

## Blog de Papel

HENRIQUE MORGANTINI  
henriquemorgantini@gmail.com



*A ignorância é vizinha da maldade*  
Ditado Árabe

# Jornal do Estado faz sua parte com publicidade social

Nesta edição de número 48, o Jornal do Estado de Goiás optou por fazer uma publicidade gratuita e escancaradamente solidária, usando uma campanha encabeçada pela prefeitura municipal de Anápolis. Utilizando-se de um cartaz oficial da prefeitura para a divulgação da Campanha do Agasalho 2007, fez-se um anúncio que sai nas páginas deste jornal e ainda o será repetido enquanto for possível ocorrer a arrecadação de doações.

A ressalva mais que evidente, para fins fiscais e até mesmo de compromisso com a ética da empresa que edita este periódico, dá conta de que não houve qualquer ônus para o município de Anápolis. Resumindo: não se pagou ou se arrecadou qualquer benefício ou verba com a decisão desta inserção tipicamente comercial.

Não há registro oficial de autorização ou qualquer necessidade de se fazer acerto financeiro. O Jornal do Estado de Goiás não tem interesse em negociar com o poder público municipal neste episódio ou em qualquer outra oportunidade por entender que este é um método que acaba por escoar recursos sem critérios. A cidade agoniza uma escassez de recursos financeiros. Em sendo assim, utilizar de dinheiro para fazer propaganda política, administrativa ou social é inverter crimosamente a lógica das prioridades municipais.

É sabido que uma das formas de se amenizar ou criar uma empatia pouco saudável com meios de comunicação por parte das estruturas políticas é o despejo sem critérios de material publicitário. Temas que poderiam e deveriam ser missão e ter o comprometimento dos meios de comunicação com a sociedade organizada são deturpados e enviados às empresas de comunicação como material publicitário e, logo, pagos, a fim de criar este vínculo comercial.

Culpa de quem oferece e culpa de quem aceita este tipo de situação.

Estes recursos pagos poderiam servir para outras finalidades com interesses e desdobramentos mais práticos ao município e seu povo. O dinheiro investido em publicidade, por exemplo, no município de Anápolis, em campanhas como esta, poderiam ser usados para reinvestimentos em Saúde e Educação. Para isto, bastaria que a Prefeitura tomasse a iniciativa de convocar todos os meios de divulgação e comunicação e fizesse uma parceria solidária.

As empresas de comunicação, por sua vez, poderiam oferecer espaços gratuitos, livres de qualquer ônus, para que fossem usados como fonte

comunicadora da prefeitura com o povo e o leitor ou parceiro daquele meio de comunicação. Prestar solidariedade com a cidade e sua gente nada mais é do que reafirmar o amor que se tem ao povo e à terra.

Em pensando assim, a necessidade de dar divulgação e mostrar à cidade e leitores deste jornal o conteúdo desta campanha do agasalho é imperativa. Portanto, a direção deste semanário optou por publicar o anúncio sob forma de ma-

comércio. Não é viável que qualquer empresa de comunicação sobreviva sem que haja investimentos em publicidade, mas empresa responsável pela edição deste semanário entende que este tipo de campanha merece muito mais o apoio solidário do que uma simples forma mercantilista de obter recursos públicos. Há outras formas de viabilização comercial que não firam o princípio humanitário.

A falta de critérios é que corrompe as relações

**A minha cama é uma folha de jornal.**  
(Música de Noel Rosa)

Como letra de música  
pode ser muito bonito,  
mas passar frio  
não tem graça nenhuma.  
Doe um agasalho!

CAMPAINHA DO AGASALHO 2007  
Ugue 3324-1519  
e doe um agasalho.

GESTÃO SOCIAL  
PÚBLICA DE ANÁPOLIS

Esta publicidade não gerou qualquer ônus para o poder público municipal. É um manifesto de solidariedade do JORNAL DO ESTADO DE GOIÁS com a campanha e com Anápolis

terial próprio do jornal e não um material publicitário que seria, em tese, cobrado de seu autor, neste caso, a administração pública municipal.

O Jornal do Estado de Goiás dá um exemplo e mostra que é possível aos jornais semanários da cidade publicar e dedicar espaços para publicidade social e solidária sem fazer disto um

profissionais. Sobretudo na função de praticar o jornalismo como forma fiscalizadora e com isenção para denunciar irregularidades sem que o poder da soberba financeira recaia por sobre a consciência dos profissionais que aqui atuam.

Faça de sua postura, um exemplo: doe agasalhos e cobertores.

## Perfil de uma vitoriosa



RESPIRANDO ALIVIADA, Ivana Pazin já conseguiu cumprir toda a agenda até o próximo 31 de julho

Ivana Pazin estava afônica na manhã de sexta-feira (15). Na noite anterior ela esteve na inauguração da nova edição da Exposição Pecuária de Anápolis e com a noite fria e a animação acabou ficando com as cordas vocais prejudicadas. Mas isto não impediu que ela seguisse um périplo nos veículos de comunicação da cidade, a fim de divulgar um pré-balanço das realizações que ela vem coordenando na cidade em decorrência do centenário do município.

Faltando um mês e meio para o dia 31 de julho, a promotora de eventos relativos ao centenário começa a fazer o caminho inverso de outrora, quando batia na porta dos meios de comunicação em busca de espaço para explicar e relatar as notícias de um sonho quase delirante: cumprir uma agenda intensa de eventos sem o comprometimento financeiro garantido. Resumindo: ela queria tudo sem ter nada.

Mas com a força daqueles que trabalham com os pés no chão e a cabeça nas nuvens, ela agora pode voltar e encontrar as portas abertas a fim de que ela relate o sucesso que foi a sua empreitada. Pessoalmente, Ivana Pazin realiza-se: ela venceu o preconceito inerente à cidade com os "estrangeiros" e, mais, conseguiu tomar dinheiro destes "nativos" que viam

nela uma ameaça. Ela mostrou que em seu trabalho havia sinceridade, pureza e compromisso com uma história anapolina, mesmo sendo ela uma não-filha desta terra.

São muitos os que lutam por este lugar sem ter por aqui corrido por suas ruas e becos quando ainda eram infantes.

Em um total de 25 eventos, desde novembro de 2006, a organizadora conseguiu manter coesa sua equipe e com ela obteve o êxito de cumprir seu conteúdo. O sucesso da sua realização não a isenta de críticas quanto às opções de celebração em relação ao centenário que foram adotadas. Entre as principais, estão a ausência de um traço histórico permanentemente presente na série de eventos e, ainda, a limitação de grande parte dos grandes acontecimentos da participação popular. De todas as críticas, estas duas peculiaridades, escondidas no calendário de festejos, marcaram negativamente sua atuação.

Ivana Pazin esteve no Jornal do Estado de Goiás na manhã desta sexta-feira. Falou o que devia e o que não devia. Aqui, vai o relato do que pode e do que deve ser comentado. As demais pontuações de Pazin, quanto aos bastidores do centenário ela guarda e eu respeito a sua decisão por

enquanto.

Quanto ao processo de evento sem ter como verve exposta as características históricas, Ivana Pazin rebate alegando que este mês do centenário, o julho que se aproxima, será o período da redenção histórica em que, segundo ela, serão afloradas as principais raízes da história da cidade. É esperar para ver.

A explicação dando conta de que a seqüência da festa não foi tão popular quanto se deveria esperar resume em uma análise pessoal de seus organizadores. Há mentes que crêem na inviabilidade de se fazer determinados eventos, como a escolha de uma miss, em um local amplamente aberto ao público. Há quem discorde. É, portanto, meramente uma questão de opinião.

Ivana Pazin realiza, agora, portanto a sua reta final rumo ao centenário com a leve sensação de dever cumprido. Leve em decorrência do novo fardo que ela necessita carregar: dar prosseguimento aos festejos programados para o pós 31 de julho. Será que após a realização da festa marcante no dia da cidade ainda haverá gente disposta a trabalhar e a investir nos outros conteúdos?

Isto, sem dúvida, é o desafio para uma outra história.