores da cultura de grandes audiências, ele possui uma outra dimensão, um espaço para debates e discursos de caráter contra-hegemônico. Ao mesmo tempo em que é influenciado pela conjectura histórica e política de sua época e reproduz os paradigmas vigentes, este segmento se presta à visão crítica e análise de questões em pauta.

Através da história, o jornalismo cultural configurou-se como segmento de reflexão pública na sociedade. Portanto, Faro (2006) sustenta que deve ser estimulado e visto também como um espaço público da produção intelectual, garantindo aos jornais sua legitimidade interpretativa e aproximando-se da esfera acadêmica. Alguns tipos de texto como as críticas, resenhas de teatro, cinema e literatura fogem da dimensão informativa e do gancho factual que os motivou e partem para o âmbito da avaliação jornalística. “Nessa medida, o jornalismo cultural, para além de sua dimensão informativa e mercadológica, é também uma instância de categorias valorativas e históricas, negociadas entre os vários sujeitos que a produzem”. (FARO, 2003, p. 12).

Independentemente da maneira como reagem à influência da lógica do mercado nas rotinas produtivas da redação, os estudiosos da área concordam que o bom jornalismo cultural independe da época em que está sendo produzido.

O que faz um bom jornalismo cultural não são somente as técnicas, as fontes ou os processos de produção. Tudo isso sempre existiu e sempre demarcou, de uma forma ou de outra, a atividade. Além dessas dinâmicas, o que faz um bom jornalismo cultural são, simplesmente, bons profissionais, bons textos para boas pautas e coberturas, bons conhecimentos e boa inteligência. (VARGAS, 2004, p.11).

Os processos de produção e as estruturas tecnológicas se alteraram, e devem continuar se modificando em um ritmo ainda mais acelerado nos próximos anos, entretanto, a competência profissional deve estar de alguma forma acima disso. Os preceitos básicos do fazer jornalístico precisam adaptar-se as novas realidades – pela própria sobrevivência da profissão –, extraíndo destas mudanças o que elas trazem de melhor, as novas possibilidades que trazem ao exercício da atividade, sem perder-se no caminho. As transformações no jornalismo cultural contemporâneo também afetam linguagem e os gêneros textuais produzidos na editoria de cultura.

### **2.3.4 Linguagem e gêneros no jornalismo cultural**

Rivera (2003) fala sobre qualidades extrínsecas do jornalista cultural. Além de clareza e concisão – características imprescindíveis a todos os jornalistas e apontadas em qualquer manual de redação –, o repórter especializado em cultura tem a necessidade de buscar seu

próprio tom e enfoque. O estilo de cada autor ou escritor e sua capacidade de sugestão são questões tão particulares que definem sua real personalidade.

Para classificar a linguagem do jornalismo cultural, Silva (1997) o compara ao estilo de revista: maior liberdade no uso de palavras coloquiais, maior uso de recursos estéticos, mais análise. A autora afirma que esta semelhança com as revistas já ocorria nos suplementos culturais no início do século e que, na verdade, é comum a qualquer produção de conteúdo especializado. Três fatores determinam o estilo de uma editoria: os temas, a periodicidade e o público leitor. Com certeza, não é corriqueiro falar de cinema, teatro e música de forma sisuda e formal, e um público específico evoca textos mais opinativos. Já a periodicidade nos cadernos diários de cultura não é mais tão folgada quanto antigamente. A grande quantidade de produtos culturais não permite muito tempo para reflexão e exige do jornalista de cultura textos mais rápidos.

O impasse do jornalismo cultural então é continuar com seu caráter reflexivo com uma pressão de tempo que se aproxima às rotinas do primeiro caderno. O caderno dois é o espaço dentro do jornal para a elaboração de textos mais criativos e interpretativos. Para Silva (1997), a própria idéia do suplemento cultural está ligada à opinião: “Pode-se até informar que um CD do cantor X será lançado no sábado, mas o leitor certamente terá curiosidade em saber o que pensa o jornalista sobre este mesmo produto e com base em quê formulou tal opinião”. (SILVA, 1997, p. 93).

Medina (2001) acredita que a maior dificuldade do jornalista cultural está na questão opinativa. A autora argumenta que os serviços constituem a base do jornal desde o seu surgimento, no século XVI, e hoje são bem produzidos e atendem uma demanda crescente da sociedade contemporânea. Mas se o lado informativo do jornalismo está bem consolidado, a situação muda quando o repórter tem a responsabilidade de opinar: “os desafios crescem dramaticamente quando o jornalista vai a campo e se defronta com a realidade minada pelos conflitos simbólicos e interesses materiais” (MEDINA, 2001, p. 38). Até a década de 60 era muito raro um repórter assinar uma matéria e toda a redação tinha orgulho de seu anonimato, ou de sua assinatura coletiva. Foi a partir da década de 80 que se difundiu a prática das assinaturas e os espaços jornalísticos ganharam grifes.

A partir disso, a produção textual jornalística divide-se, tradicionalmente, em três grandes grupos. O Jornalismo Informativo é a produção mais sintética e compreende a

prestação de serviços. Concentra-se basicamente no lead da notícia: o que, quando, onde, quem, como, e porquê. O Jornalismo Interpretativo é uma narrativa ampliada pelo trabalho de campo. O jornalista ultrapassa o caráter informativo e descritivo e busca compreender um fenômeno cultural através de argumentos sólidos e uma estrutura lógica. E o Jornalismo Opinativo são as produções textuais assinadas: críticas, ensaios, resenhas. Os autores se propõem a avaliar e analisar um acontecimento segundo sua bagagem cultural e sua visão de mundo, embasando seus critérios e resultando sua avaliação em juízos de valor. (MEDINA, 2001).

Rivera (2003) assinala que uma quarta classificação para os textos culturais seria a dos textos eruditos, que utiliza vastos repertórios de saberes específicos ou interdisciplinares para um determinado assunto ou tema. Os ensaios eruditos se inspiram em fontes diversas, mas as mais frequentes são: a tradição filológica, a literatura comparada, a crítica textual e os estudos estilísticos.

Ao fazer um levantamento sobre as categorias do jornalismo, José Marques de Melo (1985) sugere apenas duas classificações – informativo e opinativo – que para ele englobam todas as outras. Estas duas categorias o autor subdivide em gêneros, que são simplesmente “as formas que o jornalista dispõe para narrar um fato” (SILVA, 1997, p. 97). Porém, algo nada simples é delinear as diferenças entre os gêneros jornalísticos. Para Vivaldi (1973) o problema reside no cruzamento de suas características: “artigos que têm muito de crônica, crônicas que são propriamente artigos, e reportagens especiais que beiram o campo da crônica ou artigo” (VIVALDI, 1973, p.22). Fonseca (2003) pontua que o debate sobre a questão da objetividade também torna a divisão cada dia mais complexa.

O fato é que os gêneros também são uma forma de interpretação da sociedade e acompanham a evolução do jornalismo, se adaptando conforme os desdobres da profissão (GOMIS apud PARRAT, 2001). Não representam, portanto, regras finitas e permanentes. É comum as definições de diferentes gêneros se entrecruzarem. Com esta ressalva, a seguir, são apresentadas as principais conceituações e descrições dos gêneros dentro do jornalismo cultural.



### Serviço ou Roteiro

O roteiro é um espaço definido dentro do segundo caderno que traz informações muito breves e diretas para divulgar ao leitor os produtos culturais ofertados dentro daquela área. Há os roteiros de teatro, de música, de cinema, de TV. O objetivo é proporcionar ao público informações práticas para que ele oriente suas escolhas, como datas, local, valores, entre outros.

O serviço pode vir acompanhado de alguma ligeira classificação ou avaliação sobre o evento, freqüentemente assinalada por símbolos, sejam estrelas, cifras ou bonecos definindo sua cotação. Por exemplo, o caderno B, do Jornal do Brasil, traz estrelinhas para a classificação dos eventos em geral e discos para os produtos fonográficos. (SILVA, 1997). O Segundo Caderno do jornal Zero Hora traz o desenho do cartão do Clube do Assinante ao lado dos eventos e espetáculos que oferecem descontos.

### Nota

José Marques de Melo (1985) define a nota como o relato curto de um acontecimento que ainda está em progressão. Além de passar esta informação sucinta, também tem a função de despertar o interesse do leitor para o acontecimento, mantém o assunto presente. As notas podem ser independentes dentro do segundo caderno ou estarem agrupadas em colunas sociais ou especializadas. Neste último caso, por se tratar de um espaço opinativo do jornal, elas podem expressar o estilo de seu autor.

De acordo com sua função, a nota pode apresentar três estruturas diferentes: a noticiosa, que apenas relata o fato de forma breve e concisa; o comentário, que varia entre a análise e a opinião; e o comentário relatado, que descreve o ponto de vista de uma terceira pessoa. (FIGUEIREDO, 2003). Uma das principais funções da nota no caderno cultural é de agenda ou serviço.

### Notícia

A notícia é o gênero jornalístico mais usual. Consiste em reproduzir, através de uma linguagem objetiva e impessoal, um fato relevante que eclodiu na sociedade. (MARQUES DE

MELO, 1985). Lage (1987) diz que é o relato de um ou uma série de acontecimentos a partir de seu aspecto mais relevante. A notícia deve responder ao lead jornalístico: o que, quem, quando, onde como e porquê.

Erbolato (1991) acredita que as notícias possam ser divididas entre analíticas, quando respondem todo o lead, ou sintéticas, quando se limitam as três primeiras indagações. Outras classificações da notícia seriam quanto a sua ocorrência, entre previsível, imprevisível ou mista; quanto à territorialidade, sendo internacional, nacional ou local; e ainda quanto à oportunidade de publicação: notícias quentes são as recentes, atuais, e que precisam ser publicadas o quanto antes e notícias frias, ou de gaveta, são pautas reserva que não dependem da atualidade e podem ser publicadas conforme houver necessidade no jornal.

A questão da atualidade adquire outros enfoques neste segmento. As notícias do primeiro caderno buscam sempre as informações mais recentes, o furo da notícia. Parte do que é produzido no caderno cultural também segue esta norma, buscando a novidade, as divulgações, o que está sendo experimentado, mas outra parte trabalha com autores, obras e fenômenos do passado, pela sua recapitulação. Tanto as notícias quentes quanto as frias têm seu espaço.

Wilsa Silva (1997) diz que no jornalismo cultural a notícia pode ser impessoal, em tom pessoal ou com opinião. Assim como no primeiro caderno, o principal objetivo também é responder ao lead, informar o leitor sobre os acontecimentos culturais é mais importante do que emitir opiniões. Contudo, o relato do fato e os valores se misturam na área da cultura, e torna-se difícil encontrar uma notícia totalmente impessoal.

### Reportagem

A reportagem é um “relato mais extenso, abrangente e contextualizado”. (NOBLAT, 2002, p. 94). Se a notícia trata de um acontecimento que eclodiu no meio social, Marques de Melo (1985) afirma que a reportagem é a ampliação deste relato, abordando um acontecimento que repercutiu na sociedade, trazendo conseqüências ou mudanças que foram sentidas pelo veículo.

Kindermann (2003) define a reportagem como uma produção textual que traz os detalhes do fato, as relações de causa e efeito, as circunstâncias, sem posicionar-se em

nenhum momento. A autora salienta que os manuais de redação divergem em sua definição de reportagem, mas cita algumas de suas particularidades: apresenta um o texto mais livre que o da notícia, explora as possibilidades do fato e investiga os antecedentes para interpretar o acontecimento.

Este gênero não é muito utilizado no jornalismo cultural. A reportagem no caderno dois busca aprofundar as informações, interpretando ou analisando os fatos ao invés de relatá-los. Ela vai além dos limites da cultura de mercado, algumas vezes, procurando explicá-la (SILVA, 1997, p.108).

### Entrevista

O texto da entrevista é fruto de um diálogo realizado entre o jornalista e o entrevistado e apresenta-se em forma de perguntas e respostas. (RABAÇA e BARBOSA, 1998). Pode estar complementando uma reportagem ou não.

No âmbito cultural, as entrevistas são muito exploradas e procuram dar ênfase ao protagonista da notícia. Elas podem ser utilizadas apenas como meio para a coleta de informações; no formato *ping e pong*, de perguntas e respostas; ou podem vir em declarações diretas dentro de uma narrativa.

É comum no texto de abertura da entrevista o jornalista apresentar o artista entrevistado com um texto opinativo, por isso, a entrevista no caderno cultural pode mesclar o informativo com o opinativo. “As entrevistas nos cadernos de cultura semanais são as que melhor exploram o entrevistado, no sentido de permitir até mais de uma página somente com o diálogo entre repórter e entrevistado”. (SILVA, 1997, p.110).

### Coluna

Rabaça e Barbosa (1998) classificam a coluna como uma sessão especializada do periódico em tom mais livre e pessoal, quase sempre assinada. O nome do colunista é o que dá força à coluna. Sua imagem pública determina a credibilidade do que está dizendo. Para Piza (2003), além de sua personalidade conhecida é importante para o bom colunista ter

experiência de vida, ou seja, uma bagagem cultural, estar atento às idéias dos outros autores, e ser capaz de abordar temas diversos.

A coluna é formada normalmente por várias pequenas notas. Ela tem uma periodicidade regular e é publicada normalmente na mesma página e na mesma posição, diagramada da mesma forma e com um cabeçalho constante. Estas características também estimulam a fidelidade do leitor. Hoje, dentro do jornalismo cultural, as colunas assumem uma grande importância. Os colunistas ganham cada vez mais força dentro da cena cultural, muitas vezes, são eles que influenciam o sucesso ou não de um evento.

Destacam-se as colunas sociais, que trazem notas e fotos sobre acontecimentos e figuras importantes da sociedade local. No suplemento cultural do jornal Zero Hora, foco deste trabalho, a coluna social gravita principalmente em torno da alta sociedade gaúcha, denominando-se RS Vip. Silva (1997) percebe que tem havido uma mudança no teor de algumas colunas sociais:

Apesar de continuar alimentando a vaidade de pessoas consideradas da 'alta sociedade', o colunismo social também tem se aproximado muito mais da política, buscando até mesmo informações em primeira mão para tentar fugir do caráter fútil que é inerente a este tipo de jornalismo. (SILVA, 1997, p.106).

Outro modelo de coluna são as que trazem sinteticamente as variedades sobre o circuito cultural. O autor, eventualmente, dá sua opinião sobre os eventos que está divulgando – mesmo que superficialmente. Em Zero Hora, este perfil de coluna é a Contracapa, assinada por Roger Lerina, que ocupa um espaço de grande destaque no Segundo Caderno.

### Crítica e Resenha

A crítica, conforme supracitado nos textos opinativos, é uma análise mais profunda e fundamentada de um produto artístico. Marques de Melo (1985) diz que a crítica amplia a discussão para todo o contexto, não limitando-se ao objeto em questão. É mais comum que as críticas sejam encontradas nos cadernos dominicais, direcionadas ao público especializado. (SILVA, 1997).

O Manual de Redação da Folha de São Paulo (1994) diz que a resenha se difere da crítica apenas pelo seu objeto de análise, no caso, os livros. Já Marques de Melo (1985, p.126)

acredita que se trata de uma análise mais superficial que a crítica, “uma apreciação mais utilitária do que estética”. O autor diz que, quando o jornalista se profissionalizou, ocupando o lugar opinativo nas redações que antes era dos intelectuais, estabeleceu-se a diferença entre crítica e resenha. O crítico centrou-se nas revistas especializadas e o jornalista que ficou na redação elaborando análises menos profundas, tornou-se resenhador.

Baseando-se na definição de Marques de Melo (1985), Wilsa Silva (1997) diz que a predominância hoje nos cadernos diários de cultura é de resenhas. O que causa polêmicas, já que a resenha não trabalha com tantos argumentos, limitando-se a elogiar ou destruir o objeto da análise de maneira mais superficial e generalista.

Angélica de Moraes (2007), em seu artigo *Sensibilidade Crítica*, denuncia o uso da crítica cultural como um meio do jornalista se destacar, criando uma espécie de personagem polêmico. O problema maior desta dinâmica é que, na busca por arrancar reações dos leitores e comprovar sua popularidade perante os editores, o jornalista pode comprometer a verdade em troca de um ângulo mais provocante.

### Comentário e Artigo

Rabaça e Barbosa (1998) classificam o comentário como um texto opinativo sobre qualquer temática que não tem em suas análises o mesmo rigor da crítica. O comentário está vinculado aos últimos acontecimentos. Normalmente ele explica as notícias atuais, tecendo análises sobre suas circunstâncias e conseqüências: “[o comentário] mantém vinculação estreita com a atualidade, sendo produzido em cima dos fatos que estão ocorrendo. Vem junto com a própria notícia”. (MARQUES DE MELO, 1985, p. 109).

O artigo difere-se do comentário por não possuir esta obrigação com a instantaneidade e a continuidade. Ele trabalha com “dimensões menos efêmeras dos acontecimentos” (MARQUES DE MELO, 1985, p. 117-118). Silva (1997) percebe que, nos cadernos diários, a maioria dos artigos é produzida pelos próprios jornalistas. Já nos cadernos de final de semana, eles são escritos principalmente por colaboradores. Para Marques de Melo (1985), o ensaio é este tipo de artigo publicado nos finais de semana, que exige mais profundidade teórica e até mesmo a citação de referências bibliográficas.

### Crônica

A crônica é o espaço em que o autor aproveita os fatos atuais, freqüentemente algum gancho jornalístico, para desenvolver um texto livre e com tom pessoal e narrativo, trazendo reflexões políticas, artísticas, esportivas, etc. (RABAÇA e BARBOSA, 1998). Marques de Melo (1985, p. 146) define a crônica como um “relato poético do real, situado na fronteira entre informação e atualidade e a narração literária”.

A diferença da crônica para o artigo – com o qual é muitas vezes confundida – é a preocupação estética com o texto, que não ocorre no segundo. Nela se permite tudo que é vetado ao texto noticioso, como exclamações e onomatopéias. Alguns cronistas têm usado de uma linguagem humorística para satirizar e criticar a realidade (SILVA, 1997).

### 3. 'MANUAL PRÁTICO DA MULHER MODERNA' – METODOLOGIA

O presente estudo será de cunho teórico-empírico, onde as fontes teóricas servem de guia para a análise do material levantado em pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica foi escolhida para proporcionar o contato direto com aquilo que foi escrito sobre o tema e é utilizada em todo o trabalho, em especial, na definição de um marco reflexivo norteador, explicitado no capítulo anterior. Também será aplicada a técnica de entrevista em profundidade semi-estruturada com o editor de artes cênicas e música do Segundo Caderno, Renato Mendonça, e com o coordenador do Clube do Assinante ZH, Ari Lopes. O objetivo destas entrevistas é aprofundar o conhecimento sobre as rotinas jornalísticas do suplemento e o sistema de apoio cultural mantido pelo jornal Zero Hora. Na observação documental, a análise de conteúdo quantitativa e qualitativa será realizada em todos os exemplares dos suplementos Segundo Caderno e TV+Show referentes ao mês de abril de 2007.

A metodologia orienta o trabalho do pesquisador e garante a validade acadêmica e científica do conhecimento produzido pelo mesmo. Devido a sua relevância para a pesquisa, serão considerados a seguir os três métodos aplicados a esta monografia.

#### 3.1 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

A pesquisa bibliográfica é fundamental e constante em qualquer trabalho acadêmico. Em alguns casos, trata-se da única metodologia aplicada; em outros, como nesta pesquisa, representa a base para uma posterior fase empírica do trabalho. Ida Stumpf (2005) define o método como:

o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores acrescido de suas próprias idéias e opiniões. (STUMPF, 2005, p.51)

Em grande parte, é a pesquisa bibliográfica que possibilita os avanços do conhecimento, pois coloca os estudantes e cientistas em contato com todo o material já produzido sobre o assunto em questão, uma quantidade de informações muito maior do que seria a sua capacidade de investigação individual. Ciente do que já foi produzido, o pesquisador pode avançar as discussões de seu trabalho.

Apesar de haver um capítulo específico destinado ao referencial teórico, na prática, a pesquisa bibliográfica permeia toda a pesquisa. Começa já na definição do tema e dos objetivos, que se definem pelas leituras prévias sobre os interesses particulares do pesquisador. Depois de estudar o material disponível e os autores importantes deste determinado assunto, é possível estruturar um quadro de referências teóricas que represente o conjunto de conceitos escolhidos para orientar o trabalho. (STUMPF, 2005).

Para as investigações práticas, estes referenciais auxiliam também na definição dos instrumentos e técnicas que serão utilizados na pesquisa de campo. De fato, a pesquisa bibliográfica está presente até mesmo na análise dos dados coletados. Nesta última fase, o embasamento teórico ajuda na interpretação do material e nas inferências e conclusões sobre o mesmo.

Stumpf (2005) salienta que “uma das características básicas de um trabalho acadêmico é seu apoio e testemunho em documentação, representado por meio da citação de autores e de fontes abalizadas” (STUMPF, 2005, p. 60). Hoje, os computadores revolucionam os antigos moldes das fichas de leitura e as bibliotecas virtuais com acesso a dissertações, livros e documentação potencializam o acesso e o acúmulo de conhecimentos. Quanto maior a quantidade de informação produzida e disponível, mais se reafirma a importância dos procedimentos da pesquisa bibliográfica para garantir a consistência e validade do conhecimento a ser produzido. Para avançar é preciso conhecer o que já existe. Uma forma de ampliar o conhecimento sobre uma realidade ou sistema ainda não significativamente explorado em bibliografias anteriores é a entrevista em profundidade.



### 3.2 ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

No jornalismo, a entrevista sempre foi uma ferramenta imprescindível. Na área acadêmica, ela só recebeu orientações metodológicas próprias depois da Segunda Guerra Mundial. Uma entrevista pode ser linear ou em profundidade. O modelo linear corresponde à entrevista fechada, um questionário com perguntas fixas e respostas pré-determinadas. Pode ser aplicado a uma grande quantidade de pessoas e é utilizado para pesquisas quantitativas. Em alguns casos, embasa ou complementa pesquisas qualitativas. (DUARTE, 2005).

Para este trabalho, será utilizada a entrevista em profundidade. Este modelo não trabalha com alternativas determinadas e seu objetivo é conseguir respostas mais completas e substanciais, não se foca em representações estatísticas ou quantificações. Método mais usado em pesquisas qualitativas, a entrevista em profundidade é de grande valia para se compreender processos, contextos, analisar o passado, ampliar conceitos sobre o tema abordado, entre outros, mas não se adequa a fazer definições quantitativas, mensurar fenômenos ou testar hipóteses. Duarte (2005, p. 62) define a entrevista em profundidade como: “Um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer”. Na maioria das vezes, a entrevista é individual, e suas conclusões não são fruto somente das respostas do entrevistado, resultam também das interpretações feitas pelo jornalista.

A entrevista como técnica de pesquisa é semelhante à entrevista jornalística em alguns aspectos. Primeiro porque há um participante interessado em absorver o que o outro tem a dizer sobre o assunto, e segundo, porque compartilham o mesmo objetivo: buscar, por meio de uma conversa orientada, respostas diretas da fonte. Porém, Duarte (2005, p. 64) ressalta que elas diferem quando a entrevista em profundidade necessita ser validada através da “elaboração e explicitação de procedimentos metodológicos específicos” – como o critério para selecionar as fontes e os conceitos no quais se fundamenta.

Duarte (2005) classifica a entrevista em profundidade como aberta ou semi-aberta. A entrevista aberta não tem questões estruturadas nem segue um roteiro, ela parte de uma questão central e segue o fluxo das respostas, aprofundando-se nos pontos em que o entrevistador percebe aspectos mais significativos.

O modelo que será usado neste trabalho é o de entrevista semi-aberta. Duarte (2005), explica que esta entrevista trabalha com questões semi-estruturadas e se guia por um roteiro, baseado no foco de interesse da pesquisa e nos seus pressupostos. Este roteiro é bastante maleável, adaptando-se de acordo com novas hipóteses frutos das respostas que vão sendo obtidas. “Ela conjuga a flexibilidade da questão não estruturada com um roteiro de controle.” (DUARTE, 2005, p. 66). Segundo o autor, o roteiro semi-estruturado tem normalmente de quatro a sete questões e, no decorrer da entrevista, cada uma destas dá origem a outras perguntas e só se passa para o próximo assunto quando o primeiro tiver sido bem explorado:

Cada questão é aprofundada a partir da resposta do entrevistado, como um funil, no qual perguntas gerais vão dando origem a específicas. O roteiro exige poucas questões, mas suficientemente amplas para serem discutidas em profundidade sem que haja interferências entre elas ou redundâncias. (DUARTE, 2005, p. 66).

Uma possibilidade é escrever os tópicos importantes relacionados a cada uma das perguntas-chave. Depois de desenvolver a questão em profundidade, confere-se os tópicos para ter certeza de que nada relevante foi esquecido.

Dois pontos são importantes para uma pesquisa científica: sua validade e confiabilidade. Para a entrevista ser válida é preciso mais do que “ouvir fontes e fazer um relato” (DUARTE, 2005, p. 67). A validação pode ser observada na construção de sua metodologia, que deve vincular a base teórica, o objeto da pesquisa, os critérios para seleção de fontes e outras evidências que contribuam para a validação do resultado da entrevista. (DUARTE, 2005).

Como a entrevista em profundidade não busca uma informação estatística, e sim, a especificidade e relevância do que se tem a falar sobre o assunto, Duarte (2005) afirma que a escolha das fontes é de extrema importância para a qualidade da pesquisa. Poucas pessoas relacionadas ao tema são preferíveis a um grande grupo sem maior significado: “uma única entrevista pode ser mais adequada para esclarecer determinada questão do que um censo nacional” (DUARTE, 2005, p. 68) Neste caso, a escolha não é aleatória, mas sim por conveniência ou intencional. Por conveniência quando se seleciona quem está mais acessível ou disponível, e intencional quando se opta por aquele que está envolvido com o objeto da pesquisa e cuja entrevista não poderia ser substituída por outra sem prejuízo ao conteúdo.

Duarte (2005) ainda salienta que é natural que a indicação de outras fontes surja no decorrer do processo.

A postura do entrevistador pode ser muito passiva, como nas abordagens psiquiátricas, ou agressiva, como um interrogatório. Duarte (2005) acredita que, para uma pesquisa acadêmica, deve-se buscar um tom neutro, que garanta o equilíbrio na relação entrevistador - entrevistado. O próprio pesquisador pode influenciar de maneira involuntária sua fonte, pelo modo de vestir, de falar ou a instituição que representa. É preciso tentar neutralizar qualquer razão para possíveis alterações: “Temos distorções produzidas pelo pesquisador, pelo contexto e pela fonte e minimizar os riscos é tarefa exclusiva do primeiro” (DUARTE, 2005, p. 71).

No momento de redigir e analisar as entrevistas, o repórter se apossa das informações e as articula com suas referências teóricas, pensando na condução do leitor e também na evolução de sua pesquisa: “o investigador tem por primeiro objetivo organizar suas próprias reflexões, dialogando com o papel e avançando na estruturação consistente do trabalho” (DUARTE, 2005, p. 78). A entrevista semi-estruturada tem a vantagem de permitir futuras comparações entre respostas e facilitar a sistematização do conteúdo.

Mais do que uma técnica de coleta de informações interativa baseada na consulta direta a informantes, a entrevista em profundidade pode ser um rico processo de aprendizagem, em que a experiência, visão de mundo e perspicácia do entrevistador afloram e colocam-se à disposição das reflexões, conhecimento e percepções do entrevistado. (DUARTE, 2005, p. 82).

O resultado que se busca com a entrevista em profundidade não é chegar a conclusões gerais, números ou porcentagens. É mais provável que ela contribua na evolução de um debate do que coloque um ponto final na discussão. Isso faz deste método uma arma importante para ampliar a percepção do pesquisador e garantir concretude e contextualização ao trabalho, através de uma visão não-objetiva. O conhecimento sobre o sistema e as rotinas do Segundo Caderno e do Clube do Assinante de Zero Hora, possibilitado pelas entrevistas em profundidade, será fundamental a esta pesquisa, em especial, no momento de realizar-se a análise de conteúdo da amostra.

### 3.3 ANÁLISE DE CONTEÚDO

As definições de análise de conteúdo têm mudado no decorrer do tempo, na medida em que se aperfeiçoa sua técnica e se diversifica seu campo de aplicação. A francesa Laurence Bardin (1991) define a análise de conteúdo como um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Este método parte de uma descrição objetiva e sistemática do conteúdo, tendo uma organização própria no procedimento da análise. Um de seus principais formuladores foi Berelson: “A análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação” (BERELSON apud BARDIN, 1991, p. 19).

Herscovitz (2007) fala que, se uma civilização desaparecesse instantaneamente, a análise de conteúdo de sua mídia seria uma das melhores formas de reconstruir sua história e vida social. O que demonstra a capacidade – e a importância – desta metodologia em fazer inferências sobre o que ficou gravado ou impresso. “A análise de conteúdo da mídia, por fim, nos ajuda a entender um pouco mais sobre quem produz e quem recebe a notícia e também a estabelecer alguns parâmetros culturais implícitos e a lógica organizacional por trás das mensagens” (SHOEMAKER & REESE apud HERSCOVITZ, 2007, p. 124).

A análise de conteúdo tem se mostrado muito importante para os estudos no campo jornalístico também por sua capacidade de moldar-se a diferentes objetos de estudo e novos desafios. Trata-se de um único instrumento, mas com muitos formatos, adaptável a um campo de aplicação vasto como o da comunicação. (FONSECA JR., 2005). Albert Kietz (1973) também fala da análise de conteúdo como um instrumento de pesquisa científica de múltiplas aplicações: “Os procedimentos que utiliza variam em função dos objetivos da pesquisa” (KIETZ, 1973, p. 155).

Segundo Fonseca (2005), a análise de conteúdo remonta, pelo menos, ao século XVIII e, a partir do século XX, começa a ser aplicada em vários campos do conhecimento como a psicologia, a sociologia e a história. Pelo passar do tempo, esta metodologia passou por altos e baixos em termos de reconhecimento e valorização, suscitando tanto adeptos quanto críticos. As pesquisas na Segunda Guerra Mundial estimularam a análise de conteúdo, porém, ela foi muito contestada no pós-guerra, recebendo críticas pela sua vinculação ao positivismo, portanto, pela valorização de dados mensuráveis de forma rigorosa e precisa.

Contudo, a importância da análise de conteúdo não foi abalada. A partir de 1955 seus estudos retomaram fôlego, sem tanta ênfase no aspecto quantitativo. Seu objetivo deixa de ser exclusivamente a descrição para focar-se na dedução através da lógica: a inferência. “Na análise de conteúdo a inferência é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada” (FONSECA JR., 2005, p. 284) A valorização dos aspectos subjetivos da mensagem diminuiu sua influência positivista.

A análise de conteúdo, hoje, é considerada uma técnica híbrida e, dependendo do pesquisador e do objeto em questão, oscila entre o quantitativo e o qualitativo. Na última década, a possibilidade de pesquisa de documentos na Internet reforçou o interesse pelo uso do método com o auxílio dos programas de computador. A incorporação da informática demonstra que, apesar da inferência, os dados exatos não foram esquecidos. Mas Fonseca (2005) ressalta que, por mais elaborados que sejam os softwares, eles ainda não substituem o papel analítico do pesquisador. Herscovitz (2007) sustenta que este aspecto híbrido da análise de conteúdo é muito positivo e fortalece ao invés de enfraquecer, como sugerem alguns críticos. Para a autora, perceber que um texto possui diferentes interpretações por diferentes leitores e que não pode ser extraído de seu contexto para ser estudado é um fator que reforça a integração das análises quantitativa e qualitativa para compreender mais completamente o objeto de estudo.

Os estudos de vários autores se complementam ou atualizam-se na formulação do método da análise de conteúdo. Segundo Herscovitz (2007), é preciso definir o *corpus* ou amostra, a seleção de documentos que será analisada. Escolhe-se o suporte da pesquisa – que pode ser revista, periódico, material de rádio ou televisão, gravações, documentos, imagens, entre outros –, e o recorte temporal, o período da análise, se será um mês de jornais, ou um semestre da revista escolhida, ou uma semana da programação de rádio, e assim por diante. Obviamente, o corpus será definido pela questão central da análise.

Fonseca (2005) destaca algumas regras que a amostragem deve seguir. Primeiro a *exaustividade*, que determina que dentro do suporte e do período escolhidos, todos os documentos devem ser analisados, nenhum exemplar que se enquadre nestes determinantes pode ser deixado de fora. Depois a *representatividade*, que diz que a amostra escolhida deve ser suficiente para representar o total do universo. Além de pensar nos recursos temporais e humanos, é necessário avaliar quantos exemplares de um jornal, por exemplo, são suficientes para representar o total de publicações do ano. Outra regra é a da *homogeneidade*, ou seja, os

objetos de estudo devem pertencer à mesma natureza, não se pode analisar simultaneamente uma capa de jornal, um filme e um programa de rádio. E por fim a *pertinência*, que define que os documentos do corpus devem condizer em todos os aspectos com o objetivo da pesquisa, como o período, o foco da análise e os procedimentos.

Depois das definições do corpus, vem a codificação, que é “o processo de transformação dos dados brutos de forma sistemática, segundo regras de enumeração, agregação e classificação”. (FONSECA, 2005, p. 294). Esta classificação será o elo entre o material analisado e os referenciais teóricos da pesquisa. Ela compreende a escolha das unidades de registro, a escolha das regras de enumeração e a escolha das categorias.

As unidades de registro são definidas a partir do tema da pesquisa, do corpus, dos referenciais teóricos e até dos estudos anteriores. O registro pode ser por palavra, por frase, por tema, por parágrafo, por texto e por diversas outras unidades, como os anúncios publicitários de uma revista, os personagens de um filme ou unidades de tempo e espaço – um minuto de programa, tantos centímetros de diagramação no jornal, etc.

O modo de enumeração representa como as unidades de registro serão quantificadas para elaboração de índices. Existe a frequência, que representa através da repetição da palavra, assunto ou ícone sua importância ou ênfase. Ou o equilíbrio entre as caracterizações favoráveis e desfavoráveis da idéia ou assunto, que pode mensurar uma orientação ou tendência. Outra das enumerações mais tradicionais é a quantidade de associações ou classificações sobre o objeto, que pode indicar intensidade ou força de uma crença ou motivação.

A categorização é reagrupar as unidades de registro e classificá-las em um número pequeno de categorias, para compreender melhor o conjunto de dados. As categorias podem ser temáticas, sintáticas, conforme o sentido das palavras, ou expressivas. Há alguns critérios que, para Fonseca (2005), definem uma categorização correta. As categorias devem ser de exclusão mútua, o que estiver inserido em uma não pode estar na outra, e dentro de cada uma só pode haver unidades de registro da mesma natureza. O processo de classificação deve ser objetivo para garantir a fidelidade dos seus resultados. E as categorias precisam estar de acordo com as questões centrais da pesquisa e fornecer resultados para a mesma, através de índices de referência ou novas hipóteses.

A fase mais produtiva da análise de conteúdo é a inferência. Ela baseia-se em deduções lógicas sobre o material classificado e estudado para encontrar um segundo sentido do conteúdo. Procura-se desvendar as variáveis que permearam a produção deste conteúdo como o contexto social e cultural, as influências de quem o produziu e onde, e assim por diante. Bardin diz que: “A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)”. (BARDIN, 1991, p. 38).

As inferências podem ser específicas, quando se atêm ao contexto particular do objeto de estudo, ou gerais, quando vão além desta determinada situação para uma contextualização mais abrangente e profunda. “O fundamento da especificidade da análise de conteúdo reside na articulação entre: (a) a superfície do texto (no sentido amplo) e (b) os fatores que determinam essas características.” (FONSECA, 2005, p. 299). Combinar os aspectos quantitativos e qualitativos ou associar a análise de conteúdo com outros ramos do conhecimento garante sua constante reformulação e adaptação a novas questões em uma área vasta como a comunicação, e é precisamente nisso que reside sua força enquanto método de pesquisa.

#### 4. 'A MISSÃO' – ESTUDO DE CASO

Neste capítulo analisa-se quantitativamente e qualitativamente a cobertura teatral em 30 exemplares dos suplementos Segundo Caderno e TV+Show do jornal Zero Hora, referentes ao mês de abril de 2007. Porém, antes de prosseguir com a apresentação desta análise, é importante que se trace um breve panorama sobre a trajetória do jornal Zero Hora, as rotinas jornalísticas do Segundo Caderno e a produção teatral em Porto Alegre. Durante o desenvolvimento desta pesquisa, o Clube do Assinante ZH mostrou-se importante na representação do espaço que Zero Hora dedica ao segmento de artes cênicas, portanto, faz-se também uma descrição de sua sistemática e seus objetivos.

##### 4.1 O JORNAL ZERO HORA

Considera-se como marco inicial do Grupo RBS o dia 31 de agosto de 1957, data em que seu fundador Maurício Sirotsky Sobrinho associou-se e tornou-se diretor da Rádio Sociedade Gaúcha, a mais antiga rádio do Estado, fundada em 1927. Este foi o início da Rede Brasil Sul – RBS, que viria a ser uma das maiores empresas e de mais rápida expansão na área de comunicação no Brasil. Hoje, ela conta com mais de 5,7 mil funcionários e está presente em seis estados brasileiros: Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal, atuando primordialmente na região Sul.

Em sua plataforma de comunicação multimídia a RBS reúne: 18 emissoras de televisão aberta (RBSTV), duas emissoras de televisão comunitária (TVCOM), oito jornais diários, 26 emissoras de rádio, dois portais de Internet, uma operação orientada para o agronegócio, a editora RBS Publicações, a gravadora Orbeat Music, a empresa de logística Vialog, a empresa de marketing para jovens KzUCA e a Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho trabalhando na área de responsabilidade social.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.rbs.com.br>



A rede de jornais do Grupo RBS é composta por oito veículos focados em diferentes regiões do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Além da região, os jornais do grupo podem ser divididos por classe social (AB e BC) ou por enfoque editorial (qualificado e popular). O *Diário Gaúcho* é o jornal popular, voltado para as classes B2, C e D. Não possui assinaturas e abrange a grande Porto Alegre e algumas cidades do interior do Rio Grande do Sul. O *Pioneiro* circula em 64 municípios da serra gaúcha, na região de Caxias do Sul. O *Diário de Santa Maria* enfoca 34 municípios da região Central do Estado, também no intuito de preencher um nicho não ocupado por Zero Hora. Os veículos de Santa Catarina seguem o mesmo modelo de distribuição. O *Diário Catarinense*, lançado em 1986 é produzido na capital Florianópolis e líder de circulação no Estado. O *Jornal de Santa Catarina*, editado em Blumenau, abrange 65 municípios na região dos Vales catarinenses. A *Notícia*, o último jornal a ser incorporado ao Grupo RBS, em 2006, e único em formato *standart*, está sediado em Joinville e é líder de circulação nas regiões Norte e Nordeste. E *A Hora* cumpre em Santa Catarina a mesma função do *Diário Gaúcho* no Rio Grande do Sul, voltando-se para o segmento popular.

O oitavo é o jornal *Zero Hora*, carro-chefe no jornalismo impresso do grupo e líder de circulação no Estado de acordo com o IVC (Índice Verificador de Circulação). O jornal Zero Hora foi criado em maio de 1964, por iniciativa do jornalista Ary de Carvalho, que havia comprado de Samuel Wainer a edição gaúcha do Última Hora, jornal fechado pela ditadura em 31 de março de 1964, logo após o golpe militar. Zero Hora procurou aproveitar o vácuo do antecessor, mantendo algumas de suas características como o formato tablóide, a cor azul do logotipo e uma linha editorial mais popular.

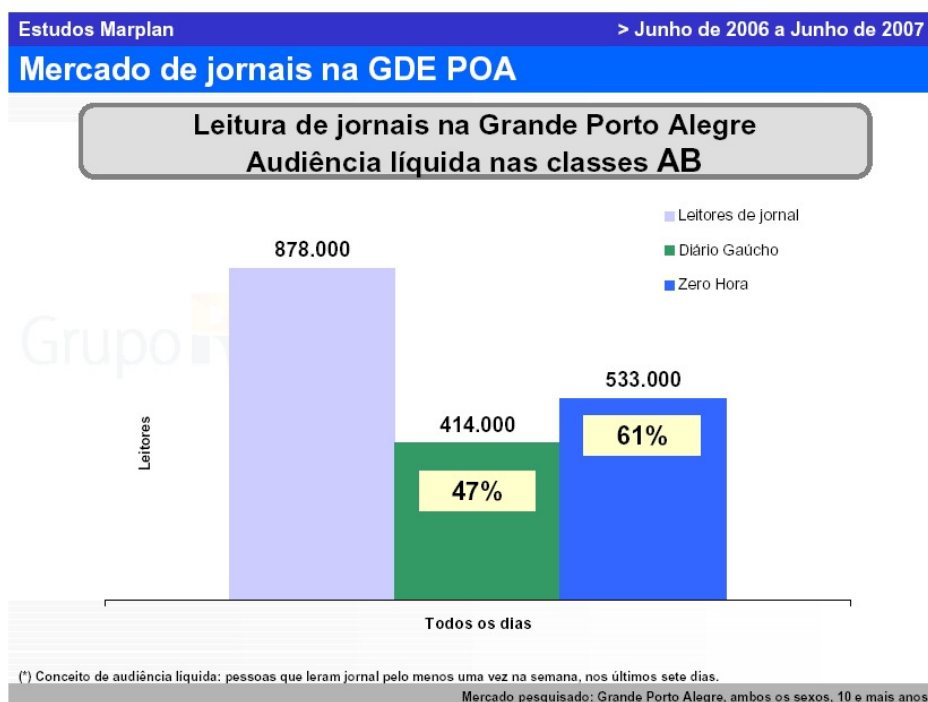
Após passar por dificuldades nos seus primeiros anos, o jornal foi comprado em 1970 pelo Grupo RBS. Havia dívidas a pagar, equipamentos antigos e profissionais insatisfeitos. A situação era agravada pela concorrência dos jornais da empresa jornalística Caldas Júnior – *Correio do Povo*, *Folha da Manhã* e *Folha da Tarde* –, com o *Diário de Notícias* e com o *Jornal do Comércio*. Iniciando uma nova fase, Zero Hora recebeu instalações próprias, um novo parque gráfico, passou circular em todo o Estado e a investir em jornalismo e reportagem para perder a imagem sensacionalista e competir com o *Correio do Povo*.

A partir de 1972, o jornal passa a ter edições nos sete dias da semana. E com o lançamento do ZH Classificados, em 1979, ganha mais fôlego financeiro. Em apenas três meses, conquistou 40% do mercado de pequenos anúncios e, em poucos anos, absorvia quase

o mercado inteiro. A implementação dos classificados impulsionou a circulação e trouxe mais verba de publicidade, levando Zero Hora a disputar a liderança do mercado de Porto Alegre com o Correio do Povo. Com maior independência financeira e os recursos gerados pelos anúncios, a direção do jornal investiu na diversificação editorial, oferecendo conteúdo adicional, além da notícia diária.

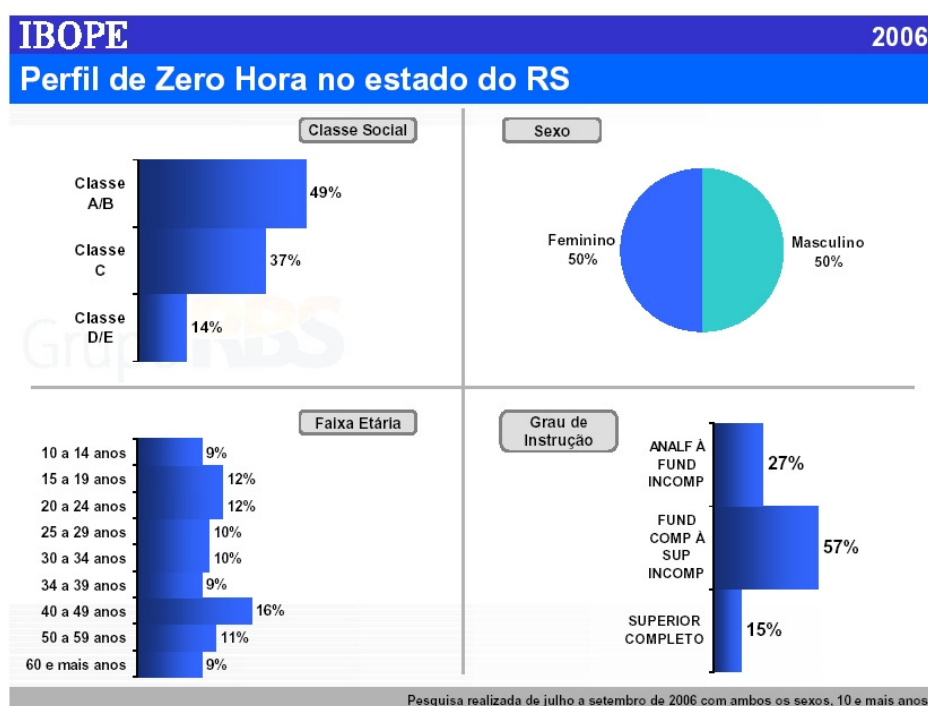
Na década de 80, Zero Hora atinge a posição de líder da imprensa no Rio Grande do Sul e de maior jornal brasileiro fora do eixo Rio de Janeiro - São Paulo. Nos anos 80 e 90, os jornais do centro do país ampliaram algumas de suas editorias especiais como variedades, saúde, educação e ciência, criando seus suplementos semanais, quinzenais ou mensais. Seguindo essa tendência, Zero Hora lança seus cadernos como Vida, Campo e Lavoura, Viagem e Cultura. Em 1988, a redação foi totalmente informatizada. A primeira experiência de uma edição on-line ocorreu entre outubro e novembro de 1995.

Em 2007, Zero Hora permanece na posição de jornal mais lido do Estado. De acordo com o IVC de julho de 2007, sua média diária de circulação paga é de 177.867 exemplares, e a pesquisa Ibope de 2006 apontou 1.941.725 leitores de Zero Hora no mercado gaúcho. Tais números o tornam um dos 10 periódicos de maior circulação do país. Na grande Porto Alegre, é o jornal mais lido entre as classes A e B:



**Gráfico 1 – Leitores de ZH na grande Porto Alegre, classes AB.**

De fato, a maioria dos leitores de Zero Hora representa os gaúchos mais economicamente e culturalmente ativos – com Ensino Fundamental completo ou Superior incompleto e pertencentes às classes A ou B. Há alguns anos, o público masculino era maioria, hoje, não há diferença entre os sexos. Também há uma distribuição bastante igualitária na leitura por idades, a faixa etária dos 40 a 49 anos se destaca discretamente:



**Gráfico 2 – Perfil do leitor de ZH no Rio Grande do Sul.**

No dia 19 de setembro de 2007 foi lançado o site *zerohora.com*, a versão on-line do jornal com atualização 24 horas por dia. Quanto à versão impressa, ela permanece com o formato tablóide e conta hoje com as seguintes editorias: Geral, Mundo, Economia, Polícia, Política, Esportes, Segundo Caderno, Opinião, Donna ZH, TV+Show, Empregos & Oportunidades, Meu Filho, Globaltech, Viagem, Casa & Cia, Digital, Vestibular, Gestão, Sobre Rodas, Ambiente, Gastronomia, Patrola, Campo & Lavoura, Vida e Cultura. São 23 cadernos segmentados e cerca de 60 colunistas. O Segundo Caderno é o único suplemento de Zero Hora com circulação diária.

#### 4.1.2 Rotinas de produção do Segundo Caderno

O Segundo Caderno é o suplemento de variedades do jornal Zero Hora, veiculado de segunda a sábado. Em Zero Hora dominical, é publicado o caderno TV+Show, dedicado aos roteiros e atrações da próxima semana. Por dar seqüência aos moldes do Segundo Caderno e possuir o mesmo caráter de variedades, o TV+Show também foi incluído na presente pesquisa. Cláudia Laitano é a editora de toda a área de cultura em Zero Hora. A ela se subordinam diretamente Angela Ravazzolo, editora geral do Segundo Caderno; Luiz Zini Pires, editor do caderno Cultura; Milena Fischer, editora do caderno Donna; Bete Duarte, editora do Gastronomia; e Marianne Scholze, editora do TV + Show.

No jornal Zero Hora também existe um contraponto na editoria de cultura entre o caderno diário e o suplemento semanal. O Cultura, publicado aos sábados, é o espaço mais reflexivo, que aprofunda as discussões do caderno diário através de artigos, entrevistas e análises com especialistas de diversas áreas. A maior parte do seu conteúdo não é produzida pelos jornalistas do jornal. Já o Segundo Caderno, sofre mais pressão para oferecer uma leitura mais simples e acessível ao leitor apressado. Por isso, sua diagramação utiliza muitos recursos como infográficos, imagens e retrancas no corpo do texto.

Em entrevista<sup>6</sup> concedida à autora, Renato Mendonça (2007), editor de música e teatro do Segundo Caderno, esclarece suas rotinas de produção. Mendonça (2007)<sup>7</sup> explica que o suplemento é setorizado, para melhor atender à diversidade de assuntos tratados. Além dos editores de cada área, há um número de repórteres à disposição para cobrir qualquer temática conforme a necessidade. Trabalham no Segundo Caderno cerca de vinte jornalistas (entre editores e repórteres) e três diagramadoras. A equipe conta ainda com colunistas colaboradores de diversas áreas da cultura, que se alternam semanalmente ou quinzenalmente: Antonio Augusto Fagundes, Cláudio Moreno, Diana Corso, José Pedro Goulart, Kledir Ramil, Letícia Wierzchowski, Liberato Vieira da Cunha, Luis Augusto Fischer, Luis Pilla Vares, Maria Tomaselli, Nei Lisboa, Nico Fagundes, Nilson Souza, Ricardo Silvestrin e Sérgio Faraco.

As 12 páginas coloridas do Segundo Caderno dividem-se entre: artes plásticas, cinema, fotografia, literatura, moda, música, teatro, televisão, colunistas, sociedade, roteiros

---

<sup>6</sup> Entrevista realizada em 24 de setembro de 2007, na sede do jornal Zero Hora, em Porto Alegre.

<sup>7</sup> Informação verbal.

astrologia, história em quadrinhos e palavras cruzadas. De acordo com Furtado (1994), estes três últimos poderiam estar em qualquer parte do jornal, contudo, tradicionalmente integram o caderno dois dos periódicos, incluídos no caráter de lazer. Hoje, a página nove do Segundo Caderno é dedicada exclusivamente a horóscopo, quadrinhos e cruzadas.

Mendonça (2007)<sup>8</sup> afirma que não há uma divisão de espaços pré-determinada no Segundo Caderno, que acompanha as flutuações do cenário cultural. Além da página nove, pode-se perceber que outras páginas têm seus conteúdos razoavelmente constantes. A página dois do caderno é ocupada pela coluna RSVip que, durante o mês estudado, foi escrita pela jornalista Paola Deodoro. Como o próprio nome já revela, o espaço dedica suas fotos-legenda e pequenas notas aos afazeres da elite da sociedade gaúcha. Os roteiros de eventos e cinema ficam na página quatro. A página oito engloba o roteiro de TV, algumas notas sobre o assunto e um colunista que varia de acordo com o dia. Duas páginas inteiras – 10 e 11 – dedicam-se às grades de programação da TV aberta e da TV por assinatura. E a última página dá espaço à coluna convenientemente denominada Contracapa, assinada por Roger Lerina. Além de uma citação de um famoso, a Contracapa traz os bastidores e as novidades dos diversos segmentos culturais abordados pelo caderno.

A edição de sexta-feira, especialmente direcionada à programação cultural de sábado e domingo, recebe o nome de Segundo Caderno Fim de Semana. É impressa em 16 páginas e tem uma diagramação diferente, as páginas recebem cartolas especificando seu assunto, mas a ordem e os espaços não são fixos. Há bastante conteúdo dedicado ao cinema porque as estréias de filmes concentram-se nas sextas-feiras e também para atender ao grande público cinéfilo da capital: “Porto Alegre, se não me engano, é a segunda capital do Brasil onde mais se assistem filmes, depois de Brasília”, lembra Mendonça (2007)<sup>9</sup>.

O TV+Show, como o próprio nome já diz, enfoca em suas 12 páginas sobretudo as notícias e notas sobre o mundo televisivo, guardando espaço para os roteiros de espetáculos e cinema – normalmente nas páginas 10 e 11, respectivamente. A contracapa deste caderno é ocupada por uma matéria de perfil com alguma figura expoente do meio cultural. De acordo com Marcelo Rech, diretor de todos os jornais do Grupo RBS, este conteúdo surgiu de uma exigência dos leitores que não estavam satisfeitos com a contracapa do TV+Show sendo

---

<sup>8</sup> Informação verbal.

<sup>9</sup> Informação verbal.

totalmente dedicada para a sessão de fotos Eu+Meu Ídolo, agora reduzida ao rodapé da página.

Apesar desta estrutura básica, Mendonça (2007)<sup>10</sup> reafirma que o espaço a ser destinado a cada subeditoria no Segundo Caderno é relativo, sofre ampliações e reduções conforme o dia: “Se tiver uma atração excepcional, se tiver uma reportagem muito boa, se houver uma exigência se muda o desenho e se adapta a edição a essas novas demandas”. O processo de produção do jornal está ligado ao setor comercial, que determina o número de páginas conforme o número de anúncios na edição. Há também os anúncios por apoio cultural do Clube do Assinante ZH. A área remanescente do que é preenchido pelo departamento comercial e das seis páginas diárias preenchidas por roteiros, horóscopo, cruzadas, colunas sociais e quadrinhos, é o espaço disponível para as diversas subeditorias.

O horário de fechamento do Segundo Caderno depende do dia. *A priori*, as edições de segunda-feira, terça-feira, quarta-feira, quinta-feira e sexta-feira fecham às 13h30min do dia anterior. A edição de sábado fecha ao meio-dia de sexta-feira. O caminho mais tradicional para a produção de uma notícia no caderno é a pauta surgir por meio de um release enviado à redação e, a partir daí, ser selecionada entre os editores e repórteres:

Na reunião de sexta-feira, onde se discutem todos os assuntos que vão entrar na pauta da semana seguinte, ou mesmo nas conversas do dia-a-dia, vão sendo estabelecidas as prioridades e vão sendo alocados repórteres ou pessoal para fazer essa ou aquela matéria. (MENDONÇA, 2007)<sup>11</sup>

Os critérios de noticiabilidade são vários. Algumas notícias se impõem pela sua própria relevância, “como a abertura da Feira do Livro ou a Ariane Mnouchkine em Porto Alegre, isso é indiscutível”, exemplifica Mendonça (2007)<sup>12</sup>. Lopes (2005) ressalta que o poder de venda é um parâmetro essencial para definir a importância da notícia: “um CD do Roberto Carlos ganha capa – área nobre tanto pela visibilidade quanto pelo espaço para texto – enquanto um CD do cantor Dudu Nobre receberia 15 centímetros”.

---

<sup>10</sup> Informação verbal.

<sup>11</sup> Informação verbal.

<sup>12</sup> Informação verbal.

Assuntos que dão margem ao desenvolvimento de uma reportagem são incentivados. O editor cita o exemplo de quando o disco Sgt. Peppers<sup>13</sup>, dos Beatles, completou 40 anos: “um disco que mudou a história do rock e da música pop, então, se faz até um caderno sobre isso” (MENDONÇA, 2007)<sup>14</sup>. Outro indicador é o que o público gosta de ler nas variedades, as pautas mais *amenas* que, segundo o editor, o Segundo Caderno não pode esquecer. A proximidade jornalística também é um critério para a seleção de matérias, seguindo um dos princípios da empresa de dar ênfase ao local e regional. Histórias interessantes que estejam acontecendo no Rio Grande do Sul, perto do público leitor, ganham pontos.

Eu fiz uma [matéria] que foi capa sobre um grupo de Cachoeirinha que estava fazendo uma oficina de circo e viajou para a França para trabalhar lá e, agora, os franceses estão vindo para cá. Isso ganhou capa no Segundo Caderno, por ser uma notícia boa, uma notícia de conquista e também pela proximidade jornalística. (MENDONÇA, 2007)<sup>15</sup>

Um critério pouco percebido também influencia na hora de definir que espaço uma notícia terá no caderno: a preocupação estética. O editor afirma que uma matéria com ilustrações interessantes ou possibilidades boas de diagramação tem mais chances de se destacar.

Ao desenvolver uma pauta para o Segundo Caderno, Mendonça (2007)<sup>16</sup> diz que prefere sempre o contato pessoal com a fonte. Na estréia de uma peça, o ideal é que o jornalista assista um ensaio, ou o espetáculo e converse com o diretor no próprio local de trabalho. Porém, o jornalista admite que nem sempre isso é possível devido à pressão de tempo nas redações e que, muitas vezes, é necessário recorrer ao telefone. Mesmo assim, ele diz que só entrevista por telefone quem já conhece. “Por sorte, no início eu ainda dispus desse tempo e eu conheci pessoalmente, convivi, conversei e, claro, assisti peças da grande maioria dos criadores que estão atualmente trabalhando aqui em Porto Alegre” (MENDONÇA, 2007)<sup>17</sup>.

---

<sup>13</sup> Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band é o oitavo álbum lançado pela banda The Beatles. Frequentemente citado como o melhor e mais influente álbum da história do rock, ele foi lançado em 1º de junho de 1967, na Inglaterra.

<sup>14</sup> Informação verbal.

<sup>15</sup> Informação verbal.

<sup>16</sup> Informação verbal.

<sup>17</sup> Informação verbal.

A influência das assessorias de imprensa é forte dentro do Segundo Caderno. Em 11 anos na redação de ZH, Mendonça (2007)<sup>18</sup> acompanhou a profissionalização dos divulgadores, o que ocorreu tanto por pressão do jornal quanto do próprio mercado cultural que se tornou mais competitivo. Ele enxerga este processo de uma maneira positiva, pois a grande demanda das assessorias de imprensa melhora a qualidade do material que chega à redação. Hoje em dia não há mais espaço para fotos sem definição, sem legenda, sem créditos do fotógrafo ou releases sem ficha técnica completa e telefones para contato. Mendonça (2007)<sup>19</sup> acredita que faz parte do trabalho de um bom divulgador saber quem é quem dentro do jornal, ser leitor assíduo dos veículos onde pretende apresentar seu trabalho, pois uma boa assessoria pode garantir espaço dentro das páginas tão concorridas do caderno de cultura: “Se o próprio artista, se o próprio divulgador for inteligente e perspicaz o suficiente para encontrar um gancho jornalístico, destacar para o jornalista algum viés ou característica importante do trabalho dele, ele vai ter espaço”. (MENDONÇA, 2007)<sup>20</sup>.

O editor admite que é inevitável surgir uma aproximação ou uma relação de amizade entre os jornalistas e alguns divulgadores, proximidade esta que também pode gerar atritos. Ele considera uma relação natural gerada pela convivência, mas diz que os preceitos subjetivos não influenciam na hora de escolher as pautas: “Além de não ser ético, de não ser justo com os artistas e com o próprio leitor, aquilo te desgasta como jornalista. Então, o esforço que o Segundo Caderno faz, sabendo que sempre vai desagradar alguém, é tentar fazer as coisas de maneira clara”. (MENDONÇA, 2007)<sup>21</sup>. Para ele, também é uma atribuição própria do assessor de imprensa perceber até que ponto ele deve batalhar por espaço e a partir de quando passa a gerar uma situação de constrangimento.

Como principal, para não dizer único, caderno de cultura nos impressos do Rio Grande do Sul, o Segundo Caderno pode motivar o sucesso ou o fracasso de um espetáculo local. Contudo, apesar do critério de proximidade jornalística, não há nenhuma preferência nas pautas do suplemento para a produção teatral gaúcha. Conforme Mendonça (2007)<sup>22</sup>, não há nem deve haver uma relação *paternalista*: “O jornal não foi feito para *dar força* entende, o jornal é um veículo, é um negócio. Ele tem um compromisso com o leitor, tem um compromisso social, mas ele é um negócio, precisa ser gerenciado. Tu não pode [sic] se

---

<sup>18</sup> Informação verbal.

<sup>19</sup> Informação verbal.

<sup>20</sup> Informação verbal.

<sup>21</sup> Informação verbal.

<sup>22</sup> Informação verbal.



prender a prestar favor ou simplesmente a ajudar.” O editor acredita que os grupos teatrais que apresentam um trabalho com qualidade conseguem seu reconhecimento.

Além da cobertura jornalística de artes cênicas propriamente dita, uma das iniciativas do Grupo RBS interfere diretamente no circuito local de teatro. Trata-se do Clube do Assinante ZH.

#### 4.2 O CLUBE DO ASSINANTE ZH

Exclusivo para os assinantes do jornal Zero Hora, o Clube do Assinante ZH é uma forma de integrar o jornal com seus leitores, estimulando a fidelização e incrementando o número de assinaturas através de benefícios proporcionados aos leitores em eventos culturais. Ele foi o quarto clube do gênero lançado no Brasil, em 19 de setembro de 1988. O primeiro foi implantado na Folha de São Paulo (SP), depois no Estadão (SP) e o terceiro no jornal o Globo (RJ). Todas estas experiências se basearam no primeiro clube lançado no mundo, no jornal chileno *El Mercurio*. A princípio, o Clube ZH oferecia descontos em empresas credenciadas como hotéis, farmácias, lojas e supermercados.

Em 1989, o Clube do Assinante foi estendido à serra gaúcha, Pelotas, Rio Grande, Santa Maria, Caxias do Sul e às principais praias do Estado. Em 1993, Zero Hora implanta o seu database marketing, com objetivo de conhecer melhor o público buscando uma relação personalizada, e lança a Revista Clube para aproximar a relação dos jornais Zero Hora (Porto Alegre), Diário Catarinense (Florianópolis), Jornal de Santa Catarina (Blumenau) e Pioneiro (Caxias do Sul) com seus assinantes. Nesse momento, o cartão do assinante emitido em qualquer dos quatro jornais passa a ter validade também na área de abrangência dos demais, o que duplicou a gama de estabelecimentos oferecidos pelo cartão. Em novembro de 1995, tornou-se um cartão unificado para todos os veículos de mídia impressa do grupo. (MOREIRA, CUNHA e FROTA, 1996)

Atualmente, quatro jornais do Grupo RBS possuem cada um seu próprio cartão de fidelidade, com características adaptadas a sua região. Com 19 anos completados em

setembro de 2007, o Clube do Assinante ZH é hoje o mais forte do grupo e também do Brasil. Zero Hora é o único jornal do mundo que comercializa seu cartão aos assinantes, somando 50 mil cartões vendidos no Rio Grande do Sul. O cartão custa 10 reais, tem validade de um ano e só pode ser adquirido por assinantes do veículo, cônjuges e filhos entre 13 e 25 anos. “Para cobrar um cartão, uma vez que o assinante tem a opção de comprá-lo ou não, é preciso oferecer uma gama muito grande, muito expressiva de vantagens, senão o assinante não vai querer comprar”, pondera Ari Lopes (2007)<sup>23</sup>, coordenador do Clube ZH, que trabalha há 15 anos no setor.

Para Lopes (2007)<sup>24</sup>, uma mudança no perfil do Clube do Assinante foi determinante para o seu sucesso: desistir de trabalhar com serviços e empresas associadas e focar-se somente na área cultural. Ele também cita o bom mercado cultural de Porto Alegre e a dedicação do Grupo RBS à idéia como fatores responsáveis pelo destaque do Clube:

Eu posso dizer, sem modéstia, que hoje nós somos o Clube mais bem estruturado do país, muito melhor que a Folha, que o Globo, os jornais que foram pioneiros na idéia (...) A RBS acredita na idéia do Clube do Assinante, ela investe. Nós somos um dos poucos jornais que tem um departamento Clube do Assinante com pessoas que trabalham exclusivamente para o clube. (LOPES, 2007)<sup>25</sup>

O Clube do Assinante oferece dois tipos de benefícios aos seus titulares: as pré-estréias em salas de cinema e os descontos em todo o tipo de evento cultural que se enquadre no perfil do assinante de Zero Hora, como peças teatrais, shows, espetáculos de dança, desfiles e outros.

As pré-estréias, normalmente realizadas na quarta-feira ou na quinta-feira, são sessões fechadas para convidados e assinantes do jornal. Dentre os assinantes, normalmente recebem convites aqueles que adquiriram o cartão do Clube ZH no mês anterior, como uma maneira de ressarcir-los pelo investimento e estimular o uso do cartão. Também podem ser convidados outros assinantes em situações especiais como os mais antigos ou que adquiram algum colecionável da RBS Publicações. Estes representam cerca de 80% da lista de convidados, os outros 20% são pessoas envolvidas no cenário cultural de Porto Alegre e formadores de

---

<sup>23</sup> Ari Lopes concedeu entrevista à autora no dia 17 de setembro, na Sede Corporativa do Grupo RBS, em Porto Alegre.

<sup>24</sup> Informação verbal.

<sup>25</sup> Informação verbal.

opinião – atores, produtores, diretores, etc. O Clube do Assinante recebe pelo menos 150 ingressos para a pré-estréia do filme e, em troca, concede à distribuidora dois anúncios coloridos de duas colunas por 17,1 cm no Segundo Caderno.

Os descontos nos eventos culturais acontecem através de um termo de acordo estabelecido entre os grupos e o Clube. As companhias devem oferecer desconto para os titulares do cartão e, em troca, recebem divulgação no jornal para os seus espetáculos. O jornal também exige que os grupos agradeçam o apoio do clube no final do espetáculo, não fechem outra parceria com empresas concorrentes ao Grupo RBS, e incluam a logomarca do Clube do Assinante ZH em todo o seu material gráfico – outdoors, banners, folders, cartazes, etc. O Clube ainda recebe uma cota de convites para o evento.

Ari Lopes (2007)<sup>26</sup> diz que, para selecionar os espetáculos que receberão apoio do Clube, ele se vale dos editais das casas de espetáculo, como uma forma de valorizar o teatro profissional. Se a peça já passou na seleção dos teatros municipais, estaduais ou de casas reconhecidas da área, significa que está apta para fechar a parceria: “eu ganho uma carona nos editais, se eles já selecionaram não sou eu quem tem que dizer se o espetáculo é bom ou não. Eu tenho que oferecer uma gama de eventos e de opções para o meu assinante. Ele que vai escolher se gosta de drama, de comédia ou de policial”. (LOPES, 2007)<sup>27</sup>.

Alguns espetáculos recebem o apoio integral, com a publicação de um anúncio colorido, de duas colunas por 8,3 cm, a cada semana. “Os anúncios gratuitos são o apoio dado a eventos gaúchos que não se viabilizavam comercialmente se a gente não apoiasse. São eventos pequenos, com pouca bilheteria, trabalham com muito esforço e não teriam dinheiro para pagar os anúncios.” (LOPES, 2007)<sup>28</sup>. Para estes eventos são exigidos descontos entre 20% e 50%, pelo menos para o titular do cartão e um acompanhante.

Quando o Clube do Assinante considera que um evento já está bem consolidado financeiramente, ele oferece um apoio parcial, dando 50% de desconto nos anúncios. É o caso, por exemplo, de espetáculos como *Tangos e Tragédias*, *Se Meu Ponto G Falasse*, *Bailei na Curva*, *Jair Kobe*, *André Damasceno*, dos eventos da produtora Opus e dos festivais Porto Verão Alegre, Mostra de Inverno de Teatro, Porto Alegre em Dança e Porto Alegre em Cena. Nestes casos, é exigido o desconto apenas para titular, que pode girar entre 10% e 50%. “Eles

---

<sup>26</sup> Informação verbal.

<sup>27</sup> Informação verbal.

<sup>28</sup> Informação verbal.

estão pagando mídia e estão dando desconto para o Clube, então, eu não posso exigir que eles dêem desconto para titular e acompanhante, eu acabo negociando com o que eles me oferecem.” (LOPES, 2007)<sup>29</sup>. O Clube tem feito também, para eventos da Opus, uma anúncio de meia página divulgando 50% de desconto somente para os cem primeiros assinantes que comprarem os ingressos. O coordenador afirma que este tipo de promoção relâmpago alavanca a venda de cartões e que todos os anúncios maiores do que o padrão de apoio estão sendo parcialmente pagos.

Hoje, o Clube do Assinante publica de quatro a cinco anúncios por dia no Segundo Caderno. Os anúncios gratuitos são publicados em dias aleatórios, preferencialmente entre sexta-feira, sábado e domingo. Além disso, o clube ocupa uma página do caderno na edição Fim de Semana para divulgar todos os eventos apoiados que estão em cartaz. O coordenador diz que o número de espetáculos apoiados, de 30 a 35, está no limite: “Tem dias que o Segundo Caderno sai com oito páginas, aí se eu coloco cinco anúncios grandes eu roubo muito espaço. Por enquanto, está no nosso limite, mas nós estamos conseguindo administrar” (LOPES, 2007)<sup>30</sup>. Neste momento, o Clube está avaliando se vai continuar apoiando com mídia gratuita eventos em casas de espetáculos que também funcionam como bares ou casas noturnas. “Na semana passada eu tinha seis anúncios do Sargent Peppers e do Abbey Road, um espaço que eu poderia investir no teatro.” (LOPES, 2007)<sup>31</sup>.

Lopes (2007)<sup>32</sup> acredita que a força do Clube do Assinante reside em sua boa relação com o circuito teatral de Porto Alegre. “A gente se dá muito bem com os grupos de teatro, é uma relação muito positiva. O clube persiste por causa dos grupos. Se não tivesse uma produção cultural na cidade, nós não teríamos essa força que nós temos hoje” (LOPES, 2007)<sup>33</sup>. No ano de 2006, o Clube contabilizou 3.015 mil eventos apoiados no Rio Grande do Sul, sendo: 1.502 espetáculos de teatro adulto, 695 espetáculos de teatro infantil, 155 espetáculos de dança, 162 shows, 61 concertos e 372 eventos especiais. Além de 68 pré-estréias, totalizando cerca de 12 mil convites de cinema distribuídos. Percebe-se que a concentração maior de apoios está na área de artes cênicas, representando quase 80% das parcerias. Hoje em dia, a maior parte dos acordos são solicitados pelos próprios grupos e produtoras.

---

<sup>29</sup> Informação verbal.

<sup>30</sup> Informação verbal.

<sup>31</sup> Informação verbal.

<sup>32</sup> Informação verbal.

<sup>33</sup> Informação verbal.

O grande retorno para o jornal, além da fidelização de leitores e estímulo a novos assinantes, é trabalhar uma imagem positiva perante seu público, que “acaba vendo a Zero Hora com bons olhos”, segundo Lopes (2007)<sup>34</sup>. O coordenador acredita que o Clube do Assinante funciona hoje como um fomentador de cultura e que a sua maior importância está em viabilizar público para os espetáculos estaduais:

No caso dos grupos locais, acontece de você estar colocando um grupo em exposição e, de repente, não ter como se expor. Porque você já gastou o dinheiro em cenário, você já gastou em figurino, às vezes, gasta dinheiro que não tem, já fez conta... E aí, você precisa que o teu espetáculo chegue até as pessoas. Nesse caso, se não for o Clube divulgar através dos anúncios, as temporadas vão ser fracas. E, muitas vezes, têm espetáculos com temporadas fracas mesmo com o apoio do Clube, então, seria muito pior sem o apoio. (LOPES, 2007)<sup>35</sup>

Faz parte do termo de acordo que os grupos enviem no final da temporada um relatório de público ao Clube. A coordenação estabelece um controle de quantos espetáculos estiveram em cada teatro, quanto tiveram de público e quanto deste público foi proveniente ou usuário do cartão do clube. Também é uma maneira de perceber em que áreas a parceria está dando maiores resultados e onde é melhor investir: “Ano passado, nós demos em anúncios para a cultura local 2.200 milhões de reais”, orgulha-se Ari Lopes (2007)<sup>36</sup>. Em 2007, 98% dos eventos de cultura de Porto Alegre são apoiados pelo Clube do Assinante.

#### 4.3 O CIRCUITO TEATRAL EM PORTO ALEGRE

Para complementar a descrição da inserção do Clube ZH e da cobertura jornalística do Segundo Caderno no circuito cultural, vamos traçar um breve panorama do circuito de artes cênicas em Porto Alegre, principais estruturas e grupos atuantes.

Para uma população de 1.420,667 milhão, conforme o Censo demográfico de abril de 2007, a cidade de Porto Alegre oferece em média de 30 a 40 eventos culturais por semana.

---

<sup>34</sup> Informação verbal.

<sup>35</sup> Informação verbal.

<sup>36</sup> Informação verbal.

São Paulo, com mais de 15 milhões de habitantes, tem a cada semana em torno de 200 atrações artísticas. Pode se dizer que, proporcionalmente à sua população, Porto Alegre é uma cidade com maior oferta cultural. (LOPES, 2007)<sup>37</sup>. O Sindicato de Artistas e Técnicos em Espetáculos de Diversões do Estado do Rio Grande do Sul (Sated) possui, em 2007, cerca de 10 mil associados – mas o número real de artistas é certamente muito maior. Existem poucas referências que falem sobre artes cênicas em Porto Alegre. Nicole Reis (2005), em sua dissertação de mestrado, diz que entre o cinema, a música e o teatro na Capital, o mais difícil de mapear é último. Quando se fala sobre teatro, é sempre sob o viés de determinado grupo ou artista e nunca se tem uma visão do todo.

Até as décadas de 50 e 60 os artistas de Porto Alegre não só freqüentavam muito os meios de comunicação – na época, o rádio –, como também exerciam uma função operacional em sua grade de programação, atuando em radionovelas, programas de calouros, quadros de humor e outros. Eram trabalhadores, como em qualquer outra área, que exerciam sua profissão com registro e carteira assinada. Com a popularização da TV, alguns destes artistas migraram para a teledramaturgia.

Logo em seguida, com o surgimento do vídeo-tape, tornou-se mais vantajoso importar programas do Rio de Janeiro ou de São Paulo do que produzi-los aqui. Foi no final dos anos 60 que muitos atores locais mudaram-se para estes estados em busca de mercado de trabalho. Quem ficou em Porto Alegre deixou de participar dos meios de comunicação como trabalhador, deixou de exercer uma função essencial no sistema: “a mídia passou a tratar a produção artística local como algo que apenas se divulga, anuncia, para o qual ‘se dá uma força’” (REIS, 2005, p.17).

Desde a formação do grupo amador Teatro do Estudante, em 1941, até hoje, a organização dos atores porto-alegrenses se dá, primordialmente, em grupos ou companhias teatrais. É através destes núcleos, que podem ou não dedicar-se a pesquisa de uma determinada linguagem cênica, que os agentes da cena gaúcha criam a sua identidade. De modo que, em sua grande maioria, o teatro local se insere no modelo de teatro de grupo e não no modelo de teatro empresarial, em que os atores gravitam em torno das montagens. Esporadicamente acontece a reunião de alguns atores, normalmente com nomes já consolidados, especificamente para a produção de um espetáculo. Não obstante, os projetos

---

<sup>37</sup> Informação verbal.

de incentivo cultural aos quais os grupos concorrem dirigem-se ao modelo de montagem empresarial:

É sob o princípio da concorrência de “projetos de montagem” que se desenvolvem as políticas culturais de apoio à produção teatral gaúcha, aportando sem dúvida importantes recursos, mas em dissonância com o modelo sobre o qual se estrutura o fazer teatral já que o comprometimento financeiro é pontual. (ISAACSSON, 2002, p.2).

A inconstância no aporte de recursos torna as produções irregulares. Poucos grupos ou mesmo atores mais estabelecidos, cujas peças recebem os incentivos governamentais, podem ter suas produtoras ou associar-se a produtoras terceirizadas; os demais produzem suas peças com recursos próprios e correm atrás de eventuais apoios. O ator e diretor Zé Vitor Castiel afirma:

Nós, artistas, estamos nos organizando de uma maneira comercial para fazer às vezes do poder público. A Secretaria de Cultura do Estado hoje não tem nenhum projeto para as artes cênicas. Nenhum. [...] Por outro lado, pessoas já vivem exclusivamente de artes cênicas em Porto Alegre. Os jovens não estão saindo da escola de atores direto para Rio ou São Paulo. Eles estão tentando fazer a vida aqui, porque existe essa possibilidade. E, para viver, eles têm duas saídas. Ou têm patrocínios ou vão à luta, viver da sua bilheteria. (CAMINHOS CRUZADOS, 2004)<sup>38</sup>

Alguns dos grupos teatrais consolidados de Porto Alegre, ou seja, que estiveram em cartaz com alguma regularidade nos últimos anos são: Tribo de Atuadores Ói Nós Aqui Traveis, Depósito de Teatro, Grupo dos Cinco, Stravaganza, Cômica Produções, Escola de Circo e Teatro Girassol, Teatro Escola de Porto Alegre (TEPA), Tem Inço na Coxia, Teatrofídico, Grupo Caixa Preta, Falos & Stercus, Cia de Teatro ao Quadrado. Em teatro infantil, destacam-se: Companhia Teatro Novo, Cuidado Que Mancha, Grupo de Atores Cavalo de Tróia, Cia. Arte & Ação, Cia. Halarde de Teatro, Grupo Farsa. E na dança: Cia. de Flamenco Andréa Del Puerto, Telúrica Produções, Tablado Adaluz, Laboratório da Dança, Eduardo Severino Cia. de Dança, Grupo Seele Tanz, Cadica, Joca Vergo Cia. de Dança, Grupo MEME, Centro Experimental do Movimento, Ballet Redenção, Escola de Dança Educação.

---

<sup>38</sup> Declaração feita no debate Caminhos Cruzados, publicado na revista Aplauso. Zé Vitor Castiel é um dos organizadores do festival porto Verão Alegre.

Estas companhias teatrais dividem-se em cerca de 20 teatros e salas da capital, alguns com seus espaços próprios, outros dependendo de seleções por editais ou avaliação de projetos. Ari Lopes (2007)<sup>39</sup> acredita que, salvo três honrosas exceções, os teatros de Porto Alegre deixam muito a desejar em termos de estrutura e adequação para receber atores e público. Em alguns casos, mesmo passando pelo processo de seleção e pagando com dificuldade os alugueis, os atores se deparam com condições precárias, como lâmpadas e caixas de som queimadas, goteiras ou cadeiras estragadas, fruto do descaso das administrações. Em relação às salas e teatros de Porto Alegre, Paulo Flores (2004)<sup>40</sup> critica: “há a questão dos espaços culturais, que são menos que meia dúzia e estão todos no centro da cidade. É preciso ter espaços na periferia. A verba pública deveria ser para o acesso de todos”.

As três exceções mencionadas por Lopes são o Theatro São Pedro, o Teatro do Sesi e, mais recentemente, o Teatro Bourbon Country, que configuram os teatros mais luxuosos da capital, ocupados quase sempre por grupos de outros Estados ou internacionais. O Theatro São Pedro tem quase 150 anos e é um monumento histórico-cultural do Rio Grande do Sul. Está sob a elogiada direção de Eva Sopher desde 1975. O Teatro do SESI, do sistema FIERGS, tem modernas instalações e capacidade para 1784 espectadores, que podem ser divididos em até cinco ambientes com independência de som e luz. O Teatro do Bourbon Country, inaugurado em 2007, é um complexo de quatro andares administrado pela Companhia Opus de Entretenimento<sup>41</sup>. Suas acomodações são versáteis e permitem diferentes formatos como palco italiano, arena ou pista livre. Estes teatros oferecem acessibilidade a portadores de deficiência e excelentes equipamentos cênicos e sistemas de iluminação e som – como painéis acústicos, espaço móvel para orquestra, telões, etc.

A Secretaria Municipal da Cultura administra quatro teatros de Porto Alegre, que são ocupados por edital público, realizado a cada seis meses, ou por pauta. No Centro Municipal de Cultura ficam o Teatro Renascença, o mais concorrido espaço da prefeitura, com 300 lugares; e a Sala Álvaro Moreyra, um espaço menor utilizado tanto para teatro quanto para palestras e cursos. O Teatro de Câmara Túlio Piva foi o primeiro de administração municipal, tem 215 lugares e recentemente passou por reformas e melhorias em sua estrutura. Por fim, há o Teatro Elis Regina na Usina do Gasômetro, que tem cadeiras móveis em uma área de

---

<sup>39</sup> Informação verbal.

<sup>40</sup> Declaração feita no debate Caminhos Cruzados, publicado na revista Aplauso. Paulo Flores é ator gaúcho e um dos fundadores do grupo Oi Nós Aqui Traveiz.

<sup>41</sup> Parceria entre a Cia. Zaffari e a Opus Promoções.



745m<sup>2</sup>, e encontra-se praticamente abandonado. O espaço será reformado em 2008 com apoio do Grupo RBS. Sob a coordenação do Estado, há o Teatro do IPE, com 250 lugares, localizado atrás do Instituto de Previdência do Estado. Sua ocupação é feita através de seleção de pedidos no início de cada ano.

Alguns grupos conquistaram a independência de ter um espaço próprio para suas apresentações. É o caso da Tribo de Atuadores Ói Nóis Aqui Traveis, que tem a Terreira da Tribo; do Depósito de Teatro, com instalações de mesmo nome; da Companhia Teatro Novo, que construiu a Sala Carmen Silva dentro do shopping DC Navegantes; e do diretor Nilton Filho, que instituiu o Teatro Nilton Filho. Outros importantes espaços de teatro em Porto Alegre são: o Teatro Bruno Kiefer e sala Carlos Carvalho, localizados na Casa de Cultura Mário Quintana; o Teatro de Arena, que completa 40 anos em 2007; a Cia de Arte, o Teatro da AMRIGS, o Teatro do Instituto Goethe e o Teatro do SESC.<sup>42</sup>

Marta Isaacsson (2002) percebe que, de alguma forma, a sala de espetáculo fideliza o público, quando este cria com o espaço de teatro uma determinada identidade. O grupo mais antigo de Porto Alegre, a Tribo de Atuadores Ói Nóis Aqui Traveis, mantém um espaço próprio para apresentações há muitos anos. De outra forma, o Theatro São Pedro também tem um público cativo, alicerçado em sucessos do eixo Rio - São Paulo. Mas como a maioria dos teatros de Porto Alegre é ocupado através da seleção de projetos, acabam se tornando “assépticos de identidade”. (ISSACSSON, 2002, p. 3). Por outro lado, é preciso reconhecer que o sistema de editais tenta democratizar o espaço fechado da cena gaúcha e qualifica as produções, uma vez que a seleção deve se dar por mérito do projeto.

O principal festival de teatro da cidade é o Porto Alegre Em Cena. O festival internacional de teatro, que realizou em setembro de 2007 sua 14<sup>a</sup> edição, é organizado pela Prefeitura Municipal de Porto Alegre. O Em Cena busca trazer grupos de relevância mundial à cidade. Este ano, durante os 20 dias do evento foram encenados 72 espetáculos, envolvendo cerca de 800 atores e diretores em mais de 150 apresentações. Também foram oferecidas aos atores locais 10 oficinas de cenografia, iluminação, encenação, texto, voz, leituras, coros, treinamento e malabarismo. Em paralelo são organizadas palestras, sessões de vídeo, lançamentos de livros, desfiles e festas.

---

<sup>42</sup> Consta, no Anexo C deste trabalho, uma listagem dos espaços teatrais de Porto Alegre.

Alguns prêmios e concursos também são organizados pela Prefeitura Municipal. O Concurso Nacional de Dramaturgia - Prêmio Carlos Carvalho visa incentivar a formação de novos dramaturgos e valorizar os já atuantes. O concurso é realizado bianualmente no mês de setembro para premiar textos teatrais inéditos de autores brasileiros. O Concurso Nacional de Monografias - Prêmio Gerd Bornheim é o mais recente. Ele busca incentivar a produção de estudos críticos sobre teatro através da concessão de prêmios em dinheiro e da publicação dos melhores trabalhos inscritos. O Prêmio Gerd Bornheim também é bienal, em agosto de 2006 foi feita a premiação de sua primeira edição.

O Prêmio Açorianos de Teatro e Dança foi criado por um decreto-lei em 1977. Seu objetivo é valorizar a produção cênica de Porto Alegre, premiando os melhores do ano. As categorias hoje são: melhor espetáculo, melhor direção, melhor ator, melhor atriz, melhor ator coadjuvante, melhor atriz coadjuvante, melhor figurino, melhor cenografia, melhor iluminação, melhor trilha, melhor dramaturgia e melhor produção. Em 1979, dois anos após ter criado o Prêmio Açorianos, a Secretária Municipal de Cultura criou o Prêmio Tibicuera de Teatro Infantil, para eleger os melhores espetáculos infantis do ano em oito categorias - melhor espetáculo, diretor, ator, atriz, ator e atriz coadjuvante, figurino e cenário. Hoje, são cinco jurados por ano para avaliar todas as categorias do Açorianos e cinco para os prêmios do Tibicuera. A Secretária de Cultura já foi criticada pelo sistema de indicação dos prêmios, considerado monopolista.<sup>43</sup>

Durante o mês analisado nesta pesquisa, abril de 2007, estiveram em cartaz em Porto Alegre nove espetáculos de dança, 12 de teatro infantil e 38 de teatro adulto:

### **Dança**

- *Alice (Adulto)*, no Cine Theatro Ypiranga (sem apoio)
- *Dínamo*, no Teatro do Sesi (Clube ZH)
- *Experimentando Nijinski*, na sala 504 da Usina do Gasômetro (sem apoio)
- *Folclore ucraniano Solovey*, no Teatro do Sesc (Clube ZH)
- *Incompatível?*, na sala 504 da Usina do Gasômetro
- *Na quina do tempo*, na sala Álvaro Moreyra (sem apoio)

---

<sup>43</sup> Disponível em <http://www.portoalegre.rs.gov.br/>

- *Quem, eu e outros*, no Teatro de Câmara Túlio Piva (Clube ZH)
- *Terpsí – Teatro e Dança – 20 anos*, na sala 209 da Usina do Gasômetro (entrada franca)
- *Uma noite em Buenos Aires*, no Teatro do Sesi (Clube ZH)

### **Teatro Adulto**

- *A arte do insulto*, no Teatro Bruno Kiefer, CCMQ (sem apoio)
- *A casa das três Irenes*, no Cine Theatro Ypiranga (Clube ZH)
- *A doce Bárbara*, no Teatro de Arena (Clube ZH)
- *Adolescer*, no Teatro de Câmara Túlio Piva (Clube ZH)
- *A mão que balança o seio*, no Teatro Novo, DC Navegantes (Clube ZH)
- *América Café*, no Teatro Bruno Kiefer, CCMQ (Clube ZH)
- *A missão*, Lembrança de uma Revolução, na Terreira da Tribo (sem apoio)
- *Ânsia*, na sala Alziro Azevedo (entrada franca)
- *Cabeça de Antonieta*, na sala Carlos Carvalho, CCMQ (Clube ZH)
- *Como emagrecer fazendo sexo*, na sala Carlos Carvalho, CCMQ (Clube ZH)
- *Direção surpresa: uma entrega*, na sala 402 da Usina do Gasômetro (entrada franca)
- *Entre quatro paredes*, no Teatro de Arena (Clube ZH)
- *Entrevista com espíritos*, no Teatro do IPE (Clube ZH)
- *É simples*, no Teatro da Amrigrs (sem apoio)
- *Homens de perto*, no Teatro da Amrigrs (Clube ZH)
- *Inten(c)idade 1ª: voar*, no terraço da Casa do Estudante Universitário (entrada franca)
- *Intervenção cênica: leituras encenadas*, no Café Concerto, Sesc (entrada franca)
- *Intimidade indecente*, no Theatro São Pedro (Clube ZH)
- *Mamãe foi pro Alaska*, no Teatro Renascença (Clube ZH)
- *Namoradinho do Brasil*, no Theatro São Pedro (Clube ZH)
- *Nelson despedaçado*, no Café Concerto, Sesc (entrada franca)
- *O anjo exterminador*, na sala 302 da Usina do Gasômetro (entrada franca)
- *O pastelão e a torta*, no Parque Farroupilha (entrada franca)
- *Operação abafa*, no Theatro São Pedro (Clube ZH)

- *O santo guerreiro*, na Sala Alziro Azevedo (entrada franca)
- *Os conflitos do sexo*, no Teatro do IPE (Clube ZH)
- *Os males do tabaco*, na sala 402 da Usina do Gasômetro (entrada franca)
- *O teatro de sombras de Ofélia*, na sala 502 da Usina do Gasômetro (entrada franca)
- *O urso*, na sala 402 da Usina do Gasômetro (sem apoio)
- *Poemas de rasgar as veias*, no Teatro Nilton Filho (Clube ZH)
- *Quase nada*, no Theatro São Pedro (Clube ZH)
- *Ricardo III*, no Theatro São Pedro (Clube ZH)
- *Sonhos ou ator abandonado*, na sala 402 da Usina do Gasômetro (entrada franca)
- *Tholl – imagem e sonho*, no Teatro do SESC (sem apoio)
- *Um homem na banheira ou uma bandeira na lua*, no Teatro de Arena (sem apoio)
- *Van Gogh*, no Teatro Elis Regina, Usina do Gasômetro (sem apoio)
- *Vladimir e Estragon*, na sala Álvaro Moreyra (sem apoio)
- *Zona contaminada*, no Teatro do Sesc (Clube ZH)

### **Teatro Infantil**

- *A traça Biblió e o poeta*, na sala Lili Invento o Mundo, CCMQ (sem apoio)
- *A verdadeira história dos Três Porquinhos*, no Centro Cultural Zé Rodrigues (Clube ZH)
- *Coelhinho... Coelhinho... Cadê o coelhão?*, no Shopping Praia de Belas (entrada franca)
- *Confusões na floresta*, na sala Álvaro Moreyra (Clube ZH)
- *Flicts*, no Teatro de Câmara Túlio Piva (Clube ZH)
- *João e Maria - uma aventura no terreno baldio*, no Teatro Bruno Kiefer, CCMQ (Clube ZH)
- *O grande Hablich*, na sala Lili Invento o Mundo, CCMQ (sem apoio)
- *O livro encantado*, no Teatro Nilton Filho (Clube ZH)
- *Palhaço Xuxu*, no Teatro de Câmara Túlio Piva (sem apoio)
- *Quem não dança balança a criança*, no Casarão Verde, Shopping DC Navegantes (Clube ZH)
- *Uma aventura farroupilha*, no Teatro Renascença (Clube ZH)
- *Rapunzel*, no Teatro Novo, Shopping DC Navegantes (Clube ZH)

Dos 59 espetáculos apresentados, 50 foram locais, sete nacionais e dois internacionais. Ao todo, 31 obtiveram apoio do Clube do Assinante ZH. Alguns dos espetáculos não puderam requerer o apoio por não se enquadrarem nos referidos critérios ou por serem de entrada franca.

#### 4.4 A COBERTURA CULTURAL EM ABRIL DE 2007

O conteúdo de 1º a 30 de abril do Segundo Caderno de Zero Hora foi analisado quantitativamente e classificado dentro das seguintes subeditorias: artes cênicas (incluindo teatro e dança), música, artes visuais, cinema e vídeo, televisão e rádio, fotografia, literatura, moda, e diversos (em sua maioria, eventos e sociedade). Em cada um dos nove segmentos culturais, as inserções foram classificadas pelo gênero jornalístico que representam: nota, notícia, notícia com entrevista, reportagem, entrevista, crítica ou coluna, o que possibilitou uma representação gráfica do espaço ocupado por cada categoria no jornal. Em um segundo momento, foi feita a análise qualitativa dos textos publicados sobre artes cênicas.

Foi incluída ainda a categoria *Anúncio Clube ZH*, que representa os espaços publicitários concedidos pelo jornal por apoio cultural. Este é o único tipo de peça publicitária contabilizada na pesquisa por entender-se que representa não um espaço comercializado e sim, uma escolha do jornal de divulgar determinado assunto.

O gênero crítica engloba também comentários e resenhas, que é o formato mais freqüente da produção opinativa no jornal diário. A divisão entre notícia e notícia com entrevista foi adotada para diferenciar os tamanhos de texto bem diversos que se enquadravam na mesma categoria, mas que não chegavam a se caracterizar como reportagens. Assim, *notícia com entrevista* engloba as produções textuais mais encorpadas, em cujo texto faz-se referência direta ou indireta a, pelo menos, uma fonte entrevistada.

#### 4.4.1 Música

Foram encontradas 210 inserções sobre música nos exemplares analisados. O que a torna a subeditoria com maior destaque na amostra. Houve cem notas sobre música no mês, 33 delas na Contracapa de Roger Lerina, um espaço de destaque na leitura. Das 30 capas do mês, doze foram sobre música, nos dias: 2, 4, 9, 13, 14, 17, 18, 21, 22, 24, 28 e 30. Também foi o segmento com maior número de reportagens: três. A primeira no dia 9, *Internet Racha o CD*, sobre a venda de musica on-line como uma saída encontrada pelas gravadores para a queda na venda de CDs, com entrevista a Max Pierre, ex-diretor artístico da gravadora Universal. *Buenas e m'espalho!*, publicada no dia 18, dedica a central para falar sobre a nova geração de músicos nativistas no Rio Grande do Sul. E no dia 24, as matérias de capa e central (*Rock pesado bate no Sul* e *O magnetismo do Metal*) falam sobre a importância de Porto Alegre como cenário brasileiro da música *heavy metal*, com entrevista a Chuck Billy, vocalista da banda Testament. A sessão Remix, publicada as quintas-feiras, foi considerada uma coluna de música.

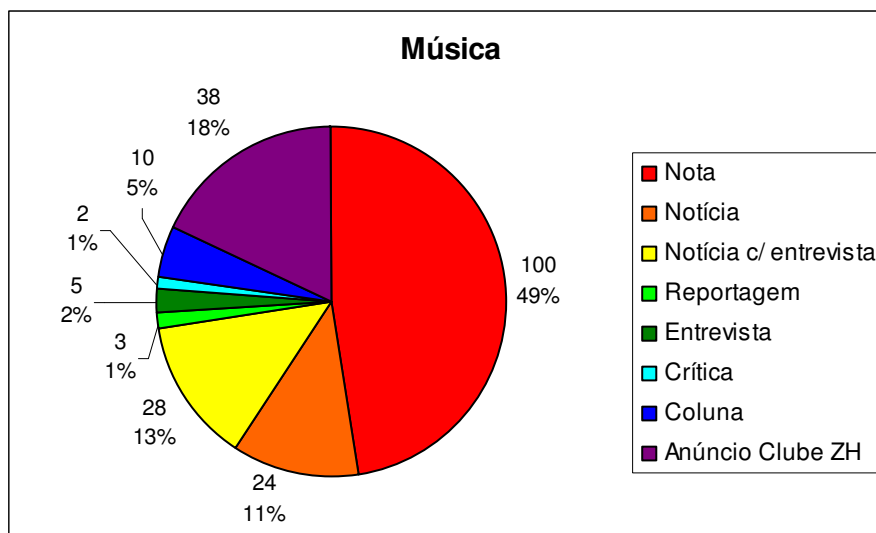
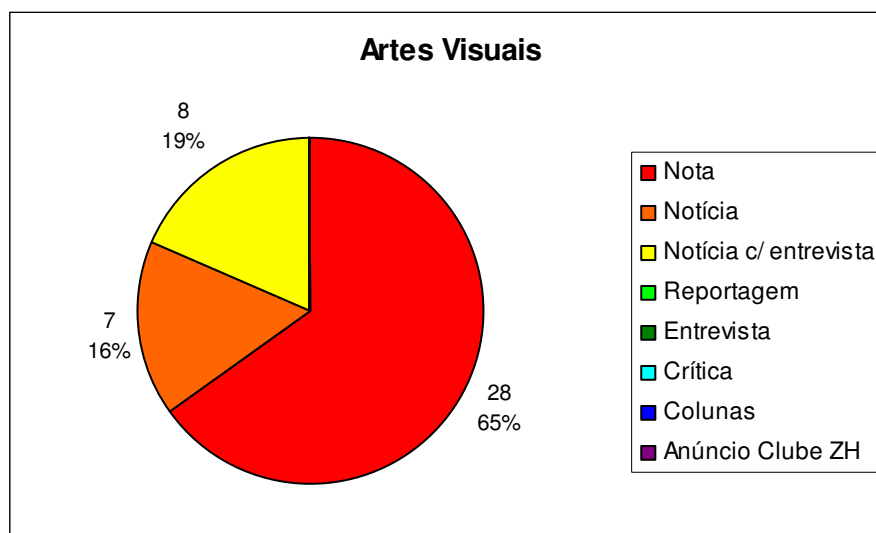


Gráfico 3 - Música

#### 4.4.2 Artes Visuais

Houve 43 inserções sobre artes visuais na amostra. Novamente, o gênero de maior ocorrência foram as notas, sendo que, das 28 notas sobre artes visuais, metade foi publicada

por Roger Lerina na Contracapa. Também foram encontradas sete notícias e oito notícias com entrevistas. Duas capas do mês foram sobre artes visuais: no dia 16, sobre os 50 anos de carreira da artista plástica Zoravia Bettiol; e no dia 25, a respeito de uma exposição de desenhos de Di Cavalcanti.



**Gráfico 4 – Artes Visuais**

#### **4.4.3 Cinema e Vídeo**

O cinema foi a subeditoria com maior número de resenhas e críticas publicadas. A edição de sexta-feira, em especial, é majoritariamente direcionada a área. Como lembra Mendonça (2007), esta particularidade deve-se ao grande número de estréias nas salas de cinema que acontecem na véspera do fim de semana. Também houve muitas notas sobre o assunto, 66 ao todo, em sua maioria tratando de sinopses e lançamentos de DVDs. Uma entrevista com Ken Loach, cineasta inglês, mereceu a central do dia 12. O cinema teve sete capas do Segundo Caderno no período estudado, nos dias 5, 6, 12, 19, 25, 26 e 27 de abril. Um número expressivo, atrás somente da subeditoria de música.

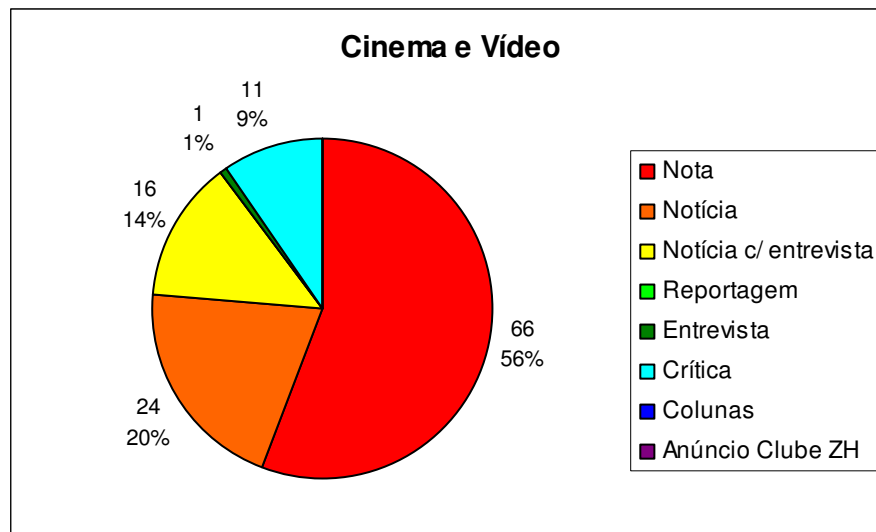


Gráfico 5 – Cinema e Vídeo

#### 4.4.4 Televisão e Rádio

O dia de destaque para a televisão é o domingo. O Caderno TV+Show é quase que totalmente voltado para a programação de TV. Durante a semana, são publicadas normalmente duas ou três notas sobre o assunto na página oito do Segundo Caderno, ao lado do resumo das novelas do dia. As grades de programação de TV aberta e dos canais pagos não foram contabilizadas na pesquisa. Em relação ao rádio, houve apenas três notícias com entrevista no mês: duas no dia 1º e uma no dia 16 e abril.

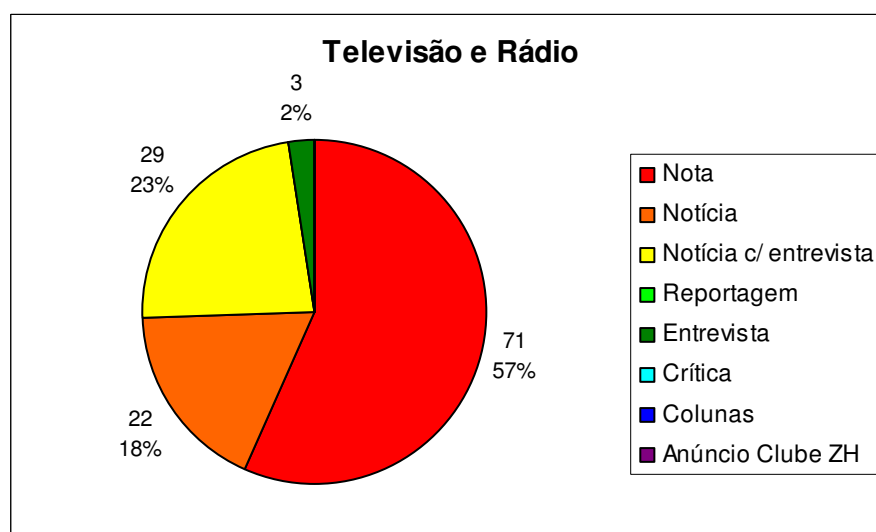


Gráfico 6 – Televisão e Rádio



#### 4.4.5 Fotografia

Fotografia foi a área com menor representatividade na pesquisa, ao todo, foram encontradas apenas sete ocorrências a respeito. Das cinco notas encontradas, duas foram publicadas no espaço RS Vip, por Paola Deodoro, e outras três na Contracapa, por Roger Lerina. Houve também uma notícia com entrevista no dia 11, sobre exposição da fotógrafa Eneida Serrano. A fotografia teve destaque na coluna de Liberato Vieira da Cunha, publicada no dia 3, intitulada *Um instante de eternidade*. Não houve, no período estudado, nenhuma capa sobre fotografia.

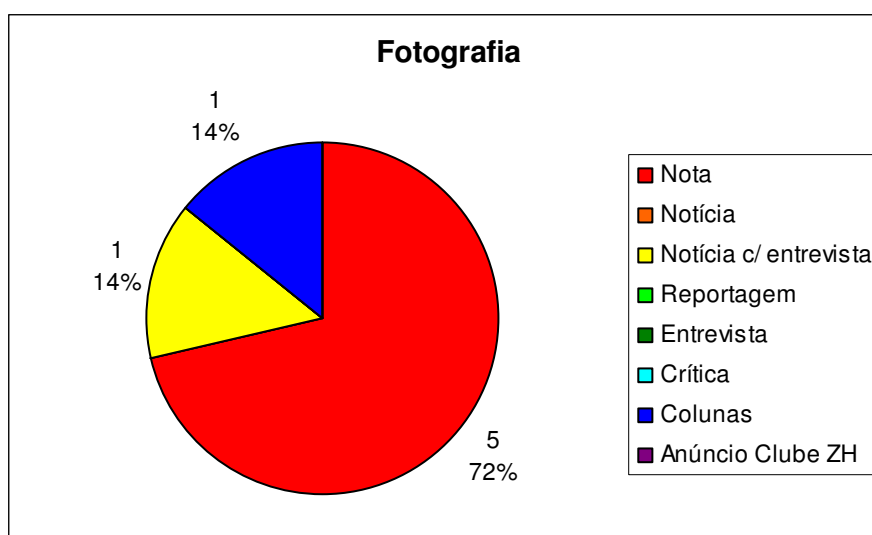


Gráfico 7 - Fotografia

#### 4.4.6 Literatura

A literatura apareceu em 68 momentos durante a classificação. Deste total, 45 foram notas, com destaque para o espaço RS Vip que publicou 12 notas sobre literatura no mês. Empatado com a subeditoria de TV, houve três entrevistas literárias, com Tahar Ben Jelloun, escritor do Marrocos, com José Mitchell, sobre o livro *Segredos à direita e à esquerda na ditadura militar*, e com o escritor americano Joe Hill, filho de Stephen King. Também houve três colunas sobre literatura, além de sete notícias e 10 notícias com entrevista.

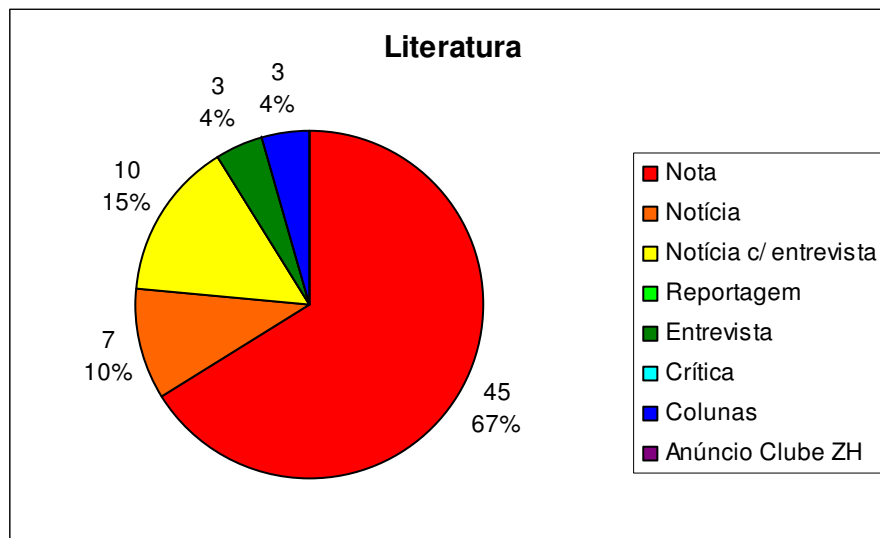


Gráfico 8 - Literatura

#### 4.4.7 Moda

Mendonça (2007) salientou, em uma amostra de um mês, alguma particularidade sazonal pode favorecer uma ou outra subeditoria. De 11 a 15 de abril houve uma edição de inverno do Donna Fashion Iguatemi, que tem entre seus organizadores o caderno Donna ZH. Tal evento garantiu um aumento nas publicações sobre moda. Uma notícia e três notícias com entrevistas encontradas na amostra – nos dias sete e 11 em capas do suplemento –, versavam sobre o Donna Fashion. Houve ainda dois anúncios do Clube do Assinante ZH sobre moda e 36 notas. Das notas, 19 foram publicadas por Paola Deodoro, no RS Vip, e 10 na Contracapa.

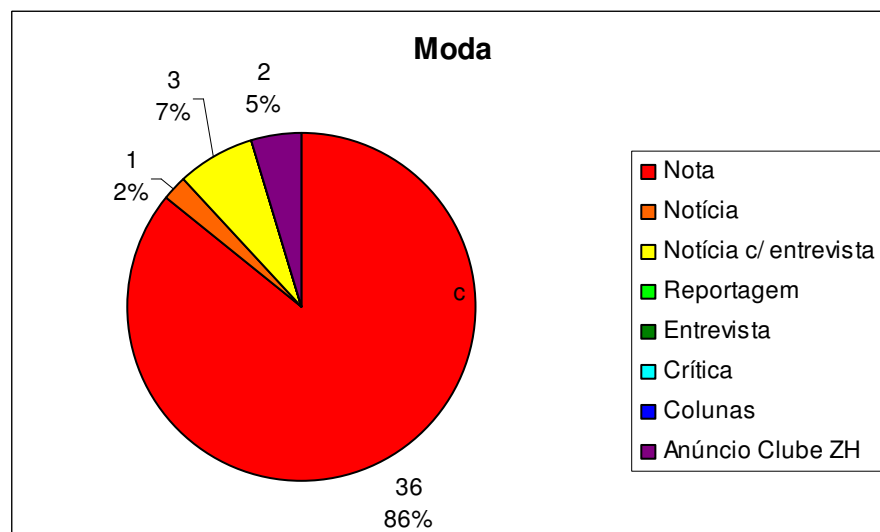


Gráfico 9 - Moda

#### 4.4.8 Diversos (Sociedade e Eventos)

Na seção diversos enquadram-se principalmente as notas sobre a alta sociedade gaúcha. Tanto que, das 117 notas aqui classificadas, 27 estavam na Contracapa e 68 foram escritas por Paola Deodoro para o RS Vip. Esse número indica a grande representatividade do colunismo social no caderno. Também estão aqui os eventos que não se enquadram em uma subeditoria específica, como o Fronteiras do Pensamento, que apareceu algumas vezes no mês estudado. Foram quatro notícias e duas notícias com entrevista.

A maior parte das colunas, 26, por dissertarem sobre os mais variados assuntos, foram classificadas como diversos. A amostra apresentou seis anúncios do Clube do Assinante, sobre a festa cultural Bagasexta. Além disso, houve uma entrevista e uma capa no dia 10, sobre a inauguração do portal de Internet e do caderno Kzucu, referentes à empresa de logística jovem integrada ao Grupo RBS.

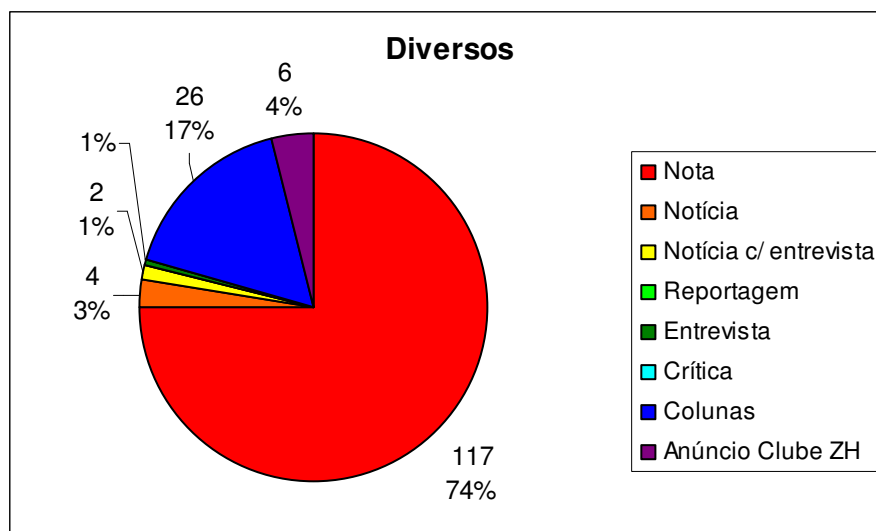


Gráfico 10 - Diversos

#### 4.5 ANÁLISE DA COBERTURA DE ARTES CÊNICAS

Em termos quantitativos, foram encontradas 131 referências sobre artes cênicas no Segundo Caderno durante o mês de abril de 2007, incluindo teatro e dança neste segmento.

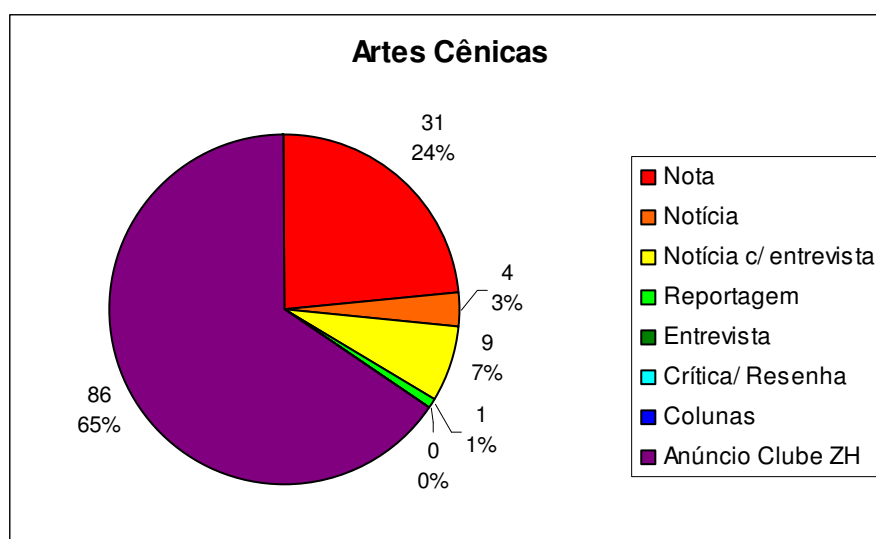


Gráfico 11 – Artes Cênicas

No dia 2, a parte superior da página cinco é focada no teatro. Ocupando três colunas, uma notícia com entrevista fala sobre o espetáculo *Quase nada* do grupo paulista Cia. dos Sete, que fez duas apresentações no Theatro São Pedro sob a direção de Alain Braum. Em cima, uma foto de divulgação. Embaixo, o texto da jornalista Joana Saraiva explica o enredo e a proposta do espetáculo e, em um momento, dá a palavra ao diretor. Fala-se brevemente sobre o dramaturgo que assina o texto da peça, os papéis de cada ator, iluminação e fotografia. O último parágrafo divulga um debate que sucede a apresentação. Na outras duas colunas, está uma notícia sobre o ciclo de leitura dramática *Palavra, palavra, palavra* com o propósito de discutir a fronteira entre teatro e literatura. Esta notícia ocupa duas colunas e foca-se no lead falando sobre como, quando e onde aconteceria o evento e quais seriam os participantes da primeira leitura do ciclo. Abaixo da notícia, uma foto de Luiz Paulo Vasconcellos, protagonista da leitura de *O animal agonizante*.

A edição mais representativa para o teatro em toda a amostra foi a do dia 4, que dedica a sua central para a Festa do Mar, de Rio Grande. Além de falar sobre as características e a programação do evento, o texto analisa o festival como uma oportunidade rara de exposição para os artistas locais. A diagramação da central funciona como várias notícias enfocando diferentes aspectos do mesmo assunto. Há ainda uma entrevista com a atriz Grace Gianoukas, natural de Rio Grande e protagonista do espetáculo *Terça insana*, que integra do festival. Por ter esta abordagem mais ampla, contar com pelo menos quatro fontes diferentes e agrupar toda a central em uma mesma chamada - *Vitrine para a cultura de Rio Grande* -, esta matéria produzida por Rodrigo Santos foi considerada uma reportagem, dentro dos critérios estabelecidos neste trabalho. Na mesma edição, há uma notícia na página oito sobre o desempenho da atriz Grazi Massafera na peça *A paixão de Cristo*, e uma nota em destaque na Contracapa sobre a vinda do *Cirque du Soleil* a Porto Alegre.

O Segundo Caderno do dia 5 traz na página três uma notícia com entrevista sobre a concepção do espetáculo de dança *Alice (Adulto)*. O texto de Renato Mendonça vem acompanhado de uma foto de divulgação e fala sobre a pesquisa e as referências do Grupo Gaia na produção da peça. Outra notícia com entrevista neste dia fala sobre a segunda edição do Cinearte Sarau Petrobrás Brasil Adentro, trazendo toda a programação do projeto da Petrobrás que inclui filmes, oficinas e peças teatrais em várias cidades do Estado. A notícia traz duas fotos e ocupa toda a página seis.

No Segundo Caderno Fim de Semana do dia 13, um quarto da página de teatro traz uma notícia com entrevista sobre a estréia da peça *Namoradinho do Brasil* em Porto Alegre. Para esta notícia, Suzana Vieira foi entrevistada por telefone. Metade do espaço é ocupada por uma foto de divulgação e a outra pelo texto que enfoca basicamente o enredo da peça. O restante da página 13 é composto pelo roteiro de dança e teatro adulto e infantil e por anúncios publicitários de cinema e artes cênicas.

Uma das edições nas quais a subeditoria teve mais espaço foi no dia 20. A única capa de artes cênicas da amostra, publicada nesta data, fala sobre o espetáculo de dança *Dínamo* da companhia carioca de Deborah Colcker, que se apresentaria no Teatro do Sesi. Uma chamativa montagem do título da notícia, *Deborah Colcker chama para o jogo*, com a foto de divulgação ocupa três quartos da capa. No um quarto restante, está o texto de Melissa Hoffmann falando sobre o cenário, o tema, a preparação dos bailarinos e o que esperar do

espetáculo, incluindo várias citações da diretora. No título e na matéria fica claro que a importância da coreógrafa é o que garante o destaque na divulgação do espetáculo.

A página quatro deste mesmo exemplar, com a cartola teatro e dança, traz os roteiros e mais uma montagem carioca em destaque: *Intimidade indecente*, então em cartaz no Theatro São Pedro. O ator Otávio Augusto, que protagoniza o espetáculo junto com Lucinha Lins, fala brevemente na notícia intitulada *Palco para discutir a relação* sobre a transição do tempo no espetáculo e os desafios que a peça lhe apresenta enquanto intérprete. Abaixo, uma nota com foto de divulgação sobre a peça gaúcha *Um homem na banheira ou uma bandeira na lua*, do diretor Jessé Oliveira com atuação de Marcelo Casagrande. Ainda neste Segundo Caderno, uma notícia com foto na página infantil sobre a peça *Quem não dança balança a criança*, do grupo Cuidado que Mancha.

No dia seguinte, 21, *Dinamo* recebe novamente uma notícia com foto e entrevista, desta vez, ocupando a parte superior na página três. As citações de Deborah Colcker são praticamente as mesmo do dia anterior. Uma foto do espetáculo encabeça a página. O quadro de serviço, que traz as informações práticas no estilo lead – o que, quando, onde e quanto –, é o mesmo publicado no dia anterior, inclusive com o indicativo para maiores detalhes na página quatro. Apesar de, nesta edição, o roteiro não estar publicado na página quatro, e sim, na cinco.

O TV+Show do dia 22 é o único com uma notícia de artes cênicas. Trata-se de uma matéria na contracapa sobre o gaúcho Rafinha Bastos que atua em TV e teatro. O gancho é a sua vinda à capital para a apresentação do espetáculo *A arte do insulto*, mas o texto se desenvolve centrado no ator, em suas atividades, formação e histórico. A notícia ocupa quase toda a página se dividindo em duas colunas e meia para o texto e duas colunas e meia para uma grande foto centralizada de Rafinha.

A crítica à corrupção brasileira da peça *Operação abafa*, encenada por Marcos Caruso, mereceu notícia com entrevista no caderno Fim de Semana do dia 27. O ator foi entrevistado por telefone e o texto fala sobre a temática política do espetáculo. Um terço da página é ocupado por um grande anúncio do Clube do Assinante e da produtora Opus. Nos dois terços restantes, duas colunas ficam para os roteiros e a estréia de *Operação abafa* no Theatro São Pedro recebe três colunas – uma e meia para a foto e uma e meia para texto.

A última notícia que se encontra sobre artes cênicas no Segundo Caderno de abril é sobre as atividades do Dia Internacional da Dança. O texto *Bailado comemorativo* ocupa um quarto da página três, ou outros três quartos são destinados a um anúncio publicitário do Banco do Brasil. Metade da notícia explica as oficinas e debates e a outra metade mostra um quadro com a agenda sintetizada.

No total de inserções sobre teatro desta amostra, concluímos que 64% foram de anúncios do Clube do Assinante ZH. Se tais anúncios não fossem contabilizados, por exemplo, a subeditoria passaria de 131 ocorrências para apenas 46, caindo da terceira para sexta colocação em termos de espaço ocupado por cada segmento. Pode-se dizer que o apoio cultural cedido pela Zero Hora representa hoje mais da metade do espaço que o jornal dedica ao teatro. Por isso, para a maioria dos grupos locais é praticamente impensável entrar em cartaz sem a parceria com o Clube ZH – fechar o acordo é a maior chance do espetáculo ser mencionado no Segundo Caderno.

Todos os autores estudados destacaram como característica fundamental do jornalismo cultural o caráter opinativo. Além de cumprir a função informativa, o suplemento de cultura deve ter um ângulo mais interpretativo ou analítico, que o diferencia do primeiro caderno deixando seus textos com caráter autoral. No Segundo Caderno, sem contar os anúncios do Clube do Assinante, o que mais se escreve sobre teatro e dança encontra-se no formato de notas (31). Houve apenas 13 notícias e uma reportagem em abril, não houve nenhuma resenha, crítica ou entrevista (exceto a entrevista que integra a reportagem *Vitrine para a cultura de Rio Grande*). A única capa da subeditoria no mês é referente a um grupo de dança de outro Estado. Mendonça admite a falta de reportagens, mas afirma que há um esforço em suprir esta lacuna:

Se identificou uma moda de samba rock em Porto Alegre, aí se tenta fazer capa e central. Harry Potter está lançando livro e é uma febre mundial, tentar analisar isso, também, merece capa e central. [...] a gente reconhece que há muito o que fazer ainda, a gente reconhece que deveria ter mais, mas existe um esforço para, quando tem uma reportagem, investir nela porque o público sempre gosta de reportagem. (MENDONÇA, 2007)<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Informação verbal.

Luis Paulo Vasconcellos (2004)<sup>45</sup> afirma que, no geral, não existe crítica teatral em Porto Alegre: “Existe um modelo jornalístico que aboliu a opinião”. Zé Vitor Castiel (2004) concorda:

Não há como ter sucesso de público e de crítica quando não há crítica em Porto Alegre. Os únicos críticos de teatro gaúchos, hoje, são tu [referindo-se a Luis Paulo Vasconcellos] e o Antônio Hohlfeldt. E estão em veículos restritos. A crítica é o combustível do ator, da produção cultural. Não tira público do teatro. Pelo contrário. O crítico instiga o público a pensar, a ver se concorda ou não. Mas que tipo de crítica a gente tem? (CAMINHOS CRUZADOS, 2004)<sup>46</sup>

No caso do Segundo Caderno, o número escasso (ou a quase inexistência) de crítica teatral não parece ser uma postura editorial do suplemento como um todo de optar por textos mais informativos, já que outras áreas, como a música e o cinema, apresentam ocorrência de textos de opinião. A causa também não parece ser um desinteresse intrínseco do público porto-alegrense pelo assunto artes cênicas – prova disso são as intermináveis filas que se formam para assistir aos espetáculos do festival Porto Alegre Em Cena (amplamente divulgados pela mídia). Mendonça (2007)<sup>47</sup> também afirma que o gosto do público não deve ser a única medida para as pautas, “senão não saía nada de dança”, exemplifica o editor.

Há algumas particularidades entre os segmentos culturais que, segundo Mendonça (2007)<sup>48</sup>, influenciam na produção de resenhas ou comentários. No circuito teatral gaúcho é comum um grupo de teatro entrar em cartaz várias vezes com uma mesma montagem. O que torna complicado produzir matérias sobre um espetáculo que já estreou e já foi mencionado no jornal. O editor justifica que o mesmo não acontece na subeditoria de música – cujos shows normalmente se fazem em função de um novo trabalho –, nem na de cinema, sempre farta de estréias. Outra questão apontada é a própria configuração da equipe do Segundo Caderno: Mendonça conta com um repórter de música, por exemplo, mas não de teatro. De acordo com o editor, além do repórter setorista, mais pessoas se dispõem a colaborar com a subeditoria de música pela proximidade pessoal com o assunto. Este fator que remete às restrições da rede que se configura para captura de notícias explicitada por Traquina (1999).

---

<sup>45</sup> Declaração feita no debate Caminhos Cruzados, publicado na revista Aplauso. Luiz Paulo Vasconcellos é ator, diretor teatral e colunista da Aplauso.

<sup>46</sup> Declaração feita no debate Caminhos Cruzados, publicado na revista Aplauso.

<sup>47</sup> Informação verbal.

<sup>48</sup> Informação verbal.



Mendonça (2007)<sup>49</sup> também chama a atenção para os fluxos naturais do cenário cultural, cujas oscilações são acompanhadas pelas páginas do Segundo Caderno: “Quando sai o edital da prefeitura têm várias peças estreando, quando chega mais perto do Natal, têm muito disco sendo lançado. Se tu chega [sic] no final do ano também têm muito mais shows acontecendo, se chega no Em Cena, é uma época que tem mais peças também”. Faz-se, então, a ressalva de que as particularidades sazonais podem influenciar uma amostragem de um mês.

A qualidade de uma obra cultural e seu potencial como pauta é uma avaliação em grande parte subjetiva. Na redação isso pode ser determinado em conversas entre repórteres e editores do caderno, e se basear na sensibilidade do jornalista em perceber o que pode interessar seu público. Conforme visto no panorama de teatro em Porto Alegre, entre dança, teatro infantil e adulto houve 59 espetáculos em cartaz durante o mês de abril, sendo 50 destes locais. Nove peças foram mencionadas em notícias no Segundo Caderno – seis nacionais e três locais. Não há um registro de quantos espetáculos estavam estreando neste período, mas pode-se afirmar que se apresentaram 59 possibilidades de pauta para notícias, entrevistas, resenhas e colunas sobre artes cênicas. Portanto, não deve ter ocorrido falta de matéria-prima para produções textuais desta subeditoria. Quanto ao destaque dado aos espetáculos nacionais, Zé Vitor Castiel (2004)<sup>50</sup> comenta: “Eu não acho que exista uma prevenção contra o teatro gaúcho. O que existe é uma supervalorização [...] com relação aos espetáculos que vêm de outros Estados para o [Theatro] São Pedro”. O diretor teatral Ramiro Silveira (2004)<sup>51</sup> complementa: “Muitos nem sabem que existe teatro gaúcho. Pra muita gente, teatro é só o que acontece no Theatro São Pedro”.

O que parece realmente influenciar no tipo de cobertura realizada pelo Segundo Caderno são as mudanças ocorridas nas últimas décadas em suas rotinas produtivas. Mendonça (2007) afirma que, quando começou a trabalhar na redação de Zero Hora, tinha tempo para conhecer as peças montadas na capital, conversar com seus diretores e assistir a ensaios. Certamente esta não é mais uma realidade, o contato mais comum do jornalista com o espetáculo sobre o qual vai escrever é através de um release. O acúmulo de tarefas é uma das razões apontadas para a escassez de tempo. Se antigamente os cargos eram bem delineados e havia uma pessoa especificamente para fazer as entrevistas, outra para

---

<sup>49</sup> Informação verbal.

<sup>50</sup> Declaração feita no debate Caminhos Cruzados, publicado na revista Aplauso.

<sup>51</sup> Declaração feita no debate Caminhos Cruzados, publicado na revista Aplauso. Ramiro Silveira é ator e diretor de teatro e um dos organizadores do festival Porto Alegre em Cena.

copidescar, outra para diagramar, outra para editar, um crítico exclusivo de teatro<sup>52</sup>, outro de literatura e assim por diante, a realidade hoje é que a disputa de mercado obriga os profissionais a se qualificarem e estarem aptos para suprirem sozinhos várias funções.

Os softwares foram melhorando, mas tu foste agregando tarefas. Atualmente tu indexa foto, tu escolhe foto, tu desenha, tu faz coisas impensáveis antigamente. [...] Houve realmente uma reformulação nessa maneira de trabalhar. Eu acho que se tem muito mais agilidade, mas eu acho também que se perdeu um pouco esse contato mais estreito, esse tempo disponível que se tinha com os criadores para se conhecer. (MENDONÇA, 2007)<sup>53</sup>

Se há 15 anos as matérias eram bem maiores, a orientação agora é para que se produza textos mais sucintos, também por pressão da Internet, julga o editor. “As pessoas chegam para mim e dizem ‘no tempo do não sei quem se fazia uma matéria de comentário para cada peça de teatro’. Não tem mais como entende, [...] é preciso compreender que houve transformações, e radicais, na maneira de se fazer jornal.” (MENDONÇA, 2007)<sup>54</sup>. As declarações do editor são corroboradas pela afirmação de Vargas (2004) de que a agilidade e visualidade do texto são hoje elementos indispensáveis devido à velocidade da vida urbana.

Meditsch (2002) diz que a produção jornalística reflete as ideologias dominantes, desigualdades e preconceitos da sociedade na qual está inserido. Tendo Porto Alegre um circuito fechado de teatro, com alguns grupos mais consolidados que acabam aglutinando os apoios e leis de incentivo, é possível que a cobertura de teatro de Zero Hora reproduza esta realidade, dando visibilidade apenas para grupos locais renomados. Neste sentido, o Clube do Assinante ZH trabalha na direção oposta, concedendo apoio principalmente aos grupos profissionais do teatro gaúcho que não têm suas bilheterias garantidas. Rivera (2003) fala que, no jornalismo cultural, é necessário identificar as tendências vigentes, mas é melhor ainda trabalhar uma nova tendência.

Traquina (1999) adverte que a relação freqüente entre o jornalista e as mesmas fontes pode criar uma interdependência ou até uma simpatia, que torne constrangedor contrariá-las ou ignorá-las. Mendonça (2007) afirma que pôde conhecer bem no início de sua carreira os produtores e diretores que estão hoje em atividade em Porto Alegre. Estes são os agentes de

---

<sup>52</sup> Cláudio Heemann trabalhou como crítico teatral no jornal Zero Hora de abril de 1978 até setembro de 1992, produzindo intensamente resenhas, críticas e comentários sobre teatro e dança.

<sup>53</sup> Informação verbal.

<sup>54</sup> Informação verbal.

maior destaque, atualmente, na cena da capital. Porém, certamente, muitos novos diretores e atores surgiram nestes anos. Diante do grande número de releases enviados para a editoria de artes cênicas e para o Segundo Caderno em geral, é necessário que o repórter encare este material como pautas a serem desenvolvidas, conforme afirma Vargas (2004). Ao explorar e analisar os eventos que estão na agenda seria possível ampliar o contexto, tecer relações entre os espetáculos e desenvolver matérias que ultrapassem o *quando, o que e onde*.

Entretanto, o restrito número de textos analíticos e opinativos em algumas subeditorias e as disparidades entre elas parecem ter sido percebidos como problemas dentro da própria redação do Segundo Caderno, já que, nos próximos meses, o suplemento tem a meta de investir mais em críticas e resenhas:

Então, finalmente, vai se tentar equilibrar o espaço dado a comentários nessas áreas todas, porque a gente também identificou isso como uma carência do caderno. [...] A Claudia Laitano, que é a editora de todas as áreas, já colocou isso, e é uma determinação a gente aumentar o espaço opinativo dentro da Zero Hora para tentar equilibrar entre as áreas, a música, o teatro, as artes plásticas, a dança, cinema, literatura e assim por diante. (MENDONÇA, 2007)<sup>55</sup>

O Segundo Caderno reflete precisamente a dificuldade do jornalismo cultural em relação ao conteúdo opinativo apontada por Medina (2001). Se a parte informativa está sendo bem produzida, o campo analítico e crítico carece de atenção. Estas novas diretrizes, se postas de fato em prática, podem alterar substancialmente a estrutura e o perfil do suplemento.

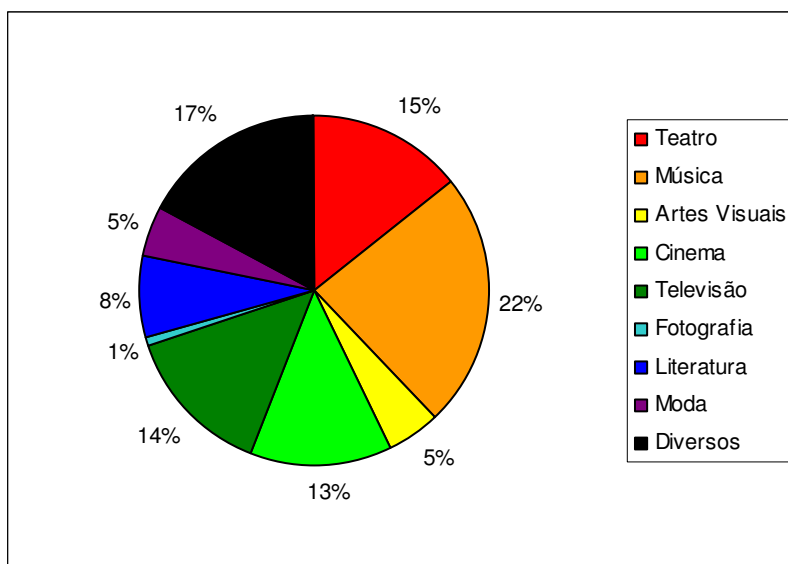
#### 4.6 CONSIDERAÇÕES DO CASO: A COBERTURA DE ARTES CÊNICAS

De acordo com uma pesquisa de Furtado (1994), em 1994 teatro ocupava 6% do Segundo Caderno. Nesta época, o suplemento era publicado com 16 páginas nos dias semanais e com 20 páginas na edição de sábado, o que totalizava 100 páginas a cada semana. Hoje, o Segundo Caderno e o TV+Show juntos apresentam 84 páginas semanais, metade

---

<sup>55</sup> Informação verbal.

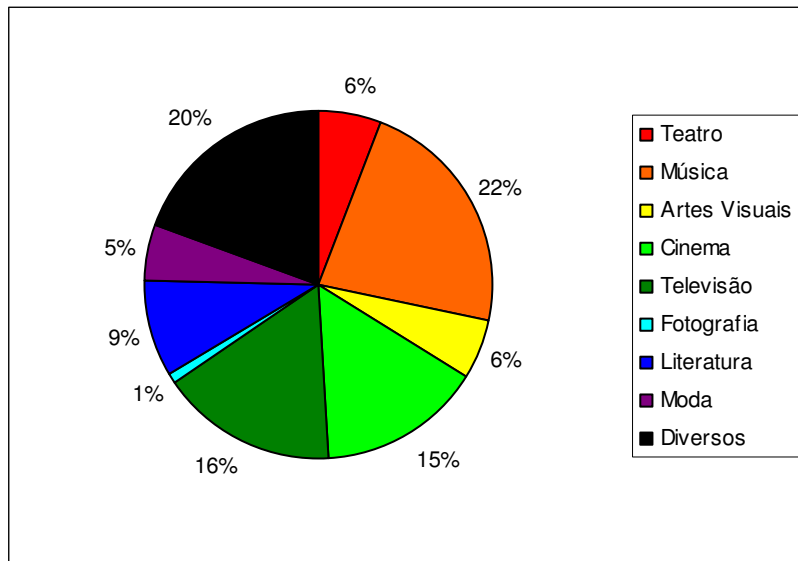
destas ocupadas por astrologia, quadrinhos, roteiros e cruzadinhas. Nas páginas restantes, de conteúdo editorial, o teatro teve uma representação de 15%<sup>56</sup>:



**Gráfico 12 – Total de inserções por subeditoria**

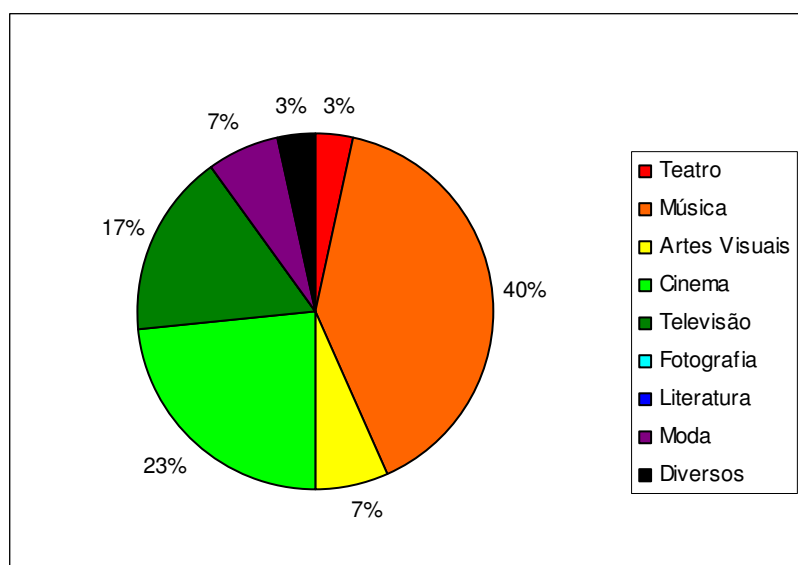
Nota-se que grande parte desta representatividade de artes cênicas deve-se aos anúncios do Clube do Assinante ZH, que acaba fazendo às vezes de notícia para o segmento, na medida em que fornece ao leitor as informações essenciais como o título do espetáculo, as datas e horários das apresentações. Entretanto, se forem desconsiderados os anúncios de apoio cultural do Clube ZH em todas as subeditorias, a parcela do Segundo Caderno dedicada à artes cênicas cai para 6%.

<sup>56</sup> Neste gráfico, foi considerado somente o assunto de cada texto, sem diferenciação de peso entre notas, notícias, entrevistas, reportagens, críticas, colunas e anúncios.



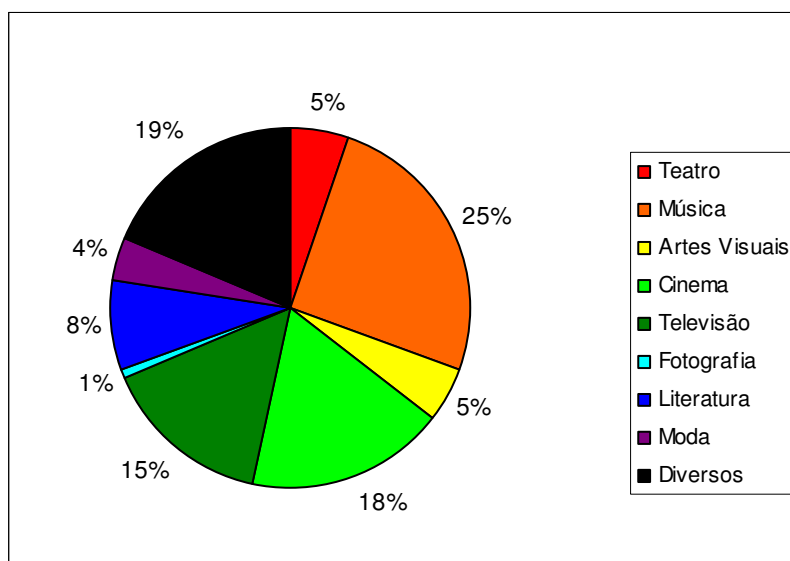
**Gráfico 13 – Total de inserções sem anúncios do Clube ZH**

Tratando-se da página mais valiosa do suplemento, o número de capas de cada segmento cultural durante o mês é uma maneira de inferir quais temáticas predominam no Segundo Caderno e no TV+Show. A subeditoria de música dispara neste quesito, seguida por televisão e cinema. Nas capas também percebe-se a questão da sazonalidade do cenário cultural, identificada por Mendonça. Não é comum a subeditoria de moda receber capa, as incidências de abril se justificam pela ocasião do Donna Fashion Week e não configuram um padrão do caderno.



**Gráfico 14 – Capas em abril de 2007**

Quanto ao tipo de produção textual – informativa ou analítica / opinativa – percebe-se que os assuntos neste caderno cultural são abordados predominantemente de maneira informativa. Os textos crítico-analíticos aparecem pouco no suplemento e se limitam a cinema, música, literatura e teatro, nessa ordem e em escala decrescente. Para se ter uma percepção mais exata da representatividade de cada subeditoria no Segundo Caderno e no TV+Show, fez-se uma análise levando em consideração não apenas o número de referências sobre cada segmento, mas também, o gênero do texto. Baseando-se nos referenciais teóricos trabalhados, e conforme critérios de tamanho e destaque no periódico, definiu-se arbitrariamente peso 4 para reportagens, peso 3 para críticas e resenhas, peso 2 para colunas, peso 1 para notícias, notícias com entrevista e anúncios do Clube ZH, e peso 0,5 para notas. Também foi contado um ponto extra para cada capa que a subeditoria recebeu durante o mês. Apesar de não ser exata, esta classificação aproxima os dados numéricos da realidade percebida na amostra. O resultado do número de incidências de cada subeditoria, diferenciando-se os pesos de cada gênero, é o seguinte<sup>57</sup>:



**Gráfico 15 – Total de inserções por subeditoria considerando gêneros**

<sup>57</sup> Este gráfico contabiliza apenas a parte editorial do caderno, desconsiderando, portanto, os anúncios do Clube do Assinante ZH.

No balanço geral, pode-se afirmar que música, cinema e televisão são as temáticas que predominam no Segundo Caderno e no TV+Show. O espaço dedicado às colunas sociais também é significativo. A subeditoria de artes cênicas fica na sexta posição, empatada com artes visuais.

As opções temáticas e características textuais do Segundo Caderno também são fruto de suas rotinas de produção e dos critérios de construção de notícia. Conforme pontuado por Traquina (1999), as características do veículo e a política editorial da empresa na qual está inserido refletem em sua produção, e no caso de Zero Hora não é diferente. O Grupo RBS é uma empresa como qualquer outra, que tem seus interesses e relações comerciais. Neste caso, além de comunicadora, a organização também é produtora de conteúdo cultural. E enquanto um produto a ser consumido e que visa lucratividade (VARGAS, 2004) é do interesse da empresa que sempre haja espaço nas páginas do Segundo Caderno para os CDs com selo da Orbeat Music, os livros lançados pela RBS Publicações, e as produções de teledramaturgia da RBSTV e da Rede Globo, a qual está afiliada. Em seu estudo acadêmico, Furtado (1994) percebe que, na subeditoria de televisão, o tratamento das informações privilegia a emissora do Grupo RBS, quanto ao espaço destinado e ao teor elogioso das matérias.

Tudo isso corrobora a teoria de que o jornalismo, enquanto produtor de conhecimento, possui vários condicionantes econômicos e sociais que interferem na construção das notícias. Em especial no caso de artes cênicas, estes condicionantes não ficam nenhum pouco claros para o público leitor, conforme salienta Meditsch (2002). Pelo contrário, sendo Zero Hora o único veículo de Porto Alegre com um caderno diário de variedades e cultura, todo o conteúdo apresentado pelo Segundo Caderno representa para o grande público não uma das versões do circuito cultural local, mas o próprio circuito como tal. Pelo contrato de leitura pré-estabelecido, o leitor infere que a credibilidade das matérias e o seu interesse estarão sempre em primeiro plano, mesmo o jornalista não estando imune ao contexto social e à política da empresa onde trabalha.

As mudanças dentro das redações, salientadas por Rodrigues (2001), ocorreram também dentro de Zero Hora, conforme o depoimento de Mendonça. Em uma empresa com fins lucrativos busca-se sempre a maior produtividade possível. Por isso, o número enxuto de páginas com conteúdo editorial nos jornais e de jornalistas nas redações. Por isso, o acúmulo de funções destes profissionais que precisam, em uma empresa multimídia como a RBS, estar aptos para trabalhar com as diferentes linguagem de rádio, Internet e televisão. Um exemplo é

o próprio Renato Mendonça, que acumula as funções de repórter, crítico e editor de música e teatro. A falta de textos analíticos ou opinativos também é fruto destes novos fatos do cotidiano da redação, improváveis anos atrás. Apesar do desenvolvimento tecnológico, as redações carecem de material humano. Não há como substituir o trabalho de campo do repórter: “o melhor é ir lá falar, olhar a expressão das pessoas, ver se estão nervosas, se não estão, se o espetáculo está bem acabado, se não está, e assistir um ensaio antes da entrevista”. (MENDONÇA, 2007)<sup>58</sup>.

Em resposta às questões centrais deste trabalho percebeu-se, pela análise da amostra do Segundo caderno e do TV+Show, que a cobertura de artes cênicas em Zero Hora oferece hoje um recorte parcial e insuficiente do cenário teatral de Porto Alegre. Todos os espetáculos nacionais que vieram para a capital no mês de abril de 2007 mereceram algum texto informativo, enquanto que, dos 50 espetáculos locais, apenas três foram pauta para notícias. Por todas os fatores analisados – aumento da carga de trabalho na redação, concorrências dos vários segmentos culturais, velocidade das rotinas produtivas, influência das estruturas econômicas e sociais, etc – identifica-se nesta amostra do suplemento a inexistência de textos opinativos referentes a artes cênicas e o pouco espaço destinado ao teatro em comparação ao destaque dado aos segmentos de música, cinema e televisão. Ressalta-se, nesta conclusão, as considerações de Bourdieu (BOURDIEU apud GOLIN, 2007) de que a mídia especializada, ao legitimar novas descobertas e consagrar talentos, exerce uma função importante na configuração do sistema cultural em que atua.

---

<sup>58</sup> Informação verbal



## 5. POIS É, VIZINHA... – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, desenvolveu-se uma análise sobre a cobertura de teatro realizada pelo jornal Zero Hora. Partindo de um recorte pontual, abril de 2007, buscou-se identificar as rotinas de produção do suplemento Segundo Caderno, a proporção de espaço ocupada pela subeditoria de artes cênicas em relação às demais, e principalmente, que tipo de recorte esta cobertura está proporcionando do circuito teatral porto-alegrense.

A revisão bibliográfica, realizada no capítulo teórico, foi fundamental para compreender os caminhos e descaminhos do jornalismo cultural, e preparar o olhar crítico e teórico que guiou o estudo da amostra. Ficou claro que a liberdade na linguagem e na diagramação e, principalmente, o conteúdo analítico e crítico dos suplementos de cultura são seu grande diferencial, uma chave para atrair a leitura e cativar o público em uma área invadida pelo jornalismo utilitário, de serviço – vide as páginas e páginas dedicadas a roteiros e horóscopos. Com a multiplicação dos canais de informação, em especial a popularização da Internet, os cadernos de cultura e variedades, assim como os jornais, correm o risco de perder parte de sua exclusividade e credibilidade. Para que procurar um caderno cultural para saber a programação do cinema se já estou em frente ao computador e posso chegar a esta informação com dois cliques? Porém, se quero saber mais sobre o contexto do filme ou ler uma resenha, é mais provável que eu busque este conhecimento no papel, através dos jornalistas, colunistas e críticos que eu conheço e confio.

As entrevistas em profundidade contribuíram muito para a contextualização do suplemento Segundo Caderno e do Clube do Assinante ZH. Através do olhar interno dos entrevistados, pode-se compreender as rotinas de produção e a sistemática destes agentes que interferem fortemente no circuito teatral gaúcho. Esta compreensão foi importante no momento da análise de conteúdo dos 30 exemplares da amostra. Na avaliação quantitativa, considerando o peso dos gêneros textuais, percebeu-se que as subeditorias mais exploradas pelos suplementos são música, cinema e televisão, em ordem decrescente. O teatro só não fica atrás de moda e fotografia. Porém, chamou atenção na amostra quantitativa a relevância dos anúncios de apoio cultural do Clube do Assinante ZH. Ao contabilizá-los em todas as subeditorias, a representatividade de artes cênicas passa para 15% dentro do Segundo

Caderno e do TV+Show. É, possivelmente, a maior visibilidade informativa que o teatro ganha hoje em Zero Hora.

O Clube do Assinante, ao decidir focar-se somente no campo cultural, tornou-se um catalisador de público importante para as produções locais. Diferenciando os espetáculos com maior ou menor sustentabilidade, e garantindo aos últimos mídia gratuita nas páginas do Segundo Caderno, o Clube ZH desempenha o papel de fomentador cultural. Um papel que, *a priori*, é do governo. Divulga as produções sem aportes financeiros de Fumproarte ou LIC e garante um retorno ao jornal Zero Hora pelo fortalecimento do seu cartão de fidelidade, pelo investimento em mídia dos espetáculos e festivais de maior porte (que pagam 50% dos anúncios) e pela valorização da imagem do jornal perante seu público.

Na análise qualitativa dos textos referentes a teatro e dança, também se procurou estabelecer uma relação com as considerações teóricas, especialmente sobre o jornalismo como produtor de conhecimento, a construção da notícia e o jornalismo cultural contemporâneo. Percebeu-se na cobertura de artes cênicas a maior valorização dos grupos vindos de outros Estados ou países. Seja por estarem realizando sua estréia em solo gaúcho, por já virem validados por um sucesso de público e crítica no eixo Rio-São Paulo, ou simplesmente por serem de fora, estes espetáculos quase sempre recebem pelo menos uma notícia com entrevista. Quanto aos espetáculos locais, dos 50 que estiveram em cartaz durante o mês de abril, apenas três mereceram alguma publicação maior que nota no suplemento. Nenhuma coluna de opinião ou reflexão crítica foi encontrada no estudo analítico dos textos. Nas considerações do caso, procurou-se aprofundar a discussão e responder aos objetivos principais estabelecendo paralelos entre as constatações da análise, os autores trabalhados no decorrer da pesquisa e as declarações dos entrevistados.

Faro (2003) diz que, apesar da crise no jornal impresso em geral, o jornalismo cultural brasileiro tem uma produção intensa e um público cativo. O mesmo pode-se afirmar a respeito da produção teatral em Porto Alegre que, mesmo com dificuldades, segue crescendo em número de atores e atrizes, grupos, escolas, espaços, festivais, etc. Diante dessa realidade, percebe-se que a abordagem de artes cênicas no jornalismo cultural ainda é um tema pouco explorado. Parece preocupante, para um jornalista, ver um ator porto-alegrense com décadas de carreira declarar que a mídia local só se importa com o que está em cartaz nos teatros mais

sofisticados da cidade – ou seja, com o que não é local ou regional<sup>59</sup>. Cada produto de imprensa tem seu público-alvo, mas assim como tem a necessidade de se comunicar com este público, ele também tem a obrigação de contribuir com a sua formação e com a ampliação de seu repertório.

Acreditamos ter instigado algumas reflexões acerca do assunto, deixando o caminho aberto para novos trabalhos. A produção teatral em Porto Alegre é particularmente rica, porém, é pouco registrada, refletida e avaliada, sobretudo sob o ponto de vista jornalístico. Em específico, a crítica teatral realizada (ou não) nos periódicos da capital é um assunto que pode ser melhor explorado em pesquisas futuras.

---

<sup>59</sup> Referência às declarações de Deborah Finnochiaro e Ramiro Silveira em debate promovido pela Revista Aplauso (2004).

## REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, LDA, 1991.
- BASSO, Eliane. F. C. **Jornalismo Cultural - Subsídios para uma reflexão**. 2006. Disponível em: <http://www.jsfaro.pro.br/eliane.shtml>.
- BECKER, Howard S. **Arts Worlds**. Berkeley, Los Angeles. London: University of California Press, 1982.
- BENETTI, Marcia. **Jornalismo e perspectivas de enunciação: uma abordagem metodológica**. Intexto, v.14, 2006. p. 04-05. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/intexto>.
- BOURDIEU, Pierre. **As Regras da Arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- CAMINHOS CRUZADOS. **Aplauso – Cultura em revista**. Porto Alegre, 27/07/2004. Disponível em: [http://www.aplauseo.com.br/site/portal/anteriores.asp?campo=16&secao\\_id=30](http://www.aplauseo.com.br/site/portal/anteriores.asp?campo=16&secao_id=30).
- DUARTE, Jorge. **Entrevista em profundidade**. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (orgs.). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005. p. 62-83.
- ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação em jornal diário**. São Paulo: Ática, 1991. 255 p.
- FARO, J. S. **Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural**. Comunicação & Sociedade, v. 28, 2006. p. 143-163.
- FIGUEIREDO, Lisette Fernandes. **A nota jornalística no Jornal do Brasil: estudo do gênero textual e de sua função no jornal**. 2003. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina, 2003.
- FONSECA, Virgínia. P. S. **A atualidade dos gêneros jornalísticos na imprensa brasileira contemporânea**. In: Francisco Menezes Martins. (Org.). A comunicação, o social e o poder. 1ª ed. Porto Alegre: Edipucrs, v. 28, 2003. p. 33-49.

FONSECA Jr., Wilson Corrêa da. **Análise de Conteúdo**. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 280-303.

FURTADO, Nelson. **A Vitrine Cultural: análise do Segundo caderno de Zero Hora**. 1994. 56 f. Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1994.

GADINI, Sérgio Luiz. **A Cultura como Notícia no Jornalismo Brasileiro**. Cadernos da Comunicação. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação Social, Série Estudos, v. 8, 2003.

GADINI, Sérgio Luiz. **Grandes estruturas editoriais dos cadernos culturais. Principais características do jornalismo cultural nos diários brasileiros**. Revista Fronteiras, Estudos Midiáticos, v. 8, nº 2, 2006.

GARCIA, Maria Cecília. **Reflexões sobre a crítica teatral nos jornais – Décio de Almeida Prado e o problema da apreciação da obra artística no jornalismo cultural**. São Paulo: Mackenzie, 2004.

GOLIN, Cida. (coord.) **Jornalismo e representação do sistema artístico-cultural nos anos 80: um estudo do jornal DIÁRIO do Sul (Porto Alegre, 1986-1988)**. Projeto de Pesquisa, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2007.

HEEMANN, Cláudio. **Doze Anos na Primeira Fila**. Porto Alegre: Alcance, 2006.

HERSCOVITZ, Heloisa Golbspan. **Análise de Conteúdo em Jornalismo**. In: LAGO, Cláudia e BENETTI, Márcia. (orgs.) Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. Rio de Janeiro: Vozes, 2007. p. 123-141.

ISSACSSON, Marta. **Platéia Vazia**. 2002.  
Disponível em: <http://nexoxomunica.com/drops/002tea1.html> publicado em 16 /01/2002.

KIETZ, Albert. **Comunicação de Massa – Análise de Conteúdo**. Col. Médium. Rio de Janeiro: Eldorado, 1973.

KINDERMANN, Conceição Aparecida. **A reportagem jornalística no Jornal do Brasil: desvendando as variantes do gênero**. 2003. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, SC, 2003.

LAGE, Nilson. L. **Estrutura da Notícia**. 1a. ed. São Paulo: Ática, v. 1, 1987. 64 p.

LOPES, Ari. **Clube do Assinante ZH**. Porto Alegre, Sede Corporativa RBS, 17 de setembro de 2007. Entrevista concedida à autora.

LOPES, Daniel Rosa. **Crítica de Música no Segundo Caderno de ZH**. 2005. 55 f. Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no Jornalismo Brasileiro**. 2ª. Ed. rev. Petrópolis: Vozes, 1994. 208 p.

MEDINA, Cremilda Celeste de Araújo. **Autoria e renovação cultural**. In: Jornalismo Cultural: Cinco Debates. Florianópolis: FCC, 2001.

MEDINA, Cremilda Celeste de Araújo. **Leitura Crítica**. In: Felipe Lindoso. (Org.). Rumos [do] Jornalismo Cultural. São Paulo-SP: Summus: Itáú Cultural, v. 1, 2007. p. 32-35.

MEDITSCH, Eduardo. **O Jornalismo é uma forma de conhecimento?** – Media & Jornalismo. Florianópolis: UFSC, 2002. p. 9-22.

MENDONÇA, Renato. **Rotinas de produção do Segundo Caderno**. Porto Alegre, jornal Zero Hora, 24 de setembro de 2007. Entrevista concedida à autora.

MORAES, Angélica de. **Sensibilidade Crítica**. In: Felipe Lindoso. (Org.). Rumos [do] Jornalismo Cultural. São Paulo-SP: Summus: Itáú Cultural, v. 1, 2007. p. 92-94.

MOREIRA, Cristina R.; CUNHA, Natacha R.; FROTA, Patrícia T. **Análise de Posicionamento do Clube do Assinante RBS**. 1996. 209 f. Trabalho de Conclusão do Curso de Administração de Empresas, Faculdade de Ciências Políticas e Econômicas, Pontifícia Universidade Católica, Porto Alegre:1996.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto. 2002. 176 p.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. 2ª edição. São Paulo: Brasiliense, 1996.

PARRAT, Sonia Fernández. **El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de clasificación**. Zer. Revista de Estudios de Comunicación, v. 11, 2001. p. 293-310.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação**. Rio de Janeiro: Ed. Codecri, 1978.

REIS, Nicole Isabel dos. **“Dançar Nos Fez Pular o Muro”**. 2005. 187 f. Trabalho de Conclusão do Mestrado em Antropologia Social, Programa de Pós-graduação em Antropologia Social, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: 2005.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social, Métodos e Técnicas**. São Paulo: Atlas S/A., 1989.

RIVERA, Jorge B. **El periodismo cultural**. 3. ed. Buenos Aires: Paidós, 2003.

RODRIGUES, Sérgio. **Tendências contemporâneas do Jornalismo Cultural**. In: DINES, Alberto (org.), *Espaços na mídia: história, cultura e esporte*. Brasília: Banco do Brasil, 2001.

SAMPAIO, Rafael e Carlos Sampaio. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucessos**. Rio de Janeiro: Campus ABR, 1997.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

SILVA, Wilsa Carla Freire da. **Cultura em pauta: um estudo sobre o jornalismo cultural**. 1997. Dissertação de Mestrado em Comunicação, Universidade de São Paulo. São Paulo: 1997.

STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa Bibliográfica**. In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (orgs.). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. p. 51-61.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. Col. Comunicação & Linguagens. Lisboa: Veja Editora, 1999. p. 167-176.

VARGAS, Herom. **Reflexões sobre o jornalismo cultural contemporâneo**. São Bernardo do Campo – SP: Estudos de Jornalismo e Relações Públicas, Ano 2, nº. 4, dezembro de 2004.

VIVALDI, Gonzalo Martin. **Gêneros periodísticos**. Madrid: Paraninfo, 1979.

ZERO HORA (periódico). Porto Alegre. Coleção de 1º a 30 de abril de 2007.

### **Sites**

GRUPO RBS. Disponível em: <http://www.rbs.com.br>. Acesso em: agosto de 2007.

ZERO HORA. Disponível em: <http://www.zerohora.com.br>. Acesso: em outubro de 2007.

PREFEITURA DE PORTO ALEGRE. Secretária da Cultura, Coordenação de Artes Cênicas. Disponível em: <http://www.portoalegre.rs.gov.br/>. Acesso em: setembro de 2007.

## ANEXO A - Entrevista com Renato Mendonça

Entrevista com **Renato Mendonça**, editor de teatro e música do suplemento Segundo Caderno do jornal Zero Hora, realizada pela autora no dia 24 de setembro, às 15h30 na redação do jornal Zero Hora (Av. Ipiranga).

*Nome completo:* Renato Duarte Mendonça

*Idade:* 49 anos

*Formação:* Graduação superior em Jornalismo e Engenharia Civil

*Função:* Editor de teatro e música no Segundo Caderno do jornal Zero Hora

*Tempo de experiência:* entre 1994 e 1996 e depois de 1997 até hoje. Aproximadamente 12 anos.

*DS - Como é estruturada a divisão de trabalho no Segundo Caderno?*

RM - O Segundo Caderno ele é setorizado, até porque, se não fosse, ficaria muito difícil de fazer um caderno com tantas áreas, tão específicas e que exigem conhecimentos tão particulares. Então existe um editor de livros, que é o Carlos André, eu sou o editor de música e de teatro, tem a editoria de cinema, depois tem a parte de roteiro e uma série de repórteres que ficam a disposição dessas áreas de acordo com a necessidade de cada uma delas.

*DS - Quantas pessoas trabalham no Segundo Caderno hoje?*

RM - Trabalham no Segundo Caderno por volta de 20 jornalistas, entre editores e repórteres, e três diagramadoras.

*DS - Existe uma divisão de espaço fixa para cada subeditoria dentro do caderno?*

RM - Não, não, até porque isso varia, entende, tem épocas de maior produtividade em cada setor. Quando sai o edital da prefeitura têm várias peças estreando, quando chega mais perto do Natal, têm muito disco sendo lançado. Se tu chega no final do ano também têm muito mais shows acontecendo, se chega no Em Cena, é uma época que tem mais peças



também. Então isso tudo varia de acordo com o que está em cartaz. Claro que se tu olhar a edição de sexta-feira, que a gente trata como a edição do final de semana, ou seja, uma edição feita para que o leitor se oriente entre todas as atrações que existem no final de semana qual a que ele quer ir, de alguma maneira o cinema tem um espaço bem privilegiado até porque na sexta entram em cartaz muitos filmes. Além disso, Porto Alegre, se não me engano, é a segunda capital do Brasil onde mais se assistem filmes, depois de Brasília, aqui é onde tem o segundo maior público cinéfilo do Brasil. Então, não existe uma definição rígida. Se tiver uma atração excepcional, se tiver uma reportagem muito boa, se houver uma exigência se muda o desenho e se adapta a edição a essas novas demandas. Tem um patrocínio que existe para o cinema que eu acho que é a única coisa rígida, o nome parece que é Primeira Fila, então é um anunciante que comprou um espaço para ter um comentário de cinema ali. Normalmente acaba sendo o anúncio, em cima dele o espaço que foi comprado pelo anunciante e do lado normalmente se tenta colocar cinema também. É a única coisa mais rígida que tem.

*DS - Como são as rotinas produtivas?*

RM - O caminho tradicional é chegar o release, os divulgadores de alguma maneira já sabem quem é quem em cada área, então normalmente eles mandam releases para o roteiro, para os editores de área e para a editora do caderno que é a Angela Ravazollo. Na reunião de sexta-feira, onde se discutem todos os assuntos que vão entrar na pauta da semana seguinte, ou mesmo nas conversas do dia-a-dia, vão sendo estabelecidas as prioridades e vão sendo alocados repórteres ou pessoal para fazer essa ou aquela matéria. É isso.

*DS - A que horas é o fechamento do Segundo Caderno?*

Depende do dia. Em princípio, as edições de segunda, terça, quarta, quinta e sexta fecham às 13h30min do dia anterior. A edição de sábado fecha ao meio-dia de sexta.

*DS - Quais os critérios de noticiabilidade utilizados na seleção das pautas?*

RM - São aqueles que se ensina na faculdade né? Claro que têm alguns fatos que têm uma importância absoluta, como um disco da Madonna ou o Paixão Cortes lançando um livro, fatos que se impõe como a abertura da Feira do Livro ou a Ariane Mnouchkine em Porto Alegre, isso é indiscutível. E existem outros indicadores, por exemplo, uma reportagem boa. Isso a gente sente falta e a gente se esforça para ter mais no caderno, uma reportagem boa.

Então, se identificou uma moda de samba rock em Porto Alegre, aí se tenta fazer capa e central. Harry Potter está lançando livro e é uma febre mundial, tentar analisar isso, também, merece capa e central. O disco dos Beatles Sargent Peppers completa 40 anos, um disco que mudou a história do rock e da música pop, se faz até um caderno sobre isso. Mas a gente tenta, há um esforço, a gente reconhece que há muito o que fazer ainda, a gente reconhece que deveria ter mais, mas existe um esforço para, quando tem uma reportagem, investir nela porque o público sempre gosta de reportagem. Existem outras matérias que se impõe pelo que o público gosta de ler, coisas mais amenas, as chamadas variedades, sempre tem porque o Segundo Caderno não pode esquecer disto também. Existem matérias também que são pela proximidade jornalística, tem coisas que estão acontecendo perto de nós ou no interior, não precisa ser necessariamente Porto Alegre. É até bom que não seja Porto Alegre porque a Zero Hora é um jornal de todo o Rio Grande do Sul e Santa Catarina, não é só de Porto Alegre, mas coisas que acontecem aqui, histórias interessantes, próximas de nós. Eu fiz uma que foi capa sobre um grupo de Cachoeirinha que estava fazendo uma oficina de circo e viajou para a França para trabalhar lá e, agora, os franceses estão vindo para cá. Isso ganhou capa no Segundo Caderno, por ser uma notícia boa, uma notícia de conquista e também pela proximidade jornalística.

*DS - Um dos valores do Grupo RBS é localismo. Partindo desta premissa, como se dá o equilíbrio de espaço entre as produções locais e nacionais?*

RM - Sim, isso é uma orientação geral. Tem até umas referências a isso no desenho no novo logo da RBS. No jornalismo é muito difícil tu dizer: “hoje nós vamos reservar tal espaço para alguma coisa local”. Mas existe esta orientação, existe esta preocupação então, sempre que aparece, está todo mundo com isso na cabeça. Então se aparece um grupo Tholl de Pelotas, este tipo de coisa a gente dá atenção, a gente está sempre atrás disso, quanto mais melhor.

*DS - Depois que uma pauta foi selecionada para entrar no Segundo Caderno, como se dá normalmente o contato com as fontes?*

RM - Uma das maiores pragas que existe é a entrevista por telefone. Eu até comento que um dos grandes medos que eu tenho é um dia começar a entrevistar alguém que eu não conheço e não ser aquela pessoa [risos]. A pessoa começar a brincar comigo e ser alguém do *Pânico* e continuar conversando e eu sair com uma matéria completamente errada sem ter

acertado na fonte. Bom, qual tem que ser o procedimento? Se tu não conhece a pessoa o ideal seria ir pessoalmente. Como eu inclusive conseguia fazer quando eu comecei a trabalhar na Zero Hora, quando tinha peça eu ia lá, conversava com o diretor no local de ensaio e, se possível, assistia a um ensaio, quando dava. Mas eu sempre falava pessoalmente. Só que o tempo foi diminuindo cada vez mais, isso aí todo o mundo sabe, devido a essas reorganizações dentro das redações cada jornalista foi recebendo mais tarefas. Os softwares foram melhorando, mas tu foste agregando tarefas. Atualmente tu indexa foto, tu escolhe foto, tu desenha, tu faz coisas impensáveis antigamente. Antigamente, havia um cara que fazia só crítica de teatro, outro saía, fazia a entrevista, voltava, entregava o material, uma outra pessoa copydeskava, uma outra pessoa editava, uma outra diagramava e atualmente a coisa não é mais assim. Houve realmente uma reformulação nessa maneira de trabalhar. Eu acho que se tem muito mais agilidade, mas eu acho também que se perdeu um pouco esse contato mais estreito, esse tempo disponível que se tinha com os criadores para se conhecer. Por sorte, no início eu ainda dispus desse tempo e eu conheci pessoalmente, convivi, conversei e, claro, assisti peças da grande maioria dos criadores que estão atualmente trabalhando aqui em Porto Alegre.

Bom, isso era antigamente, hoje em dia já é bem mais difícil. Normalmente, o que acaba acontecendo algumas vezes, quando eu não posso ir, ou quando eu não tenho um repórter para ir, é que eu acabo apelando para o telefone. Mas, eu só falo no telefone com uma pessoa que eu já conheço, porque daí eu tenho intimidade com a pessoa, eu sei com quem que eu estou falando e eu demoro o tempo que precisar no telefone. Eu tento minimizar ao máximo os malefícios que eu sei que são inerentes a tu fazer uma entrevista por telefone. Volto a dizer, o melhor é ir lá falar, olhar a expressão das pessoas, ver se estão nervosas, se não estão, se o espetáculo está bem acabado, se não está, e assistir um ensaio antes da entrevista até para ter mais material, mais subsídio para questionar o teu entrevistado. Mas claro que, às vezes, isso não é possível.

*DS - Qual a influência das assessorias de imprensa?*

RM - Bem, eu vou tentar te passar uma coisa que eu acho que pouca gente tem, que são 11 anos de experiência. Quando eu entrei aqui o jornal era diferente, os artistas eram diferentes e os divulgadores também eram diferentes. Naquela época, havia poucas empresas de divulgação, então era muito comum as fotos virem péssimas, chegavam a vir coisas manuscritas. Com o passar do tempo, inclusive por uma exigência da Zero Hora, não só por

causa do jornal, mas no esforço da Zero Hora de se profissionalizar, ela também fez pressão para os divulgadores se profissionalizarem. Isso significa aquele desgaste diuturno, por exemplo, chega o material e tu vê, tem que ter telefone de contato, tem que ter celular, tem que ter o nome de quem está na legenda da foto, tem que ter o nome do fotógrafo, tem que dizer se tem desconto ou se não tem desconto, isso tudo dentro de um esforço do jornal de se profissionalizar. Eu acho que nesse tempo aumentou também a competição fora do jornal e houve uma profissionalização dos divulgadores também.

Eu não acho que seja ruim o esquema do divulgador. É claro que é inevitável que tu acabe te aproximando. Como é que eu vou explicar, é como uma relação de marido e mulher, entende [risos]. Se a cada duas semanas um divulgador vem aqui pedir alguma coisa e não consegue, fica insistindo, enfim, tu acaba estabelecendo uma relação de amizade? Acaba. Mas, às vezes, tu também acaba tendo atritos com as pessoas. Eu acho que é uma convivência natural, a única ressalva que eu faço é que tu tem que tratar tudo isso de maneira profissional. Não adianta estabelecer preceitos subjetivos para uma coisa entrar no jornal, porque daí tu está ralado. Além de não ser ético, de não ser justo com os artistas e com o próprio leitor, aquilo te desgasta como jornalista. Então, o esforço que o Segundo Caderno faz, sabendo que sempre vai desagradar alguém, é tentar fazer as coisas de maneira clara. Não entrou, não deu para fazer matéria agora, não deu, não tem espaço. O jornal é um espaço incompressível, chega um momento que não cabe mais. E é assim que a coisa funciona.

Mas eu acho que quanto melhor vier o material, melhor para todo o mundo. E isso depende de cada divulgador, faz parte do trabalho dele saber até que ponto ele pode pressionar, e a partir de que ponto ele fica chato e inclusive cria um mal estar, isso é do próprio divulgador, ele tem que saber, tem que conhecer. Uma das coisas que me causa estresse é, por exemplo, um divulgador ligar para a Zero Hora e perguntar “quem é que faz a cobertura de teatro?”, ou “quem é que faz a cobertura de música?”. Quer dizer, ele é divulgador, mas ele está abordando a Zero Hora, que é o maior jornal da região Sul, e ele não sabe quem é quem na área. Pensa bem, tu acha que esse cara é um bom divulgador? Não, não é. A primeira coisa era ele falar com outro divulgador, com outra pessoa. Se ele não sabe, se ele não lê o jornal, ele deveria se informar. Outra coisa que eu vejo, existem divulgadores que claramente não lêem o jornal. Claro que o que eu estou dizendo são exceções né, mas é para exemplificar o seguinte: é o teu trabalho, então tu tem que ler todos os jornais, tu tem que ver como são os espaços, fazer a taxação, olhar quem é que está fazendo comentário, quem é que está escrevendo matérias. Isso também é uma exigência que se faz aos divulgadores.

*DS - Quais os tipos de textos mais produzidos: notas, notícias com entrevista, críticas?*

RM - Quando eu entrei na Zero Hora os textos eram bem maiores. A orientação agora e até a pressão da Internet está fazendo a imprensa diminuir os textos. As pessoas chegam para mim e dizem “no tempo do não sei quem se fazia uma matéria de comentário para cada peça de teatro”. Não tem mais como entende, não tem mais como porque a imprensa mudou é só tu comparar como era naquela época. É preciso compreender que houve transformações, e radicais, na maneira de se fazer jornal.

Bem, fazer uma nota de seis centímetros é diferente de fazer um texto de 30 ou 20 centímetros. As notas são muito usadas no Segundo Caderno. Mas se uma matéria não tem fonte é porque foi feita por release, isso é até meio constrangedor, é complicado fazer matéria por release. Se a matéria não tem fonte, tem alguma coisa errada. Claro que, às vezes, nem se cita por uma questão de espaço mas, normalmente, tu tem que ter uma fonte na matéria né. Tu tem que confiar na tua averiguação. Até falar em averiguação na área de cultura parece meio forte, mas tu tem que saber direito que tipo de espetáculo é aquele ali, até porque existem releases que tu lê e não sabe do que se trata, se é para criança, se não é, entende. São exceções.

*DS - Já que tu és editor das duas áreas, vou te perguntar por que são publicadas bem mais críticas de música do que de teatro? Existe mais público para as críticas musicais?*

RM - Bem, o jornal não deve se basear tão somente pelo que tem mais público, senão não saia nada de dança. Um dos elementos para determinar o que vai no jornal é a responsabilidade social. O jornal tem uma responsabilidade social e a parte de cultura também tem com a comunidade cultural e com o público. Então, é um compromisso quando saí um espetáculo a gente apresentar o espetáculo. Até porque aquilo serve de registro para o espetáculo, aquilo é importante para o próprio espetáculo, é aquilo que fica né. Na verdade, é complicado tu comparar música e teatro. Por exemplo, eu tenho um repórter de música e eu não tenho um repórter de teatro. Fora isso, muitos dos espetáculos que estão em cartaz, especialmente no teatro gaúcho, eles se repetem. Eles entram em cartaz algum tempo e depois eles voltam a cartaz. Então fica meio estranho ficar dando notícia ou comentando o mesmo espetáculo. Já na música, normalmente os espetáculos de música são feitos em função de um novo disco. Então, isso talvez de alguma maneira favoreça a música. Mas eu acho que

existem muitas coisas em jogo, o fato de ter um repórter também para comentar e mais gente se dispõem a ajudar na parte de música, está mais próxima à área da música.

O que eu posso dizer é que o Segundo Caderno vai entrar nas próximas semanas numa nova fase em que vai ser privilegiada a parte opinativa. Então, finalmente, vai se tentar equilibrar o espaço dado a comentários nessas áreas todas, porque a gente também identificou isso como uma carência do caderno. É que o segundo semestre é muito malvado para nós, é o Festival de Cinema de Gramado, a Feira do Livro, a Bienal [do Mercosul], o [Porto Alegre] Em Cena, o Porto Alegre Em Dança... Então, o segundo semestre ele é complicado para se implementar mudanças, mas isso já está programado. A Claudia Laitano, que é a editora de todas as áreas, já colocou isso e é uma determinação, a gente aumentar o espaço opinativo dentro da Zero Hora para tentar equilibrar entre as áreas, a música, o teatro, as artes plásticas, a dança, cinema, literatura e assim por diante.

*DS - Enquanto maior jornal do Estado, e maior vitrine da cultura em Porto Alegre, a Zero Hora pode determinar um menor ou maior público para um espetáculo. Qual a relação do Segundo Caderno com o circuito local de teatro?*

RM - Eu tento não estabelecer uma relação paternalista com quem faz teatro. Até porque eu sou músico também e já estive na porta de uma redação para entregar algum material. Então não existe isso de paternalismo. Agora, eu acho que o artista deve lutar, deve ligar e deve discutir com o jornalista para ter um espaço adequado ao que ele merece. Mas se eu ganhar um real para cada vez que alguém vem me pedir para dar uma força, o jornal não foi feito para “dar força” entende. O jornal é um veículo, é um negócio, ele tem um compromisso com o leitor, tem um compromisso social, mas ele é um negócio, precisa ser gerenciado. Tu não pode se prender a prestar favor ou simplesmente a ajudar. Se for uma boa matéria, se estiver fazendo um trabalho bom, interessante, se o próprio artista, se o próprio divulgador for inteligente e perspicaz o suficiente para encontrar um gancho jornalístico, destacar para o jornalista algum viés ou característica importante do trabalho dele, ele vai ter espaço. Eu seria feliz o dia em que ninguém me dissesse esta frase “me dá uma força”. Porque ela de alguma maneira inclusive humilha quem pede. E não estamos aqui para humilhar ninguém, nem eles a nós e nem nós a eles.

*DS - A Internet pode ser um meio de complementar o espaço finito do jornal?*

RM - O bom da Internet é que praticamente é uma coisa que não tem tamanho, ao contrário do jornal, mas é um mundo ainda muito novo para nós. Agora nós estamos instalando aqui na redação as bancadas da Zero Hora on-line, então, ainda é uma experiência nova, e está se tentando ver como o on-line e o off-line conseguem se apoiar. Está progredindo ainda isso, não se sabe, é uma coisa muito nova. Mas eu acho que sim, aqui no jornal já tem vários colunistas, eu mesmo tenho um site pessoal e os comentários que eu não consigo colocar na Zero por falta de espaço eu coloco no site. Então eu acho que é uma alternativa sim. Agora, para mim, esta oposição entre Internet e impresso não existe. Na Internet, eu leio a notícia, no mesmo instante, e no jornal eu quero aprofundar, eu quero refletir sobre aquilo ali. Então eu quero ler fonte, eu quero ler a opinião de quem está escrevendo e eu quero ter uma coisa graficamente bonita para eu olhar. Então são coisas diferentes, eu acho que elas não se excluem.

É essa é uma outra preocupação que a gente tem, fazer páginas graficamente bonitas. Sempre perguntam sobre a parte editorial, mas existe uma preocupação estética também. Este também é um critério, uma matéria que te dá possibilidade de fazer uma diagramação interessante para o leitor, ela também ganha pontos conosco no Segundo Caderno.

*DS - Qual a relação do Clube do Assinante com a editoria?*

RM - A única relação mesmo é o espaço em que são publicados os anúncios [de apoio cultural] nas páginas do Segundo Caderno. Mas eu quando desenho a página, tem ali o tamanho né, duas colunas por 8 cm, eu nem olho, não sei qual é o anúncio que vai entrar ali naquela página. As pessoas às vezes acham que o clube trabalha junto com o Segundo Caderno, e não, inclusive fica em outro prédio, não há nenhuma troca de informação, de conteúdo. Quando isso acontece é porque alguma coisa deu errada. Isso é o nosso maior desespero, de repente chegar sexta-feira e ter que correr atrás de alguma informação que foi passada ao Clube do Assinante. Isso é ruim, e a pessoa normalmente é alguém que não sabe como funciona o jornal, um divulgador que não sabe como funciona. Então, isso é mau sinal.

*DS - Como é feita a avaliação do trabalho? Existe um retorno dos leitores, alguma pesquisa?*

RM - Eu gostaria de ter mais retorno dos leitores. Uma época a gente até estava colocando o e-mail embaixo das matérias, quando dá a gente coloca, mas o retorno ainda é pouco. Eu preferiria ter mais. Alguns cadernos da Zero Hora já tiveram em algum tempo um

Conselho do Leitor. Então, se não me engano, são assinantes da Zero Hora que se dispõem voluntariamente a compor um conselho de cinco ou seis leitores, eu acho. E eles discutem abertamente com o editor da área e colocam sugestões, colocam as reclamações de viva voz, falam esse tipo de coisa. Mas eu gostaria de ter mais retorno sim. Agora, fico na dúvida, porque se tivesse mais retorno seriam mais e-mails aí que eu não ia conseguir trabalhar [risos].



## ANEXO B - Entrevista com Ari Lopes

Entrevista com o Coordenador do Clube do Assinante **Ari Lopes**, realizada no dia 17 de setembro, às 17h na sede corporativa da RBS (Érico Veríssimo, 400).

*Nome Completo:* Ari Lopes

*Idade:* 37 anos

*Formação:* Jornalista pós-graduado em Marketing.

*Função:* Coordenador do Clube do Assinante Zero Hora.

*Tempo de experiência:* 15 anos em Zero Hora.

*DS - Quando foi criado o Clube do Assinante ZH?*

AL - O Clube está completando 19 anos na próxima quarta, dia 19 [de setembro].

*DS - Como surgiu a idéia do Clube do Assinante ZH?*

AL - O Clube do Assinante da Zero Hora é o quarto clube do assinante implantado no Brasil, depois da Folha de São Paulo, do Estadão e do jornal O Globo. Quando eu entrei, o outro coordenador que estava aqui me contou que a história de clube do assinante não é uma história brasileira, teria nascido num jornal chileno chamado *El Mercurio* e a Folha de São Paulo foi lá e trouxe essa idéia para o Brasil. Eu posso dizer sem modéstia que hoje nós somos o Clube mais bem estruturado do país, muito melhor que a Folha, que o Globo, os jornais que foram pioneiros na idéia do clube do assinante. A gente recebe jornais da Argentina, do Uruguai, de vários países da América Latina que vêm levar todo o nosso material, conhecer todo o nosso funcionamento, porque nós somos hoje o único jornal que trabalha só focado na cultura e no laser e somos o único jornal que cobra cartão. Então, para ti cobrar um cartão, uma vez que o assinante tem a opção de comprá-lo ou não, é preciso oferecer uma gama muito grande, muito expressiva de vantagens, senão o assinante não vai querer comprar.

*DS - E por que o Clube do Assinante de Zero Hora se destaca?*

AL - Hoje, na Zero Hora, o Clube do Assinante é tão forte em relação aos outros jornais do mundo por vários motivos. Primeiro, porque a RBS acredita na idéia do Clube do Assinante, ela investe. Nós somos um dos poucos jornais que tem um departamento Clube do Assinante com pessoas que trabalham exclusivamente para o clube. Por exemplo, na Folha, no Correio Brasiliense, e até nos outros jornais do Grupo RBS, quem faz o clube também faz marketing, vende assinatura, ou faz o marketing de jornal ou o próprio call center, eles não estão trabalhando exclusivamente como nós. Nós estamos dia e noite respirando eventos, específicos e somente para o Clube do Assinante. Então este é um dos motivos, tendo mais tempo a gente pode trabalhar melhor em busca de mais vantagens para o assinante. A RBS acredita bastante na idéia, isso é uma coisa bem legal aqui dentro do clube.

Outro diferencial é que nós focamos bem nos eventos, eu acho que um dos fatores primordiais para o clube do assinante foi tirar aquelas empresas associadas que existiam no início. Segmentos como hotel, motel, farmácia, restaurante, pizzaria, confeitaria, era uma gama assim de mais de mil empresas associadas. Uma série de serviços. Hoje isso não existe mais, só eventos.

E o clube é tão estruturado e oferece uma gama tão grande de eventos porque a cidade de Porto Alegre é uma cidade com um fomento cultural muito grande. Então, por semana, a gente oferece cerca de 30 a 40 eventos com desconto. Para uma população de 1,421 milhão segundo o último censo. São Paulo que tem mais de 15 milhões de habitantes tem 200 eventos por semana. Então, proporcional ao número de habitantes, a gente tem muito mais cultura. A RBS acredita no clube e investe, a cidade tem bastante eventos, nós estamos integralmente e exclusivamente no clube. Foram esses motivos que fizeram com que o clube crescesse e se tornasse hoje o único que vende cartão no mundo.

*DS - Por que estas empresas e serviços não têm mais convênio com o clube?*

AL - Porque não tinha o retorno que a gente esperava, o assinante não usava o cartão como a gente queria que ele usasse. Talvez em função de uma série de promoções que entravam em choque com as promoções do cartão, não era vantagem para o assinante. Por exemplo, tinha numa loja [desconto de] 20% para o assinante, só que chegava nessas promoções especiais de verão a loja dava 50% de desconto, por exemplo. Aí o assinante chegava lá e eles não queriam dar além dos 50% mais 20%, diziam que os 20% já estavam embutidos. E isso acabava matando e baixando o uso do cartão. Já no teatro o clube é legal,

porque quando você chega nas bilheteiras as gurias chegam a perguntar: tem Clube do Assinante? Então, os bilheteiros são muito parceiros nossos, os teatros são muito parceiros, eles oferecem o cartão do clube, e com isso eles estão me ajudando para caramba.

Então, descontos em empresas hoje nós não temos, isso é coisa do passado, já teve muito. Só a rede Panvel que continua a oferecer, mas porque eles acharam que tinham muito retorno e quiseram continuar. Esses dias até me surpreendi, cheguei na Farmais, pedi o preço de um remédio e daí perguntei: “tem algum desconto?”. E a moça falou “tem, do cartão Zero Hora”. A gente não tem convênio nem nada com eles e eles tão dando desconto! As pessoas gostam, sabem que têm retorno e acabam oferecendo né? Foi muito engraçado.

*DS - Qual o número de titulares do cartão hoje?*

AL - Hoje nós temos em torno de 50 mil sócios do clube, ou seja, donos do cartão, pessoas que ligaram para cá e compraram. E a Zero Hora tem em torno de 210 mil assinantes.

*DS - Quem pode ter o cartão do Clube do Assinante?*

AL - Bom, para ser sócio do clube tem que ter assinatura na Zero Hora, não é possível ter um cartão sem ter assinatura. “Ah não tenho, mas assinatura gostaria de comprar o cartão”, não, não é vendido cartão para quem não é assinante. A condição é que ele tenha a assinatura. E hoje a taxa de anuidade é 10 reais, ele liga para o call center e tem um prazo de sete dias, às vezes demora um pouquinho mais, uns 10 dias, mas normalmente em sete dias o cartão está chegando pelo Correio. Tanto dele quanto de um dependente. Ele pode optar para que no ano que vem o cartão vá automaticamente. Então no próximo ano ele não precisa pedir, o cartão vai ser debitado automaticamente. Esse pagamento pode ser débito em conta, pode ser cartão de crédito ou pode ser em doc. O assinante que escolhe, pode pagar junto com a sua assinatura também.

*DS - Há algum caso em que o cartão vá junto com a assinatura ou ele é sempre vendido separadamente?*

AL - Não. Há alguns casos em que até pode acontecer, se o assinante é muito antigo e o call center quer fazer uma ação promocional. Ou pode ser que uma empresa queira fazer várias assinaturas e queira os cartões de graça e isso pode ser até negociado. Mas, no geral, o cartão é pago, com validade de um ano. Aí tu pode pedir a renovação automática para o próximo ano.

*DS - Com uma assinatura eu posso solicitar mais de um cartão do clube?*

AL - Sim. Em uma assinatura o titular pode solicitar o cartão para si, para o esposo ou esposa e para filhos de 13 a 25 anos. A gente limitou as idades porque acha que a maturidade, a responsabilidade e a consciência de uma criança para usar um cartão próprio começam a partir dos 13 anos. A partir dessa idade ela já começa a ter o gosto de ter os seus cartões. E até os 25 anos, porque é até essa idade que, em geral, os jovens gaúchos moram com os pais. A partir dos 26 a maioria já tem seu apartamento, sua casa, casou, já ganhou sua independência, então tem condições de ter uma assinatura. Se eu permitir que ele tenha cartão como dependente ele não vai fazer a assinatura dele. Então, é como se eu incentivasse ele a ter uma assinatura e, conseqüentemente, comprar o cartão também. Com isso, limitando a idade, a gente está ajudando o call center a vender assinaturas.

*DS - Como funciona o sistema de apoio cultural do Clube do Assinante?*

AL - Bom o objetivo do Clube do Assinante é servir de instrumento de fidelização, para renovação, para retenção, ou seja, para vender mais assinaturas, para nós impedirmos que o assinante cancele a assinatura. Na hora que ele liga para cá querendo cancelar eu vou usar como argumento “mas o clube do assinante oferece vários eventos culturais, o senhor pode inclusive estar ganhando a sua assinatura de graça”. Se ele usar em eventos como Ivete Sangalo, que tinha 50% [de desconto], Disney no Gelo, e outros tantos que a gente oferece 50% o cara pode superar o valor da assinatura só em descontos. Então ele serve como um argumento de vendas. Retenção e argumento de vendas. Ele é na verdade um instrumento de fidelização para que o assinante se mantenha e para que nós possamos trazer novos assinantes.

Os benefícios hoje oferecidos são os descontos em teatro, música, dança, eventos culturais, desfiles, eventos esportivos, laser em geral, ou segmentos que tenham o perfil econômico e social do assinante; e as pré-estréias de filmes, esporadicamente, até tem pré-estréia de teatro. Todos os eventos são analisados para ver se têm o estilo, a cara do nosso assinante. As pré-estréias são sessões fechadas para convidados e assinantes do jornal.

*DS - Como são organizadas as pré-estréias?*

AL - Então, além dos descontos em teatro, dança, música, temos uma outra parte do Clube do Assinante que são as pré-estréias. Tem uma pessoa que trabalha exclusivamente para as pré-estréias. Ela trabalha toda a produção, desde o planejamento, até fazer o convite

por telefone, elaborar o convite em papel, brindes, a parte de repercussão, a negociação com a distribuidora, com as empresas de recreação. Tem uma pessoa responsável para fazer todo esse marketing promocional. Normalmente, a pré-estréia é na quarta ou na quinta, esporadicamente na terça-feira. Por ser pré-estréia ela tem que acontecer antes do filme estreiar comercialmente na sexta, para todo o mundo.

*DS - E quem são os convidados destas pré-estréias?*

AL - Uns dois, três dias antes da sessão a Laura [funcionária do Clube responsável pelas pré-estréias] começa a ligar para os assinantes, convidando eles. E eu tenho um mailing de pessoal ligado a teatro, dança, música, que eu disparo também. Uns 20% dos convidados é do mailing, 80% é assinante. O critério para esse mailing é o pessoal ligado à cultura em geral: são atores, produtores, diretores, as pessoas ligadas aos eventos da cidade. E o critério para os assinantes é quem adquiriu o cartão no último mês. Porque a pessoa acabou de gastar 10 reais com o cartão, e já uma semana ou duas depois a gente liga para ele convidando para uma pré-estréia. Ou seja, ele gastou 10 reais e já está ganhando 20, ele vai pensar: “pô, esse clube é bacana, acabei de ser ressarcido e até com lucro”. E ele vai poder usar em todos os eventos durante todo um ano, ele vai ter muita vantagem. Aí no ano que vem ele, bem satisfeito com o cartão pelas vantagens que está recebendo, renova a assinatura e conseqüentemente compra o cartão. Ele não vai querer ficar fora, porque o cartão já está pagando a assinatura dele. Então esse é o critério. Mas a gente pode convidar às vezes assinantes mais antigos, ou que estão com problemas, também é um critério que a gente usa muito para fazer o convite para a pré-estréia.

*DS - O interesse pela parceria vem das empresas e grupos ou vocês vão atrás?*

AL - No início, nós só procurávamos. Aí o fluxo foi crescendo e, hoje, a maioria procura o clube. Mas há muitos casos em que eu tenho que ligar ainda para oferecer. Têm eventos de produtoras bem conhecidas que já fecharam parceria comigo e vai rolar automático, mas têm uns que tão chegando e não tão vindo nem pela Opus, nem pela Opinião, nem pela Hits, por ninguém e então eles procuram ou, às vezes, eu sei que estão em cartaz e eu vou atrás para negociar. Há vários casos em que eu vou atrás. Cinema, eu estou todo o mês pegando a programação para ver quais filmes que vão estreiar e aí eu entro em contato. Às vezes, eu estou entrando em contato e eles já estão mandando proposta por e-mail. Então há

uma parceria muito bacana, hoje meio que se confunde, mas eu posso dizer que, na maior parte dos casos, eles nos procuram. Digamos que 80% eles procuram e 20% eu vou atrás.

*DS - E como funcionam as parcerias com os eventos de teatro, música, dança, etc?*

AL - Bom, os percentuais de desconto variam de 20% a 50% para os anúncios gratuitos. E de 10% a 50% para os pagos. Os anúncios gratuitos são o apoio dado a eventos gaúchos que não se viabilizavam comercialmente se a gente não apoiasse. São eventos pequenos, com pouca bilheteria, trabalham com muito esforço e não teriam dinheiro para pagar os anúncios, porque eles não são baratos. Em função do retorno que dá, ele [o anúncio] é barato, mas em função da bilheteria, do pouco valor que o teatro tem para investir em mídia, não é barato. Nós oferecemos para os gaúchos que não se viabilizam comercialmente gratuitamente um tamanho de anúncio padrão, que é de duas colunas por 8.3 cm. E para os gaúchos que já se viabilizam comercialmente, que já têm dinheiro, que já têm uma boa bilheteria, como por exemplo *Tangos e Tragédias*, a gente dá 50% de desconto nos anúncios. Não tem porque a gente dar um anúncio para o *Tangos e Tragédias* se eles saem com uma bilheteria gorda, farta e estão superbem. E alguns outros também como os festivais Porto Alegre Em Cena, Mostra de Teatro, Porto Verão Alegre e outros espetáculos que são bacanas, que lotam. Estes espetáculos pagam a metade.

Então o desconto funciona normalmente, o cara tem o cartão, chega na bilheteria do teatro, apresenta o cartão e ganha o desconto de 20, 10%, normalmente para titular e acompanhante. Todos os anúncios que nós damos a gente exige que [o desconto] seja para titular e acompanhante. Porque eu estou dando, eu posso exigir. Agora, para os que estão pagando, a Opus às vezes vai ter 50% [de desconto] somente para o titular, ou 20% somente para o titular, porque eles estão pagando toda a mídia, e no caso da Opus eles têm um desconto de 30, 35%, um desconto baixo, eles vão deixar na Zero Hora 100, 50 mil de mídia. Ou seja, eles estão pagando mídia e estão dando desconto para o Clube, então, eu não posso exigir que eles dêem desconto para titular e acompanhante, eu acabo negociando com o que eles me oferecem. E como são espetáculos muito caros, de 150, 200 [reais], se tu por 10% em um ingresso de 200 reais isso te dá 20 reais, dá mais às vezes que um espetáculo gaúcho que esteja dando 50%, mas que cobra o ingresso de 12 reais e então vai te dar seis reais. Nesse caso, 10% é maior que 50%. E eles têm um retorno bacana também porque além dos 30% de desconto nos anúncios eles [a Opus] não pagam a cor também, que é 30% a mais no preço do anúncio. Então o planejamento de mídia de um espetáculo pequeno, por exemplo, que tenha

20 mil, eles acabam pagando 8 mil. Então eles ganham no total de tudo 60%. É negócio para eles também.

*DS - Quais os critérios de seleção dos espetáculos que serão apoiados?*

AL - Há alguns critérios, mas nós também pegamos carona nos editais dos teatros. Um dos critérios é apoiar espetáculos que estejam em teatros da Prefeitura, teatros do Estado, ou casas reconhecidas, casas tradicionais por receberem eventos. Porque com isso eu estou valorizando o teatro profissional. Daqui a pouco, o teatrinho da escola tal quer apoio do clube, e eu estaria tirando espaço dos profissionais, dando espaço para um amador, tudo que é escola pedindo, com um teatro lá sem estrutura, sem qualidade, sem nada. Então eu ganho uma carona nos editais, se eles já selecionaram não sou eu quem tem que dizer se o espetáculo é bom ou não. Eu tenho que oferecer uma gama de eventos e de opções para o meu assinante. Ele que vai escolher se ele gosta de drama, de comédia, se ele gosta de policial. Se a peça é ruim ou boa não interessa, se ela está no Theatro São Pedro e for uma porcaria, ele vai ter que procurar informação nos sites, na própria Zero Hora, nas matérias, ele vai se interessar pelo evento, não sou eu quem vai dizer. Têm espetáculos que eu acho ruim e têm um super público e super uso de cartão. Eu não faço essa avaliação, eu avalio se está num teatro adequado, com camarim, com cadeiras. Embora os teatros da prefeitura aqui de Porto Alegre sejam bem deficitários, não tem uma estrutura adequada para receber. Com exceção do Theatro São Pedro, agora do Bourbon Country, do Sesi, os outros deixam bastante a desejar. Mas se faz cultura, se faz coisas bem boas aqui na cidade, então, isso conta bastante.

*DS - E como é feita essa avaliação de quais espetáculos receberão apoio integral e quais já estão bem consolidados?*

AL - Pelas bilheterias anteriores. Por exemplo, no início o Porto Alegre Em Cena ganhou muitos anúncios, hoje em dia eles pagam. Porto Verão Alegre, no início nós dávamos anúncios para se viabilizar, se viabilizou, estão ganhando dinheiro, agora têm que trazer para cá. *Se Meu Ponto G Falasse*, *Bailei na Curva*, *Jair Kobe*, *André Damasceno*, *Mostra de Inverno de Teatro*, *Porto Verão Alegre*, *Porto Alegre em Dança*, esses são todos exemplos de espetáculos que hoje pagam pelo menos a metade dos anúncios.

*DS - Então, todos os anúncios que fogem desse padrão de duas colunas por 8.3 são os casos que não configuram apoio integral, os que pagam uma porcentagem?*

AL - Correto. Os menores são os que a gente dá, ou outros são pagos. Quer dizer, são pagos em termos, na verdade, são pagos pela metade. Têm alguns formatos de anúncios padrão que são os mais usados pelas produtoras, como o de duas colunas por 8,3 cm, que é aquele padrão que a gente dá como apoio, depois tem o de duas colunas por 12,7 cm. Aí a pessoa interessada liga e diz que gostaria de um anúncio maior, diz o quanto quer dispor de valores e eu faço um plano do que ela pode fazer dentro do orçamento, tento ajustar. Às vezes até acontece de eu dar o desconto e dar mais uma bonificação, porque eu sei da necessidade do teatro, da corrida com que eles trabalham, não é muito fácil. Além dos anúncios que a gente oferece, nós publicamos toda a sexta feira uma página que divulga tudo o que está em cartaz na semana, de sexta até o outro domingo. Esta página nós também contamos como mais um apoio do clube. Ano passado agente deu de anúncios para a cultura local 2.200 milhões.

*DS - E essas promoções que saem em meia página no Segundo Caderno anunciando 50% de desconto para os primeiros cem assinantes que comprarem ingresso para o evento?*

AL - Essa é uma parte promocional que está dando muito certo, que é os primeiros cem comprarem com 50% de desconto. É uma loucura, vende, é bom para a Opus, é bom para nós, a gente acaba vendendo muito cartão, o assinante liga muito desesperado. Chico Buarque, por exemplo, o ingresso era 150 reais, 50% de desconto dá 70 reais, não tem como não querer aproveitar. Então, isso para nós acabou alavancando a venda de cartão.

*DS - Como é definida a data de publicação de um anúncio de apoio cultural não pago? A publicação no sábado ou no domingo é aleatória?*

AL - Quando se trata de uma temporada, é publicado um anúncio por semana. E eu dou prioridade para que seja publicado de quinta a domingo, de preferência entre sexta, sábado e domingo. Mas pode acontecer, se houver muitos anúncios para o fim de semana, de eu ficar jogando, o que eu publiquei na quinta ou na sexta, na próxima semana vai para o sábado ou domingo e vice-versa, para que ninguém reclame. É difícil conciliar 30 espetáculos, dando anúncio para todo o mundo e contentar a todos. Então tu tem que ficar fazendo um jogo de cintura para ser simpático e querido com todo o mundo.



*DS - O número de anúncios no Segundo Caderno depende do número de espetáculos que estiverem sendo apoiados. Como fica o espaço no Segundo Caderno, caso haja muitos espetáculos apoiados pelo Clube?*

AL - Hoje a nossa média é de quatro a cinco anúncios por dia, então é uma média de 30, 35 espetáculos apoiados por semana. Nós estamos no limite. Tanto que nós estamos estudando se vamos continuar apoiando com mídia gratuita eventos no Abbey Road, no Sargent Peppers, no John Bull ou no Free Riders, ou seja, casas de espetáculos com cunho mais comercial porque também são bares. Eles têm também a finalidade de vender a cerveja, vender a bebida, vender petiscos, não é só um teatro. Então nós estamos estudando, porque eles tiram muito espaço do Segundo Caderno. Na semana passada eu tinha seis anúncios do Sargent Peppers e do Abbey Road, um espaço que eu poderia investir no teatro. Então de repente está na hora de eles também abrirem um pouco a mão e darem alguma coisa, e nós darmos o apoio só para teatro, que não tem um objetivo comercial e não está vendendo nada. Essa é uma idéia que nós estamos estudando. Mas tudo isso em função do espaço, mais de cinco anúncios no Segundo Caderno tira espaço do editorial. Daqui a pouco o Segundo Caderno já está chiando, “poxa eu tenho 12 páginas e o clube está ocupando 10%, 20% das minhas páginas”. Tem dias que o Segundo caderno sai com oito páginas, aí se eu coloco cinco anúncios grandes eu roubo muito espaço. Por enquanto, está no nosso limite, mas nós estamos conseguindo administrar.

Em paralelo agente divulga no site da RBS, no roteiro, todos os eventos que são apoiados pelo clube tem o símbolo do cartão ao lado. Quando saí alguma matéria na Zero Hora sai a informação do Clube do Assinante. Por exemplo, hoje tem uma matéria da Disney no Gelo que fala nos descontos do clube, tem toda uma sinergia entre o clube e as editorias do jornal. O contato nosso com o assinante é justamente através da Zero Hora então ele vai procurar através dos anúncios, através das matérias editoriais, através do roteiro esta programação.

*DS - A Internet agora está entrando bem forte na parte de divulgação de eventos, as pessoas acessam a Internet para se informarem sobre a programação e se agendarem. O clube aproveita esse meio?*

AL - Sim, nós já estamos na Internet. Na verdade, a gente pega carona no Hagah e no ClicRBS porque quando eles divulgam um evento saí junto toda a informação do Clube do Assinante.

*DS - Para fechar o apoio cultural, vocês trabalham com um termo de acordo entre os grupos e o Clube?*

AL - Sim. Nós temos um modelo padrão de Termo de Acordo e é adaptado para cada caso o que o apoiado tem que dar de contrapartida para o Clube do Assinante para receber o apoio. É um termo de acordo bem comercial, bem simples, tem um modelo para os pagos e um para os não pagos. As condições são: conceder no mínimo 20% de desconto e se o desconto for menos de três reais a gente não fecha. Porque menos que dois reais a gente considera que não é significativo, não estimula o uso do cartão, a pessoa não tira o cartão do bolso para ganhar dois reais. Outra condição é incluir a logomarca do clube em todos os materiais gráficos do evento – anúncio, outdoor, banner, folder, cartaz, programa, lambe-lambe, tudo tem que ter a logomarca do clube. Também tem que agradecer o apoio do Clube do Assinante através de um ator ou de um áudio no final do espetáculo. E não fechar sob hipótese nenhuma outra parceria, ou seja, apoio, convênio ou patrocínio com empresas concorrentes ao Grupo RBS. A gente fecha uma cota de convites também, o tamanho do anúncio e o que a gente dá em troca. Esse Termo de Acordo serve de compromisso para mim, quando a outra parte dá o *ok*.

*DS - Em média, que parcela dos eventos culturais de Porto Alegre fecham apoio com o Clube e são oferecidos aos assinantes do jornal Zero Hora?*

AL - Hoje, 98% dos eventos de cultura da cidade estão no Clube do Assinante. Só não estão aqueles que assim já estão praticamente vendidos, o cara não precisa nem de mídia. Um exemplo, Chico Buarque. Teve uma promoção de 50% para o clube, saiu um anúncio dizendo que os cem primeiros que ligassem ganhariam o desconto. Em uma hora e pouco se esgotaram os cem ingressos. E as cinco apresentações com sessão extra, se esgotaram só com aquele anúncio. Não precisou mais nada, se vende sozinho. Por que é que o cara vai pagar anúncio? Por que ele vai dar desconto para o clube? No caso do Chico ele deu porque a Opus é uma produtora super parceira do clube, ela coloca o clube nos eventos grandes, assim como ela traz os pequenos e precisa de nós, do nosso apoio. Então ela não nos deixou fora. Mas são poucos os eventos que não têm desconto.

*DS - E como é a relação entre o Clube do Assinante e o circuito de teatro local, especificamente?*

AL - A nossa relação com o teatro é muito boa. Nós apoiamos e recebemos esse retorno que é bárbaro. É uma coisa que é boa para o clube, é boa para a Zero Hora, é boa para o teatro e é boa para o assinante que recebe o desconto. No caso dos grupos locais, acontece de você estar colocando um grupo em exposição e, de repente, não ter como se expor. Porque você já gastou o dinheiro em cenário, você já gastou em figurino, às vezes, gasta dinheiro que não tem, já fez conta... E aí, você precisa que o teu espetáculo chegue até as pessoas. Nesse caso, se não for o Clube divulgar através dos anúncios, as temporadas vão ser fracas. E, muitas vezes, têm espetáculos com temporadas fracas mesmo com o apoio do Clube, então, seria muito pior sem o apoio. Nesse sentido ele [o Clube do Assinante] é muito bom.

E a gente se dá muito bem com os grupos de teatro, é uma relação muito positiva. O clube persiste por causa dos grupos. Se não tivesse uma produção cultural na cidade, nós não teríamos essa força que nós temos hoje. Por exemplo, o Clube do Assinante do Diário Catarinense, de Florianópolis, ele não tem todo esse poder, essa força, ele não vende cartão. Nós somos o que somos porque existe essa produção de grupos em Porto Alegre. Então para nós a relação com o teatro gaúcho é muito boa, e a nossa contrapartida para tudo isso que nós recebemos é continuar nos dedicando a apoiar o teatro local.

Na contrapartida, o cara dá o desconto para o assinante da Zero Hora, e eu dou desconto na mídia também e estou mandando meu público para lá, então eu estou fomentando público para ele, é o outro lado. Hoje, o clube ele é muito mais um fomentador de cultura, de movimentar, de levar público, de apoiar, do que propriamente receber. As pessoas podem até dizer, “ah, mas eu estou dando o meu desconto”, mas se tu levar em consideração que ano passado nós demos em anúncios para a cultura local 2.200 milhões de reais e que, de descontos, não recebemos nem 300 mil, então isso quer dizer que na verdade o papel do clube é muito mais de apoiador, de incentivador, do que propriamente aquela contrapartida, eu te dou o anúncio e tu me dá o desconto, não é essa a contrapartida que está em jogo. É muito mais o fomento e uma satisfação para o assinante de que eu estou oferecendo isso a ele. É uma associação da Zero Hora e da RBS como instituição incentivadora de cultura, de eventos, enfim, super importante. O clube, hoje é um clube de cultura né, as pessoas confundem ele com clube de cultura e ele é mesmo.

*DS - Como é feita a avaliação do Clube do Assinante ZH?*

AL - Eu tenho um controle semanal de tudo. Toda a programação por teatro, quantos espetáculos estiveram em determinado teatro, quanto tiveram de público, quanto desse

público foi por uso do cartão do Clube do Assinante. Aí no final do ano a gente faz uma soma geral, para ter uma média de tudo. E até para saber onde investir mais, na dança, no teatro, na música, o que é que dá mais retorno se é a comédia ou o drama, etc. Tudo isso são informações que eu tenho, separadas por teatro e por espetáculo. Faz parte do Termo de Acordo que os apoiados repassem essas informações no final do espetáculo ou da temporada.

*DS - Os outros jornais do Grupo RBS também têm um Clube do Assinante?*

AL - Os outros jornais do grupo RBS também têm cartão, com exceção do Diário Catarinense e A Hora de Santa Catarina. Quem tem cartão hoje: o Diário de Santa Maria, que é em Santa Maria; O Pioneiro, de Caxias do Sul; o Jornal de Santa Catarina, de Blumenau; A Notícia, de Joinville; e o Diário Catarinense, de Florianópolis. Todos eles têm cartão, é o mesmo foco, o mesmo perfil daqui, o mesmo cartão, tudo é igual. Só que, como as cidades não têm esse fomento cultural que tem em Porto Alegre, eles se adaptam à cultura local, às necessidades locais. Então têm cidades que têm pizzarias, restaurantes e livrarias, porque eles não têm teatro suficiente, não tem eventos culturais para oferecer, então eles vão se adequar as suas limitações. Mas o perfil em geral de negociação é o mesmo.

*DS - Qual o retorno que este projeto dá para o jornal? Qual a avaliação do Clube do Assinante por parte da empresa, do Grupo RBS ou do jornal Zero Hora, hoje?*

AL - Bem a importância do clube para o grupo está mais ligada à área de circulação do jornal Zero Hora. Como ele serve de instrumento de fidelização, ele traz e mantém novos assinantes. E, institucionalmente, ele é um fomento de cultura e faz com que as pessoas acabem vendo a Zero Hora com bons olhos. Porque o Clube do Assinante é da Zero Hora, então, além do resultado final que é trazer o assinante, nós acabamos institucionalmente nos dando super bem. Porque o jornal fica com aquela cara de cultura, fica simpático perante as pessoas. Tem uma declaração super importante em que o Antonio Holfeldt disse que “o Clube do Assinante é o passaporte da cultura no Rio Grande do Sul”, o que muito nos honrou. Então eu não sei se alguma vez ele já usou o cartão do clube, mas ele já ouviu falar e ele vê pelo jornal a importância. Para a sociedade ele é muito importante porque ele está alimentando a cultura, ele está viabilizando público, eu acho que ele é muito importante nesse sentido.

**ANEXO C - Teatros e salas de Porto Alegre**

- **Cia de Arte** - Rua dos Andradas, 1780, Centro, tel. 3228-2433.
- **Depósito de Teatro** - Avenida Benjamin Constant, 1677, Floresta, tel. 3374-6925.
- **Sala Álvaro Moreyra** - Avenida Érico Veríssimo, 307, Azenha, Centro Municipal de Cultura Lupicínio Rodrigues, tel. (51) 3221-6622.
- **Salão de Atos da PUCRS** - Avenida Ipiranga, 6681, prédio 4, Jardim Botânico, Campus Central da PUCRS, tel. (51) 3320-3580.
- **Salão de Atos da UFRGS** - Rua Paulo Gama, 110, Bom Fim, tel. (51) 3316-3066.
- **Teatro da AMRIGS** - Avenida Ipiranga, 5311, Jardim Botânico, tel. (51) 3339-2899, ramal 156.
- **Teatro de Arena** - Avenida Borges de Medeiros, 835, Centro, Alto do Viaduto da Otávio Rocha, tel. (51) 3226-0242.
- **Teatro Bruno Kiefer** - Rua dos Andradas, 736, Centro, Casa de Cultura Mario Quintana, tel. (51) 3221-7147.
- **Teatro de Câmara Túlio Piva** - Rua da República, 575, Cidade Baixa, tel. (51) 3225-6172.
- **Teatro Carlos Carvalho** - Rua dos Andradas, 736, Centro, Casa de Cultura Mario Quintana, tel. (51) 3221-7147.
- **Teatro do Instituto Goethe** - Rua 24 de Outubro, 112, Moinhos de Vento, tel. (51) 3222-7832.
- **Teatro do IPE** - Avenida Borges de Medeiros, 1945, Praia de Belas, tel. (51) 3210-5850.
- **Teatro Nilton Filho** - Rua Grão Pará, 179, Menino Deus, tel. (51) 3233-0449.
- **Teatro Novo** - Sala Carmen Silva - Rua Frederico Mentz, 1561, Navegantes, DC Navegantes, DC Shopping, tel. (51) 3374-7626.
- **Teatro da OSPA** - Avenida Independência, tel. (51) 3311-7919.
- **Teatro Renascença** - Avenida Érico Veríssimo, 307, Azenha, Centro Municipal de Cultura Lupicínio Rodrigues, tel. (51) 3221-6622.
- **Teatro do SESC** - Avenida Alberto Bins, 665, Centro, tel. (51) 3284-2070.
- **Teatro do SESI** - Avenida Assis Brasil, 8787, Sarandi, tel. (51) 3347-8706.
- **Theatro São Pedro** - Praça Marechal Deodoro, s/nº, Centro, tel. (51) 3227-5100.

**ANEXO D** - Tabelas quantitativas das subeditorias de cultura em ZH

## Referências da subeditoria de artes cênicas em abril de 2007:

Dia	Nota	Notícia	Notícia c/ entrevista	Reportagem	Entrevista	Crítica / Resenha	Coluna	Anúncio Clube ZH	Total
1								3	3
2	2	1	1					1	5
3								1	1
4	1	1		1				1	4
5	2		2					2	6
6								5	5
7	3							5	8
8								3	3
9	1							2	3
10	2							2	4
11								4	4
12	1							4	5
13	1		1					6	8
14	2							6	8
15								6	6
16	1							1	2
17	1							2	3
18	2							1	3
19								1	1
20	2	1	2					6	11
21	4		1					4	9
22			1					4	5
23	2							1	3
24	1							2	3
25	1							1	2
26	1							1	2
27			1					3	4
28		1						3	4
29	1							5	6
30									0
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>86</b>	<b>131</b>

Capa no dia: 20.

Notas na Contracapa (Roger Lerina): 15. Notas em RS Vip (Paola Deodoro): 3.

Referências da subeditoria de **música** em abril de 2007:

Dia	Nota	Notícia	Notícia c/ entrevista	Reportagem	Entrevista	Crítica / Resenha	Coluna	Anúncio Clube ZH	Total
1								1	1
2	6	1	2						9
3	4	1							5
4	7		1		1		1		10
5	6					1	1	1	9
6	2							1	3
7	2						1		3
8	2							1	3
9	4	1	2	1	1			3	12
10	5	1						1	7
11	2	1	1					2	6
12	1	1					1		3
13	2		2					2	6
14	5	2	1				1		9
15	1							1	2
16	4	2	1				1	4	12
17	3		2			1		2	8
18	2	1	2	1				1	7
19	4		2				1	1	8
20	6	2						3	11
21	3	1			1		1		6
22					1			2	3
23	6	3	2					2	13
24	2			1	1		1	1	6
25	3	2	2					2	9
26	2		1				1	1	5
27	6	3	2					3	14
28	1		1					2	4
29	1								1
30	8	2	4					1	15
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>28</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>38</b>	<b>210</b>

Capas nos dias: 2, 4, 9, 13, 14, 17, 18, 21, 22, 24, 28 e 30.

Notas na Contracapa (Roger Lerina): 33. Notas em RS Vip (Paola Deodoro): 13.



Referências da subeditoria de **artes visuais** em abril de 2007:

Dia	Nota	Notícia	Notícia c/ entrevista	Reportagem	Entrevista	Crítica / Resenha	Colunas	Anúncio Clube ZH	Total
1									0
2	3								3
3			1						1
4	3								3
5	1								1
6	1								1
7	1		2						3
8									0
9									0
10	1	1	1						3
11		1	1						2
12	1								1
13	1	2							3
14									0
15									0
16	1	1	1						3
17	2								2
18	1								1
19	1								1
20	2								2
21									0
22									0
23	2								2
24	2								2
25			1						1
26		1							1
27	1	1	1						3
28	1								1
29									0
30	3								3
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>43</b>

Capas nos dias: 16 e 25.

Notas na Contracapa (Roger Lerina): 14. Notas em RS Vip (Paola Deodoro): 7.

Referências da subeditoria de **cinema** em abril de 2007:

Dia	Nota	Notícia	Notícia c/ entrevista	Reportagem	Entrevista	Crítica / Resenha	Colunas	Anúncio Clube ZH	Total
1									0
2	1		1						2
3		1							1
4	1								1
5	1	2	2			1			6
6	10	3				2			15
7	1								1
8	2								2
9	1					1			2
10		1							1
11	2		1						3
12	2		2		1	1			6
13	6	4				2			12
14	1	1							2
15	1								1
16	1								1
17	2								2
18	3								3
19			1			1			2
20	8	4				2			14
21	1		2						3
22									0
23	1		1						2
24	2		1						3
25	4	1							5
26	2		2			1			5
27	10	5	1						16
28	2	2	1						5
29									0
30	1		1						2
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>118</b>

Capas nos dias: 5, 6, 12, 19, 23, 26 e 27.

Notas na Contracapa (Roger Lerina): 16. Notas em RS Vip (Paola Deodoro): 5.

Referências da subeditoria de **televisão e rádio** em abril de 2007:

<b>Dia</b>	<b>Nota</b>	<b>Notícia</b>	<b>Notícia c/ entrevista</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Entrevista</b>	<b>Crítica / Resenha</b>	<b>Colunas</b>	<b>Anúncio Clube ZH</b>	<b>Total</b>
1	3	2	5						10
2	2		1						3
3			1						1
4	3								3
5	2		1						3
6									0
7									0
8	9	2	5		1				17
9									0
10	3	1							4
11	3		1						4
12	2	1							3
13	1								1
14	2	1							3
15	9	3	4		1				17
16			1						1
17		1							1
18	2	1							3
19	3								3
20	3	1							4
21	1	1							2
22	9		6						15
23	2	1							3
24									0
25	1		1						2
26	1	1							2
27	3	1							4
28		2							2
29	4	2	3		1				10
30	3	1							4
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>22</b>	<b>29</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>125</b>

Capas nos dias: 1º, 3, 8, 15 e 29.

Notas na Contracapa (Roger Lerina): 2.      Notas em RS Vip (Paola Deodoro): 0.

Referências da subeditoria de **fotografia** em abril de 2007:

Dia	Nota	Notícia	Notícia c/ entrevista	Reportagem	Entrevista	Crítica / Resenha	Colunas	Anúncio Clube ZH	Total
1									0
2									0
3	1						1		2
4									0
5									0
6									0
7									0
8									0
9									0
10									0
11			1						1
12									0
13									0
14									0
15									0
16									0
17	1								1
18									0
19	1								1
20									0
21									0
22									0
23	1								1
24									0
25									0
26									0
27									0
28	1								1
29									0
30									0
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>7</b>

Capas: nenhuma.

Notas na Contracapa (Roger Lerina): 3.      Notas em RS Vip (Paola Deodoro): 2.

Referências da subeditoria de **literatura** em abril de 2007:

Dia	Nota	Notícia	Notícia c/ entrevista	Reportagem	Entrevista	Crítica / Resenha	Colunas	Anúncio Clube ZH	Total
1									0
2	1	2							3
3	1	1			1				3
4	2		1						3
5		1							1
6									0
7	1								1
8									0
9	1		1						2
10	3		1		1				5
11	2								2
12	4		1						5
13	1		1						2
14	5		1						6
15	1								1
16	2								2
17	4		1		1				6
18	3						1		4
19			2						2
20	1								1
21	2	1							3
22									0
23	3	2							5
24	4								4
25	2						1		3
26	1		1				1		3
27									0
28	1								1
29									0
30									0
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>68</b>

Capas: nenhuma.

Notas na Contracapa (Roger Lerina): 6.      Notas em RS Vip (Paola Deodoro): 12.

Referências da subeditoria de **moda** em abril de 2007:

Dia	Nota	Notícia	Notícia c/ entrevista	Reportagem	Entrevista	Crítica / Resenha	Colunas	Anúncio Clube ZH	Total
1									0
2	1								1
3	3								3
4									0
5	1								1
6		1						1	2
7	2		1						3
8									0
9	5								5
10	1		1						2
11	4		1						5
12	2								2
13	2							1	3
14	3								3
15									0
16	3								3
17	1								1
18									0
19									0
20	1								1
21	1								1
22									0
23									0
24	1								1
25									0
26	2								2
27	1								1
28									0
29									0
30	2								2
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>42</b>

Capas nos dias: 7 e 11.

Notas na Contracapa (Roger Lerina): 10. Notas em RS Vip (Paola Deodoro): 19.

Referências de **diversos** (sociedade/eventos) em abril de 2007:

Dia	Nota	Notícia	Notícia c/ entrevista	Reportagem	Entrevista	Crítica / Resenha	Colunas	Anúncio Clube ZH	Total
1									0
2	6						2		8
3	6	1					1		8
4	4								4
5	4						2		6
6	4							1	5
7	4						1		5
8									0
9	3						2		5
10	5	1	1		1		2	1	11
11	3						1		4
12	5						2	1	8
13	4							2	6
14	4	1					1		6
15									0
16	4	1					1		6
17	6						3		9
18	5		1						6
19	5						2		7
20	5							1	6
21	5								5
22									0
23	4						1		5
24	5						1		6
25	6								6
26	6						1		7
27	5								5
28	5						1		6
29									0
30	4						2		6
<b>Total</b>	<b>117</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>26</b>	<b>6</b>	<b>156</b>

Capa no dia: 10.

Notas na Contracapa (Roger Lerina): 27. Notas em RS Vip (Paola Deodoro): 68.

## ANEXO E - Anúncios do Clube do Assinante ZH

- Anúncios gratuitos:  
(apoio integral cedido a espetáculos locais)

Clube do Assinante apresenta

de Artur José Pinto

**Inimigas Íntimas**

direção Néstor Monasterio

THEATRO SÃO PEDRO

15 a 18 de NOVEMBRO

Ingra Liberato

Fernanda Carvalho Leite

INGRESSOS ANTECIPADOS À VENDA NA BILHETERIA DO THEATRO

Promoção Clube do Assinante **20%** DE DESCONTO PARA TITULAR E ACOMPANHANTE

Clube do Assinante apresenta

Grupo de Atores Cavale de Troia

**PETER PAN E O RESGATE DE SININHO**

DIREÇÃO DIEGO PEROTTO

TEATRO DO IPE

DE 5 DE MAIO A 10 DE JUNHO

SÁBADOS E DOMINGOS ÀS 16 HORAS

CONTATO: (51) 9967.2402

Promoção Clube do Assinante **30%** DE DESCONTO PARA TITULAR E ACOMPANHANTE



- Anúncio parcialmente pago:  
(desconto de 50% no valor do anúncio para o espetáculo apoiado)

**Zaffari** **TRAMONTINA**  
APRESENTA  
**ARMANDINHO**  
**AO VIVO**

**SHOW DE ENCERRAMENTO DA TURNÊ**

**08 de novembro - Quinta às 21h**  
**Teatro do Bourbon Country**  
Ingressos no local (seg a sáb das 14h as 22h),  
Telentrega Opus 8401.0555 (seg a sex das 9h as 19h)  
[www.teatrodobourboncountry.com.br](http://www.teatrodobourboncountry.com.br) :: [www.opuspromocoes.com.br](http://www.opuspromocoes.com.br)

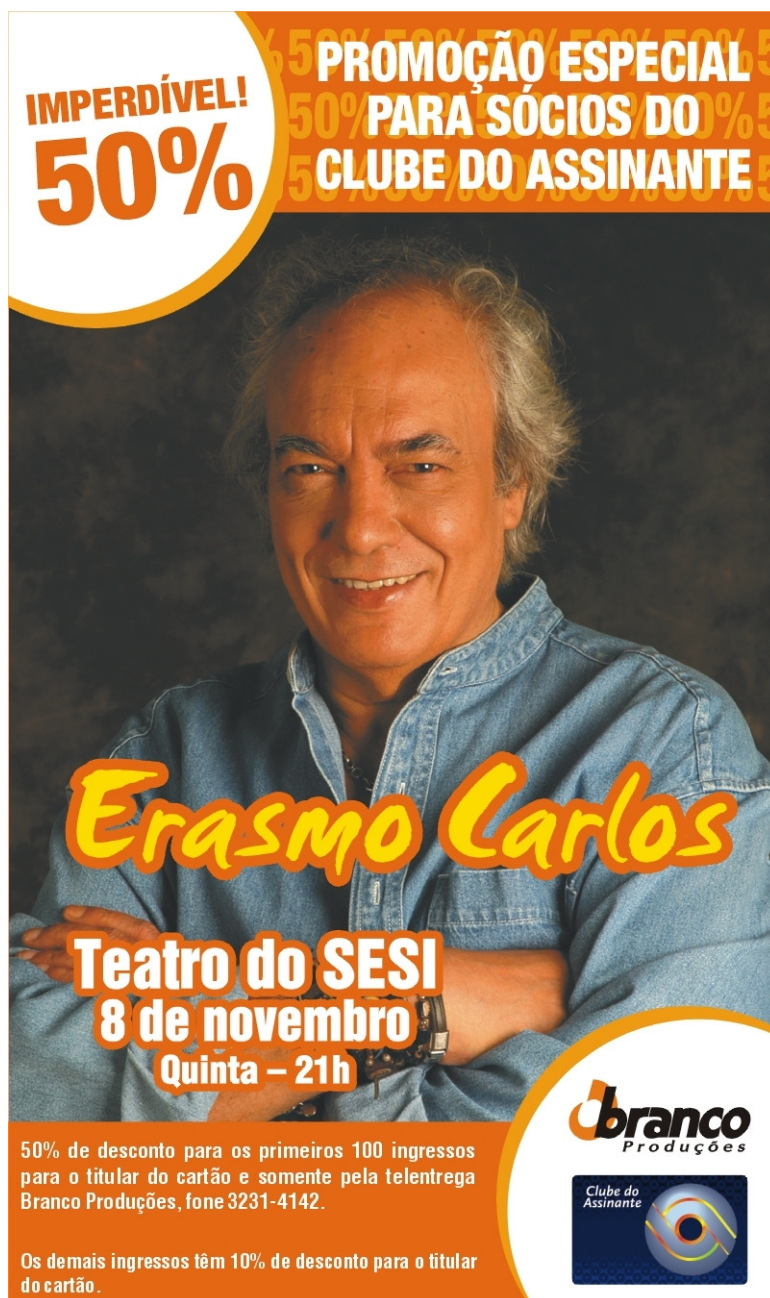
Apoio Cultural  
**FLORENSE PanVel FARMÁCIAS**

Apoio  
NOVOTEL

Promoção  
ATLANTIDA

10% DE DESCONTO PARA TITULAR DO CARTÃO

- Anúncio especial fechado com a produtora '50% para os cem primeiros ingressos':  
(motiva a venda de cartões do Clube ZH)



**IMPERDÍVEL!**  
**50%**

**PROMOÇÃO ESPECIAL**  
**PARA SÓCIOS DO**  
**CLUBE DO ASSINANTE**

**Erasmo Carlos**

**Teatro do SESI**  
**8 de novembro**  
**Quinta – 21h**

50% de desconto para os primeiros 100 ingressos para o titular do cartão e somente pela telentrega Branco Produções, fone 3231-4142.

Os demais ingressos têm 10% de desconto para o titular do cartão.

**branco**  
Produções

Clube do Assinante

- Página do Clube ZH publicada às sextas-feiras com os descontos oferecidos na semana:

**Cartão do Clube do Assinante.**  
**O cartão que você orgulhosamente apresenta.**  
 Programação Cultural de 09 a 18 de Novembro de 2007.

---

**teatro adulto**



**Ê Simples**  
Teatro do Bourbon Country  
Segunda, às 20h30min  
Dias 12, 26/11 e 03/12  
Desconto de **10%** para titular do cartão



**Inimigas Íntimas**  
Theatro São Pedro  
Quinta a sábado, às 21h  
Domingo, às 18h  
De 15 a 18/11  
Desconto de **20%** para titular e acompanhante



**O Alienista**  
Teatro do IPE  
Sexta, às 21h  
De 09 a 30/11  
Desconto de **20%** para titular e acompanhante



**Cama de Casal**  
Teatro Novo DC  
Sexta e sábado, às 21h  
Domingo, às 20h  
Até 11/11  
Desconto de **20%** para titular e 2 acompanhantes



**Como Emagrecer Fazendo Sexo**  
Sala Carlos Carvalho CCMQ  
Sexta a domingo, às 20h  
De 09 a 11/11  
Desconto de **25%** para titular e acompanhante



**O Que Fazer com Dois Maridos?**  
Centro Cultural Zé Rodrigues  
Sábado, às 21h  
Domingo, às 20h  
De 10/11 a 03/12  
Desconto de **30%** para titular e acompanhante



**Os Conflitos dos Sexos**  
Teatro do IPE  
Sábado, às 21h  
Domingo, às 20h  
Até 11/11  
Desconto de **20%** para titular e acompanhante



**Rádio Esmeralda AM**  
Teatro da AMRIGS  
Sexta e sábado, às 21h  
Domingo, às 20h  
Até 25/11  
Desconto de **20%** para titular e acompanhante

---

**teatro infantil**



**O Natal do Ursinho Puff**  
Centro Cultural Zé Rodrigues  
Sábado e domingo, às 16h  
De 10/11 a 23/12  
Desconto de **20%** para titular e acompanhante



**Rapunzel**  
Teatro Novo DC  
Sábado e domingo, às 17h  
Dias 10 e 11/11  
Desconto de **30%** antecipado e **25%** na hora para titular e acompanhante



**Canto de Cravo e Rosa**  
Sala Alvaro Moreyra  
Sábado e domingo, às 16h  
De 10/11 a 09/12  
Desconto de **30%** para titular e acompanhante



**Fantasias de Lílica**  
Teatro da Hebraica  
Sábado e domingo, às 16h  
Até 16/12  
Desconto de **50%** para titular e acompanhante



**Pedro Malazarte e a Arara Gigante**  
Instituto Goethe  
Sábado e domingo, às 16h  
Dias 10 e 11/11  
Desconto de **30%** para titular e acompanhante

---

**dança**



**Companhia Antonio Gades**  
Carmen  
Teatro do Bourbon Country  
Sábado, às 21h  
Domingo, às 19h  
Dia 10 e 11/11  
Desconto de **10%** para titular do cartão



**Chão**  
Sala Carlos Carvalho CCMQ  
Sexta a domingo, às 21h  
De 09 a 18/11  
Desconto de **30%** antecipado e **20%** na hora para titular e acompanhante



**Escola de Dança do Ventre Nadima Murad**  
The Best Belly Dancer  
Teatro do IPE  
Domingo, às 19h  
Dia 18/11  
Desconto de **30%** para titular e acompanhante

---

**evento**



**Mostra Casa e Cia**  
Jardim Europa  
De terça a domingo, das 10h às 22h  
Bilheteria das 10h às 21h  
Até 11/11  
Desconto de **15%** para titular e acompanhante



**International Magic Festival**  
Teatro do Bourbon Country  
Quarta e sexta, às 21h  
Sábado, às 17h e 21h  
Quinta e domingo, às 15h e 18h  
De 14 a 18/11  
Desconto de **10%** para titular do cartão

**TEATRO DE ARENA**

**A Entrevista**  
De 09 a 11/11, sexta a domingo, às 20h

**Um, Dois Três de Oliveira Quatro**  
Até 15/11, terça, quarta e quinta, às 20h

**Taba, Taba**  
De 16 a 18/11, sexta a domingo, às 20h

Desconto de **30%** para titular e acompanhante

---

**show**



**Foxy Lady**  
John Bull Pub  
Domingo, às 19h30min  
Dia 11/11  
Desconto de **30%** para titular e acompanhante



**Tom, Chico e Vinicius**  
O Maestro, O Malandro e o Poeta  
Teatro de Câmara Túlio Piva  
Sábado, às 21h  
Dia 10/11  
Desconto de **20%** para titular e acompanhante



**Clube do Assinante**

Quer aproveitar esses descontos? Então, se você já é assinante e ainda não possui seu cartão do Clube do Assinante, ligue 3218.8200 (Gde. POA e POA) ou 0800.642.8200 (demais cidades) e solicite por apenas R\$ 10,00. Se você ainda não assina Zero Hora, faça sua assinatura pelo 0800.642.8222 ou acesse [www.zh.clcbrs.com.br/assinaturas](http://www.zh.clcbrs.com.br/assinaturas) e aproveite.

**ANEXO F** - Páginas referentes à subeditoria de artes cênicas em abril de 2007

DAN STULBACH, DIVULGAÇÃO



O grupo paulista Cia. dos Sete apresenta o espetáculo "Quase Nada", de Marcos Barbosa

## Todos juntos no palco

A peça "Quase Nada" coloca público e atores no mesmo espaço

JOANA SARAIVA

A grande cortina de veludo grená que separa o palco da platéia no Theatro São Pedro ficará fechada amanhã e quarta-feira.

Para encenar – e assistir – o espetáculo *Quase Nada*, público e atores ocuparão o mesmo espaço: o palco.

Ao entrar pelas portas laterais do teatro direto para o prosccênio, pouco antes das 20h, os espectadores encontrarão, bem lá no fundo, um cenário composto por um sofá e um tapete brancos. Depois de se acomodarem nas 10 almofadas e 140 cadeiras, irão testemunhar o drama de um casal que volta para casa atormentado – acaba de matar um menino que abordou o seu carro no semáforo. Os desdobramentos dessa tragédia irão envolver o casal, a mãe do menino, um matador profissional e o público, que termina figurando como cúmplice.

– Quanto mais próxima a platéia dos atores, mais a encenação ganha força, é possível ver a respiração dos atores – justifica o diretor da peça, Alain Brum.

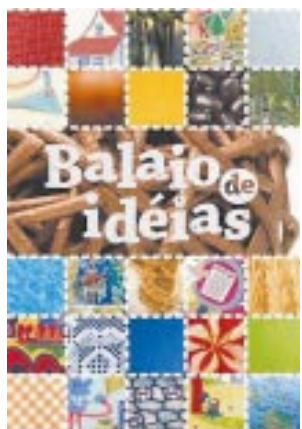
O impacto da peça aumenta com os diálogos ácidos, curtos e precisos, permeados por pausas e silêncios, que

dão ritmo ao texto do dramaturgo cearense Marcos Barbosa, vencedor do 5º Concurso Nacional de Dramaturgia – Prêmio Carlos Carvalho em 2005 por *Avental Todo Sujo de Ovo*. A montagem do jovem grupo paulista Cia. dos Sete, que esteve em cartaz no ano passado em São Paulo, traz no elenco Rubia Reame e André Antunes, que interpretam o casal, Gisele Freire, no papel da mãe do menino morto, e Samuel Sattiro, que faz o matador de aluguel. A iluminação – e as fotos de divulgação do espetáculo, como a desta página – tem a assinatura do ator global Dan Stulbach, no ar como o Leandro da minissérie *Amazônia*, casado com Rubia.

Depois das apresentações, haverá um debate com a atriz e diretora Haydée Bittencourt, fundadora do curso de teatro da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Em pauta, o teatro contemporâneo e a impressão do público sobre *Quase Nada*.

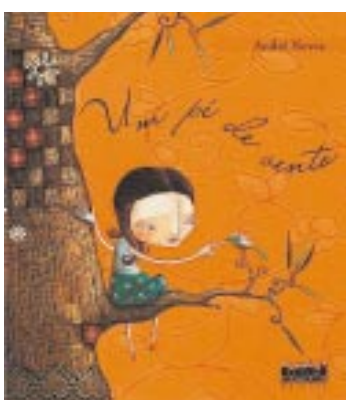
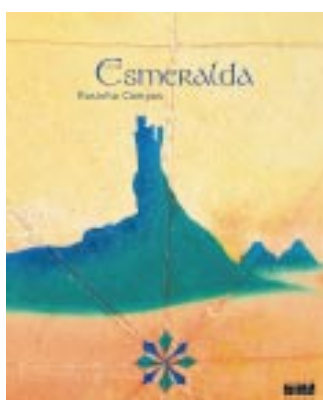
**O QUE:** espetáculo teatral *Quase Nada*, da Cia. dos Sete  
**ONDE:** no Theatro São Pedro (Mal Deodoro, s/nº, fone 3227-5300)  
**QUANDO:** amanhã e quarta-feira, às 20h  
**QUANTO:** ingressos a R\$ 30 (preço único), com 20% de desconto para Clube do Assinante e 50% para maiores de 60 anos

## Exposição homenageia o livro



Hoje, Dia Internacional do Livro Infantil, a editora Projeto comemora seus 15 anos lançando quatro livros e inaugurando uma exposição. Os livros *Lua no Brejo com Novas Trovas* (R\$ 36), de Elias José, com ilustrações de Graça Lima, *Um pé de vento* (R\$ 28), de André Neves, *Esmeralda* (R\$ 28), de Rosinha Campos e *Balaio de ideias* (R\$ 49), de diversos autores, serão autografados a partir das 18h, na sala O Retrato, no terceiro andar do Centro Cultural CEEE Erico Verissimo (Andradas, 1.223).

A exposição **Ler É pra Cima!** reúne 20 ilustrações do catálogo da editora acompanhadas de textos de autores da Projeto. A mostra, que inaugura hoje, às 18h, na Sala Memorial Erico Verissimo do Centro Cultural CEEE, pode ser visitada de terça a sábado, das 10h às 19h. Ao longo da exposição, que permanece até 28 de abril, serão promovidos saraus, oficinas e contação de histórias. Maiores informações pelo fone (51) 3222-0447 ou pelo e-mail [15anos@editoraprojeto.com.br](mailto:15anos@editoraprojeto.com.br).



## Philip Roth ganha leitura dramática

A programação paralela do 14º Porto Alegre Em Cena começa amanhã, tentando definir a fronteira (e se é que ela existe) entre teatro e dramaturgia. Uma vez por mês, o ciclo *Palavras, Palavras, Palavras* promoverá a leitura dramática de um texto literário tentando responder a perguntas como "A literatura perde ou ganha quando transposta para o palco?" e "A experiência teatral se enriquece quando adapta para o palco obras não escritas originalmente para ele?"

Na primeira etapa do ciclo, marcada para amanhã, às 20h, no palco do Teatro Renascença (Erico Verissimo, 307, fone 3221-6622), com entrada franca, o ponto de partida

será o livro *O Animal Agonizante*, lançado pelo americano Philip Roth em 2001. Para a leitura, o diretor Luciano Alabarse radicalizou a proposta do seminário e convocou nomes tanto do teatro como da literatura: os atores Luiz Paulo Vasconcellos, Luciana Éboli, Alexandre Magalhães e Silva, Ida Celina, Sandra Dani e Simone Buttelli, mais o escritor Luís Augusto Fischer e o jornalista Juarez Fonseca.

Os debates de *Palavras, Palavras, Palavras* serão coordenados pelo professor Eduardo Wolf e pelo escritor Pedro Gonzaga, curadores do ciclo, e mais um terceiro nome convidado. No primeiro encontro, o trio de debatedores será completado por Homero Araújo, professor de literatura da UFRGS. Retirada de senhas no local, a partir das 19h.



Luiz Paulo Vasconcellos terá o papel principal na leitura no Renascença

ROBINSON ESTRÁSULAS

**Dr. Nelson Heller**  
 CREMERS 4589  
**Clinica de Cirurgia Plástica**  
 Clínica HELLER Calvicie \* Microtransplante Folicular  
 Nariz: Estética e Funcional  
 Vibrolipoesultura \* Cirurgia de Contorno  
 Abdômen \* Mama \* Próteses Mamárias e Glúteos  
 \* Rejuvenescimento Facial \* Bioplastia  
 \* Dermoabrasão \* Botox \* Estrias  
 www.clinicaheller.com.br  
 Rua Silveiro, 700 F: (51) 3231-6464 / 3231-9899

**EMAGRECIMENTO**  
 DIETA ORTOMOLECULAR  
 DR. CÍNTIA SQUEFF  
 Nutricionista Clínica  
 Rua Augusto Meyer, 163/1203 - POA  
 3325.6113

Clube do Assinante APCEF/RS e Caixa de Pandora  
 apresentam  
**Teatro Bruno Kiefer**  
 CCMQ - Rua dos Andradas, 736  
 30 de março à  
 22 de abril de 2007  
 Sex., sáb. e dom. - 20 horas  
 Ingressos antecipados  
 Restaurante Prato Verde  
 Rua Sta. Terezinha, 42  
 Caixa Econômica Federal  
 Andradas, 1.000 - Térreo  
 APCEF - Av. Cel. Marcos, 851  
 Promoção  
 50%  
 DE DESCONTO PARA  
 TITULAR E ACOMPANHANTE



A Festa do Mar oferece mais de cem atrações, além da rara oportunidade de projeção para artistas locais, como os da Cia. Teatral Trupecando (na foto)

Rio Grande/Correspondente  
RODRIGO SANTOS

A chance de se apresentar em um evento pelo qual cerca de 200 mil pessoas vão circular até domingo atrai os artistas à 11ª Festa do Mar. O evento ocorre a cada dois anos e, nesta edição, reúne mais de cem atrações culturais.

Além de nomes nacionais, como o cantor Fábio Júnior e o espetáculo de humor *Terça Insana*, capitaneado pela rio-grandina Grace Gianoukas, quem compõe a grade de programação e comemora as oportunidades da festa são, sobretudo, os grupos e os artistas locais. Essa é a principal vitrina para os profissionais da região. Além da visibilidade, o apoio via Lei Estadual de Incentivo à Cultura garante boa – e rara – remuneração a músicos, dançarinos e atores. É o melhor cachê que eles podem receber na região – calcula o programador cultural da festa, Cléber Mendes, sem revelar valores.

**Teatro de Rio Grande chega a cobrar R\$ 350 de artistas a cada apresentação**

A batalha dos grupos culturais de Rio Grande para se manter em atividade é constante. Os espaços são reduzidos, e a maioria tem dificuldade para arcar com o aluguel de palcos. O principal espaço cênico da cidade, o Teatro Municipal, cobra R\$ 350 por apresentação. – Muitas vezes acabamos pagando para nos apresentar – diz Eduardo Alimena, ator e um dos diretores da Cia. Teatral Trupecando, que levou à Festa do Mar o espetáculo infantil *Ari Areia, um Grãozinho Apaixonado*. Desde do ano passado, a peça só havia sido encenada quatro vezes. Depois, o grupo chegou a ser desfeito. Pela falta de incentivo e melhores oportunidades para ensaiar, os cinco integrantes se separaram e foram estudar ou trabalhar. Foi o convite para a Festa do Mar que conseguiu reuni-los.

A nova montagem exigiu grande esforço dos atores. Eles tiveram que reciclar materiais de outros espetáculos e conseguiram erguer o cenário e figurino com cerca de R\$ 400, arrecadados entre os próprios integrantes. Agora, pretendem tentar a sorte novamente, mas dependendo sempre do apoio de terceiros. – Acho que a própria comunidade não reconhece o nosso esforço e não valoriza os talentos locais. Mas se esquecem, por exemplo, que o Tholl também começou assim – diz Alimena, mencionando o grupo circense de Pelotas, que hoje faz sucesso em todo o país.

rodrigo.santos@zerohora.com.br



EDUARDO BELFERRÉ - ESPECIAL

# Vitrina para a cultura de Rio Grande

## Rotina de ensaios pesados

Há quem rale muito para levar o sonho adiante. Pés descalços, arranhões nos joelhos e muita poeira fazem parte da rotina de ensaios do Grupo de Teatro e Danças Gênesis. Mesmo sobre o chão de concreto de uma obra no bairro Santa Rosa, 20 jovens entre 13 e 18 anos não perdem o entusiasmo em aprender as coreografias. Eles vêm de comunidades da periferia de Rio Grande e recebem o apoio da Associação Educacional São José, que cede o salão da paróquia para os ensaios. Quando o espaço está ocupado por outros eventos, eles têm que ensaiar no prédio em um prédio em construção.

O coordenador, Alex Almeida, revela que quase todas as apresentações do grupo não são remuneradas. Sem ter uma renda garantida, eles apelam para rifas, bingos e reciclagem de latas de alumínio para conseguir adquirir materiais para as apresentações. – O cachê da Festa do Mar vai ajudar muito nas nossas condições de trabalho, como figurino e maquiagem – reforça Almeida. O evento se estende até o próximo domingo nos pavilhões do Porto Velho, em Rio Grande. O horário de visitação é das 16h às 23h (dias de semana) e das 10h às 23h (sábado, domingo e feriado). O ingresso custa R\$ 3.

### Programa-se

**HOJE**  
> 9h30min e 14h – *Mix de Danças e Esmeralda*, Academia Ensaio (Teatro Porto Velho)  
> 21h – Mano Jorge, Divisão de Rua e Elemento Neutro (Palco Principal)  
> 21h – Nei Lisboa (Porto Velho)

**AMANHÃ**  
14h – *Romeu e Julieta* (dança), Escola de Belas Artes Heitor de Lemos (Teatro Porto Velho)  
21h – Bandas Instinto Moleque, Swing.Com e Samba Tri (Palco Principal)  
21h – *Terça Insana* (Teatro Porto Velho)

**SEXTA**  
15h – *E Agora Belinha?*, Grupo de Teatro Dupla Face (Teatro Porto Velho)  
20h30min – Orquestra Rossini (Palco Flutuante)  
21h – *Terça Insana* (Teatro Porto Velho)

**SÁBADO**  
21h – The Beatles Fan Club Band (Teatro Porto Velho)  
22h – Fábio Jr. (Palco Principal)

**DOMINGO**  
19h – Grupo Jeito de Galpão (Palco Flutuante)  
21h – *Sonho Cigano* (dança flamenca), Cadica Borghetti (Teatro Porto Velho)

## Grace Gianoukas volta à terra natal

São quase seis anos de sucesso ininterrupto, mas a sensação – amanhã e sexta – é de estréia. Assim descreve a atriz Grace Gianoukas, gaúcha de Rio Grande que pela primeira vez levará para sua terra natal o espetáculo que lhe trouxe reconhecimento nacional.

O *Terça Insana*, show de humor que ganhou visibilidade a partir de São Paulo e hoje roda o país, desembarca no sul do Estado, para apresentações amanhã e sexta, dentro da 11ª Festa do Mar. É a realização de um sonho, o fechamento de um ciclo na minha carreira – resume a humorista. Idealizadora do projeto, Grace não vê a hora de mostrar aos conterrâneos a nova turnê *Ventilador de Alegria*. Desde 2001, mais de 600 mil pessoas já assistiram ao *Terça Insana* no Avenida Clube, seu palco-sede na capital paulista. A mais recente turnê nacional começou em setembro do ano passado e já percorreu 20 cidades. Rio Grande será a quinta parada em 2007, depois do interior de São Paulo e Santa Catarina. Porto Alegre deve estar na agenda da trupe em julho. – Nosso público tem variado um monte, dos velhinhos à guriçada que vê os vídeos pelo You Tube – conta Grace. O formato do *Terça Insana*, mar-

cado pela constante busca por novas idéias e artistas, reflete bem o espírito criativo dessa gaúcha de 43 anos. Desde os tempos de colégio, na cidade natal, ela já promovia reuniões de gente talentosa. Montou um festival de arte com os colegas. Depois que chegou a São Paulo, em 1984, criou o SP Em Surto, festival que elevou a cena underground da época. Desde a criação do *Terça Insana*, o elenco fixo já foi reciclado 10 vezes e mais de 260 atores participaram como convidados. Na atual turnê, Grace divide o palco com o também gaúcho Roberto Camargo, parceiro do projeto desde o início, mais os novos integrantes Agnes Zuliani, Guilherme Uzeda e Marco Luque. Também diretora artística do *Terça*, Grace não pára um minuto. Além das apresentações semanais em São Paulo e a turnê pelo Brasil, ela já trabalha na pós-produção do segundo DVD – o primeiro vendeu 23 mil cópias –, que deve ser lançado ainda este ano. Um piloto para televisão também já está criado e em negociação com as emissoras.

**O QUE:** Terça Insana  
**QUANDO:** amanhã e sexta, 21h  
**ONDE:** Teatro do Porto Velho, na Festa do Mar, em Rio Grande  
**QUANTO:** R\$ 35  
**INFORMAÇÕES:** (53) 3231-1989



DANIELA MULLER - 13/12/2004

Nascida em Rio Grande, Grace Gianoukas comemora a estréia na Festa do Mar

Entrevista | Grace Gianoukas |  
ATRIZ E CRIADORA DO “TERÇA INSANA”

## “Sozinho, não tem graça, tem que ser de galera”

**Zero Hora – Mesmo já tendo rodado o Brasil com o espetáculo *Terça Insana*, o gostinho de se apresentar em Rio Grande, pelo fato de você ter nascido lá, é especial?**

**Grace Gianoukas –** Muito mais do que isso. É a realização de um sonho, uma emoção incrível, como se estivesse me apresentando pela primeira vez.

**ZH – A tua ligação com o Sul ainda é muito forte?**

**Grace –** Demais. Sempre que posso, volto a Rio Grande nas férias, para descansar. Adoro essa cidade. Poder levar o meu trabalho até lá é um orgulho enorme.

*“Tudo é mais difícil, e a falta de apoio no Interior é maior, mas acho que o mais importante é fazer o que se gosta e correr atrás do sonho.”*

**Grace –** Acho que tem muita gente de talento em Rio Grande e em muito lugar por aí, no interior do Brasil. Sei que tudo é mais difícil, e a falta de apoio no Interior é maior, mas acho que o mais importante é fazer o que se gosta e correr atrás do sonho.

**ZH – Na sua avaliação, qual o segredo do sucesso nacional do *Terça Insana*?**

**Grace –** Sempre acreditei que sozinho não tem graça, tem que ser de galera. Juntar um bando de gente talentosa e com força de vontade sempre dá certo. E já tem muita gente fazendo isso pelo Brasil, seguindo a nossa fórmula.

**ZH – O pessoal do Interior diz que só mesmo saindo de lá para ser reconhecido na profissão de ator. Você concorda?**

PELA PRIMEIRA VEZ NO BRASIL,  
O SHOW MAIS AGUARDADO DE 2007.

# EVANESCENCE

17 | ABRIL

ELES TE CONDUZIRÃO A UMA  
ATMOSFERA SEM IGUAL.

realização: CIE  
ticketmaster 0300 789 6846  
co-patrocinador: citibank  
patrocínio: LOCAL GIGANTINHO

Porto de Vendas: CPUS Shopping Station  
Country 2º Piso, Informações: 3239-0803  
@evanescence.com

Clube do Assinante apresenta leandro maia - dia 4  
marcelo corsetti - dia 18

COMPASSOS 44

em abril quartas teatro de arena 20h

mário falcão - dia 11  
maria vai com as outras - dia 25

Promoção 20% DE DESCONTO PARA TITULAR E ACOMPANHANTE

3023 5463 casaeletrica.blogspot.com

Clube do Assinante apresenta

A Casa das 3 IRENES

Direção: Zé Adão Barbosa  
Roteiro: Luís Francisco Wajlewski

RESERVAS: (51) 9845-8736  
laurooramalho@yahoo.com.br

Cine Theatro  
Av. Cristóvão Colombo, 772  
De 31 março a 29 abril

COM: João Carlos Castanha, Lauro Ramalho e Caio Prates

Sáb e Dom às 20h

Promoção 20% DE DESCONTO PARA TITULAR E ACOMPANHANTE





## TV notícias Grazi encanta como Madalena



JOÃO TAIVARES, PHOTOTEK, DIVULGAÇÃO

Emoção: Grazi (de amarelo) em cena do espetáculo em Nova Jerusalém (PE)

Nem mesmo o fim do namoro com Alan Passos tirou o brilho de Grazi Massafera na peça *A Paixão de Cristo*, tradicional encenação de Páscoa que estreou no último final de semana em Nova Jerusalém (PE) trazendo a ex-BBB como Maria Madalena. Mesmo só entrando em cena duas vezes, a atriz é a grande sensação no palco. Ao lado de Grazi estão Carmo Della Vecchia (Jesus Cristo), Francisco Cuoco (Herodes) e Herson Capri (Pôncio Pilatos).

Juntos desde o confinamento no *BBB5*, há dois anos, Grazi e Alan romperam na semana passada. Na pequena cidade pernambucana onde fica até o próximo sábado, a paraense provou comidas típicas, se exercitou na pousada e preferiu manter seu estilo low profile ao comentar o final do romance.

— A situação está confusa. Estou triste, mas não quero falar mais porque ele não está aqui e não seria certo — limitou-se a declarar.

## Santa programação

No clima religioso desta semana, o The History Chanel preparou uma programação de acordo. O Especial Semana Santa traz vários programas ligados ao tema. Em *Tecnologia Bíblica* (THC, 20h), pesquisadores e historiadores avaliam o livro sagrado para mostrar a tecnologia utilizada em obras como a Torre de Babel. O canal exibe ainda os programas *José, O Santo Silencioso* (21h) e *Visões de Maria* (22h).

### Do vício à cura

Em nova temporada, a série *Intervenção* (A&E, 20h) mostra os dramas de pessoas que não conseguem controlar seus vícios. Cleptomaniacos, viciados em drogas, ninfomaníacos, alcoólatras e jogadores compulsivos recebem uma “intervenção surpresa” dos profissionais Jeff Van Vonderen e Candy Finnigan. Depois, recuperados, os pacientes contam suas experiências.

### Do além

No *Video Show* (RBS TV, 13h45min), o elenco da novela *O Profeta* responde: já sentiram estar recebendo uma mensagem do além? A bordo do Astromóvel, a autora Glória Perez fala sobre sua minissérie *Amazônia – De Galvez a Chico Mendes*, e o programa mostra ainda o que rolou nos bastidores da final do *Big Brother Brasil 7*.

## TV novelas

### MALHAÇÃO – RBS TV, 17h35

◆ *Patrocinadores descobrem que Priscila vendeu cotas demais, e ela diz que achou que a peça seria um fracasso. Roleta e outros alunos desistem da aula de Duba. André e Rajão vão à seguradora. Arnaldo conta a Naninho sobre emprego no banco e perdoa uma de suas dívidas. Raquel fala com o pai de Priscila. André e Rajão questionam funcionário da seguradora. Vivian chega e os confronta.*

### O PROFETA – RBS TV, 18h10

◆ *Juca diz a Herculano que sua irmã precisa de ajuda. Maria se descontrola quando Herculano fala de Laura e diz que estiveram lá procurando por ele. Rosa pede a Zélia para ver Teresa. Isaura diz que foi expulsa do consultório do profeta com sua filha doente. Marcos se desentende com Henrique e Sabine. Waldomiro pede mais dinheiro a Ruth. O público vai a Marcos.*

### PÊ NA JACA – RBS TV, 19h15

◆ *Marquinho culpa mãe por incidente com o pai. Arthur oferece recompensa pelo paradeiro de Daiane. Gui vê Daiane. Gui se muda do sítio, para tristeza de Arthur. Morgana diz que Maria e Lance podem ser irmãos, e Maria diz que foi adotada. Lance piora. Gui volta ao sítio e recebe notificação de audiência sobre a posse e a guarda dos filhos. Lance abre os olhos.*

### LUZ DO SOL – Pampa, 20h30

◆ *Agenor discute com Eliana, Rosa e Vicente. Isabela diz que os pais não se importam com a presença dela na casa. Cléo e Marcelo conversam sobre a coincidência da data de nascimento de Drica e Rosa. Otávio fica triste com reação de Guiga após conversa sobre o empréstimo. Rodolfo pede para Milena o telefone de Rosália. Cléo e Marcelo perguntam a Agenor e Eliana se Rosa é filha adotiva.*

### PARAÍSO TROPICAL – RBS TV, 20h45

◆ *Daniel manda Sobral procurar endereço de Tais. Ana Luisa diz ao psicanalista que se interessou por homem mais jovem. Paula decide ir ao Rio procurar a família, e Gilda pede que Virgínia a receba. Amândio agradece a Gustavo e Tiago por terem resolvido problema do furto. Bebel pede a Jáder para trabalhar com executivos. Camilla sai com Fred. Lucena conta a Xavier que Hugo vai se casar.*

### VIDAS OPOSTAS – Pampa, 21h30

◆ *Leonardo aconselha Patrícia a abandonar o caso. Nogueira ameaça Neusa. Helio diz a Silvio que transferência de presos será hoje e que Sovaco vai ser transferido. Sovaco pede que Pávio siga os policiais. Nogueira assina transferência de Sovaco e de Miguel. Boris se encontra com Pávio e avisa que ele irá comandar a ação.*

Os resumos são enviados pelas emissoras e podem sofrer alterações dependendo da edição dos capítulos.

IMPERDÍVEL!

50%

PROMOÇÃO ESPECIAL PARA SÓCIOS DO CLUBE DO ASSINANTE

apresentam

25 de Abril

Gigantinho

APROVEITE OS ÚLTIMOS INGRESSOS COM DESCONTO ESPECIAL

TOUR CELESTIAL 2007

Produção Local:

50% de desconto em um ingresso arquibancada para o titular do cartão. Válido para os primeiros 200 titulares que ligarem para Telentrega Opus. E AINDA: 10% de desconto em um ingresso para o titular do cartão.

Promoção válida para lote de 500 ingressos arquibancada e 500 ingressos pista.

Ingressos: Telentrega Opus (51) 3299.0800 (seg a sex das 9h às 19h) e Bourbon Country (seg a sáb das 14h às 22h).





Receba as dicas mais quentes do Lerina diariamente pelo celular. Envie um torpedo com a palavra LERINA para 46956. O custo por mensagem recebida é de R\$ 0,28 para clientes TIM e R\$ 0,10 para clientes Vivo e Brasil Telecom GSM. Para cancelar as assinaturas, envie CANC para 46956.

# CONTRACAPA

Roger Lerina 3218-4396

E-mail: [contracapa@zerohora.com.br](mailto:contracapa@zerohora.com.br)  
[www.clicrbs.com/bloggerlerina](http://www.clicrbs.com/bloggerlerina)



WALT DISNEY WORLD, DIVULGAÇÃO, BD - 1º/4/2006



**O** jornal **O Globo** noticiou ontem: o **Cirque du Soleil** (foto) estaria voltando ao Brasil para uma turnê em setembro – e, desta vez, Porto Alegre também estaria no roteiro. A companhia canadense de circo viria com o espetáculo **Alegria**, produção itinerante criada por **Gilles Ste-Croix** e dirigida originalmente por **Franco Dragone**. O grupo veio ao país pela primeira vez no ano passado, fazendo uma temporada de estrondoso sucesso no Rio e em São Paulo a partir de agosto com **Saltimbanco**. Desta vez, a passagem da trupe por aqui incluiria seis capitais. Quem estaria trazendo novamente o Cirque du Soleil seria a **CIE**, empresa responsável pela turnê passada da companhia. Porém, a **Opus Promoções**, produtora local associada à CIE, informa que a vinda do circo canadense ao Brasil não foi confirmada pela empresa. O jeito é cruzar os dedos e torcer para que o negócio seja fechado e o circo também venha à capital gaúcha...

## Novos ares (1)

Não está sendo fácil prestigiar a arte em Porto Alegre nestes dias escaldantes. Estragado desde 2005, o ar-condicionado do **Museu de Arte do Rio Grande do Sul** vem funcionando com apenas 25% de sua capacidade – o que, decididamente, não dá conta do recado.

Dia desses, a aparelhagem quebrou de vez – e o museu ficou um sábado inteiro sem refrigeração. No térreo do prédio, que abrigava a exposição do fotógrafo **Pierre Verger**, o termômetro marcava insuportáveis 32°C.

## Novos ares (2)

O novo diretor do Margs, porém, (se) abana com esperanças: segundo **César Prestes**, o museu vai fechar em breve uma parceria com uma empresa que vai consertar as quatro máquinas que deveriam manter o edifício refrigerado – além de bancar outras melhorias no imóvel.

O investimento no ar-condicionado seria algo em torno de R\$ 120 mil.

## Felipão do bem

**Luiz Felipe Scolari**, convidado de amanhã do talk show **Encontros com o Professor**, doará seu cachê para a **Sociedade Educacional Beneficente Emanuel**, de Porto Alegre. O técnico da **Seleção Portuguesa** vai conversar com o jornalista **Ruy Carlos Ostermann** a partir das 19h30min, no **StudioClio**, com entrada franca.

Antes, às 19h, Felipão concederá uma entrevista coletiva para a imprensa no local. A canja musical do evento, a pedido do próprio convidado, será de **Ernesto Fagundes**.

## A VOZ DO MORRO

O Prêmio TIM de Música vai homenagear em sua quinta edição o sambista carioca **Zé Ketti** (à direita), autor de clássicos como *Máscara Negra*, *A Voz do Morro* e *Opinião*. A cerimônia de entrega vai rolar no dia 16 de maio, no Theatro Municipal do Rio de Janeiro. O prêmio já celebrou **Ary Barroso** (2003), **Lulu Santos** (2004), **Baden Powell** (2005) e **Jair Rodrigues** (2006).

**José Flores de Jesus** nasceu no Rio em 6 de outubro de 1921. O pseudônimo **Zé Ketti** veio do apelido de infância: **Zé Quietinho**. Em 1964, ao lado de **Nara Leão** e **João do Vale**, participou do histórico show *Opinião*, em que lançou alguns sambas de sucesso como a música título, *Acender as Velas* e *Diz que Fui por Aí* (parceria com **Hortêncio Rocha**).

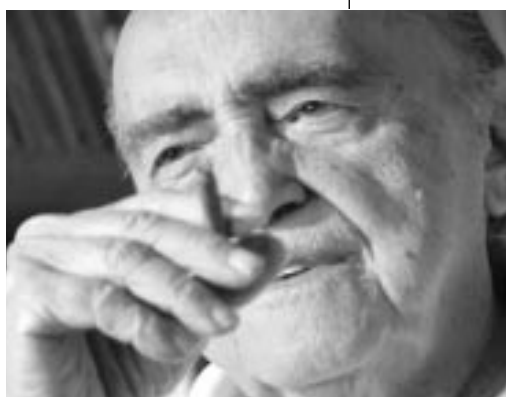


FOTOS WAGNER CELESTINO, DIVULGAÇÃO

*“Eu tô na linha dos velhos pessimistas.  
A vida é um sopro, um minuto.  
Então não há razão pra esse ódio todo”*

**OSCAR NIEMEYER**

arquiteto, 99 anos, em depoimento ao documentário **Oscar Niemeyer – A Vida É um Sopro**. O documentário do diretor gaúcho **Fabiano Maciel** entra em cartaz no próximo dia 20 – e no dia 27, às 19h, no **Cine Santander**, haverá uma sessão comentada com a presença do realizador. O longa foi rodado no Brasil, Argélia, França, Estados Unidos, Uruguai, Inglaterra e Portugal, reunindo depoimentos de personalidades como os escritores **José Saramago**, **Eduardo Galeano** e **Carlos Heitor Cony**, o poeta **Ferreira Gullar**, o historiador **Eric Hobsbawm**, o cineasta **Nelson Pereira dos Santos**, o ex-presidente de Portugal **Mário Soares** e o compositor **Chico Buarque**



SANTA CLARA COMUNICAÇÃO, DIVULGAÇÃO

### Correções

Errei, erramos. E duas vezes no mesmo dia, que é pra não deixar dúvidas de que o columnista é demasiado humano. Mancada nº 1: o show da banda britânica **Jethro Tull** em Porto Alegre está marcado para o dia 23 de abril, no **Teatro do Sesi** – e não dia 21, como a coluna desinformou nesta terça-feira. Mancada nº 2: chama-se **Guilherme Roth** – e não **Gustavo** – o modelo fotografado com a barriga de tanquinho de fora para um ensaio de moda, noticiado na **Contracapa** também na terça.





Joana Amaral e Fabi Vanoni em "Alice (adulto)", espetáculo de dança do grupo Gaia que estréia hoje no Cine-Theatro

# Alice ficou grandinha

Espectáculo recria personagem do clássico de Lewis Carroll

RENATO MENDONÇA

As intenções de *Alice (adulto)* ficam esclarecidas no material de divulgação que foi enviado aos jornais.

No relise do espetáculo de dança dirigido por Alessandra Chemello e Diego Mac não se usa o termo ingresso: o valor de R\$ 5 é classificado como "investimento".

A ousadia se justifica. O grupo Gaia vem trabalhando *Alice* desde 2005, quando foi encenada o embrião do projeto, *O Buraco de Alice*. Era uma montagem dirigida ao público infantil, em que o público assumia o lugar da personagem criada por Lewis Carroll, inclusive descendo por um túnel.

Depois disso, o Gaia ([www.grupogaia.art.br](http://www.grupogaia.art.br)) promoveu debates e oficinas até amadurecer e colocar em cena uma Alice com 24 anos de idade.

– As principais referências estéticas que usamos em *Alice adulta* são o cinema e os filmes publicitários – explica Alessandra. – Nossa intenção é provar que o bailarino não é um ser especial, que a dança está próxima de todos nós, a qualquer momento que nos expressamos.

O que significa colocar vídeo e cinema no palco e

lançar mão de uma trilha sonora que começa em Wando e vai até Tom Waits. O cenário de Zoé Degani usa ventiladores para imitar o jardim das flores falantes que Alice encontra no país de tantas maravilhas. E até não-bailarinos estão em cena.

– Temos 25 pessoas leigas em dança, entre 13 e 43 anos de idade, que atenderam à nossa convocação. Elas participam da peça em alguns momentos – diz Alessandra.

O palco para as viagens da agora Alice mocinha é também um país das maravilhas. O Cine-Theatro é cheio de galerias, portas, escadas, lugares para se esconder e para aparecer, ao longo do qual o público é conduzido por quase duas horas. É um investimento na surpresa e na imaginação.

**O QUE:** *Alice (adulto)*, com Alessandra Chemello, Diego Mac, Fabi Vanoni, Joana Amaral e Nilton Gaffree. Duração: 120 minutos

**QUANDO:** estréia hoje, às 20h59min. Temporada às quartas e quintas-feiras, até 4 de maio, às 20h27min

**ONDE:** no Cine-Theatro (Av. Cristóvão Colombo, 772, fone 3286-2408)

**QUANTO:** R\$ 5

## Sobre antropologia e saias justas

Muito se discute sobre até que ponto a relação pessoal de um pesquisador com seu objeto de estudo pode interferir no resultado final, e poucas ciências demonstram esse paradoxo tão bem quanto a antropologia, por definição um estudo de pessoas e relações.

É o que debatem os 12 textos reunidos no livro *Entre Saias Justas e Jogos de Cintura* (Edunisc/Editora Mulheres, 370 páginas, R\$ 40), organizado pelas antropólogas Alinne Bonetti e Soraya Fleischer, que tem sessão de autógrafos hoje, às 19h, no Café Concerto da Casa de Cultura Mario Quintana (Andradas, 736, 7º andar).



Mais do que ensaios, os capítulos, todos escritos por antropólogas, são também narrativas de casos em que a objetividade e a neutralidade das pesquisadoras foram contestadas pelas pessoas pesquisadas – como a antropóloga que desmaiou enquanto observava uma sessão umbandista e foi tida como uma médium em potencial. São histórias que recolhem depoimentos, subjetividades, sentimentos e interações que, devido ao rigor metodológico exigido em uma pesquisa de campo, não poderiam muitas vezes estar no resultado final de uma tese.

## Luciana Costa

Novas canções vão aparecer no show que a cantora e compositora Luciana Costa apresenta hoje, às 22h30min, na Cia de Arte (Andradas, 1.780, fone 3228-2433). A base do repertório são as canções do próximo disco, *Platônica*, entremeadas com releituras da MPB e músicas do primeiro disco de Luciana, *Ilustre Rebelia*, lançado em 2003 e premiado com o Açorianos de Música, na categoria Pop Rock. A próxima escala da cantora, que despontou no cenário gaúcho ainda na década de 1980, é o Rio de Janeiro, onde faz show no dia 25 deste mês.

Para a apresentação de hoje, os ingressos custam R\$ 5.

**NILSON SOUZA**

E-mail: [nilson.souza@zerohora.com.br](mailto:nilson.souza@zerohora.com.br)

## A identidade do outro

**R**egistrei na semana passada, neste espaço, um curioso episódio do qual fui protagonista involuntário. Depois de ser confundido algumas vezes com um atleta de barbas grisalhas que corre na Zona Sul da cidade, cruzei com meu sócia no alto da lomba do Espírito Santo – sem que qualquer de nós parasse para conferir a semelhança. Relatei o caso pelo inusitado, sem imaginar que teria continuidade. Dois dias depois, recebi um e-mail de uma atenciosa leitora que começava assim:

– Depois da leitura da crônica de quinta-feira, do Segundo Caderno da Zero Hora, estou com uma grande dúvida: serei eu a mulher do OUTRO?

Ela identificou o marido pela descrição e questionou se ele usava óculos ou não. Respondi. A leitora então me mandou uma foto do marido. Era o próprio. Confirmei e recebi a seguinte mensagem:

– Prezado Nilson. Mando anexada minha resposta à crônica O Outro, publicada em 29/03/07 na Zero Hora. Abraços. O outro.

E meu já nem tão desconhecido sócia me mandou este belo texto, intitulado A Consciência do Outro:

“Mulheres! Têm mais neurônios. E quando os colocam a funcionar, ninguém as segura. A minha resolveu, neste fim de semana, procurar a minha consciência. Isto é, a consciência do outro. Explico.

Sou o outro, o corredor anônimo da Zona Sul da cidade. Corro para me libertar dos problemas do dia-a-dia, para sair do sedentarismo que a profissão me impõe. Participo de corridas rústicas e maratonas,

aquelas de 42 quilômetros. É o esporte mais democrático que existe. Todos disputam juntos, os atletas de elite e o cidadão comum das mais variadas profissões e classes sociais. E todos são anônimos.

O anonimato faz parte de minha vida. Na universidade onde trabalho, prefiro que me chamem pelo apelido, ao invés do prof., mestre etc. Ainda, quando me pedem para atualizar o currículo, eu brinco: o meu é medido em quilômetros rodados.

No meu trotar matinal e solitário pela Zona Sul, muitas vezes perco a consciência. Penso no vazio. Consciência, segundo Aurélio, atributo pelo qual o homem pode conhecer e julgar sua própria realidade. Dizem que os corredores não a possuem. Normalmente nos chamam de malucos.

Esses dias, quando subia a lomba do Espírito Santo, deparei-me com alguém. Vinha absorto, não reparou. Era minha consciência. Eu fui para um lado, ela para o lado oposto.

Os anônimos corredores adoram receber elogios sobre seus feitos atléticos. Minha consciência chegou em casa e pôs-se a digitar no computador de seu cérebro palavras a enaltecer meu ego.”

Como não elogiar um homem que corre 42 quilômetros, escreve bem, tem bom humor e ainda se parece comigo? Pois bem, ele se chama Francisco Alberto Rheingantz Silveira, é professor de matemática e atende pelo apropriado apelido de Chicomaratona.

Nilson Souza escreve às quintas-feiras no Segundo Caderno

## Dilúvio musical no Oito e Meio

Duas bandas porto-alegrenses – Pata de Elefante e Subtropicais – dividem o palco do Oito e Meio (Aureliano de Figueiredo Pinto, 984, fone 3286-1268) hoje, a partir das 22h. E ambas trazem novidades no repertório. O trio instrumental Pata de Elefante está concluindo seu segundo disco, a ser lançado nos próximos meses, enquanto mostra

músicas como *Soltaram!* e *Funkadelic*. Os Subtropicais, especialistas em fundir música brasileira e rock, mostram músicas de seu próximo álbum, *Temporal no Céu da Boca*.

A noite terá também exibição de filmes e performances de DJs, no lançamento da décima edição da revista O Dilúvio. Ingressos no local a R\$ 12.

**Portugal, vinhos, bacalhau e até futebol**

Ostermann recebe Luiz Felipe Scolari. Canja musical com Ernesto Fagundes.

Hoje, 19h30min, no StudioClio - José do Patrocínio, 698

PATROCÍNIO  
COPESUL  
COMUNIDADE PETROQUÍMICA DO SUL

MINISTÉRIO DA CULTURA



[www.encontroscomoprofessor.com.br](http://www.encontroscomoprofessor.com.br)

**4 ENCONTROS COM O PROFESSOR**

ENTRADA FRANCA

supera



# Cultura Brasil adentro

Começa hoje, em Nova Petrópolis, projeto da Petrobras de espetáculos itinerantes

O Rio Grande do Sul é o ponto de partida para a segunda edição do Cinearte Sarau Petrobras Brasil Adentro, projeto que percorrerá o país apresentando filmes nacionais, espetáculos e oficinas de grupos de teatro locais e cursos de gestão cultural.

No Estado, a programação começa hoje, em Nova Petrópolis, e segue até o dia 18, em Rio Grande (confira no quadro ao lado).

O Cinearte Sarau visitará em 2007 cerca de 40 cidades de oito Estados, nove delas gaúchas. Mauro Maya, idealizador e coordenador do projeto, explica que o objetivo é promover um intercâmbio cultural e aproximar a população, em especial a carente e a de regiões afastadas das grandes centros, das manifestações artísticas. Além das atividades culturais gratuitas, o projeto também busca revitalizar espaços com importância histórica e cultural desses municípios.

Decidimos começar pelo Rio Grande do Sul devido à grande relevância cultural deste Estado no cenário nacional - diz Maya. - No início, pretendíamos apresentar o Cinearte Sarau em apenas quatro cidades, mas logo percebemos a necessidade de ampliação

Segundo Maya, os municípios gaúchos foram selecionados de acordo com alguns critérios: importância cultural e sócio-econômica (caso de Porto Alegre, que terá eventos na Lomba do Pinheiro, no Jardim Leopoldina e na Redenção), proximidade com refinarias da Petrobras, com objetivo de integrar empresa e comunidades vizinhas (exemplos de Canoas, Esteio e São Leopoldo) e desenvolvimento de manifestações artísticas comunitárias (como em Nova Petrópolis e São Francisco de Paula).

Para o Estado, foi programada a exibição dos longas-metragens *Se Eu Fosse Você*, campeão de bilheteria assinado por Daniel Filho, *A Máquina*, de João Falcão, e *Narradores de Javé*, de Eliane Caffé. Algumas sessões cinematográficas serão complementadas pelos curtas gaúchos *Kilmair*, de Marcio Schenatto, e *O Ditado*, de Tomás Creus e Lavinia Chianello.

Dois grupos gaúchos fazem parte da programação teatral no Estado: A Cia. Stravaganza, com a comédia *Sacra Folia*, e o Circo Girassol, apresentando o premiado espetáculo *O Hipnotizador de Jacarés*.

O Cinearte Sarau tem orçamento de R\$ 500 mil e soma-se ao investimento anual de R\$ 315 milhões que a Petrobras deverá fazer na área cultural em 2007.



Glória Pires e Tony Ramos em "Se Eu Fosse Você", um dos filmes da programação do Cinearte

## Projeto inclui curso de gestão cultural

Integrado à programação do Cinearte Sarau Petrobras Brasil Adentro, será realizado em Porto Alegre, no Santander Cultural (Sete de Setembro, 1.028), dias 13 e 14 de abril, o Curso de Gestão Cultural.

As inscrições são gratuitas e podem ser feitas até o dia 9 pelo site [www.cineartesarau.com.br](http://www.cineartesarau.com.br). O objetivo do curso é qualificar profissionais que atuam nas áreas de produção, administração, promoção e divulgação cultural.

A falta de projeto, ou mesma sua elaboração precária, contribui para a carência de políticas culturais na maioria das cidades - afirma Mauro Maya, idealizador e coordenador do Cinearte Sarau Petrobras. - Cito como exemplo que, em 2006, o Acre teve apenas um projeto cultural aprovado pela Petrobras.

Sabem por quê? Porque apresentou apenas um. Então eu brinco dizendo que apoiamos 100% dos pedidos do Acre.

Segundo Maya, a ideia é mostrar no curso como é importante saber apresentar um projeto aos patrocinadores, aos órgãos públicos e também explicar como é o processo de seleção no caso da Petrobras.

O curso terá quatro módulos: Política Petrobras de Patrocínio, ministrado pela gerente de patrocínio da empresa, Eliane Costa; Leis de Incentivo, com Fábio Cesnik, advogado especializado em cultura, autor dos livros *Globalização da Cultura e Guia do Incentivo à Cultura*, que apresentará o passo a passo dos mecanismos de incentivo fiscal e formulação do projeto cultural; Consultoria de Patrocínio, com Mauro Maya, sobre como, onde e quando injetar recursos em cultura, de forma a contribuir socialmente e fortalecer a marca da empresa; Gestão Cultural do Poder Público, com participação do secretário da Cultura de Porto Alegre, Sérgio Gonzaga, entre outros nomes ligados ao setor.

Estão disponíveis 80 vagas para o curso. Os selecionados receberão a confirmação de inscrição via e-mail ou telefone.

### Programação

**Entrada franca em todos os eventos. Informações no site [www.cineartesarau.com.br](http://www.cineartesarau.com.br)**

#### HOJE

Nova Petrópolis - Praça das Flores

17h, teatro: *Sacra Folia*, da Cia. Teatro Di Stravaganza

19h, cinema: *Se Eu Fosse Você*, de Daniel Filho

#### DIA 7

São Leopoldo - Praça da Vila Progresso

17h, teatro: *Sacra Folia*

19h, cinema: *A Máquina*, de João Falcão

#### DIA 8

São Francisco de Paula - Auditório Nossas Raízes

17h, teatro: *O Hipnotizador de Jacarés*, do Circo Girassol

19h, cinema: *Se Eu Fosse Você*, de Daniel Filho

#### DIA 9

Cazuza Ferreira - zona rural de São Francisco de Paula

17h, teatro: *O Hipnotizador de Jacarés*

19h, cinema: *Se Eu Fosse Você*, de Daniel Filho

#### DIA 11

Canoas - programação a definir

#### DIA 12

Esteio - Parque Galvany Guedes

17h, teatro: *Sacra Folia*

19h, cinema: *A Máquina*, de João Falcão

#### DIA 13

Porto Alegre - Centro Cultural Lomba do Pinheiro

14h30, teatro: *O Hipnotizador de Jacarés*

16h, oficina teatral às 20h, cinema: curta *Kilmair*, de Marcio Schenatto, e longa *Narradores de Javé*, de Eliane Caffé

#### DIA 14

Porto Alegre - Parque Chico Mendes (Jardim Leopoldina)

16h, teatro: *O Hipnotizador de Jacarés*

18h, oficina teatral

19h, cinema: curta *O Ditado*, de Tomás Creus e Lavinia Chianello, e *Narradores de Javé*

#### DIA 15

Porto Alegre - Parque da Redenção

15h, teatro: *O Hipnotizador de Jacarés*

17h, teatro: *Sacra Folia*

19h, cinema: mostra de curtas do Festival CineEsquemaNovo

#### DIA 17

Osório - Largo do Estudante

16h, teatro: *Sacra Folia*

17h30, oficina teatral

19h, cinema: *Narradores de Javé*

#### DIA 18

Rio Grande - Vila Mangueira

17h, teatro: *Sacra Folia*

19h, cinema: *Narradores de Javé*

## Banqueiro X bancário

Chega hoje aos cinemas a versão do diretor Bruno Barreto para *Caixa Doi\$, um dos espetáculos de maior sucesso do teatro nacional - ficou seis anos em cartaz.*

Adaptado do texto de Juca de Oliveira, *Caixa 2*, o filme, volta a abordar um universo bem conhecido dos brasileiros, no qual convivem pessoas que não tem preço com outras que não valem nada. Esses tipos são encarnados, respectivamente, por Roberto (Daniel Dantas), um bancário exemplar recém-demitido, e Luiz Fernando (Fúlvio Stefanini), um banqueiro pica-reta envolvido em grossa falcatura.

A aproximação entre eles ocorre quando Luiz Fernando e seu assistente, Romeiro (Cássio Gabus Mendes), planejam mandar para a conta do banqueiro na Suíça R\$ 50 milhões. Mas a milionária transação é depositada, por engano, na conta de Lina (Zezé Polessa), mulher do funcionário padrão. Para complicar, Ângela (Giovanna Antonelli), a sexy secretária do banqueiro, que seria usada como "laranja", é namorada de Henrique (Thiago Fragoso), filho de Roberto e Lina e hacker de primeira linha.

Fúlvio Stefanini é remanescente da montagem teatral de *Caixa Doi\$, mas na peça ele fazia o papel contrário, o do bancário submisso - pelo qual acabou conquistando o prêmio Shell de melhor ator em 1999.*



Cássio Gabus Mendes e Fúlvio Stefanini estão no elenco de "Caixa 2"

## Mr. Bean e desenho da Disney

Outras duas atrações que estreiam hoje nos cinemas, antecipando o feriado da Páscoa, são voltadas para o público infanto-juvenil. Mr. Bean, o atrapalhado sujeito que atrai as mais bizarras confusões, está de volta em *As Férias de Mr. Bean (Mr. Bean's Holiday)*, 2007). O ator britânico Rowan Atkinson tem declarado que esta é sua última aparição como o personagem que criou nos anos 1990 e conquistou fãs em todo o mundo, primeiro na TV e depois no cinema.

No filme dirigido por Steve Bendelack, Mr. Bean ganha como prêmio numa rifa uma filmadora e uma semana de férias no sul da França. A viagem coincide com a realização do Festival de Cinema de Cannes, onde ele decide

mostrar suas peripécias diante da câmera a uma platéia de exigentes cinefilos. Na aventura, Bean ganha como amigo um garoto de 10 anos, filho de um diretor russo que pensa que ele raptou o garoto.

O programa bacana para pequenos e grandes é *A Família do Futuro (Meet the Robinsons)*, 2007, nova incursão da Disney na animação digital. O longa de Stephen J. Anderson, em cópias dubladas, tem como protagonista Lewis, um jovem inventor sempre cheio de ideias geniais. Seu mais recente trabalho é uma máquina para ajudar a encontrar sua mãe biológica. Mas uma confusão leva o guri a uma viagem ao futuro, onde conhece uma divertida família.

## Remix

E-mail: [remix@zerohora.com.br](mailto:remix@zerohora.com.br)  
por Grazi Badke

A seção Remix é publicada às quintas-feiras no Segundo Caderno

### ROCK CHACOALHANTE

Simian Mobile Disco, a dupla af ao lado, vai tocar no Brasil dia 5 de maio no Live Stage do Skol Beats. SMD, aka James Ford e James Shaw, se apresenta por aqui antes mesmo de lançar o primeiro CD, *Attack Decay Sustain Release*, programado para meados de junho.

A banda estourou em 2006 nas pistas e no YouTube com o single *Hustler*. O vídeo começa com um inocente telefone sem fio entre uma turma de garotas e descamba... bom, confere lá no YouTube.

O SMD apareceu durante o furacão *New Rave* - os britânicos do *Klaxons* são os mais conhecidos por aqui - e acabou levando o rótulo (usado para qualquer banda nova que misture rock com eletrônica) por tabela. Esquece então o rótulo e confere alguns roqueiros que colocam o povo para dançar - *Goose*: quarteto belga (o guitarrista já tocou no Soulwax) que lançou CD de estreia, *Bring It On*, em 2006; *CutCopy*: o debut do grupo australiano chama-se *Bright Like Neon Love*; *Chkchchk*: das pistas de NY, com o álbum *Myth Takes* saindo do forno; *Hot Chip*: a música *Over and Over* foi eleita melhor single de 2006 pelo semanário NME; *MSTRKRFT*: dupla canadense (um dos caras é ex-integrante do Death From Above 1979). Essas e outras apostas, como *Rev19n* e *The Presets*, têm som rolando no My Space.



SIMIAN MOBILE DISCO DIVULGAÇÃO

### DROPS

Saiu a programação do Tim Ma da 2007, festival bacaníssimo que rola em Natal (RN) entre os dias 3 e 5 de maio. Os gaúchos da Pública, Super-guidis e Cartolas estão escalados.

◆ O Jesus and Mary Chain está voltando para vários shows na Europa e nos EUA. Material novo também não foi descartado. [myspace.com/thejesusandmarychain](http://myspace.com/thejesusandmarychain)

◆ Quem também está ensaiando retorno é o Smashing Pumpkins (do original, só Billy Corgan e o batera Jimmy Chamberlin). A tour começa em maio e o novo CD, *Zeitgeist*, sai no dia 7/7/07. [myspace.com/smashingpumpkins](http://myspace.com/smashingpumpkins)

◆ Bola da vez: *Sound Of Silver*, do LCD Soundsystem. As batidas hipnóticas do produtor James Murphy vão ficando para a lista das melhores de 2007. Confere o CD completo no [myspace.com/lcdsoundsystem](http://myspace.com/lcdsoundsystem)

### Top 5 Brasil

**As maiores bilheterias do fim de semana passado:**

- 1) 300 - R\$ 5,5 milhões
- 2) *Motoqueiro Fantasma* - R\$ 600 mil
- 3) *O, Pai, O* - R\$ 494,6 mil
- 4) *Número 23* - R\$ 413,2 mil
- 5) *Arthur e o Minimoys* - R\$ 300,1 mil

### Top 5 EUA

- 1) *Escorregando para a Glória* - US\$ 33 milhões
- 2) *A Família do Futuro* - US\$ 25 milhões
- 3) 300 - US\$ 11,1 milhões
- 4) *As Tartarugas Ninja* - US\$ 9,1 milhões
- 5) *Motoqueiros Selvagens* - US\$ 8,3 milhões

Fonte: Filme B

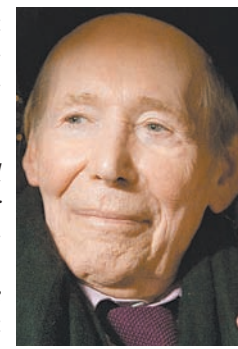
### Primeira fila

## Vênus

ROGER LERINA

### Opinião Cinema

*Vênus (2006) não foi escrito especialmente para Peter O'Toole - mas bem poderia. O ator irlandês está soberbo no papel que lhe rendeu a oitava indicação ao Oscar - mais uma vez, porém, o inesquecível protagonista de Lawrence de Arábia (1962) não levou. Oscar negado, coadjuvantes de brilho como os veteranos Leslie Phillips e Vanessa Redgrave, direção irregular - tudo isso encolge diante da atuação de O'Toole, cuja persona dramática enche a tela e*



o ator Peter O'Toole

te um jogo de sedução em que as investidas dele são rechaçadas (ou não) conforme os caprichos dela.

É no espírito dessa ambiguidade que *Vênus* avança melhor. O'Toole encarna com autenticidade as contradições de Maurice - como o astro, também um honorável nome da cena inglesa. O personagem (e, por que não dizer, também seu intérprete) percebe a proximidade de seu ato final - e encara sua *Vênus* particular como uma coda adequada para sua vida de bon vivant. Maurice intui o ridículo da situação, mas persiste cortejando Jessie - "Para a maioria dos homens, o corpo de uma mulher é a coisa mais bela

que eles jamais verão", comenta o velho ao lado da jovem diante da tela A Toilette de *Vênus*, de Velázquez, acrescentando que as formas femininas são o princípio de toda a perdição.

No outro extremo, O'Toole confere dignidade à decrepitude física e moral de Maurice, cuja operação na pró-tata aproxima-o ainda

mais da morte. No contraponto ao assédio que faz à sexualmente provocadora Jessie, a cena em que Maurice faz um mea-culpa para a ex-mulher Valerie (uma envelhecida mais sempre luminosa Vanessa Redgrave), a quem abandonou com três filhos pequenos por causa de um rabo-de-saia, é uma das mais pungentes de *Vênus*. A sinceridade com que Peter O'Toole vive os paradoxos de seu papel vale bem mais do que qualquer Oscar.

Clube do Assinante

### Eles estão de volta!



apresenta: Zé Victor Castiel Oscar Simch Rogério Beretta  
**Homens de Perto**  
De Artur José Pinto Direção Néstor Monasterio  
[www.homensdeperto.com.br](http://www.homensdeperto.com.br)

ESTREIA! QUINZAS A DOMINGOS

12 de abril  
**Teatro da Amrigs**

CURTA TEMPORADA ATÉ 06 DE MAIO

Adquira o ingresso antecipado e garanta o seu lugar: Lojas Pé de Meia Shopping Iguatemi, Praia de Belas e Shopping Total

Clube do Assinante apresenta **Antonio Villeroy** Banda e Quarteto de Cordas

Theatro São Pedro  
Praça Marechal Floriano s/n - Centro

quarta-feira  
11 de abril  
21h

Promoção **20%**  
DE DESCONTO PARA TITULAR E ACOMPANHANTE

Clube do Assinante apresenta APCEF/RS e Caixa Pandora

**Teatro Bruno Kiefer**  
CCMO - Rua dos Andradas, 736

30 de março à **22 de abril de 2007**  
Sex., sáb. e dom. - 20 horas

Ingressos antecipados  
Restaurant Prato Verde  
Rua Sta. Terezinha, 42  
Caixa Econômica Federal  
Andradas, 1.000 - Térreo  
APCEF - Av. Cel. Marcos, 851

Promoção **50%**  
DE DESCONTO PARA TITULAR E ACOMPANHANTE





# Vale-tudo pela celebridade

## Estréia "Namoradinho do Brasil"

O fenômeno é cada vez mais comum: mães ambiciosas dispostas a vender a alma (e, às vezes, até o corpo) de suas filhas para conquistar um lugar no horário nobre da TV ou nas capas das revistas.

Esse é o tema da peça *Namoradinho do Brasil*, em cartaz até domingo no Theatro São Pedro (Pça Mal. Deodoro, s/nº, fone 3227-5100), estrelado por Suzana Vieira e Bárbara Borges.

Falando por telefone desde o Rio, Suzana conta que a peça se passa em dois planos. No primeiro, a filha Viviane (papel de Bárbara) conta sua história para o público, em meio a um cenário simples e realista. Mas, às vezes, se revela um segundo plano, expondo as memórias que incluem a mãe Ragilda (vivida por Suzana), as frases que povoam o inconsciente da garota.

– Mas quem quer só rir, que sintonize o *Zorra Total* na noite de sábado – provoca a atriz de 64 anos. – *Namoradinho do Brasil* não quer transformar nada, mas também não é só humor. Tem momentos de delicadeza e drama.

Suzana promete divertimento no palco e na platéia:

– Sou exagerada, tenho os gestos largos, o tom de voz alto. E ocupo o palco todo. Para mim, que fui bailarina clássica, cruzar o palco atuando é como fazer um grand jeté.

As sessões de *Namoradinho do Brasil* são hoje e amanhã, às 21h, e domingo, às 18h. Ingressos custam entre R\$ 20 e R\$ 50, com desconto de 20% para titular do Clube do Assinante. Venda no teatro ou pela telentrega fone 3299-0800. Patrocínio GRSA, LTA-RH Informática e Cia Zaffari.



PAULA KOSSATZ, DIVULGAÇÃO

Suzana Vieira (D) e Bárbara Borges interpretam mãe e filha

## roteiro de teatro, dança e infantil

### CAPITAL E REGIÃO METROPOLITANA

#### TEATRO

##### A CASA DAS TRÊS IRENES

**Cine-Theatro** (Cristóvão Colombo, 772), 20h. 3286-2408. Três atrizes idosas falam sobre sua carreira. Dir: Zé Adão Barbosa. Ing: R\$ 15 (inteira), R\$ 12 (para Clube do Assinante) e R\$ 7,50 (estudantes e maiores de 60 anos). **Sáb. e dom.** Até 29/4.

##### A DOCE BÁRBARA

**Sala Carlos Carvalho** (Andradas, 736), 19h30. 3221-7147. Performance de Antônio Carlos Falcão como Maria Betânia. Ing: R\$ 20 (desc. de 50% para Clube do Assinante). **De hoje a dom.**

##### A MÃO QUE BALANÇA O SEIO

**Teatro Novo DC Navegantes** (Frederico Mentz, 1.561), 3374-7626. Paródia de programa de TV. Com Marcelo Santos e Ayala. Ing: R\$ 15 (no local) e R\$ 12 (antecipado). Desc. de 40% para Clube do Assinante. **Sex. e sáb.,** às 21h. **Dom.,** às 20h. Até 22/4.

##### A MISSÃO – LEMBRANÇA DE UMA REVOLUÇÃO

**Terra da Tribo** (Dr. João Inácio, 981), 20h. 3028-1358. Ing: 5º e 6º, entrada franca. Sáb., ingresso a R\$ 20 (desc. de 50% para estudantes, classe artística e maiores de 60 anos). **De 5º a sáb.** Até 28/4.

##### AMÉRICA CAFÉ

**Teatro Bruno Kiefer – 6º andar da CCMQ** (Andradas, 736), 20h. Mulher visita prédio antigo e revive seu passado. Dir: Arthur José Pinto. Ing: R\$ 15 (R\$ 7,50 para Clube do Assinante, Associação da Caixa Federal, estudantes e maiores de 60 anos). **De 6º a dom.** Até 22/4.

##### CABECA DE ANTONIETA

**Teatro Carlos Carvalho – 2º andar da CCMQ** (Andradas, 736), 20h. Um paralelo entre a vida de Maria Antonieta e o mundo de hoje. Dir: Humberto Vieira. Ing: R\$ 15 (desc. de 50% para estudantes e maiores de 60 anos e de 20% para o Clube do Assinante). **De 6º a dom.** Até 15/4.

##### ENTRE QUATRO PAREDES

**Teatro de Arena** (Borges de Medeiros, 835), 21h. 3226-0242. Os conflitos da vida em comum. Dir: Elcio Rossini. Ing: R\$ 14 (desc. de 30% para Clube do Assinante). **De hoje a dom.**

##### ENTREVISTA COM ESPÍRITOS

**Teatro Zé Rodrigues – Shopping Bourbon São Leopoldo** (1º de Março, 821), 20h. Jovem procura um renomado psiquiatra. Dir: Luis Carlos Pretto. Ing: R\$ 15. **Domingos.** Até 6/5.

##### FOLCLORE UCRANIANO SOLOVEY

**Teatro do Sesc Centro** (Alberto Bins, 665), 20h. Dança e cultura ucraniana. Ing: R\$ 15 (desc. de 30% para Clube do Assinante). **Amanhã e dom.**

### HOMENS DE PERTO

**Teatro da Amrriç (Ipiranga, 5.311), 21h.** 3339-2899. Comédia inspirada no universo masculino. Ing: R\$ 20 (R\$ 15 para Clube do Assinante), para 5º a 6º, e R\$ 25 (R\$ 20 para Clube do Assinante), para sáb. e dom. **Pontos de venda:** lojas Pé de Meia (dos shoppings Iguatemi, Praia de Belas e Total). **De 5º a dom.** Até 6/5.

### INCOMPATÍVEL?

**Sala 504 da Usina do Gasômetro** (João Goulart, 551), 19h. Dança. Ing: R\$ 8. **Amanhã e dom.**

### MAMÃE FOI PRO ALASKA

**Teatro Renascença** (Erico Verissimo, 307), 21h. 3221-6622. A história de dois irmãos que voltam a viver na casa da mãe após cinco anos. Dir: Ramiro Silveira. Ing: R\$ 15 (desc. de 20% para Clube do Assinante e de 50% para estudantes, professores, classe artística e maiores de 60 anos). **De 6º a dom.** Até 22/4.

### NAMORADINHA DO BRASIL

**Theatro São Pedro** (Praça Marechal Deodoro, s/nº), 3227-5100. A história de uma mãe que faz de tudo para que sua filha fique famosa. Dir: Fernando Ceylão. Ing: R\$ 50 (platéia e cadeira extra), R\$ 40 (camarote central), R\$ 30 (camarote lateral) e R\$ 20 (galerias). Desc. de 20% para titular do Clube do Assinante. **Hoje e amanhã,** às 21h. **Dom.,** às 18h.

### O ANJO EXTERMINADOR

**Sala 302 da Usina do Gasômetro** (João Goulart, 551), 19h. A decadência de um grupo de burgueses que se encontra preso em uma recepção social. Dir: Eduardo Kraemer. Ing: R\$ 12 (R\$ 6 para classe artística, estudantes e maiores de 60 anos). **Sáb. e dom.** Até 29/4.

### O QUE FAZER COM DOIS MARIDOS?

**Teatro Zé Rodrigues – Shopping Bourbon São Leopoldo** (1º de Março, 821), 20h. Mulher se envolve nas confusões do ex-marido pobre e do atual. Dir: Zé Rodrigues. Ing: R\$ 15. **Sábados.** Até 5/5.

### O REALEJO

**Cine Teatro Municipal** (Adolfo Inácio Barcelos, 384), 20h. A história de Marina e do vendedor de maçãs Cássio, que vivem a magia do primeiro amor. Dir: Yuri Yamamoto. Entrada franca (ingressos devem ser retirados no Sesc e no Sindilhojas local). **Domingo. Em Gravataí.**

### O SANTO GUERREIRO

**Sala Alzira Azevedo** (Salgado Filho, 340), 20h. Peça baseada na vida de São Jorge. Concepção: Xico de Assis. **Sextas. Entrada franca.** Até 18/5.

### O URSO

**Sala 402 da Usina do Gasômetro** (João Goulart, 551), 20h. 3212-5979. Jovem viviva é surpreendida pela chegada de um homem disposto a cobrar dívida do falecido. Dir: Deborah Finocchiaro. Ing: R\$ 10. **Sáb. e dom.** Até 29/4.

### QUEM, EU E OUTROS

**Teatro de Câmara Túlio Piva** (República, 575), 21h. 3225-6172. Dança contemporânea. Dir: Ricardo Alvarenga. Ing: R\$ 10 (desc. de 20% para Clube do Assinante). **Hoje e amanhã,** às 21h. **Dom.,** às 20h.

### SERIAMENTE CÔMICO

**Anfiteatro Padre Werner** (Unisinos, 950), 20h. Humor com Jair Kobe. Dir: Flávio Bicca. Ing: R\$ 10 (R\$ 5 para trabalhadores do comércio de bens e de serviços, maiores de 60 anos e estudantes). **Hoje.**

### VAN GOGH

**Teatro Elis Regina da Usina do Gasômetro** (João Goulart, 551), 20h. A trajetória obstinada do homem à procura do seu destino. Dir: Júlio Saraiva. Ing: R\$ 15. **De 6º a dom.** Até 29/4.

### VLADIMIR E ESTRAGON

**Sala Álvaro Moreyra** (Erico Verissimo, 307), 3221-6622. Texto de Samuel Beckett. Dir: Marco Fronchetti. Ing: R\$ 5. **Hoje e amanhã,** às 21h. **Dom.,** às 20h.

### TEATRO INFANTIL

#### A VERDADEIRA HISTÓRIA DOS TRÊS PORQUINHOS

**Centro Cultural Zé Rodrigues** (Paulo Setúbal, 117), 17h. 3337-0933. Três porquinhos tentam aprisionar um lobo. Dir: Zé Rodrigues. Ing: R\$ 12 (desc. de 25% para Clube do Assinante). **Sáb. e dom.** Até 6/5.

#### CONFUSÕES NA FLORESTA

**Sala Álvaro Moreyra** (Erico Verissimo, 307), 16h. 3221-6622. Musical alerta para a poluição. Dir: Júlio Lhenardi. Ing: R\$ 15 (desc. de 20% para Clube do Assinante e de 50% para professores). **Amanhã e dom. Último final de semana.**

#### JOÃO E MARIA – UMA AVENTURA NO TERRENO BALDIO

**Teatro Bruno Kiefer – 6º andar da CCMQ** (Andradas, 736), 16h. Duas crianças perdidas encontram abrigo num terreno baldio. Dir: Bob Bahlis. Ing: R\$ 12. Desc. de 50% para Clube do Assinante. **Sáb. e dom.** Até 29/4.

#### RAPUNZEL

**Teatro Novo – DC Navegantes** (Frederico Mentz, 1.561), 17h. 3374-7626. Menina de longos cabelos vive presa em uma torre. Dir: Ronald Radde. Ing: R\$ 12 (desc. de 25% para titular e 2 acompanhantes do Clube do Assinante). **Sáb. e dom.** Até 26/6.

#### UMA AVENTURA FARROUPILHA

**Teatro Renascença** (Erico Verissimo, 307), 16h. 3221-6622. A Guerra dos Farrapos narrada por um jovem imigrante europeu. Dir: Ramiro Silveira. Ing: R\$ 15 (desc. de 20% para Clube do Assinante). **Sáb. e dom.** Até 22/4.

**hagah** Confira mais informações em [www.hagah.com.br](http://www.hagah.com.br)

**Clube do Assinante** apresenta

# A doce bárbara

Voz: Antônio Carlos Falcão  
Guitarra: Daniel Nodari  
Baixo: Aldo Ibanos  
Bateria: André Binsfeld  
Luz: Marga Ferreira  
Direção: Antônio Carlos Falcão  
Assessoria de Produção: Sandro Lopes

**Casa de Cultura Mário Quintana**  
Sala Carlos Carvalho  
12, 13, 14 e 15 de Abril  
19h30

Promoção **50%**  
DE DESCONTO PARA TITULAR E ACOMPANHANTE

**Clube do Assinante** e **Theatro Espólio** apresentam

**Carlos Ramiro Fensterseifer**  
**Evandro Soldatelli**  
**Carlos Cunha**  
**Arlete Cunha**

Direção: **Ramiro Silveira**

**DE 30 DE MARÇO A 22 DE ABRIL**  
**SEXTAS A DOMINGOS 21H.**  
**TEATRO RENASCENÇA**  
AV. ERICO VERISSIMO 307

Promoção **20%**  
DE DESCONTO PARA TITULAR E ACOMPANHANTE

**HOJE NOS CINEMAS**

À beira de um desastre

ROWAN ATKINSON

# AS FÉRIAS DE MR. BEAN

DUBLADO E LEGENDADO

[asferiasdemrbean.com.br](http://asferiasdemrbean.com.br)

"UMA NOVA ODISSÉIA NO ESPAÇO. DIVERSÃO FEITA COM UM NOTÁVEL SENSO DE ESPETÁCULO. DANNY BOYLE SE MOSTRA UM RENOVADOR DE GÊNEROS." REVISTA VEJA

SE O SOL MORRER, O QUE SERÁ DE NÓS?

# SUNSHINE

ALERTA SOLAR

DO DIRETOR DANNY BOYLE

ASSISTA HOJE NOS CINEMAS

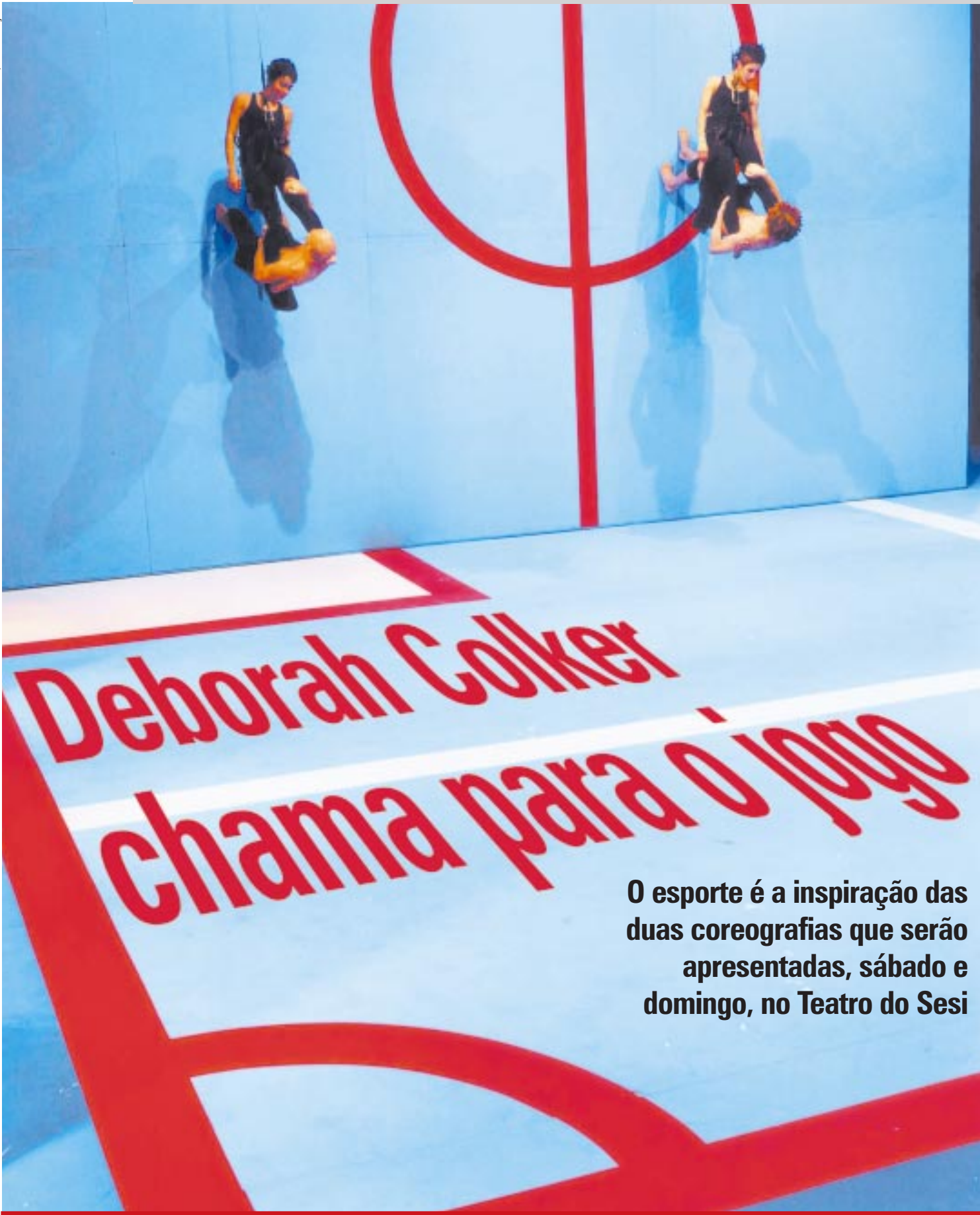


# Fim de semana

Segundo Caderno

ZERO HORA – SEXTA-FEIRA, 20 DE ABRIL DE 2007

FLÁVIO COLKER, DIVULGAÇÃO



**O esporte é a inspiração das duas coreografias que serão apresentadas, sábado e domingo, no Teatro do Sesi**

MELISSA HOFFMANN

**Bailarinos dançando a sete metros do chão, na horizontal, em uma quadra de esportes.**

A nova montagem da coreógrafa Deborah Colker, *Dínamo*, será apresentada amanhã e domingo no Teatro do Sesi, na Capital.

**D**ínamo é a junção de dois espetáculos: *Velox* e *Maracanã*. No primeiro, que teve estréia em 1995, os dançarinos escalam uma parede vertical para encenar esportes olímpicos. *Maracanã* foi encomendado pela Fifa para ser apresentado durante a Copa do Mundo da Alemanha, no ano passado, e recria cenograficamente uma partida de futebol.

– Quando me pediram para dançar *Maracanã* no Brasil, concordei, mas queria fechar um ciclo com o esporte que tinha começado há 12 anos com *Velox* – afirma Deborah, por telefone desde Florianópolis. – *Dínamo* tem muito a ver com o que estou trabalhando agora: a união do movimento com o espaço.

Montado como se fosse uma quadra de futebol, o cenário de *Maracanã* tem divisões de linhas e de áreas. Os dançarinos ficam suspensos a sete metros do chão. Assim que as cortinas se fecham, 20 minutos depois, entra em cena um palco vertical para os bailarinos dançarem na horizontal (“assim como lagartixas”, define Deborah).

– Busco essa verticalidade nos dois espetáculos, querendo que o espectador tenha a impressão de estar olhando um jogo de cima – diz a coreógrafa carioca de 46 anos.

A última vez que Deborah e a sua companhia estiveram em Porto Alegre foi no ano passado, com o balé *Nó*. E é nesta última montagem que ela busca inspiração para a sua próxima produção.

– É um projeto inédito e ainda é cedo para falar – faz suspense. – Quando fiz *Rota* (1997), pensei que ficaria mais fácil. Mas cada vez é pior. Cada vez sou mais exigente.

**O QUE:** *Dínamo*, espetáculo da Companhia de Dança Deborah Colker. Patrocínio: Petrobras.  
**Duração:** 1h05min, com 20min de intervalo  
**QUANDO:** amanhã, às 21h, e domingo, às 19h  
**ONDE:** no Teatro do Sesi (Assis Brasil, 8.787, fone: 3347-8617)

**QUANTO:** os ingressos custam entre R\$ 50 e R\$ 70, com desconto de 10% para titular do Clube do Assinante. Detalhes na página 4

Só falta passar por mais um teste: o seu test-drive.

Honda. A marca com o melhor desempenho na pesquisa “Os Eleitos” da Revista Quatro Rodas.



HONDA

**Zensul**

O caminho é ser feliz.

Salvador França, 855. Próx. ao Jardim Botânico. Fone: 2125.0044.

pa im





## Palco para discutir a relação

### “Intimidade Indecente” volta a Porto Alegre com novo elenco

Otávio Augusto e Lucinha Lins convidam o público gaúcho para viajar. No espetáculo *Intimidade Indecente*, em cartaz até domingo no Theatro São Pedro, os dois interpretam um casal que viaja pelo tempo, pelas emoções, partindo da paixão, passando pelo ressentimento, chegando até a reconciliação.

*Intimidade Indecente* já passou por Porto Alegre, em 2004, com Irene Ravache e Marcos Caruso no palco. A história criada por Leilah Assunção continua a mesma: ao completar 50 anos de idade, um casal decide se separar. Nos próximos 40 anos, eles reencontram-se em diferentes situações, discutindo sexo, traição, companheirismo, abandono e preconceito.

– É um exercício para o ator – resume Otávio Augusto, 62 anos. – Durante a peça, a idade dos nossos personagens vai de 50 a 90 anos, mas não usamos maquiagem, bengalas ou perucas. A transição de tempo se manifesta apenas através de nosso corpo e voz.

No palco, uma mesa e algumas cadeiras. Ao final de cada um dos quatro atos, um ruído de cristal se rompendo sugere que certas coisas são difíceis de serem reconstruídas, que o tempo não volta. Mas Otávio Augusto garante que a platéia vai fazer uma viagem entre o riso e a emoção.

– A questão da velhice, uma separação, uma traição, tudo isso é muito tocante. Mas, às vezes, temos de parar o espetáculo porque o público não pára de rir.



Otávio Augusto e Lucinha Lins estão em cartaz no Theatro São Pedro

**O QUE:** Intimidade Indecente, direção de Regina Galdino. Patrocínio: Lojas Colombo. Duração: 85 minutos  
**QUANDO:** hoje e amanhã, às 21h, e domingo, às 18h  
**ONDE:** no Theatro São Pedro (Pça Mal Deodoro, s/nº, fone 3227-5100)  
**QUANTO:** ingressos entre R\$ 20 e R\$ 50, com 20% de desconto para titular do Clube do Assinante. Ingressos à venda no local ou pela telentrega (somente hoje, entre 9h e 19h)

## Afundado em dúvida

O diretor Jessé Oliveira mostra seu talento como dramaturgo em *Um Homem na Banheira ou uma Bandeira na Lua*, que estréia hoje no Teatro de Arena (Borges de Medeiros, 835, fone 3226-0242).

O monólogo mostra um homem de 40 anos (Marcelo Casagrande) isolado dentro de uma banheira, imerso em água e em recordações, fazendo um balanço de sua vida, de seus ideais, purgando a crise das ideologias e a crise de identidade de um artista.

*Um Homem na Banheira ou uma Bandeira na Lua* está em cartaz se sexta a domingo, até 29 de abril, sempre às 21h. Ingressos à venda no local por R\$ 10.



TARILI CHEIDID, DIVULGAÇÃO

## roteiro de teatro e dança

### PORTO ALEGRE E REGIÃO METROPOLITANA

#### A CASA DAS TRÊS IRENES

**Cine-Theatro** (Cristóvão Colombo, 772), 20h. 3286-2408. Atrizes idosas falam sobre sua carreira. Dir: Zé Adão Barbosa. Ing: R\$ 15 (inteira), R\$ 12 (para Clube do Assinante) e R\$ 7,50 (estudantes e maiores de 60 anos). **Sáb. e dom.** Até 29/4.

#### A MÃO QUE BALANÇA O SEIO

**Theatro Novo – DC Navegantes** (Frederico Mentz, 1.561), 3374-7626. Paródia de programa de TV. Com Marcelo Santos e Ayala. Ing: R\$ 15 (no local) e R\$ 12 (antec). Desc. de 40% para Clube do Assinante. **Hoje e amanhã,** às 21h. **Dom.,** às 20h.

#### A MISSÃO – LEMBRANÇA DE UMA REVOLUÇÃO

**Terreira da Tribo** (Dr. João Inácio, 981), 20h. 3028-1358. Ing: 5ª e 6ª, entrada franca. **Sáb.,** ingresso a R\$ 20 (desc. de 50% para estudantes, classe artística e maiores de 60 anos). **De 5ª a sáb.** Até 28/4.

#### ALDEIA SESC CAPILÉ

**Museu do Trem de São Leopoldo** (Lindolfo Collor, 61). **Hoje,** das 10h às 13h e das 15h às 18h, oficina de montagem cênica com Anselmo Vasconcelos; às 19h30, teatro *Goela Abaixo ou Por Que tu não Bebes?*, da Cia de Teatro ao Quadrado. **Amanhã,** das 10h às 13h, oficina de maquiagem cênica com Ligia Rigo; das 10h às 13h e das 15h às 18h, oficina de montagem cênica com Anselmo Vasconcelos; das 10h às 13h e das 14h às 17h, oficina de artes Pin-Hole com Ana Mendes; das 10h às 13h, oficina de dança de salão com Alesandro da Silva; das 13h às 15h, mostra aberta; às 15h, teatro de rua *A Revolução dos Bichos*, da Cia 4; às 17h, teatro *Pela Porta da Rua*, da Geração Bugiganga; das 16h às 18h, oficina de artes Montagem de Mosaicos, com Almir Mello; às 17h30, dança *Intimo Reflexo*, da Alatus Cia de Dança; às 18h30, teatro *Palavreado e mais Palavreado*, da Teatro Barato; às 21h, teatro *Há Vagas para Moças de Fino Trato*, do Teatro Sarcaustico. **Domingo,** das 14h às 16h, oficina de materiais recicláveis com Alice Bemvenuti; às 15h, dança *Flamenco Del Puerto*, com Cia. Andrea Del Puerto; às 16h, teatro de rua *No Mundo da Lua*, do Circo Girassol; às 17h, dança *Corsários e Bucaneiras*, da Escola de Dança Fabioli Appel; às 17h30, dança *Varieté*, da Domus Estúdio de Dança. **Entrada franca. Em São Leopoldo.**

#### AMÉRICA CAFÉ

**Theatro Bruno Kiefer – 6º andar da CCMQ** (Andradas, 736), 20h. Leda visita o prédio que abrigava o América Café. A partir daí, revive seu passado. Dir: Arthur José Pinto. Ing: R\$ 15 (R\$ 7,50 para Clube do Assinante, Associação da Caixa Federal, estudantes e maiores de 60 anos). **De 6ª a dom.** Último final de semana.

#### CIA. DE DANÇA DEBORAH COLKER

**Theatro do Sesi** (Assis Brasil, 8.787), 3347-8617. Dança. Ing: R\$ 70 (platéia baixa), R\$ 60 (platéia alta) e R\$ 50 (mezanino). Desconto de 10% para titular do Clube do Assinante. **Ponto de venda:** hoje, na Banana Records do Shopping Bela Vista (Nilópolis, 543, loja central). **Amanhã e dom.,** apenas no local, a partir das 14h. **Amanhã,** às 21h. **Dom.,** às 19h.

#### CIA. TERPSÍ 20 ANOS

**Sala 209 da Usina do Gasômetro** (João Goulart, 551). Das 14h às 15h30, Cine Teatro Escola Brincante. Das 15h30 às 19h, espetáculos de dança. Das 19h às 20h, bate-papo *A Construção de Sentido em Roupas e Figurino*, com Anderson Luiz de Souza. **Entrada franca. Domingo.**

#### COMO EMAGRECER FAZENDO SEXO

**Sala Carlos Carvalho** (Andradas, 736), 20h. 3221-7147. Médico utiliza prática revolucionária de emagrecimento. Dir: Airton de Oliveira. Ing: R\$ 20 (desc. de 30% para Clube do Assinante). **De 6ª a dom.** Até 3/6.

#### ENTREVISTA COM ESPÍRITOS

**Theatro Zé Rodrigues – Shopping Bourbon São Leopoldo** (1º de Março, 821), 20h. Jovem alega ver, ouvir e incorporar seres que morreram. Dir: Luis Carlos Pretto. Ing: R\$ 15. **Domingos.** Até 6/5.

#### HOMENS DE PERTO

**Theatro da Amrigrs** (Ipiranga, 5.311), 3014-2001. Comédia inspirada no universo masculino. Ing: R\$ 20 (R\$ 15 para Clube do Assinante), para 5ª a 6ª, e R\$ 25 (R\$ 20 para Clube do Assinante), para sáb. e dom. **Pontos de venda:** lojas Pé de Meia (dos shoppings Iguatemi, Praia de Belas e Total). **Neste sábado, venda apenas na bilheteria do teatro, a partir das 13h. De 5ª a sáb.,** às 21h. **Dom.,** às 20h. Até 6/5.

#### INTIMIDADE INDECENTE

**Theatro São Pedro** (Praça Marechal Deodoro, s/nº), 3227-5100. 40 anos na vida de um casal. Dir: Regina Galdino. Ing: R\$ 50 (platéia e cadeira extra), R\$ 40 (camarote central), R\$ 30 (camarote lateral) e R\$ 20 (galerias). Desc. de 20% para titular Clube do Assinante. **Hoje e amanhã,** às 21h. **Dom.,** às 18h.

#### MAMÃE FOI PRO ALASKA

**Theatro Renascença** (Erico Verissimo, 307), 21h. 3221-6622. A história de dois irmãos que voltam a viver na casa da mãe após cinco anos. Dir: Ramiro Silveira. Ing: R\$ 15 (desc. de 20% para Clube do Assinante e de 50% para estudantes, professores, classe artística e maiores de 60 anos). **De 6ª a dom.** Último final de semana.

#### NA QUINA DO TEMPO

**Sala Álvaro Moreyra** (Erico Verissimo, 307), 3221-6622. Dança. Dir: Eva Schul. Ing: R\$ 12. **Hoje e amanhã,** às 21h. **Dom.,** às 19h.

#### O ANJO EXTERMINADOR

**Sala 302 da Usina do Gasômetro** (João Goulart, 551), 19h. Decadência de um grupo de burgueses que se encontra preso em uma festa. Dir: Eduardo Kraemer. Ing: R\$ 12 (R\$ 6 para classe artística, estudantes e maiores de 60 anos). **Sáb. e dom.** Até 29/4.

#### O QUE FAZER COM DOIS MARIDOS?

**Theatro Zé Rodrigues – Shopping Bourbon São Leopoldo** (1º de Março, 821), 20h. Mulher se envolve nas confusões do ex-marido pobre e do atual. Dir: Zé Rodrigues. Ing: R\$ 15. **Sábados.** Até 5/5.

#### O TEATRO DE SOMBRAS DE OFÉLIA

**Sala 502 da Usina do Gasômetro** (João Goulart, 551), 17h. Teatro de bonecos. Domingo. **Entrada franca.**

#### O SANTO GUERREIRO

**Sala Alzira Azevedo** (Salgado Filho, 340), 20h. Peça baseada na vida de São Jorge. Concepção: Xico de Assis. **Sextas. Entrada franca.** Até 18/5.

#### OURSO

**Sala 402 da Usina do Gasômetro** (João Goulart, 551), 20h. 3212-5979. Texto de Tchekov. Dir: Deborah Finocchiaro. Ing: R\$ 10. **Sáb. e dom.** Até 29/4.

#### OS CONFLITOS DO SEXO

**Theatro do IPE** (Borges de Medeiros, 1.945), 3210-5850. Os conflitos existentes em diferentes tipos de casais. Ing: R\$ 15 (desc. de 20% para Clube do Assinante). **Sáb.,** às 21h. **Dom.,** às 20h. Até 6/5.

#### POEMAS DE RASGAR AS VEIAS

**Theatro Nilton Filho** (Grão Pará, 179), 3233-0449. Peça com base em textos de Camões, Fernando Pessoa e outros autores. Dir: Hyro Matos. Ing: R\$ 10 (desc. de 30% para Clube do Assinante). **Hoje e amanhã,** às 21h. **Dom.,** às 19h.

#### UM HOMEM NA BANHEIRA OU UMA BANDEIRA NA LUA

**Teatro de Arena** (Borges de Medeiros, 835), 21h. 3226-0242. Homem em uma banheira é afogado por uma força invisível. Dir: Jessé Oliveira. Ing: R\$ 10. **De 6ª a dom.** Até 29/4.

#### VAN GOGH

**Theatro Elis Regina da Usina do Gasômetro** (João Goulart, 551), 20h. A trajetória obstinada do homem à procura do seu destino. Dir: Júlio Saraiva. Ing: R\$ 15. **De 6ª a dom.** Até 29/4.

#### IV TROCA NO TRILHO

Às 16h, no Parque Mascarenhas de Moraes, no Parque Humaitá, espetáculo de rua *História da Cobra Grande*. No Grêmio Esportivo Ferrinho (Dona Teodora, 1.250), às 20h, espetáculo teatral *A Última Instância*, às 21h, debate pela manutenção de um ferrinho cultural. **Entrada franca.**

**hagah** Confira mais informações em [www.hagah.com.br](http://www.hagah.com.br)



## Dançando a cidade

Eva Schul dá uma amostra de seu próximo espetáculo antecipando algumas coreografias de *Na Quina do Tempo*. No palco da Sala Álvaro Moreyra (Erico Verissimo, 307, fone 3221-6622), as bailarinas Aline Mello, Sofia Schul e Viviane Lencina vão traduzir em movimento a ação incessante do tempo e da cidade sobre o nosso corpo, dançando as fobias da metrópole.

As sessões de *Na Quina do Tempo*, produção da Anima Cia. de Dança, serão hoje e amanhã, às 21h, e domingo, às 19h, com ingressos a R\$ 12 e desconto de 50% para classe artística, estudantes e maiores de 60 anos.





O grupo Cuidado que Mancha faz temporada no Casarão Verde do DC Shopping

## Não pode ficar parado

**Q**uem não Dança Balança a Criança, novo espetáculo musical do grupo Cuidado que Mancha, entra em cartaz amanhã e segue temporada no Casarão Verde no DC Shopping (Frederico Mentz, 1.561, fone: 3343-5336), até 27 de maio. As apresentações serão sempre aos sábados e domingos, às 17h. O espetáculo mistura músicas com brincadeiras para crianças. No show, o Cuidado que Mancha mostra suas canções e também inclui algumas de domínio público, como *A Velha a Fiar*, agora com

novo arranjo. A criação do roteiro é de Raquel Grabauska e de Gustavo Finkler. Em Porto Alegre, *Quem não Dança Balança a Criança* teve uma única apresentação, em 2005, durante a Feira do Livro. Recentemente, o espetáculo foi apresentado no Sesc Vila Mariana, em São Paulo. Os ingressos custam R\$ 15. Neste final de semana, o desconto do Clube do Assinante é de 50% para titular e três acompanhantes. O restante da temporada tem desconto de 20% para titular e três acompanhantes.

## Harry Potter na nova Gênios

A edição da Gênios que chega às bancas amanhã destaca uma reportagem sobre o famoso bruxo das histórias de J.K. Rowling: Harry Potter. Na seção Personagem, fotos e curiosidades sobre os personagens que compõem a série, que estreia em breve nos cinemas seu quinto filme, *Harry Potter e a Ordem de Fênix*. O pôster Top Gênios traz a ginasta Daiane dos Santos, esperança de medalha para o Brasil nos Jogos Pan-Americanos, no Rio. E mais: uma matéria com a banda Arctic Monkeys, detalhes sobre o filme *Amigo Invisível* e um perfil da cantora Hilary Duff. Nas bancas, Gênios custa R\$ 8,90. Assinantes de Zero Hora podem assinar a revista pelo telefone 0800-051-3233 ou pelo site [www.zh.clicrbs.com.br/assinaturas](http://www.zh.clicrbs.com.br/assinaturas).



## programinha

### CAPITAL E REGIÃO METROPOLITANA

#### TEATRO INFANTIL

**A TRAÇA BIBLIÓ E O POETA – BRINCANDO COM OS VERSOS DE CARLOS URBIM**  
Sala Lili Invento o Mundo – 5º andar da CCMQ (Andradas, 736), 16h. 3221-7147. Poemas do livro *Caderno de Temas*, de Carlos Urbim. Com Dinorah Araújo. Ing: R\$ 7. **Sáb. e dom.** Até 29/4.

#### A VERDADEIRA HISTÓRIA DOS TRÊS PORQUINHOS

**Centro Cultural Zé Rodrigues (Paulo Setúbal, 117), 17h. 3337-0933.** Três porquinhos tentam aprisionar um lobo. Dir: Zé Rodrigues. Ing: R\$ 12 (desc. de 25% para Clube do Assinante). **Sáb. e dom.** Até 6/5.

#### ALDEIA SESC CAPILÉ

**Museu do Trem de São Leopoldo (Lindolfo Collor, 61).** Hoje, às 9h30 e às 15h, teatro infantil *Bebêbum*, da Cia. Stravaganza; **amanhã**, às 16h, teatro infantil *Serafim, o Espantalho*, do Grupo Alma. **Entrada franca. Em São Leopoldo.**

#### CHAPEUZINHO VERMELHO

**Teatro Zé Rodrigues do Bourbon Shopping São Leopoldo (1º de Março, 821), 17h. 3591.3099.** Musical infantil. Dir: Zé Rodrigues. Ing: R\$ 15 (desc. de 30% para cartão Bourbon). **Sáb. e dom.** Até 6/5.

#### JOÃO E MARIA – UMA AVENTURA NO TERRENO BALDIO

**Teatro Bruno Kiefer – 6º andar da CCMQ (Andradas, 736), 16h.** Duas crianças perdidas encontram abrigo num terreno baldio. Dir: Bob Bahls. Ing: R\$ 12. Desc. de 50% para Clube do Assinante. **Sáb. e dom.** Até 29/4.

#### QUEM NÃO DANÇA BALANÇA A CRIANÇA

**Casarão Verde – DC Shopping (Frederico Mentz, 1.561), 17h. 3343-5336.** Espetáculo de música e brincadeiras para crianças. Dir. cênica: Raquel Grabauska. Dir. musical: Gustavo Finkler. Ing: R\$ 15 (neste final de semana, desc. de 50% para Clube do Assinante e três acompanhantes. Nos demais, desc. de 20%). **Sáb. e dom.** Até 27/5.

#### O LIVRO ENCANTADO

**Teatro Nilton Filho (Grão Pará, 179), 16h. 3233-0449.** A história de três meninas que, ao entrarem em um sótão, descobrem um antigo baú, onde existe um livro encantado. Dir: Hyro Matos. Ing: R\$ 10 (desc. de 30% para Clube do Assinante). **Sáb. e dom.**

#### RAPUNZEL

**Teatro Novo – DC Navegantes (Frederico Mentz, 1.561), 17h. 3374-7626.** Menina de longos cabelos vive presa em uma torre. Um príncipe tenta libertá-la, mas precisa enfrentar uma bruxa. Dir: Ronald Radde. Ing: R\$ 12 (desc. de 25% para titular e 2 acompanhantes do Clube do Assinante). **Sáb. e dom.** Até 24/6.

#### UMA AVENTURA FARROUPILHA

**Teatro Renascença (Erico Verissimo, 307), 16h. 3221-6622.** A Guerra dos Farrapos narrada por um jovem imigrante europeu. Texto de Moacyr Scliar. Dir: Ramiro Silveira. Ing: R\$ 15 (desc. de 30% para Clube do Assinante). **Sáb. e dom. Último final de semana.**

#### ATRAÇÕES INFANTIS

##### JARDIM BOTÂNICO

**Dr. Salvador França, 1.427. 3336-3281.** Exemplos de plantas distribuídos nas diferentes áreas do parque. Ing: R\$ 2 (adultos) e R\$ 1 (estudantes). O passaporte para um mês custa R\$ 5. **De 3ª a dom.,** das 8h às 18h.

##### MUSEU DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DA PUCRS

**Ipiranga, 6.681. 3320-3597.** Experimentos nas áreas de astronomia, física e biologia, entre outras atrações. **De 3ª a dom.,** das 9h às 17h. Ing: R\$ 10 e R\$ 7 (professores, alunos universitários, crianças entre três e 12 anos e maiores de 65 anos).

##### PAMPAS SAFÁRI

**RS-20 Km 11. 3488-1823.** Zoológico sem jaulas numa área de 320 hectares. Ing: R\$ 28 (veículo de passeio, com até cinco pessoas) e R\$ 40 (veículos com mais de cinco pessoas). **Sáb., dom. e feriados,** das 10h às 18h30. **Em Gravataí.**

##### PARQUE ZOOLOGICO

**Estrada BR-116, parada 41. 3474-1499.** Animais vivos em exposição. Ing: R\$ 4 (integral); R\$ 2 (estudantes com comprovação por meio da carteira do Grêmio Estudantil da escola ou carteira da Umespa); R\$ 20 (veículos de passeio, independente do número de pessoas); R\$ 140 (ônibus); R\$ 35 (ônibus escolar em dias úteis); R\$ 80 (ônibus escolar nos finais de semana e feriados); R\$ 65 (microônibus); R\$ 35 (Kombi ou táxi lotação com até 12 pessoas); R\$ 45 (van com 13 pessoas ou mais); R\$ 9 (motos). Crianças até 11 anos não pagam. **De 3ª a dom.,** das 8h30 às 17h. **Em Sapucaia do Sul.**

**hagah** Confira mais informações em [www.hagah.com.br](http://www.hagah.com.br)

**GRANDES SUCESSOS.**  
**GRANDES ARTISTAS.**  
**GRANDES CAUSAS.**

AFINAL,  
O QUE UM PREÇO  
**TÃO PEQUENO**  
ESTÁ FAZENDO AQUI?

ASSINANTE ZH TEM PREÇO ESPECIAL

**R\$ 57,50 = KIT 5 DVD'S**

LIGUE 0800 051 3323 OU ACESSO O SITE  
[WWW.ZH.CLICRBS.COM.BR/PUBLICACOES](http://WWW.ZH.CLICRBS.COM.BR/PUBLICACOES)

**RBS**  
publicações





# O palco é uma bola

Deborah Colker une esporte e dança em "Dinamo"



FLÁVIO COLKER, DIVULGAÇÃO

Coreografias simulam uma partida de futebol com bailarinos sobre o palco e também suspensos por cabos de aço

A companhia de dança da coreógrafa carioca Deborah Colker volta a Porto Alegre para apresentar seu novo espetáculo, hoje, às 21h, e amanhã, às 19h, no Teatro do Sesi.

**Dinamo** é uma combinação de outras duas montagens inspiradas no esporte: **Velox**, de 1995, no qual os dançarinos encenavam esportes olímpicos em uma parede vertical, e **Maracanã**, representação de uma partida de futebol realizada sob encomenda da Fifa para exibição durante a Copa do Mundo da Alemanha, em 2006.

**Dinamo** tem como cenários um campo de futebol e uma quadra esportiva moderna, percorridos por bailarinos sobre o palco e suspensos por cabos de aço.

– Busco essa verticalidade nos dois espetáculos, querendo que o espectador tenha a impressão de estar olhando um jogo de cima – afirma Deborah. – **Dinamo** tem muito a ver com que estou trabalhando agora: junção do movimento com o espaço.

**Velox** coloca sobre o palco parede vertical para, explica Deborah, criar uma novo eixo para a dança:

– É um rompimento da ordem. Porque a gente não tem um palco vertical, com os bailarinos dançando como la-

gartixas? Eu crio uma nova ordem. Já **Maracanã** tem uma parede que funciona como fundo infinito. Não é um rompimento com a horizontal. É uma continuação. Os bailarinos ficam presos por cabos, correm, giram, flutuam.

Deborah explica que **Maracanã**, em princípio, não seria montado no Brasil:

– Foi um projeto atípico. Nunca tinha feito um espetáculo sob encomenda. Montei com bailarinos europeus e brasileiros, não com a minha companhia. Mas eu tinha como trunfo a experiência de unir esporte e dança. Decidi mostrá-lo no Brasil porque queria fechar o ciclo que inicié há 12 anos com **Velox**.

**O QUE:** **Dinamo**, espetáculo da Companhia de Dança Deborah Colker. Patrocínio: Petrobras. Duração: 1h05min, com 20min de intervalo

**QUANDO:** hoje, às 21h, e amanhã, às 19h

**ONDE:** no Teatro do Sesi (Assis Brasil, 8.787, fone: 3347-8617)

**QUANTO:** os ingressos custam entre R\$ 50 e R\$ 70, com desconto de 10% para titular do Clube do Assinante. Detalhes na página 4

## Feira de troca de livros

A Biblioteca Lucília Minssen, no 5º andar da Casa de Cultura Mario Quintana (Andradas, 736), realiza hoje e amanhã uma feira de troca-troca de livros para renovar e ampliar o acervo a entidade, entre 15h e 18h. Serão aceitas obras de literatura adulta – com ênfase na brasileira e gaúcha – e literatura infanto-juvenil. A iniciativa é parte da programação elaborada pela Câmara Rio-Grandense do Livro para marcar a Semana do Livro. Além da troca, a biblioteca aceita doações.

## Dança de graça na Usina

Espectáculos e oficinas gratuitas marcam o início das comemorações dos 20 anos da Cia. Terpsí Teatro de Dança. O projeto Proteínas Terpsí tem início amanhã e se estende até o mês de julho. Neste domingo, serão oferecidas ao público oficinas de dança, palestras e vídeos comentados, no Centro de Estudos Coreográficos Terpsí, na sala 209 da Usina do Gasômetro (João Goulart, 551), das 14h às 20h. As senhas para o evento começam a ser distribuídas às 13h, no local.

## Autógrafos do Tatu-Bolinha

Três dos mais ativos escritores infanto-juvenis da cena literária gaúcha fazem uma sessão de autógrafos conjunta hoje às 11h, na Livraria do Arvoredo (Félix da Cunha, 1213). Celso Gutfreind, Caio Riter e Luís Dill assinam, respectivamente, **A Almofada que Não Dava Tchou**, **Eduarda na Barriga do Dragão** e **Castelo de Areia**. Os três títulos fazem parte da coleção Tatu-Bolinha, lançada na Feira do Livro do ano passado. Custam R\$ 21 e têm 24 páginas cada.

Voltadas para crianças em fase de iniciação da leitura, as histórias, ilustradas, tratam de temas compreensíveis à infância, como medo, insegurança e fantasia. Em **A Almofada que Não Dava Tchou** (ilustração acima), Gutfreind conta a história de uma almofadinha que não gosta de se separar de quem ama. Dill conta uma história de férias e surpresas à beira-mar em **Castelo de Areia**. Em **Eduarda na Barriga do Dragão**, Riter conta como uma garota vence o medo horrível de um dragão.



## RICARDO SILVESTRIN

E-mail: ricardo.silvestrin@zerohora.com.br  
www.ricardosilvestrin.com.br

### Um pouco de jazz

O artista não é a obra. Quer explicar a obra pela biografia do artista é entrar pela porta errada. Li a biografia do músico de jazz americano Chet Baker. Não há contraste maior entre vida e obra do que a sua experiência. Chet narra sua trajetória no livro **Memórias Perdidas**. É um recorte que vai dos anos 1940 até 1963. Ele nasceu em 1929 e morreu em 1988. Ficamos então com o relato de uma vida em trânsito. Chama a atenção a turbulência como marca de tudo pelo que ele passou. Com uma narrativa que poderia ser de um bom ficcionista, e de um curioso personagem, aparece para nós um músico que vai se virando para sobreviver. Chega a entrar para o exército para ter uma remuneração com sua atividade musical. Mas sai por ser considerado inadaptável à vida militar. Essa inadaptabilidade se deveu em grande parte pelo uso de drogas. Chet passa quase os 13 capítulos do livro relatando as barras pesadas que enfrentou com o seu vício. Li os últimos capítulos ouvindo um dos seus CDs. Não tem música mais calma, mais doce, mais bonita e mais tranqüila que a dele. Tanto cantando, com aquela voz baixa, introspectiva, quanto tocando o seu trompete, nota a nota, sem pressa. Dá pra dizer que o cara era singular mesmo, por isso

tanto sua arte fugia a padrões quanto a sua vida. Mas tem um monte de drogas que não fazem arte genial nenhuma. Assim como um monte de não-drogados que fazem. O pensamento mágico fica seduzido em querer achar uma explicação extra-artística para a diferença e o estranho das obras. Mas a motivação e os porquês moram no inconsciente. Deixa que o artista, se quiser e conseguir, descubra no divã da análise. Já a obra, essa se constrói num misto de diálogo com a história do gênero em que foi criada e de contribuição que cada artista coloca e que refaz esse gênero.

Chet sabia muito bem o que estava fazendo com o canto, com a execução do instrumento, com a sua diferença em relação ao jazz e à canção. Uma passagem boa do livro é quando Chet vai fazer teste para tocar na banda do Charlie Parker. Havia uma fila de pretendentes. Chet chegou atrasado. Bird, como era chamado o monstro sagrado, disse para o trompetista passar na frente de todos. Depois que Chet tocou, foi dado por encerrado o teste. Estava contratado. Charlie Parker nem quis ouvir os outros.

Há alguns anos, fiz um poema para o Chet Baker: "O artista envelheceu/ Fotos denunciam a diferença/ Espelhos cruéis/ Sua arte, não/ Injensa aos efeitos do tempo/ Criou suas próprias leis".

▶ NO PRÓXIMO SÁBADO: JOSÉ PEDRO GOULART

O escritor Ricardo Silvestrin escreve quinzenalmente no Segundo Caderno

Clube do Assinante APCEF/RS e Caixa Pandora

apresentam

**Teatro Bruno Kiefer**  
CCMQ - Rua dos Andradas, 736

**30 de março à 22 de abril de 2007**  
Sex., sáb. e dom. - 20 horas

Ingressos antecipados  
Restaurante Prato Verde  
Rua Sta. Terezinha, 42  
Caixa Econômica Federal  
Andradas, 1.000 - Térreo  
APCEF - Av. Cel. Marcos, 851

Promoção  
50%  
DE DESCONTO PARA TITULAR E ACOMPANHANTE

**AMERICA CAFE**  
de Artur José Pinto  
Produtor: Glaci Borges

Clube do Assinante Grupo Artes e Letras apresentam

A comédia

**Os Conflitos dos Sexos**  
Direção: Júlio Lhenardi

Sucesso do Porto Verão Alegre 2007

De 14/04 até 6/05  
Sáb às 21h e Dom 20h  
Teatro do IPE  
(Borges de Medeiros, 1945)

Promoção  
20%  
DE DESCONTO PARA TITULAR E ACOMPANHANTE

Informações: (51) 92033487



# O cara é uma comédia

Gaúcho Rafinha Bastos faz rir na TV e no teatro

JANAÍNA SILVEIRA

**R**afinha Bastos é um ator que faz humor de cara limpa – pelo menos é essa a definição para a expressão inglesa *stand-up comedy*, gênero que este gaúcho de Porto Alegre adotou em São Paulo. Quem já o conhece dos inúmeros comerciais de TV pode achar que ele seja só um cara-dura: é sempre o engraçadinho em propagandas de cerveja, automóvel e até de remédio. Mas também na telinha ele pode ser um cara sério. Na série *Mother*, exibida no canal por assinatura GNT, ele é Marcelo, marido da “mother” Raquel (Camila Raffanti) e pai de duas crianças:

– Se a cena não tem humor, tento puxar para este lado – explica Rafinha, que já no primeiro episódio da segunda temporada segura as pontas em casa durante uma crise nervosa da mulher.

Na primeira experiência em dramaturgia, Rafinha já descobriu as dificuldades de construir um personagem, mas tem certeza de que precisa encontrar uma identidade para o Marcelo – e esta terá humor, garante. No novo desafio, Rafinha acha que está se virando “muito bem”. A escola de *Mother*, no entanto, não seria uma etapa para tentar papéis em novelas.

– Não quero ser o Tarcísio Meira. Também não quero ser o amigo do Marcos Pasquim na novela das sete – diz o ator, que, no entanto, até toparia um papel pela experiência.

Rafinha gosta mesmo é do palco, da tal stand-up comedy, paixão que o fez fundar em 2004 o Clube da Comédia ([www.clubedacomedia.com.br](http://www.clubedacomedia.com.br)) junto a outros atores, como Marcelo Mansfield – conhecido por interpretar um paulista pra lá de estressado no espetáculo *Terça Insana*. Munido de um microfone e uma cadeira, Rafinha faz rir falando sobre temas cotidianos, atuais:

– Sou um CDF com meus textos, e nisso a formação em jornalismo ajuda muito.

Rafinha é formado em Jornalismo pela PUCRS. Antes de ser ator e concomitantemente à faculdade, era jogador de basquete em times de Porto Alegre. A próxima visita à cidade natal, marcada para terça-feira, já está deixando o guri com um frio na barriga: ele fará sua primeira apresentação na Capital, no Teatro Bruno Kiefer, onde mostrará o show *A Arte do Insulto*.



RAFINHABASTOS.COM.BR, DIVULGAÇÃO

## Muito antes do YouTube

Rafinha ganhou fama na Internet produzindo vídeos muito antes do Youtube, na Página do Rafinha ([www.paginadorafinha.com.br](http://www.paginadorafinha.com.br)). Ainda lá por 2000, ele fez muita gente morrer de rir com as sátiras escrachadas de celebridades como Madonna e Latino e de personagens como Jason, o mascarado protagonista da série de filmes de terror *Sexta-Feira 13*.

Épocas de pouco computador conectado por meio de banda larga, mas de muito acesso para o site: Rafinha contabilizou 15 mil acessos por dia. A verdade é que hoje a página está meio abandonada – são projetos e projetos e não há tempo de produzir novos vídeos.

– Meu humor amadureceu, mas a página era meu xodó, quero voltar a atualizar, talvez em um ou dois anos – promete.

Enquanto novas sátiras não estão prontas para ir ao ar, o moço atende em outro endereço virtual: [www.rafinhabastos.com.br](http://www.rafinhabastos.com.br). Ah, e se ele já estava na rede antes do YouTube, não quer dizer que não tenha aderido à febre. Dá para curtir esquetes de *A Arte do Insulto* no site de compartilhamento de vídeos.

– O YouTube é meu sonho, hoje todo mundo pode divulgar seu trabalho na Internet – diz Rafinha, garantindo que muita gente o conhece graças à Internet.

**O que:** *A Arte do Insulto*

**Quando:** 24 de abril, terça-feira, às 21h

**Onde:** Teatro Bruno Kiefer – Casa de Cultura Mário Quintana, em Porto Alegre

**Quanto:** R\$ 30 (antecipados à venda na Ex-Outlet – Mariland, 100).

**Informações:** (51) 3029-1491

## TV + Show + você

# Eu + Meu Ídolo

## Música Internacional

Marcus Llerieri e Marky Ramone, ex-baterista da banda americana Ramones, em 2006



FOTOS ARQUIVO PESSOAL



Gabriel Zucco Reichert curtia férias no Havaí, em fevereiro deste ano, e encontrou o cantor e surfista Jack Johnson

A cantora Dulce Maria, do grupo mexicano RBD, ao lado de Antonio Porto Portilla, na Espanha



Participe do TV+Show. Envie uma foto para as seções *Eu + Meu Ídolo* e *Ilha da Fantasia* ou um comentário sobre alguma atração de TV. Mande e-mail ([tvshow@zerohora.com.br](mailto:tvshow@zerohora.com.br)) ou carta (Avenida Ipiranga, 1.075, 4º andar, Porto Alegre/RS, CEP 90169-900). As fotos passam por uma seleção e não serão devolvidas. Os textos podem ser editados



## roteiro de teatro e dança

## CAPITAL E REGIÃO METROPOLITANA

## TEATRO

## A CASA DAS TRÊS IRENES

Cine-Theatro (Cristóvão Colombo, 772), 20h. 3286-2408.

Três atrizes idosas falam sobre sua carreira. Dir: Zé Adão Barbosa. Ing: R\$ 15 (inteira), R\$ 12 (para Clube do Assinante) e R\$ 7,50 (estudantes e maiores de 60 anos). **Sáb. e dom. Último final de semana.**

## A MISSÃO - LEMBRANÇA DE UMA REVOLUÇÃO

Terreira da Tribo (Dr. João Inácio, 981), 20h. 3028-1358.

Ing: nas apresentações de 5ª e 6ª, entrada franca. Sáb., ingresso a R\$ 20 (desc. de 50% para estudantes, classe artística e maiores de 60 anos). **Hoje e amanhã. Último final de semana.**

## COMO EMAGRECER FAZENDO SEXO

Sala Carlos Carvalho (Andradas, 736), 20h. 3221-7147.

Médico utiliza prática revolucionária de emagrecimento. Dir: Airton de Oliveira. Ing: R\$ 20 (desc. de 30% para Clube do Assinante). **De 6ª a dom. Até 3/6.**

## DIA INTERNACIONAL DA DANÇA (PRÉ-MOSTRA DE TALENTOS DA TERCEIRA IDADE)

Cia. de Arte (Andradas, 1.780). 3228-2433.

Às 15h, aula aberta a participantes da terceira idade. Às 16h, a Cia. de Dança Edison Garcia - Grupo Cia. de Arte inicia a mostra com apresentações dos integrantes. **Hoje. Entrada franca.**

## ENTREVISTA COM ESPÍRITOS

Teatro Zé Rodrigues - Shopping Bourbon São Leopoldo (1º de Março, 821), 20h.

Jovem procura um renomado psiquiatra, pois alega ver, ouvir e incorporar seres que morrem. Dir: Luis Carlos Pretto. Ing: R\$ 15. **Domingos.** Até 6/5.

## EXPERIMENTANDO NIJINSKI

Sala 504 da Usina do Gasômetro (João Goulart, 551), 20h. Dança. Ing: R\$ 5. **Hoje.**

## HOMENS DE PERTO

Teatro da Amrigs (Ipiranga, 5.311). 3014-2001.

Comédia inspirada no universo masculino. Ing: R\$ 20 (R\$ 15 para Clube do Assinante), para 5ª a 6ª, e R\$ 25 (R\$ 20 para Clube do Assinante), para sáb. e dom. **Pontos de venda:** lojas Pé de Meia (dos shoppings Iguatemi, Praia de Belas e Total). **De 5ª a sáb., às 21h. Dom., às 20h. Até 6/5.**

## O ANJO EXTERMINADOR

Sala 302 da Usina do Gasômetro (João Goulart, 551), 19h.

A decadência de um grupo de burgueses que se encontra preso em uma recepção social. Dir: Eduardo Kraemer. Ing: R\$ 12 (R\$ 6 para classe artística, estudantes e maiores de 60 anos). **Sáb. e dom. Até 27/5.**

## OPERAÇÃO ABAFA

Theatro São Pedro (Praça Marechal Deodoro, s/nº). 3227-5100. A falta de ética e a corrupção no cenário político brasileiro. Dir: Elias

Andreato. Ing: R\$ 50 (platéia), R\$ 40 (camarote central), R\$ 30 (camarote lateral) e R\$ 20 (galerias). Desc. de 20% para Clube do Assinante. **Hoje e amanhã, às 21h. Dom., às 18h.**

## O QUE FAZER COM DOIS MARIDOS?

Teatro Zé Rodrigues - Shopping Bourbon São Leopoldo (1º de Março, 821), 20h. Mulher se envolve nas confusões do ex-marido pobre e do atual. Dir: Zé Rodrigues. Ing: R\$ 15. **Sábados.** Até 5/5.

## O SANTO GUERREIRO

Sala Alziro Azevedo (Salgado Filho, 340), 20h. Espetáculo teatral baseado na vida de São Jorge. Concepção: Xico de Assis. **Sextas. Entrada franca.** Até 18/5.

## O URSO

Sala 402 da Usina do Gasômetro (João Goulart, 551), 20h. 3212-5979. Jovem viúva é surpreendida pela chegada de um homem disposto a cobrar dívida do falecido. Dir: Deborah Finocchiaro. Ing: R\$ 10. **Amanhã e dom. Último final de semana.**

## OS CONFLITOS DO SEXO

Teatro do IPE (Borges de Medeiros, 1.945). 3210-5850. Os conflitos existentes em diferentes tipos de casais. Ing: R\$ 15 (desc. de 20% para Clube do Assinante). **Sáb., às 21h. Dom., às 20h. Até 6/5.**

## UM HOMEM NA BANHEIRA OU UMA BANDEIRA NA LUZ

Teatro de Arena (Borges de Medeiros, 835), 21h. 3226-0242. Na peça, um homem em uma banheira é afogado por uma força invisível. Dir: Jessé Oliveira. Ing: R\$ 10. **De hoje a dom. Último final de semana.**

## VAN GOGH

Teatro Elis Regina da Usina do Gasômetro (João Goulart, 551), 20h. A trajetória obstinada do homem à procura do seu destino. Dir: Júlio Saraiva. Ing: R\$ 15. **De hoje a dom. Último final de semana.**

## WORKSHOPS

## MARATONA DE DANÇA

Escola Tablado Andaluz (Osvaldo Aranha, 418). 3311-0336. Amanhã, às 13h, flamenco para iniciantes. Às 14h30, tango. Às 16h, dança israeli. Às 17h30, jazz. **Entrada franca.**

## INTERIOR

## CAPÃO DA CANOA

## LUIZ CARLOS VASCONCELOS

Casa de Cultura Erico Veríssimo, 20h30. (51) 3625-2112. Ator apresenta a comédia *Silêncio Total* *Vem Chegando o Palhaço*. **Amanhã.**

## TORRES

## NEGRINHO DO PASTOREIO

Casa de Cultura, 18h30. (51) 3664-1811. Espetáculo do grupo Oigalê. **Entrada franca. Domingo.**

**hagah** Confira mais informações em [www.hagah.com.br](http://www.hagah.com.br)

Fim de semana

teatro &amp; dança

| 7

## Desabafo no palco

Comédia "Operação Abafa" ataca a corrupção

Qual o melhor lugar para se fazer política? Esbravejando em cima de um palanque? Conchavando em um restaurante? Os atores e dramaturgos Marcos Caruso e Jandira Martini acham que o melhor lugar é o palco, que o melhor verbo é rir e fazer a platéia rir. E refletir.

É o caso de *Operação Abafa*, em cartaz há quase dois anos, com temporadas bem-sucedidas de público e crítica no Rio e em São Paulo. Falando por telefone desde São Paulo, Caruso, que viveu o atormentado avô Alex, na novela *Páginas da Vida*, trata-se de um "comédia levada a sério". O enredo começa pelo fim das utopias e das ilusões: um grupo de amigos, ativistas políticos nas décadas de 70 e 80, recebe a proposta de participar de um campanha publicitária para enaltecer o governo.

– A pergunta inicial é "Todo homem tem seu preço?" – explica Caruso. – Mas a peça é maior do que isso. Perguntamos onde foram parar as utopias.

O ator de 55 anos observa que o texto não se prende a este ou àquele governo:

– Eu e Jandira escrevemos em 2001, quando daquele episódio da suposta compra de votos para a reeleição de FHC. O texto ficou na gaveta até 2005, quando resolvemos reescrevê-lo. O pior é que não mudamos uma vírgula. A situação continua a mesma.

**O QUE:** *Operação Abafa*, com Marcos Caruso, Jandira Martini, Cléo Ventura, Miguel Magno, Noemi Marinho, Paulo Ivo e Diego Leiva, direção de Elias Andreato. Duração: 95 minutos

**QUANDO:** hoje e amanhã, às 21h, e domingo, às 18h

**ONDE:** no Theatro São Pedro (Pça Mal. Deodoro, s/nº, fone 3227-5100)

**QUANTO:** ingressos a R\$ 50 (platéia), R\$ 40 (camarote central), R\$ 30 (camarote lateral) e R\$ 20 (galerias), desconto de 20% para Clube do Assinante, à venda no TSP. Nos dias de espetáculo, a bilheteria funciona até a hora da apresentação



Marcos Caruso em cartaz até domingo no São Pedro

JOÃO CALDAS. DIVULGAÇÃO

IMPERDÍVEL!  
**50%**

**PROMOÇÃO ESPECIAL PARA SÓCIOS DO CLUBE DO ASSINANTE**



**PEPSI ON STAGE**  
**18/5 - 22h**

Valores de ingressos:  
Lote promocional primeiros mil ingressos R\$ 40,00

**RRany**  
Produtora

**ATLANTIDA**



PORTO ALEGRE: Desconto de 50% para o titular do cartão nos primeiros 100 ingressos e somente pela telentrega RRANY Produções pelo fone (51) 8464-5452



# Bailado comemorativo

## Atividades lembram o Dia Internacional da Dança

Espectáculos, oficinas e debates estão na agenda de comemoração ao Dia Internacional da Dança. A data é celebrada amanhã, mas a programação oferece atividades ainda hoje (veja ao lado).

Em andamento desde quinta-feira, o II Seminário de Dança Educação recebe hoje a professora Isabel Marques, uma das referências no ensino de dança no país, que ministra aula às 14h no Teatro de Câmara Túlio Piva.

Também hoje à tarde, a Escola Tablado Andaluz promove workshops gratuitos, a partir

das 13h. Flamenco, tango e jazz são alguns dos ritmos abordados. Às 19h30min, a dança flamenca tem palco certo no Restaurante Tablado Andaluz.

Amanhã, a atração é o espetáculo *Divertissement*, do grupo Ballet Lenita Ruschel, com coreografias de balé, jazz e dança contemporânea. Será com entrada franca, às 11h, no Teatro Renascença.

O Dia Internacional da Dança foi instituído em 1982, em homenagem ao nascimento de Jean-Georges Noverre (1727 – 1810), apontado como criador do balé moderno.

### Programa-se

#### As atividades do Dia Internacional da Dança:

##### SEMINÁRIO DE DANÇA EDUCAÇÃO

9h – apresentação dos relatos de experiência  
14h – aula com a professora Isabel Marques  
16h30min – encerramento com apresentação do projeto Bumba Meu Boi

Local: Teatro de Câmara Túlio Piva (Rua da República, 575, fone 3225-6172)

Inscrições: R\$ 20 (público em geral) e R\$ 10 (professores da rede municipal e estudantes)

##### WORKSHOPS

Oficinas de dança com entrada franca, hoje, na Escola Tablado Andaluz (Osvaldo Aranha, 418, fone 3311-0336):

13h – Flamenco para iniciantes  
14h30min – Tango  
16h – Dança Israelí  
17h30min – Jazz

##### DANÇA FLAMENCA

Hoje, às 19h30min, no Restaurante Tablado Andaluz (Osvaldo Aranha, 476, altos, fone 3024-5229), apresentação de flamenco. Couvert: R\$ 10.

##### BALLET LENITA RUSCHEL

Espectáculo *Divertissement*, com sessão amanhã, às 11h, no Teatro Renascença (Erico Verissimo, 307, fone 3221-6622), com entrada franca.

# Centro Cultural Banco do Brasil



## Exposição

# Di Cavalcanti cronista de seu tempo entrada franca

26 de abril a 13 de maio



© Elisabeth di Cavalcanti Veiga / detalhe da obra Sem título (Mulher Sentada), 1941.  
MAC USP / foto: Romulo Fialdini



## Cinema

# Zé do Caixão

entrada franca

26 de abril a 6 de maio,  
a partir das 19h  
(sáb. e dom. a partir das 17h)



## Teatro

# Otelo da Mangueira

28 de abril às 21h  
e 29 de abril às 20h30

Master

## Campus Central da UFRGS

Ingressos a R\$ 15,00 e R\$ 7,50 (meia-entrada). Pede-se a doação de 2 kg de alimento não-perecível.

Informações: (51) 3308-1902. Confira a programação completa no site [bb.com.br/cultura](http://bb.com.br/cultura)

Cientes com cartão do Banco do Brasil também pagam meia.

Co-patrocinio

BB Seguro Auto



Todo  
seu



# BANCO DA CULTURA

