



TCC I – Trabalho de Conclusão de Curso I

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Educação Superior Norte – RS
Departamento de Ciências da Comunicação
Curso de Comunicação Social – Jornalismo
15 de outubro a 22 de outubro**

UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO DO CADERNO VARIEDADES DO JORNAL O ALTO URUGUAI

EDUARDA REGINA WAGNER

Artigo científico apresentado ao Curso de Comunicação Social – Jornalismo como requisito para aprovação na Disciplina de TCC I, sob orientação do Prof. Ms. Luis Fernando Rabello Borges e avaliação dos seguintes docentes:

Prof. Ms. Luis Fernando Rebelo Borges
Universidade Federal de Santa Maria
Orientador

Prof. Dr. Caroline Casali
Universidade Federal de Santa Maria

Prof. Ms. José Antonio Meira da Rocha
Universidade Federal de Santa Maria

Prof. Carlos André Echenique Domingues
Universidade Federal de Santa Maria
(Suplente)

Frederico Westphalen, 08 de outubro de 2012

Uma análise de conteúdo do caderno Variedades do jornal O Alto Uruguai

RESUMO

Este artigo aborda o conteúdo produzido no caderno Variedades no jornal O Alto Uruguai, de Frederico Westphalen. Além da análise de seis edições de 2011, foi realizada uma entrevista com a então editora do caderno, de forma a contribuir para a compreensão do processo de elaboração do Variedades. Através da análise, foi possível perceber a relação entre referências juvenis globais e a realidade local vivenciada pelo jovem frederiquense e da região.

PALAVRAS-CHAVE: Jovem; Jornalismo Local; Variedades.

INTRODUÇÃO

A região do noroeste do estado do Rio Grande do Sul, região do Médio Alto Uruguai, possui veículos impressos semanais, bissetimanais e quinzenais, como o bissetimanal O Alto Uruguai, de Frederico Westphalen. O jornal possui um segundo caderno encartado em suas edições de sábado, intitulado Variedades, escolhido como objeto de estudos deste trabalho. Por ser o Variedades um caderno de finais de semana, possui assuntos mais leves, diferenciando-se do restante do jornal, um dos motivos que fez ser escolhido para ser analisado. Na época dessa decisão, 2011, O Alto Uruguai era o único jornal da região que possuía um caderno de variedades. Além disso, havia a vontade de se estudar um veículo midiático local.

O Variedades surgiu a partir de páginas destinadas à cultura dentro de O Alto Uruguai, passando a virar um caderno intitulado de Caderno Cultura, que no ano de 2009 consagrou-se como Variedades, que existe até os dias atuais.

O que chamou a atenção para o caderno foi o fato de trazer pautas variadas, como música, dança, shows e festas, e também uma diagramação diferenciada com relação ao restante do jornal, o que fez surgir uma possível ligação da publicação com o público jovem local, pois não há estudos na região que relacionem uma publicação local com o público jovem e também não há nenhum trabalho publicado sobre o objeto escolhido. A partir daí surgiu o objetivo deste trabalho, saber como são trabalhados os conteúdos presentes no caderno de Variedades de O Alto Uruguai, e como se dá a relação entre esses conteúdos e o público jovem local. Buscou-se no decorrer do trabalho destacar elementos importantes dentro do Variedades, realizando-se assim uma análise de conteúdo, que contemplou comparação entre editoriais, pautas recorrentes,

capas, páginas fixas, páginas gerais, fotos, espaços destinadas às editorias, e até mesmo alguma coisa em relação à publicidade e diagramação.

Entendendo o jornalismo cultural

Para entender de jornalismo cultural, primeiro precisamos entender um pouco sobre cultura. Quase tudo em nossa volta está ligado à cultura, desde crenças, costumes de uma sociedade, até obras de artes, música e livros. Para Santos (2006), cultura tem dois segmentos diferentes. O primeiro “diz respeito a tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação, ou então de grupos no interior de uma sociedade”. Entende-se que cultura é o modo de viver de uma sociedade – um exemplo é a vida camponesa.

Outro segmento se refere mais especificamente “ao conhecimento, às ideias e crenças, assim como às maneiras como eles existem na vida social” (SANTOS, 2006). E não podemos entender a cultura de um povo ou sociedade sem conhecê-la. Este último entendimento de cultura está mais próximo do que o jornalismo cultural busca.

O jornalismo cultural começou em 1711, ano em que foi fundada por dois ingleses a revista *The Spectator*, que tinha a finalidade de transmitir ao público as filosofias que, até então, só existiam em escolas, faculdades e bibliotecas. Nesta revista, segundo Piza (2004), havia de tudo um pouco – livros, óperas, costumes, festivais de música e poesia e até política. O jornalismo cultural nasceu na cidade e com a cidade, a revista era destinada ao público urbano, da época, que já se preocupava com moda e conhecimento para o corpo e a mente. E até hoje o jornalismo cultural tem esta finalidade de mostrar ao público interessado conhecimento sobre diversos assuntos.

Uma das coisas que prejudicou e prejudica até hoje o jornalismo cultural, como acredita Piza, é o fato de que muitas pessoas veem cultura como algo inatingível, algo que só é destinado aos que leem muitos livros e adquirem muitos conhecimentos, algo sério e complicado, e esse é um dos desafios dos segundos cadernos de cultura: levar ao público conhecimento, diversão e leveza na sua escrita.

Dentro das redações dos jornais, o jornalismo cultural está, normalmente, dentro dos “segundos cadernos” dos finais de semana, por tratarem de assuntos bem mais leves que os *hard news*, e é muitas vezes nestes cadernos que o leitor se identifica com o jornal em si. Muitos são os casos de jornais que aumentam sua tiragem nos finais de

semana, devido apenas aos segundos cadernos, principalmente aos de cultura (PIZA, 2004)

No decorrer de seu livro *Jornalismo Cultural*, Piza (2004) trata de tudo o que se encaixa dentro deste segmento do jornalismo. Primeiramente os cadernos de cultura traziam apenas informações sobre as sete artes (literatura, escultura, pintura, música, teatro, arquitetura e cinema), resenhas/críticas destas artes. Posteriormente, esta predominância caiu, sendo atribuídos aos cadernos outros assuntos, como entrevistas com pessoas célebres, moda, viagens, gastronomia e design. Também podem conter histórias fragmentadas em edições semanais, poesias e dicas sobre todos estes assuntos citados acima.

Os cadernos de cultura não são produtos midiáticos que podem ser considerados novos. São produtos midiáticos que têm, praticamente, dois séculos e meio de existência (PIZA, 2004).

O jovem

Construir uma definição do que é o jovem não é uma tarefa fácil, pois não são nem crianças, nem adultos: a adolescência é um período de mudanças. Muitos autores falam em “crise de identidade” na adolescência: esta crise refere-se a um período em que há uma grande incerteza de papéis a assumir aliada à preocupação com o que os outros pensam (OLIVEIRA, 2007).

Entendemos, assim como Peralva (1997), que a juventude é, ao mesmo tempo, uma condição social e um tipo de representação. Se há um caráter universal dado pelas transformações do indivíduo numa determinada faixa etária, nas quais completa o seu desenvolvimento físico e enfrenta mudanças psicológicas, é muito variada a forma como cada sociedade, em um tempo histórico determinado, cada grupo social vai lidar com esse momento e representá-lo. Essa diversidade se concretiza com base nas diferentes condições em que os jovens se encontram: sociais (classes sociais), culturais (etnias, identidades religiosas, valores) e de gênero, e também das regiões geográficas, dentre outros aspectos.

São denominadas jovens, segundo dados da pesquisa do IBGE de 2009, pessoas com idade entre 15 e 24 anos, mas neste trabalho definiremos como jovens aqueles que tenham de 11 a 24 anos, abrangendo assim, também, a pré-adolescência.

Segundo dados de uma pesquisa, realizada em *Perfil da juventude*, há três eixos que favorecem alguns grupos de jovens, alguns “enquanto atores da reprodução social e cultural no Brasil”, mas também “representam entraves para outros jovens, notadamente aqueles que se encontram em zonas de risco ou de vulnerabilidade”. Ressaltando que são desafios não só dos jovens, bem como do Brasil, que é um país emergente: 1º) a globalização da economia; 2º) a sociedade do conhecimento; 3º) a cultura de massa (p. 16). São pontos que modifiquem pouco a pouco o modo de ser do jovem.

Indústria midiática

O processo de acentuação da indústria midiática ocorreu durante a segunda metade do século XX, onde houve uma série de mudanças por parte de muitas sociedades, pois surgiram novos hábitos, costumes e rotinas iam sendo mudadas devido ao processo de urbanização e ao desenvolvimento industrial que estava acontecendo. Segundo Borges (2003), esta urbanização provocou uma crise de valores nestas sociedades, em função da migração de pessoas naturais da zona rural para os centros urbanos, razão pela qual diversificaram-se e especializaram-se as atividades profissionais. Mudanças que ocorreram neste período, como o deslocamento de famílias para centros urbanos, fizeram com o que o núcleo familiar perdesse força, coisa que em tempos anteriores jamais se imaginaria.

Porém, é no período do pós-guerra que o ato de consumir passa a ser mais importante que o de produzir, devido à combinação de urbanização e industrialização. É neste período que surge o que muitos chamam de “sociedade de consumo” (BORGES, 2003).

Hoje vivemos em uma sociedade extremamente consumista, segundo Moreira (2003), em que há uma massificação de produtos midiáticos, gerando uma cultura midiática. Cultura midiática tem a ver com determinada visão de mundo, com valores e comportamentos, com a absorção de padrões de gosto e de consumo, com a internalização de “imagens de felicidade” e promessas de realização para o ser humano, produzidas e disseminadas no capitalismo avançado por intermédio dos conglomerados empresariais da comunicação e do entretenimento, e principalmente por meio da publicidade:

Num âmbito mais amplo e necessariamente genérico, cultura midiática é a cultura do mercado pensada e produzida para ser transmitida e consumida segundo a gramática, a lógica própria, a estética e a forma de incidência e recepção peculiares ao sistema midiático cultural. Neste sentido, a noção de cultura midiática é devedora e retoma muitas implicações do conceito de indústria da cultura, ou indústria cultural, mas deseja apontar ou circunscrever realidades específicas do estágio atual de midiaticização da cultura (MOREIRA, 2003, p.1208).

O autor ainda complementa que a cultura midiática é o produto regular e sempre renovado de um “sistema midiático-cultural”, cujos conglomerados midiáticos colocam a sofisticação tecnológica a serviço da reprodução do mesmo, da “banalidade sintética, fabricada em circuito fechado e sob tela de controle” (MOREIRA, 2003, p.1209).

Indústria midiática destina a jovens

A indústria do entretenimento a partir de meados da década de 50, quando começou a vigorar nas nações capitalistas o modelo neoliberal, que é caracterizado por uma intervenção que visava regular o crescimento econômico com ganhos sociais para os trabalhadores, nasceu uma nova dinâmica que se insere nos países periféricos que passaram a adotar o mesmo modelo econômico. Inclusive o Brasil (OLIVEIRA, 2007, p.5).

Passamos a viver, desde então, sob as contingências do capitalismo global e financeiro, com uma progressiva diminuição da influência estatal na economia, a qual passa a ser gerida, neste modelo, pelos interesses da iniciativa privada. Esta, contudo, nos países periféricos apresenta-se como capital financeiro internacional, diferentemente dos países centrais, onde a diminuição do Estado ainda se vê contrabalanceada pelos lucros das empresas nacionais (OLIVEIRA, 2007, p.5).

Dessa forma, uma nova cultura consumidora começou a nascer sob a influência dos meios de comunicação de massa, com o claro intuito de conquistar as diversas fatias de mercado presentes nos países em desenvolvimento. Dentre estas, os adolescentes receberam especial atenção dos publicitários, pois viram no jovem um potencial para absorção de novos produtos midiáticos. Então se começa a elaborar uma associação altamente rentável para as empresas multinacionais: a vinculação entre consumo de produtos industrializados e juventude. Em oposição aos jovens sem autonomia para a tomada de decisões e insatisfeitos sexualmente, apresentava-se então, a partir dos anos

60, um novo perfil de jovem, o qual adquiria sua autonomia através do ato de consumir os produtos ofertados pela mídia.

Como já foi visto, é nesta faixa etária que o jovem está à procura de uma identidade cultural (crise de identidade). Está “crise” se dá na necessidade que o jovem tem de integrar diversas “auto-imagens” simultaneamente. Por estar à procura de novas experiências e novas identidades, segundo Borges (2003), “a indústria do entretenimento percebeu no público jovem uma faixa (etária) potencialmente inclinada para a absorção de produtos lançados no mercado por força da cultura de consumo que então definitivamente se instaurava”. Segundo Oliveira:

Isto ocorre no intuito de que a experiência de continuidade do ego, inicialmente adquirida com a relação primordial com a mãe, se perpetue, agora não mais através de certezas oferecidas na infância pelos genitores, mas pela confirmação recebida do grupo social de que os diversos papéis assumidos são coerentes (2007, p.3).

Essa nova fatia de mercado - a adolescência - traz consigo também os sintomas da produção de uma nova ordem de sujeitos. Os quais só se tornam iguais perante a sociedade por terem a capacidade de consumir e inserir-se no que vende o mercado publicitário (BAUMAN, 1998 *apud* OLIVEIRA, 2007). A indústria do entretenimento produziu assim um modo de vida eleito como ideal.

Hoje vemos o resultado desta classe que foi criada a partir da década de 70, onde todos os que contrapõem à moral do consumismo, não tanto por uma decisão própria, mas pela impossibilidade econômica, não se inserem no parâmetro definido como de ordem e de normalidade (OLIVEIRA, 2007, p.6).

Hoje a cultura jovem brasileira é caracterizada pela aquisições, feita pelos jovens, de mercadorias e quinquilharias do mundo publicitário:

A cultura do consumo, desta forma, incide diretamente sobre as jovens personalidades em desenvolvimento, gerando inquietações naqueles que não podem comprar tudo o que lhes é oferecido e anunciado como “indispensável” e, noutras *tribos*, gerando a insuportável sensação de falta de limites, quando o gozo do comprar não recebe nenhuma castração por parte dos genitores ou responsáveis (OLIVEIRA, 2007, p.2).

Isso faz o jovem pensar que só é privilegiado se tem objetos de consumo valorizados pela cultura *teen*. E a sociedade de hoje se encaminha conforme quer a

lógica da sociedade de consumo, deixando o jovem cada vez mais submisso a esta situação.

A ideia e a personificação do jovem surgiu por volta de 1955, a partir de alguns filmes interpretados por astros como Marlon Brando e James Dean, artistas que “personificaram um espírito de rebeldia com relação ao mundo adulto e de busca de uma condição de juventude mais especificada como tal” (BORGES, 2003). Porém, a massificação da cultura que hoje se tem por jovem veio de outro lado das telas, surgiu com a música, especificamente o estilo rock. O que caracterizou uma nova identidade ao jovem, não apenas um estilo musical, mas também um novo modo de se vestir, novas ideias, novos estilos de vida.

O que tornou o rock diferente de outros estilos musicais foi o impulso que a mídia e a indústria do entretenimento deram a este estilo específico. Borges fala sobre as dimensões que esta soma causou:

Nesse sentido, pode-se até mesmo dizer que passou a se dar um movimento duplo e cíclico, na medida em que, de certa forma, a indústria do entretenimento impulsionou a popularidade do *rock* (e da cultura *pop*) ao mesmo tempo em que, inversamente, o *rock* (e a cultura *pop*) impulsionou o desenvolvimento dessa mesma indústria, e assim sucessivamente (2003, p.28).

Surgiram a partir daí personagens (ídolos), como Elvis Presley, que se beneficiou muito da consolidação da televisão ocorrida na época. Graças a ela, Elvis tornou-se não apenas som, mas também imagem. Não apenas música, mas também visual, vestimenta, dança e comportamento. Tornou-se, enfim, a imagem do jovem nos anos 50, um ícone da cultura *pop*, atingindo a todos os públicos (masculino e feminino). Todo este advento que ocorreu nos anos 50 criou a identidade do jovem, relacionado com algo rebelde, buscando sua independência ao ir contra os princípios dos adultos da época.

Borges fala sobre a massificação desta cultura no mundo:

Por conta do alcance e visibilidade internacional, a cultura da lambreta, da lanchonete, da jaqueta de couro, da bola de chiclete e da cuba-libre acabou se combinando com outras referências estéticas e manifestações socioculturais, de procedências diversas, fazendo com que o rock ficasse mais híbrido e gradualmente se modificasse e se distanciasse de seu formato de origem – em um processo que continua até hoje (inclusive por conta do avanço tecnológico que igualmente se reflete em instrumentos musicais e recursos técnicos de registro sonoro) (2003, p.29).

O rock, enfim, dominou o mundo e foi dominado por ele, uma cultura global misturada a diversas influências locais, não só em termos de música, mas também de visual, roupas e comportamento. Resultou inclusive naquilo que se pode chamar de “juvenilização do regional”, em que gêneros tidos como “de raiz” acabam recebendo instrumentação eletrificada, coreografias, figurino e temáticas mais universais. Esse tratamento pode ser exemplificado, no Brasil, desde o pagode dos anos 90 até o sertanejo universitário dos dias atuais, passando ainda pela tchê music, entre tantos outros exemplos que poderiam ser mencionados de estilos locais que receberam um tratamento “global”, passando por um processo de “juvenilização”.

Jornalismo local

Entende-se por “local” a informação relativa a um bairro urbano, a uma pequena comunidade ou a cidades e, até mesmo, aglomerados de pequenas cidades de pequeno porte, como é o caso de Frederico Westphalen e os municípios próximos.

Segundo Pucheu, “A imprensa local nasceu do círculo familiar. É a conversação familiar institucionalizada, impressa. Não é nem vida pública, nem vida privada” (*apud* DORNELLES, p.241). E até hoje possui esta evidente característica: o jornalista que pratica o jornalismo local conhece quase todos de sua localidade, pode até se direcionar a alguém pelo seu nome completo ou apelido, e estas peculiaridades podem muitas vezes até estar presente nas publicações. Entende-se, então, que o jornalismo local é uma versão alargada do círculo familiar.

No jornalismo local, o valor notícia mais importante é a proximidade. “Quanto mais próximo ocorrer um acontecimento, mais probabilidades têm de se tornar notícia. A proximidade pode assumir várias formas: geográfica, afetiva, cultural, etc.” (SOUSA, 2001, p.38).

Proximidade trata de comunicar conteúdos considerados pertinentes aos seus leitores com o objetivo de conseguir a fidelização dos públicos. Estas estratégias são utilizadas tanto pela imprensa local, quanto pela regional e nacional. A importância da proximidade, um dos principais elementos da notícia e, no meu entender, o mais importante na imprensa interiorana, já vem sendo valorizada há décadas pela imprensa do interior (SOUSA, 2001, p.38).

A questão da proximidade também tem relação direta com as realidades sociais que nos rodeiam, como os serviços de que dispomos na nossa cidade, e traz a particularidade de o autor viver em meio aos seus leitores, tornando assim o veículo de comunicação com a cara de seu público. Outros valores-notícia utilizados muito pelos meios de comunicação interiorana, segundo Sousa (2001), são: a novidade, a atualidade, a relevância, a consonância, o desvio e a negatividade.

Com o localismo, os bairros e comunidades periféricas passaram a ter tratamento diferenciado na imprensa local, mas muitos critérios de noticiabilidade, que eram utilizados antes do advento da internet, predominam até hoje e o transformam no conhecido jornalismo popular, que conquistou e conquista leitores das classes C e D. São eles: a raridade, polêmicas, crimes hediondos, celebridades e economia das elites.

Um dos deveres do jornalismo local é promover uma saudável vida democrática, permitindo a troca de ideias por parte dos seus leitores, favorecendo o debate e procurando fazer com que seu público se interesse pela sociedade que os rodeia, de forma a levá-los a assumir uma atitude participativa do ponto de vista social.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A escolha do veículo midiático Variedades, que é um dos segundos cadernos do jornal O Alto Uruguai, de Frederico Westphalen, se deu por ser um caderno que a muitos anos está em circulação e não foram encontradas pesquisas referentes a ele. E como a proposta inicial era trabalhar com conteúdo jovem, este veículo se enquadrou em minhas perspectivas.

O Jornal O Alto Uruguai foi inaugurado em 1966. Tem sua redação fixada em Frederico Westphalen, noroeste do estado do Rio Grande do Sul, e abrange 22 municípios da região do Médio Alto Uruguai.

O método escolhido foi o da análise de conteúdo, que, segundo Bardin, “consiste em classificar os diferentes elementos nas diversas gavetas segundo critérios susceptíveis de fazer surgir um sentido capaz de introduzir numa certa ordem na confusão inicial. É evidente que tudo depende, no momento da escolha, dos critérios de classificação, daquilo que se procura ou que se espera encontrar” (1977, p.37).

A análise foi dividida em duas etapas. Em um primeiro momento, realizou-se a análise do produto. O trabalho começou com uma análise geral das edições escolhidas, onde foram identificados os conteúdos presentes no caderno, bem como uma breve

análise de sua diagramação. Identificadas as linhas gerais em se se basearam-se a pesquisa, foi-se trabalhando em cima de partes específicas do caderno, como as capas, pautas mais recorrentes, diferenças entre matérias, espaços dedicados às diferentes editorias, cores, fotos, títulos e subtítulos. Em um segundo momento, a partir dos dados coletados, realizou-se entrevista com Laísa Bisol, que era editora do caderno durante as edições analisadas. Após a entrevista pode-se incrementar a análise, o que ajudou a entender alguns porquês de alguns procedimentos constatados na elaboração do caderno.

Analisou-se seis edições do Variedades, de diferentes meses, maio a outubro de 2011, sendo escolhida a segunda edição de cada mês, pelo fato de poder haver repetições de pautas, por exemplo setembro, onde no Rio Grande do Sul é o mês em que se têm a Semana Farroupilha, e conseqüentemente os assuntos abordados dentro do caderno possivelmente seriam mais destinados à tradição, CTG... A escolha de meses distintos proporcionou uma visão mais geral dos assuntos noticiados.

ANÁLISE

O Variedades é um caderno semanal com circulação nas edições de sábado, e possui uma proposta que o difere do restante do jornal, pelas suas pautas, estilo de texto, e a diagramação, o que segundo Laísa se dá por dois motivos: o diagramador não é o mesmo do restante do jornal e a proposta do Variedades é justamente ser diferenciado, ser mais leve e descontraído. Todas as edições possuem elementos gráficos mais elaborados, como letras grandes em diferentes formatos nos títulos de matérias ou de páginas/colunas fixas, variações de cores, utilização de animações como desenhos, símbolos, títulos inclinados, diferentes letras, elementos visuais que trazem mais cores, títulos sobrepostos em fotos, fotos com recortes diferentes, como em forma de círculo, texto contornando a foto etc. Há variações gráficas entre as edições, como a capa de 14 de maio, que anuncia quem são os ganhadores da promoção “Você no camarim”, do Jota Quest, em que o título e os elementos visuais são constituídos por duas cores e por símbolos gráficos como estrelas. No jornal em si não há este tipo de diagramação, e sim um padrão gráfico mais tradicional, com matérias em formato de U ou L, com apenas uma foto por matéria.

Analisando as edições propostas, encontrou-se muitas páginas que são fixas, não variam, porém mesmo os assuntos sendo segmentados as pautas mudam de uma edição

para outra. As páginas que são fixas dentro do caderno são de assuntos bem variados. Há páginas sobre assuntos de interesse feminino, “Papo de Mulher”, uma página de assuntos relacionados a jovens e pré-adolescentes, “Mundo Teen”, uma página dividida entre assuntos para crianças e pais, e também há uma página inteira dedicada à tradição e CTGs, intitulada “... de modelo a toda terra”. Em todas as edições existem colunas fixas de receitas, horóscopo, agenda de eventos, resumo de novelas e artesanato.

Destaque também para a variação de conteúdos das páginas consideradas não fixas, que tratam com frequência de assuntos ligados à música, desde estilos sempre na linha do rock, pop rock, hip-hop e música gaúcha, passando por cobertura de shows e festas/eventos da região de abrangência do jornal. Curiosamente, nessas seis edições não há nenhuma matéria sobre uma manifestação cultural presente fortemente na mídia na atualidade: o sertanejo universitário. Pautas sobre dança também aparecem com frequência no Variedades, em 3 edições (11 de junho, 9 de julho e 8 de outubro), sempre tratando de concursos, apresentações ou grupos de dança.

O caderno possui inúmeras pautas, constituindo-se assim um caderno bem variado em questão de conteúdo. Em uma única edição, como a de 8 de outubro de 2011, aparecem matérias de músicas, cantores, moda, famosos, concursos de dança e apresentações instrumentais. Algumas pautas, como dança e música, são as que apareceram com maior frequência nas edições analisadas, razão pela qual terão um destaque maior nesta análise, recebendo subcapítulos específicos.

O jornal O Alto Uruguai é uma publicação destinada a uma região específica e por esse motivo suas matérias utilizam muito do valor notícia proximidade, e ao analisar o Variedades constatou-se que o caderno também utiliza deste mesmo critério para definir suas pautas, pois é constituído em sua maioria por matérias de eventos locais. O caderno dedica um espaço grande a matérias com temas “agendados”, assuntos que são pré-determinados pela agenda de eventos, como datas comemorativas, eventos em geral, festas e shows. Muitas edições trazem coberturas de festas, mais especificamente no estilo “balada”, do município e da região. Um exemplo desse agendamento é a capa da edição de 9 de julho, que traz uma reportagem sobre a pizza, fazendo referência ao dia 10 de julho, que é o Dia Internacional da Pizza. Matérias de eventos da agenda são bem frequentes, estando presentes em todas as edições analisadas, com um total de 21 matérias. Somente foram contadas matérias de espaços não fixos dentro do caderno.

Todo caderno de cultura traz assuntos bem variados, como já foi citado no decorrer do trabalho, como escultura, pintura, música, teatro, arquitetura, cinema,

entrevistas com celebridades, moda, viagens, gastronomia e design (PIZA, 2006). Dentro do Variedades encontram-se quase todos os segmentos destacados por Piza, além de algo muito peculiar do sul, que é a cultura gaúcha. A edição de 10 de setembro, por exemplo, traz uma capa diferenciada, apresentando um elemento gráfico com as cores da bandeira do estado, e escrito paralelamente ao texto em sentido vertical “Tradicionalismo”, além de duas fotos, uma antiga de representantes de CTG já extintos do município, e outra, recente, mostrando uma baile gaúcho no atual CTG da cidade. O texto traz a história dos CTG de Frederico Westphalen.

Dança

Dança é uma forma de expressão artística muito presente no caderno Variedades, são frequentes matérias sobre este assunto. Apesar disso, não possui uma página fixa dentro do caderno, e sim em páginas consideradas pela então editora Laísa Bisol como “páginas de assuntos gerais”. Essas matérias possuem, em sua maioria, um enquadramento definido pela agenda, o que pode ser identificado através dos títulos utilizados, que sempre remetem a um campeonato, apresentações ou participação de um grupo em algum evento. Isso pode ser identificado na matéria do dia 8 de outubro, na página 11, com o título “Conferência FW em Dança inicia hoje”, que traz informações sobre a programação do evento, modalidades de competições (“balé, jazz, dança contemporânea, danças urbanas e estilo livre”) e também sobre a premiação.

O caderno contempla diferentes estilos de dança, como ballet, *street* dance, dança gaúcha e patinação, que é também um esporte, mas nesta análise será tomado enquanto dança, pelo fato de esportes já possuir uma editoria em O Alto Uruguai. E as matérias de dança, se não possuem páginas fixas, encontram-se sempre nas páginas com linhas gerais, definido pela ex-editora como a página das atualidades, em que se enquadram sempre eventos de nível cultural, como a dança.

Observou-se que o estilo de texto utilizado em matérias de dança não muda de uma matéria para outra, são sempre curtos, utilizam de lide, há um ou nenhum entrevistado, mas em todas as matérias há fotos. Há uma matéria que se diferencia desse padrão: intitulada “Nascidos do Ritmo é destaque na dança” (p.5, 9 de julho de 2011), possui foto maior que o texto em que estão os participantes, boxes com foto pequena do troféu e nome dos participantes do grupo que foram premiados, além de nome do grupo em uma rede social, endereço onde pode ser encontrado o vídeo do concurso e o “slogan” do grupo (ver anexo 1). Ao analisar esta matéria, percebe-se um

direcionamento ao público jovem, por fazer relações com a internet e ser uma matéria com conteúdo visual maior do que textual.

Há uma matéria na edição de 11 de junho, na página 5, intitulada “A expressão artística do hip-hop” (anexo 2), que traz uma breve explicação sobre os quatro elementos característicos da cultura hip-hop: DJ, Grafite, Break Dance e MC. Possui um entrevistado que segue esta cultura, participa de grupos de dança e organiza um festival de dança. Ele destaca na entrevista que este ritmo agrega vários outros diferentes, até mesmo o flamenco. A matéria faz uma ligação com o público local no primeiro parágrafo: “é a representação norte-americana também no interior gaúcho”. Mais um exemplo da cultura global incorporada pelo universo local.

O Variedades também traz muito conteúdo sobre dança gaúcha, algo bem local. Sobre este assunto, há matéria de agendamento como a de 9 de julho de 2011, página 4 (ver anexo 2), que informa sobre um concurso de danças. O texto é bem informativo, traz tudo sobre o concurso em si, porém não há nenhum entrevistado, a foto é menor que o texto, uma exceção em matérias de dança em que o texto é menor ou sobreposto à foto.

O ballet e a patinação não são assuntos frequentes nas seis edições analisadas, havendo apenas uma matéria de cada estilo. São matérias também ligadas à agenda, pois tratam de grupos de Frederico Westphalen que participaram de concursos, mas estão presentes na mesma página, e constituem as únicas matérias coloridas no segmento dança. Laísa explica que muitas matérias que falam de grupos de dança são realeses que eram enviados a ela.

Percebeu-se, então, que a maioria das matérias é subordinada à agenda de eventos, com textos simples, mas algo que chamou a atenção é que em todas as matérias relacionadas à dança há fotos e nelas aparecem sempre jovens, não há nenhuma matéria relacionando a dança com pessoas maiores de 24 anos, o que demonstra um esforço de aproximação do caderno Variedades junto a esse público específico.

Música

Música é, segundo Piza (2006), algo presente em segundos cadernos desde a criação dos mesmos. No objeto analisado, foi encontrado um número total de 16 matérias relacionadas à música, incluindo shows, bandas, apresentações, estilos musicais e artistas (cantores). A edição de 9 de julho foi a única que não continha nenhuma matéria a respeito.

Em matérias de música, o tratamento destinado a questões de texto, foto e diagramação difere muito de uma para outra, como é o caso da matéria do dia 8 de outubro, na página 10, contendo uma entrevista com o rapper MV Bill, matéria resultante da promoção “Entreviste o MV Bill”, realizada pelo O Alto Uruguai. Além deste logo no canto da página, há o título “Sonho em fazer um disco inteiro rimando com um trio de jazz”, frase copiada de uma das respostas contidas na entrevista. A promoção aconteceu da seguinte forma: as perguntas foram enviadas ao jornal por e-mail, selecionadas, e as escolhidas foram respondidas pelo rapper e constituem a entrevista. Na primeira parte, antes da entrevista em si, há um pouco sobre o perfil de MV Bill. A entrevista possui 10 perguntas e em algumas há a foto de quem as realizou (anexo). Quase dois meses antes, em 13 de agosto, a promoção sobre MV Bill foi agendada, em uma matéria pequena, na página 9, com o título “Prazo para o envio de perguntas encerra hoje”. No texto, há informações sobre o rapper, como o trabalho que realiza na Cufa (Central Única de Favelas), trabalhos realizados como artista, além de todas as informações para quem pretende participar da promoção. Esta entrevista é a única matéria que foge da agenda de eventos propriamente dita.

Outra matéria sobre promoções envolvendo música é a que está na capa de 14 de maio, apresentando os ganhadores da promoção “Você no camarim com Jota Quest”, (anexo). A matéria traz uma foto da banda, e uma de cada um dos dois ganhadores, com os respectivos textos premiados. A matéria em si traz um pouco sobre a banda, o dia e local do show em Frederico Westphalen, show que, aliás, tratava-se de uma promoção do próprio O Alto Uruguai em comemoração aos seus 45 anos de história. A diagramação é diferenciada, toda ela realizada nas cores laranja e preto, chamando muito a atenção do leitor por serem cores fortes. E a colocação de textos, título e as três fotos na página foge bastante do padrão comum de diagramação em U ou L.

A maioria das pautas sobre música são locais. Em 14 de maio (p.10), há uma matéria sobre uma banda local: “Datavenia apresenta hoje novo show”. Além de conter informações sobre o local da apresentação, há também um histórico sobre a trajetória da banda, transformando a matéria de agendamento em algo um pouco mais elaborado. Além de uma foto de uma de suas apresentações, há também uma imagem com o slogan da banda. Nesta mesma edição, porém, há uma matéria de abrangência mais nacional, na página Mundo *Teen* (p.9): “Pitty divulga novo trabalho em redes sociais”. A diagramação desta matéria é diferente, assim como toda a página Mundo *Teen*, a foto da

cantora é maior do que todo o texto, e o texto está dentro de um box que por sua vez contém outra foto menor da cantora (anexo).

Como já foi dito, a música é muito explorada no caderno, inclusive em termos de diversidade de estilos. Em 11 de junho (p.8), a contracapa traz uma matéria intitulada “Coral da Uri apresenta-se na Serra gaúcha”, com texto de apenas dois parágrafos, além de duas fotos, uma de todos os participantes durante a apresentação e outra deles em um ponto turístico da serra. Outra matéria de música presente em uma contracapa é a de 19 de setembro “No mês de aniversário, a Barril Tintas apresenta Oswaldir e Carlos Magrão”, claramente com enfoque publicitário, a ponto de o texto ser todo redigido utilizando o nome da loja citado no título, sem falar que as entrevistas presentes na matéria foram todas feitas com os proprietários da loja. De resto, apenas o serviço de trazer as tradicionais informações sobre o show, hora, data e local.

No dia 8 de outubro, há uma matéria que ocupa a página 4 inteira, sobre o evento Na Mira do Rock, intitulada “Para quem gosta de heavy metal e rock’n’roll”. Bem elaborada em quesitos de diagramação (anexo), o texto traz informações sobre o evento, como apresentações, datas, horários e local, algo bem de agenda. Mas há uma continuação: “Conheça mais sobre as bandas que se apresentarão na Mira do Rock”, a partir da qual a matéria se subdivide pelos nomes das bandas: Phornax, Beltame, Hard Stock e Cartel da Cevada. Os textos informam sobre a trajetória das quatro bandas, sobre os músicos, fundação, inspiração de cada grupo, além de algumas informações a mais. Cada texto possui uma foto. O espaço destinado à banda Cartel da Cevada é diferenciado, contendo um box com fundo preto, a única foto na vertical e, em cima do nome da banda, há uma caricatura de alguém com roupas estilizadas segurando um copo de chopp, o que remete ao nome da banda. Esta matéria em termos de espaço é a maior no segmento música.

As matérias não constituem um padrão: algumas, como já foi visto, são bem elaboradas em questões de texto e/ou diagramação, já outras não possuem muito texto, nem conteúdo visual aprimorado, por, segundo Laísa, se tratarem de assuntos que já foram pautas muitas vezes no Variedades, como bandas que vem mais de uma vez por ano. Assim, muitas matérias trazem apenas informações básicas, sem entrevistados, como é o caso da matéria “Acústicos e Valvulados Grande Presença” (13 de agosto, p.10), em que o texto possui dois parágrafos, e fala sobre o novo CD da banda. A matéria se constitui como pequena em relação a outras, porém está em uma página colorida, valorizando a diagramação.

Além de matérias sobre artistas locais, estaduais e nacionais, o caderno também acabou contemplando atrações internacionais, como Justin Bieber, em 8 de outubro (p. 5). Além de trazer um box com um resumo de sua trajetória como cantor, a matéria contém uma entrevista com uma fã que comprou ingresso para participar do show que acontecerá no Brasil. A fã dá sua opinião sobre o artista: “Acho legal a determinação dele, a capacidade e o esforço... o que me faz gostar dele é que tem uma facilidade enorme para compor e são todas letras muito bonitas”.

Percebeu-se que as matérias de música variam muito em todos estes aspectos: tamanhos, fotos, texto, diagramação, cor e suas localidades na página. Sem falar nos conteúdos e enfoques em si. A maioria são matérias da agenda de eventos ou pautas quentes, porém seguidamente envolvem entrevistados, o que raramente se vê dentro do Variedades.

Outros

O caderno contempla outras editorias/seções além da dança e música, só que em número bem mais reduzido. Há algumas pautas que apareceram apenas uma única vez nas seis edições analisadas. Aqui nesta parte da análise, procurou-se mostrar o caderno a partir de diferentes pontos, dando destaque a tudo o que tornou-se importante para o trabalho.

Uma das editorias que aparecem apenas em páginas fixas é a de moda. Há matérias a respeito em três edições analisadas, nos dias 9 de julho, 13 de agosto e 8 de outubro. As matérias estão presentes em uma página fixa no caderno – “Papo de Mulher” – e direciona moda apenas a mulheres. São constituídas sempre de um texto, duas fotos e um quadro com informações complementares explicando os diferentes tipos de se usar devido vestuário, como na edição de 9 de julho, página 7 (anexo), em que a pauta da reportagem é chapéus. A reportagem é toda composta por dicas e informações sobre este vestuário. As páginas “Papo de Mulher” ocupam sempre toda uma página. Em outra edição (10 de setembro, página 7), a página “Papo de Mulher” traz um tema diferente (o concurso Miss Universo que aconteceu no Brasil), e explica quando e onde será, quem serão os apresentadores, além de trazer um site que se encarregaria da transmissão ao vivo do concurso. Esta página fixa aparece apenas nestas quatro edições citadas, não sendo uma página regular no caderno. O caderno não é apenas de moda ou vestuário, mas, como contempla assuntos femininos, a moda se enquadra perfeitamente dentro desta seção, nunca trazendo promessas de beleza para

mulheres, apenas dicas – algo que foi cuidado por Laísa ao criar está página dentro do Variedades.

Dois quesitos que, segundo a então editora do caderno, sempre pesam muito nas escolhas das pautas são a atualidade e a proximidade. Além de sempre divulgar algo que seja de interesse da maioria, muitas vezes não são exploradas grandes reportagens, pela falta de tempo e profissionais, pois trabalhavam, durante o período da minha análise, apenas a editora, enquanto algumas poucas colunas eram de responsabilidade de outras pessoas ou entidades. Laísa explica o porquê de não se ter muitas reportagens especiais ou pautas frias dentro do Variedades. “Eu era editora do Variedades e de outros cadernos e também fazia pautas gerais, é difícil de dedicar inteiramente como eu queria ao Variedades”. Ela também fala que as pessoas gostam de coisas atuais: uma matéria de duas páginas sobre um assunto histórico, por exemplo, pode interessar menos do que o que está na moda, ou um grupo de Frederico que ganhou um prêmio.

Ao analisar o caderno, percebeu-se que há muita publicidade nele e também espaços comprados para dedicatória, como homenagens a formandos, quizeanistas, pais, mães etc. Todas as páginas possuem no mínimo 2 espaços destinados a isso. A última página do caderno, contracapa, em quase todas as edições, é de publicidade e/ou matérias de informes publicitários, porém não é informado ao leitor que estas matérias têm cunho publicitário. Como é o exemplo da edição de 13 de agosto, em que há propagandas de duas lojas e as duas matérias da página falam em seus títulos e durante todo o texto sobre estas duas lojas, sendo que estão sendo apresentadas como matérias de um tipo de editoria (moda e cores).

Há muitos assuntos que aparecem uma única vez, como é o caso da matéria de capa da edição de 8 de outubro, que mostra o trabalho realizado por idosos para a preparação de um evento realizado em Frederico Westphalen – “Frederico em Luz”. A matéria está apenas na capa e é composta por uma foto maior que o texto, em que aparecem voluntários trabalhando na confecção de enfeites para o evento. A matéria chama muito a atenção por pessoas desta faixa etária aparecem muito pouco dentro do caderno.

Outra matéria, também de capa, que chama a atenção é a de 13 de agosto, intitulada “Três dias para a JMJ”, sobre a Jornada Mundial da Juventude, realizada em 2011 em Madrid com a presença do papa. A matéria aborda jovens de Frederico Westphalen participantes do evento. A referência a jovens foi o que proporcionou a ligação do assunto com o Variedades, sendo a única vez que apareceu nas edições uma

matéria relacionada a religião ou a um evento religioso. O enfoque da matéria é informativo e fala sobre o trajeto que farão os jovens de FW durante e depois da JMJ.

Direcionadas a jovens, há páginas fixas (como a já mencionada “Mundo Teen”) e assuntos diversos que vão desde dança e música até jogos, dicas de vídeos, clipes e páginas destinadas a jovens na internet. E também modos de se vestir e comportamento, como em matéria publicada na edição de 10 de setembro, página 9, que tem como título “Sensual ou comportado, qual seu estilo?”. A matéria traz dois estilos diferentes de personagens jovens da televisão brasileira. No decorrer da matéria, explicam o estilo de cada personagem: “nos dois casos, as roupas e acessórios caracterizam o estilo. Rosa veste roupas, mais fechadas com saias longas, que não deixam quase nada à mostra”... “Solange usa e abusa das cores vibrantes, pouco tecido e acessórios mais chamativos”.

As capas do caderno trazem assuntos diversos, que não se repetiram nas 6 capas, passando pela culinária, na capa de 9 de julho, que fala sobre pizza, e chegando até shows, eventos, festival de cultura (11 de junho) e histórias de CTGs (10 de setembro). Laísa explica que os assuntos que se tornavam capa eram definidos a partir das matérias da semana, indo para a capa algo que se destacou, não sendo pensado anteriormente algo específico para se tornar capa do Variedades. As capas possuem sempre uma foto grande, maior do que todo o texto, e os textos são sempre na capa, a matéria não continua e não há chamadas para outras matérias de dentro do caderno. A diagramação da capa é quase sempre do mesmo jeito, com exceção da capa de 14 de maio, sobre o Jota Quest, abordada no primeiro parágrafo da análise. A publicidade é predominante em todas as capas analisadas: em algumas, como a de 13 de agosto, a divisão é de 50% matéria de capa e 50% publicidade (anexo). O layout do Variedades é simples, sem chamadas para matérias dentro do caderno. É todo em azul, com uma letra sem serifa (ver anexo). Traz o nome, data da edição, contato da editoria, nome da editora e a página do jornal na internet e uma página do jornal em uma rede social.

A interação entre meio de comunicação e seu público está cada vez maior em todos os meios de comunicação, e é comprovado pela entrevista realizada com a ex-editora que o público que mais interage com o Variedades é o jovem, tanto para promoções quanto para sugestão de pautas. O caderno também interage com o público oferecendo promoções, como as realizadas com o grupo Jota Quest e o rapper MV Bill. Há também um espaço específico na página *Teen*, o ID Jovem, dedicado a expor perfis de adolescentes e pré-adolescentes, e que, dentre as seis edições analisadas, só não está

presente na de 11 de junho, que tem apenas 8 páginas. Laísa afirma que muitos jovens interagem com o caderno para terem seus perfis publicados nesta seção.

Percebeu-se que algumas pequenas matérias são de assuntos vindos de outros meios/fontes, como a internet, pois durante a entrevista descobriu-se que O Alto Uruguai compra um pacote de uma empresa que produz conteúdo cultural e de atualidades. O horóscopo, as receitas e os resumos de novelas são todos provenientes deste pacote, bem como assuntos nacionais, como shows previstos para o ano, artistas mundiais e nacionais.

Há também algumas variações quanto ao número de páginas. Em 4 das 6 edições o número é igual, 12 páginas, mas em duas edições este número varia, para mais (16 páginas na edição de 8 de outubro) e para menos (8 páginas na edição de 9 de julho), transformando o caderno em uma publicação sem um padrão de páginas definido. Laísa explica que esta variação é decorrente de, algumas vezes, o jornal em si precisar de mais páginas. O Alto Uruguai tem sempre o mesmo número de páginas no total, às vezes de última hora aparecia algo importante que deveria ser publicado ainda naquele edição, então acabava sobrando para algumas páginas do Variedades. Apesar disso, Laísa afirma que a diminuição de páginas nunca foi por falta de conteúdo.

O Variedades opta por pautas quentes, como já mencionado nesta análise, mas há exceções, como na página 8 da edição de 14 de maio, que traz uma reportagem sobre “A arte de desenhar”, entrevistando a origem de suas aptidões de uma desenhista. “Luci Quevedo, natural de Frederico Westphalen, desenha desde a infância, nunca fez cursos para treinar a habilidade e desenha quando sente vontade de expressar algum sentimento.” Esta reportagem destaca-se das outras por apresentar uma abordagem mais aprofundada, na qual toda a narrativa é feita através da entrevista de Luci Quevedo, o que raramente acontece nas matérias do Variedades.

Aparecem muitos estilos diferentes nas edições, tanto de música, dança e estilos de vida, como hip hop, ballet, cultura gaúcha, rock e heavy metal. Artistas mundiais e nacionais como MV Bill, Jota Quest e Justin Bieber. Em meio a toda essa diversidade, porém, chamou a atenção o fato de que não há nada em relação à música nem cantores no estilo do sertanejo universitário, manifestação cultural atualmente bastante em voga, e que já marcava forte presença em Frederico Westphalen e região do Médio Alto Uruguai mesmo antes de estourar nacionalmente. A respeito disso, Laísa comentou que, como eventos de rock não são muito frequentes, as pessoas envolvidas faziam questão de avisar sobre os eventos para que fosse publicado, o que não acontecia com o público

do sertanejo universitário, por ser uma cultura massificada mas sem um público específico e fiel como o do rock, por exemplo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise desenvolvida, percebeu-se que o caderno Variedades caracteriza-se muito, já em seu nome, pela diversidade, pois em suas páginas encontram-se assuntos variados de interesse a públicos variados. É um caderno cultural, pois está dentro do que caracteriza Piza (2004). Acrescida da entrevista com a ex-editora do caderno, Laísa, viu-se que o caderno segue uma linha de conteúdo, mas de maneira geral há variações dentro do mesmo, mas que não chegam a diferenciar totalmente uma edição da outra.

Percebeu-se que ele possui pautas destinadas, na maioria das vezes, a jovens e mulheres. Jovens por suas matérias frequentes na editoria de música, dança, celebridades teens, shows e festas, além das promoções que sempre eram sobre música e cantores de interesse de jovens. A própria Laísa afirma que o Variedades é em sua maioria voltado ao público jovem. E também há pautas muito recorrentes, que se destinam a mulheres, pois a maioria das páginas fixas ou das colunas é de assuntos ligados ao sexo feminino, como a página “Papo de Mulher”, bem com há muito sobre atores da televisão brasileira, resumo de novelas, receitas e artesanato. Além de conter uma página fixa que destina-se a pais e crianças, mas que não se estende por mais páginas, sendo então este público também de abrangência do caderno, porém em escala menor.

Durante as análises de capa, destaca-se que ela é literalmente simples, em seu layout e sua diagramação, contendo apenas uma matéria, possuindo foto e texto, o que se acredita ser algo prejudicial ao interesse do leitor a respeito do conteúdo que está presente dentro do caderno. O que foi mudado em uma reestruturação do Variedades, posterior ao período de análise, mas realizada quando Laísa ainda era editora do caderno.

Um dos pontos que merece destaque é que, por mais que o Variedades seja destinado predominantemente a jovens, são jovens específicos da região de abrangência do jornal, região do Médio Alto Uruguai, noroeste do estado do Rio Grande do Sul, que se interessam por assuntos como cultura gaúcha, muito presente no caderno, bem como assuntos religiosos, que chegaram a ser inclusive capa de uma das edições. Assuntos que não teriam uma ligação direta com o jovem em um sentido mais “global”, mas que

encontram espaço no Variedades, destinado ao jovem “local” do município e região. O que, por si só, fez com que o caderno se mostrasse um veículo capaz de proporcionar um bom estudo dos interesses culturais da região.

Durante a entrevista Laísa aponta que a quantidade de realeses dentro do caderno é muito pouca, porém há sim indicações de pautas, sendo um exemplo o fato de pessoas ligarem para a redação e dar informações sobre eventos de rock. Os realeses prontos enviados via e-mail, são poucos, mas sugestões de pautas acontecem sim, como ela mesmo diz, vindo de jovens.

Como já foi citado, há editorias mais recorrentes dentro do Variedades, como a dança e a música, mas de uma maneira geral o caderno se utiliza de muitos assuntos referentes à cultura, sempre num âmbito local. Lembrando que há algumas coisas nacionais ou mundiais presentes dentro do caderno, mas que, mesmo sendo algo proveniente de um universo maior, é de uma forma ou outra associada a um contexto local, muitas vezes esta contextualização feita pelo caderno, é mais discursiva do que uma ligação de proximidade real.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORGES, Luís Fernando Rabello. O processo inicial de formulação de produtos de mídia impressa brasileira voltados ao público jovem: um estudo de caso da revista POP. Dissertação de Mestrado, São Leopoldo, UNISINOS, 2003.

DAYRELL, Juarez. O jovem como sujeito social. 2003. Disponível em:
<<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n24/n24a04.pdf>> Acesso em: 16/11/2011.

DORNELLES, Beatriz. O localismo nos jornais do Interior. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 237-243, setembro/dezembro, 2010 Disponível em
<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/2983/2265>>
Acesso em: 01/11/2011.

EISENSTEIN Evelyn. Adolescência: definições, conceitos e critérios. Disponível em:<
http://adolescenciaesaude.com/imagebank/PDF/v2n2a02.pdf?aid2=167&nome_en=v2n2a02.pdf
> Acesso em: 01/10/2011.

GADINI, Sérgio Luiz. A lógica do entretenimento no jornalismo cultural brasileiro. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, vol. IX, n. 1, 2007
Disponível em:
<<http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/v.%20IX,n.%201,2007/9%20SergioGadini.pdf>>
Acesso em: 15/11/2011.

MINISTÉRIO DA SAÚDE FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. Um olhar sobre o jovem no Brasil. Brasília: Editora do Ministério da Saúde, 2008. Disponível em:
<http://bvsm.sau.gov.br/bvs/publicacoes/olhar_sobre_jovem_brasil.pdf> Acesso em:
16/11/2011.

MOREIRA, Alberto da Silva. Cultura Midiática e Educação Infantil. Educ. Soc., Campinas, vol. 24, n. 85, p. 1203-1235, dezembro 2003. Disponível em: <<http://www.cedes.unicamp.br>>
Acesso em: 18/12/2011.

MUNIZ, Lara Cunha. *Localismo* – a proximidade necessária. Projeto Experimental do Curso de Comunicação Social. Juiz de Fora: FJF; 2001.

OLIVEIRA, Adriano Machado . A juventude perante a sociedade de consumo: Paradoxos e novas configurações identitárias. Publicado in: Anais do I Simpósio Internacinal de Educação/IV Fórum Nacional de Educação. Ulbra: Torres, 2007.
Disponível em:
<<http://w3.ufsm.br/leaf/formularios/38611d393259e4f99ea603051c53734a.pdf>> Acesso em:
16/11/2011.

PERALVA, Angelina, (1997). O jovem como modelo cultural. *Revista Brasileira de Educação*, São Paulo, ANPEd, no 5/6.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2004

PORTO, Ana Carolina Costa. O jornalismo e o saber local: Análise da construção do conceito de cultura na revista Continente Multicultural. Porto: João Pessoa, 2005. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/porto-ana-carolina-jornalismo-saber-local.pdf> Acesso em: 09/09/2011.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006. Primeiros passos, 110.

SOUSA, Jorge Pedro. Elementos de jornalismo impresso. Porto: João Pessoa, 2001. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt> Acesso em: 09/09/2011.

UNESCO. Políticas públicas de/para/com as juventudes. – Brasília: UNESCO, 2004.
Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001359/135923por.pdf>> Acesso em:
16/11/2011.

Nascidos do Ritmo é destaque na dança

Os dançarinos do grupo de street dance, Nascidos do Ritmo, se apresentaram no 2º Oeste em Dança, em Maravilha (SC), entre os dias 1º e 3. O grupo ficou em primeiro lugar nas categorias grupo, solo e trio, na modalidade adulto, e levaram o terceiro lugar na categoria duo, modalidade júnior.

Além de competir, o grupo pôde assistir a 100 coreografias apresentadas por outros dançarinos durante o evento.



Nascidos do Ritmo dançaram em Maravilha



Foram premiados no 2º Oeste em Dança

Rodolfo Peron, Fábio Rehbein, Ismael dos Santos, Eduardo dos Santos, Cleiton Ferreira e Taisam Orlando.



Nascidos do Ritmo



Confira o vídeo da apresentação no site

www.oostouruguai.com.br

Curso de Dança de Salão

Ritmos
Chato, Vamale, Vamaleco, Baglu, Curraná, Maracá, Valsa, Milonga e Traveleira.

Jantar de formatura e aniversário do CTG dia 23.07.11 com animação:
Grupo Bem Campeiro
Valdomiro Maica

De 17 a 22.07.11
Local: CTG Rodeio da Querência
Horário: 19:30 hs • Inscrições Casal: R\$ 60,00



Colégio Auxiliadora

Contaçon de história encanta alunos

As alunas da turma do ap... leto da es...

SUPER PROMOÇÃO

Pacotes de 10 escovas a partir de **R\$ 120**
Reconstrução de fios a partir de **R\$ 120**

Jornal O Alto Uruguai | 11 de junho de 2011

A expressão artística do hip-hop

Há mais de 10 anos, a cultura hip-hop começou a criar raízes no município de Frederico Westphalen. É a representação da cultura norte-americana também no interior gaúcho, através de elementos como dança, grafite, DJ e MC.

De acordo com Rodolfo Peron, dançarino de street dance e organizador da 2ª Conferência Frederico Street Dance, a dança possibilita misturas de outros ritmos como o flamenco, a vaneira e o samba. "Tudo se pode agregar na dança", explicou.

É por que representar esta cultura? Conforme Peron, a maioria das pessoas que têm contato com os elementos do hip-hop acaba identificando-se e apaixonando-se por eles.

DJ - Operador de disco.
A música, início de tudo.



Grafite - Desenhos feitos em paredes, com spray e pincel, como uma expressão da arte.



Os elementos

O hip-hop surgiu na década de 70, nos subúrbios de Nova Iorque. Em meio a diversos problemas de ordem social como pobreza, violência, racismo e drogas, os jovens puderam encontrar uma saída na rua, que passava a ser o espaço de lazer. Neste contexto, foram surgindo diferentes manifestações artísticas, e o movimento hoje centraliza 4 elementos:

Break Dance - Com influências variadas e diferentes estilos. Conforme Peron, os dançarinos de street podem ensaiar em qualquer local. É o elemento mais representativo em FW.



MC - É a articulação das rimas que resultam na música. O rap é exemplo disso.



Ganhadores O grupo de dança Nascidos do Ritmo de FW levou o primeiro lugar na dança de rua categoria trio da 2ª Ijuí em Dança, no último dia 28.

Pettit Ballet é premiado no 2º Ijuí em Dança



Divulgação

A Cia de Dança Pettit Ballet representou FW na segunda edição do Ijuí em Dança, em 28 de maio. Os bailarinos, acompanhados da coreógrafa Ana Jacqueline Nunes, além de participarem da competição, tiveram a oportunidade de realizar o curso de Balé Clássico, com a coordenadora artística do Santa Maria em Dança, Thaís Muller, e de Dança Contemporânea com a bailarina da Escola do Teatro Bolshoi no Brasil.

Os bailarinos da Cia de Dança Pettit Ballet mais uma vez foram reconhecidos no mundo da dança e conquistaram primeiros lugares.



Feliz Dia dos Namorados!

As premiações

- 1º lugar contemporâneo juvenil, coreografia "O Jogo" — bailarinos: Anny, Camila, Eloisa, Flávia, Natalia e Paulo.
- 1º lugar trio contemporâneo juvenil, coreografia "Os Gestos" — bailarinos: Anny, Camila e Paulo.
- 1º lugar solo contemporâneo juvenil, coreografia "A Busca" — interprete: Paulo.
- 1º lugar solo clássica de repertório infanto-juvenil, adaptação "A Morte da Cane" — interprete: Eloisa.

Joana Luiza Urbaniski
6 anos - 9106

A cada dia que passa você traz mais alegria para todos nós. Seu jeito nos encanta a cada dia que passa. Parabéns pelos seus 6 anos.

Homenagem dos pais, Claudino e Noeli e mano Anderson.

Mau
4 anos - 28103

Foto Eklito Digital
Fone: (55) 3744-4010

LADY FASHION TARY

SUPER PROMOC

ESCOVA INTE E DEFINITIV SUPERDESCE
E agora com restaura
Cortes, coloraç de fios, alisam
Cel.: (55) 9903-

GIOVA

4 | VARIEDADES | 9 DE JULHO DE 2011

...de modelo a toda terra!

Concurso de danças tradicionalistas

Invernadas mirins, juvenis e adultas poderão competir e concorrer a prêmios

O CTG Estância Alegre, de Vista Alegre, vai sediar o primeiro concurso de danças tradicionais gaúchas, no próximo dia 16. O evento terá início às 8h30min, com a solenidade de abertura. Às 8h50min haverá o sorteio dos grupos para apresentação, o início das apresentações e almoço. Às 13 horas, reiniciam as apresentações, que deverão terminar em torno das 18 horas. Às 18h30min, haverá a integração entre as invernadas e entrega das premiações.

As inscrições deverão ser confirmadas até a próxima quarta-feira, 13, em horário comercial, através dos telefones (55) 9914.7968, com o professor Guilherme e (55) 9903.9106, com o coordenador artístico do CTG Estância Alegre, José Pacheco.

O valor das inscrições para grupo mirim é R\$ 25, para juvenil é R\$ 35 e adulto R\$ 50.

Premiação:

- 1º lugar mirim: 15% do valor total das inscrições mais troféu; 2º lugar mirim: 10% do valor total das inscrições; 3º lugar mirim: troféu.

- 1º lugar juvenil: 20% do valor total das inscrições mais troféu; 2º lugar juvenil: 15% do valor total das inscrições; 3º lugar juvenil: troféu.

- 1º lugar adulto: 25% do valor total das inscrições mais troféu; 2º lugar adulto: 20% do valor total das inscrições; 3º lugar adulto: troféu.

As porcentagens das premiações serão formadas pelo valor total de cada categoria.



Danças poderão mostrar o talento artístico durante o concurso

Veja o regulamento completo do concurso no site

www.paltouraguai.com.br

Prendas, peão e guri farroupilha assumem a nova gestão

Encontro tradicionalista e SAT

Acontece amanhã, 10, em Cristal do Sul, no CTG Tropeiros do Cristal.



Ecos da Tradição

Mirtes Teresinha Friedrich Quadro - Sota Capataz
mirtesquadro@hotmail.com

1º CONCURSO DE DANÇAS TRADICIONAIS GAÚCHAS

Data: 16 de julho de 2011
Local: CTG Estância Alegre, em Vista Alegre
Hora de início: 8h30m
Valor das inscrições:
Grupo mirim: R\$ 25
Grupo juvenil: R\$ 35
Grupo adulto: R\$ 50

PREMIAÇÃO

1º lugar mirim: 15% do valor total das inscrições mais troféu.
2º lugar mirim: 10% do valor total das inscrições.
3º lugar mirim: troféu

1º lugar juvenil: 20% do valor total das inscrições mais troféu.
2º lugar juvenil: 15% do valor total das inscrições.
3º lugar juvenil: troféu

1º lugar adulto: 25% do valor total das inscrições mais troféu.
2º lugar adulto: 20% do valor total das inscrições.
3º lugar adulto: troféu

OBS: As porcentagens das premiações serão formadas pelo valor total de cada categoria.

PROGRAMAÇÃO

8h30min - Solenidade de abertura
8h50min - Sorteio dos grupos para apresentação
9 horas - Início das apresentações
12 horas - Almoço
13 horas - Reinício das apresentações
18 horas - Encerramento das apresentações

18h30min - Integração e entrega das premiações.
As inscrições deverão ser confirmadas até o dia 13 de julho, em horário comercial, através dos telefones (55) 9914.7968, com o professor Guilherme, e (55) 9903.9106 com José Pacheco, coordenador artístico do CTG Estância Alegre.

CTG TROPEIROS DO CRISTAL CONVIDA

Amanhã, 10 de julho, o CTG Tropeiros do Cristal estará recebendo todos os CTGs da 28ª RT para duas importantes atividades: Encontro de Patrões e II Entreeiro de Invernadas Artísticas. Ambos têm seu início previsto para as 9 horas da manhã.

10 | VARIEDADES | 8 DE OUTUBRO DE 2011

PROMOÇÃO

ENTREVISTE O

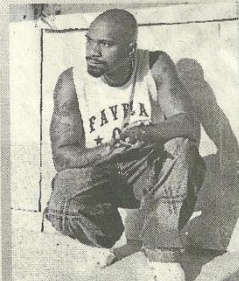


"Sonho em fazer disco inteiro rima com um trio de

Confira as revelações do rapper MV Bill às perguntas selecionadas

Chegou a hora de conhecer as respostas do rapper, escritor, ator e ativista social, Alex Pereira Barbosa, através da promoção "Entreviste o MV Bill", lançada no final do mês de julho pelo jornal O Alto Uruguai em parceria com a Central Única das Favelas, de Frederico Westphalen (Cufa-FW).

Para participar da promoção, os interessados enviaram perguntas e fotos pessoais. Dos questionamentos encaminhados, 10 foram selecionados para serem respondidos pelo rapper e agora podem ser conferidos.



Nome: Alex Pereira Barbosa, o MV Bill
Idade: 36 anos
Time: Madureira
Esporte: MMA
Música: Boa
Comida: Sempre

1) O que levou você para a música?

(Josiele Fão - assistente administrativa)
Meu encontro com a música foi muito natural, minha casa sempre foi um ambiente muito musicado. Isso facilitou meu encontro com o rap, mas não limitou meu gosto musical que é vasto.

2) Qual o seu maior sonho dentro da música? (Franciele Fão - estudante de jornalismo, UFSM - Cesnors)

Já realizei vários sonhos com a música, mas ainda tenho vontades, sonho em fazer um disco inteiro rimando com um trio de jazz um dia.

3) Qual a maior dificuldade encontrada até alcançar o sucesso? (Esequiel Sprandel - vendedor)

Viver de música já é uma dificuldade em si. O sucesso é uma busca eterna para alguns, inalcançável para outros. Perseverança é a palavra.

4) Li uma frase que você disse "um negro famoso fica incolor", então foi esse o seu motivo para participar da Malhação? (Mateus Luan Dellarmelin - estudante de publicidade e propaganda - UPF)

Não! Quis dizer que no Brasil o preconceito é velado e trata diferente os pretos que ficam famosos ou sobem na escala social, mas sei que pra outros irmãos que não ficaram famosos os preconceitos e discriminações continuam. Em Malhação, o que me fez participar foi a chance de contar novas histórias.

5) Quais foram as dificuldades para fazer Malhação, já que você é conhecido por

ser músico e escritor, essa nova profissão não interferiu nos seus trabalhos de cunho sociais? (Dieison Marconi - estudante de jornalismo, UFSM - Cesnors)

O papel que tive que desempenhar era um pouco próximo de mim, talvez por esse motivo não encontrei tanta dificuldade. Mas também tive ajuda de dois profissionais que ficavam batendo o texto comigo, a fim de me deixar afiado.



6) O que te motivou a lutar pelas causas sociais? (Andreia Maidana, estudante de jornalismo, UFSM - Cesnors)

A minha própria realidade! Quando vi todos meus amigos caindo na mesma armadilha de entrar para o crime, decidi que seria uma exceção numa regra que não me favorecia. Sair do discurso e partir para a prática!

7) Você acha que o rap no Brasil evoluiu nos últimos 10 anos? (Willian Dal Canton Cadore - estudante)

Sim, bastante. Novas vozes, novas ideias... Está bom.



8) Como você se sente hoje, fazendo tanto sucesso com seus projetos, músicas, entre outros? E pensando que muitas pessoas que você conviveu quando era mais novo, também poderiam ter feito



ênica que vai tráfego não se (Paula Carolina voluntária do Jato Sopro de Sinto-me honra de algumas a algumas hist

9) Você nasceu na favela e morou lá? Se sim, por quê? (Alan Silveira)

Sim. Ainda há necessidade de



Aquele que empresta o corpo para a arte, experimenta o gosto amargo do preconceito e o doce prazer de ter o direito de ser diferente.

D. ZANCO MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO | Ivo Regina | Botânica | Cabelos Cia | IMPACTO | Parice

Variedades
Sabado, 14 de maio de 2011

São eles... No camarim com o Jota Quest

Os selecionados para o jornal O Alto Uruguai conhecer seus ídolos...

Os sortudos que o jornal O Alto Uruguai vai levar para o camarim da banda Jota Quest são Carolina de Fátima Bulegon e João Luiz Pereira Júnior.

Além de curtir o show do Jota Quest no próximo dia 20, na Ecco Eventos de Frederico Westphalen, os ganhadores – e um acompanhante – irão levar um CD autografado da banda e, é claro, visitar seus ídolos no camarim, com direito ainda, a espumante. Isso, proporcionado pelo jornal O Alto Uruguai que completa 45 anos de história. Foram diversas mensagens enviadas ao site do AU, homenageando o biseemanário aniversário e também os 15 anos da banda de pop rock mais famosa do Brasil. E estas, a mensagem de Carolina Bulegon, que tem 16 anos e reside em Frederico Westphalen. A fã ficou felicíssima com a seleção, já que, Jota Quest é uma de suas bandas favoritas.

- Não há uma música deles que eu não goste. Estou sempre assinando O Alto Uruguai e essa oportunidade que o jornal proporciona é uma forma de valorizá-los. Antes eu já estava ansiosa e contanto. Agora, conto os minutos para visitar o camarim da banda, disse Carolina.

João Luiz Pereira Júnior, de 20 anos, mora em Seberi e falou sobre a felicidade em poder conhecer os integrantes da banda Jota Quest.

- Fiquei muito feliz quando soube, quase não acreditei, pois eu sempre participo de promoções na internet e nunca ganhei nada. O Alto Uruguai oportunizou esta experiência, que será inesquecível.

Veja as homenagens vencedoras da Promoção

com muito orgulho que venho através pequena homenagem dizer o quanto a Jota Quest e o jornal O Alto Uruguai importantes para mim. Posso dizer que os complementos de minha vida: um no musical e o outro na área de informação e entretenimento. Os dois carregam consigo orlidade e causam uma grande alegria, e até mesmo de tristeza por onde passam. Tristeza que pode ser causada pela ansiedade da espera. Espera para ler aquela coluna que nos faz refletir, espera para ver se estou em algumas das fotos das festas do Green Lounge, espera para o lançamento de um novo disco, enfim, espera para poder amadurecer e me divertir ainda mais com as novidades que cada um apresenta. É por isso que, com grande satisfação, parabênizo e desejo a vocês muito sucesso e peço para que continuem trazendo a todos nós essas "palavras de um futuro bom", que cada vez mais me conquista".

João Luiz Pereira Júnior
20 anos - Seberi

Apresentado por

"Pois é, 15 anos na moral. Como diz o mito: nada, e é com todo esse "gás", vontade, e o mais importante fazem, que faz com que isso vibre gostoso, exclusivo de amor que proporciona aquela satisfação pessoal na motivação buscar o caminho do sol. Nunca esqueçam que as chaves para as portas do sucesso e que o sol está brilhando com amor. E que venham mais 15, 50, 100 anos no sorriso, pular, cantar e chorar ao som de Jota Quest. Nunca apague e muito sucesso para vocês meninas!

Parabéns ao jornal O Alto Uruguai e toda sua informação chegue até nós. Desde que me lembra, vejo semanalmente. Que vocês sempre possam continuar trazendo todo o sucesso do AU venha em dobro daqui para o futuro.

PROMOCÃO EXCLUSIVA AU

JOTAQUEST 15 ANOS NA MORAL

Ganhadores: Carolina e João Jr.

VOCÊ NO CAMARIM COM O JOTA QUEST

Carolina de Fátima Bulegon
16 anos - Frederico Westphalen

ESTRE SEUS MOMENTOS FELIZES

mundo Teen



Pitty divulga novo trabalho em redes sociais

O Orkut e o Youtube foram utilizados pela cantora para divulgar seu novo projeto musical. Na última terça-feira, 10, Pitty conversou com fãs por um canal ao vivo do Orkut e disponibilizou 12 músicas do DVD A Trupe Delirante no Circo Voador, em seu canal do Youtube.

De acordo com informações divulgadas pela cantora, a motivação para a ação foi o fato de ser a primeira vez que este tipo de divulgação aconteceu no Brasil. Ainda para os fãs, foi disponibilizado o vídeo de Comum de Dois no mesmo canal do Youtube.



DICA DE GAMES



The First Templar

O game se passa em uma época medieval, e a história conta a ascensão dos Cavaleiros Templários na busca pelo Santo Graal através de um jogador, que incorpora um cavaleiro francês e pode participar das aventuras ao lado de um amigo. O enredo possui aspectos característicos da época, porém conta com alguns elementos fictícios, como a presença de criaturas mutantes que são enfrentadas em longos combates. Para vencer os monstros, exige-se do jogador o uso sábio de ataques especiais, escolhidos por meio da árvore de habilidades.



Em entrevista ao jornalista e apresentador Zeca Casagrande do programa Fantástico, na rede Globo, a cantora Lady Gaga fala do seu novo single, Judas, polêmico por causa de questionamentos religiosos. Os fãs de Lady Gaga podem conferir a entrevista no Youtube.

VEJA NO YOUTUBE

http://www.youtube.com/watch?v=bRaj5_kfLGE&feature=player_embedded

NO MUNDO DOS LIVROS

Dr. House: guia para a vida

O livro de 156 páginas é um lançamento da Editora Lua de Papel e traz aos leitores um raio X da vida do Dr. House.



ID. JOVEM



Nome: Luis Henrique Cichella
 Cidade: Taquaruçu do Sul
 Idade: 13 anos
 Signo: Libra
 Música: Eletrônica

Na Mira do Rock

Para quem gosta de heavy metal e rock'n'roll

A 7ª edição do "Na Mira do Rock" acontece no próximo dia 11, véspera de feriado, com início às 23 horas, no salão principal do Clube Harmonia de FV. Ao longo destas edições, mais de 20 bandas já se apresentaram no evento e o objetivo dos organizadores é sempre trazer novidades para o público apreciador do rock'n'roll.

Na próxima terça-feira, o palco será dominado pelas bandas Phornax, Cartel da Cevada, Beltane e Hard Stock.

De acordo com o promotor do evento, Luiz Carlos Nunes, o Fuga, o evento está sendo divulgado em toda a região e também em Santa Catarina. "Neste sete anos, o Na Mira Fest ganhou muitos

admiradores. Certamente o público que se fará presente sentirá toda a energia que só o rock pode proporcionar. Bandas de alto nível, juntamente com uma produção eficiente, farão o evento se tornar memorável. A luta para fortalecer o rock em nossa região é árdua, mas compensa quando a cada ano vemos uma moçada nova interagindo em eventos, juntamente com pessoas de mais experiência, essa união é poderosa. Posso dizer que pensar globalmente e agir localmente tem feito a diferença", afirmou Fuga.

Os ingressos para a festa podem ser adquiridos no jornal O Alto Uruguai, na Vitrola e na Harpia, a R\$ 15, no lote promocional; R\$ 20, no segundo lote; e R\$ 25, no terceiro.

Conheça mais sobre as bandas que se apresentarão no Na Mira do Rock

Banda Phornax

Fundada em 2009, por Maurício Dariva e Cristiano Paschi, a banda nasceu com o intuito de não ser apenas uma banda de metal, confirmando isso com a entrada de Thiago Prandini e Ederson Prado, que não apenas somaram com suas características pessoais, mas foram cruciais para que o grupo chegasse ao profissionalismo e referência de qualidade e bom gosto que hoje

representa. No começo de 2011, o grupo lançou a música Silent War,

música tema do EP de mesmo nome a ser lançado ainda este ano. Em menos de 10 dias, a música já possuiu mais de mil visualizações entre os canais, Youtube, Myspace, Reverbnation, Webitac. Após dois meses do lançamento do single Silent War, o grupo lançou outra música do EP, desta vez, Dare of Destruction, com uma sonoridade forte, agressiva, pesada e ao mesmo tempo técnica e melódica, a banda surpreendeu mais uma vez, quebrando recordes de acessos em canais como o Website Oficial, Myspace e Youtube.

com ocasos de várias pessoas provenientes do mundo todo, com acessos tanto do Brasil como de outros países como Estados Unidos, Japão e Inglaterra. O EP a ser lançado ainda este ano faz uma alusão ao Apocalipse através de uma guerra silenciosa, representada pelo conflito interno de cada um no testativo de seguir o certo ou o errado. A proposta do grupo é fazer o ouvinte refletir com letras tanto diretas quanto abstratas misturadas de uma forma única para proporcionar ao headbanger que está ouvindo, e imerso total na história que a música está proporcionando.



Banda Hard Stock:

Hard Stock é uma banda de hard rock formada no final de 2008. Com influência de algumas das melhores bandas de rock da história, como Guns n' Roses, Motley, Kiss, Kiss, Led Zeppelin e Aerosmith. As músicas de Hard Stock têm o feeling rock'n'roll com melódias marcantes e nada de modismos. A banda foi a vencedora do saletira Na Mira do Rock 2011, fato que garantiu a presença da banda na sétima edição do evento. O seu primeiro CD oficial está saindo do forno e no show poderemos conferir sons autorais e, é claro, covers das bandas que o influenciaram.

Banda Beltane

Banda de Heavy Metal tradicional, formada 1996 em Inati, no interior do Paraná, e que atualmente tem seus membros morando nas cidades de Ponta Grossa e Curitiba, ambos no Paraná, o que faz a banda ter cidadania múltipla. Caracteriza-se por fazer um som pesado, direto e energético, com grande sinceridade e autenticidade, sempre influenciado pelos grandes clássicos do metal, progressivo e rock and roll dos anos 70 e 80. São estas qualidades que fazem dos shows da Beltane uma experiência empolgante e divertida. A formação



Banda Cartel da Cevada

A banda mistura peso e letras estrachadas, crivadas do bom e velho estilo gaudério. Ruptura de riffs e grooves vibrantes, influenciadas pelo espírito do hard rock e estética da banda como Black Sabbath, RISS e AC/DC e pelo peso de bandas mais contemporâneas como Corrosion of Conformity, Black Label Society e Spiritual Beggars. O Cartel da Cevada, que é formado por Inat Assunção (voz e guitarra), Marcelo Rom (guitarras), além de Samuel Sbarini (bateria) e Richard Zimmer (baixo), conta com participações mais que especiais em seu primeiro disco como o do vocalista e líder do Velhas Virgens, Paulo Carvalho, do guitarrista guicho Andy e do tradicionalista Peleto. Lançado em dezembro de 2010 o primeiro disco do Cartel da Cevada foi gravado no formato SMD, tecnologia brasileira que dispensa grande parte dos metais necessários à produção das mídias comuns e ainda usa apenas materiais reciclados na capa e encarte. Além disso, o preço fixado em R\$ 5 tem o intuito de combater a pirataria e facilitar o acesso à cultura.

De acordo com Fuga, o Cartel tem sido uma das bandas mais respeitadas da cena rock dos últimos tempos.



PINHEIRO & STIEVEN
ADVOCACIA E ASSESSORIA JURIDICA

DR. NICO PINHEIRO
DIRETOR GERAL
Especialista, mestre e doutor em Direito

ADV. PATRICIA LUZIA STIEVEN
DIRETORA GERAL
Especialista em Direito

Causas trabalhistas, civis, administrativas e criminais, defesa e atuação perante o Tribunal do Juri.

Fone: 3744.1795
Rua Presidente Kennedy, n. 935, sala 204, Ed. Liliann, Centro - FV/RS
E-mail: nicopinheiro@chieturbos.com.br

VETERINÁRIA 4 PATAS

Av. João Muniz Reis, 795 (prox. Supermercado Sorriso)
FONE: (55) 3744.1360

GRANDE LIQUIDAÇÃO
- De roupas de inverno

- Atendimento a pequenos e grandes animais, com veterinários especializados em clínica e cirurgia veterinária.
- Medicamentos.
- Rações
- Banho e tosa à máquina e à tesoura.
- Estética animal.
- Roupas e caminhas.

Leticia M. G. Cantarelli
Med. Vet. CRMV-RS 08535

Thiago C. S. Cantarelli
Med. Vet. CRMV-RS 08534

FREDTEMPER

- Vidros temperados
- Box para banheiros
- Fechamento de sacadas

Fones: (55) 3744-6901 / 9993-4781
fredtemper@hotmail.com
Rua Paraíba, 167 - Bairro Aparecida
Frederico Westphalen/RS



palpo de **MULHER**

Como acertar no chapéu

O acessório que voltou com tudo e virou tendência pode ser utilizado como peça para o dia a dia, ou para tornar o visual mais elegante

O frio está intenso neste inverno e é possível aquecer o corpo com grande estilo. Os chapéus, por exemplo, chegaram com tudo na estação, mas é preciso saber combinar o modelo com cada roupa, rosto e ocasião para dar um verdadeiro toque de charme ao visual.

Os chapéus já chegaram marcantes no verão 2011 e a tendência para o inverno é ainda mais forte, pois podem transformar um simples preto básico em uma produção sofisticada com um toque bem pessoal. Na realidade, os chapéus sempre foram usados por diversas pessoas no inverno, para manter a cabeça mais aquecida, mas não chegavam a ser destaque, agora, os modelos são mais modernos e arrojados, mas os tradicionais ainda podem ser utilizados, afinal, existem coisas que nunca saem da moda.

Valéria Mulinari Gambin é cliente de uma loja de acessórios e presentes de Frederico Westphalen, que também vende diversos tipos de chapéus. Valéria contou que resolveu aderir à tendência primeiramente por causa do frio, mas também por ter se identificado com a moda. "A estação do inverno dá esta possibilidade e, com toda a certeza, o chapéu traz um charme a mais. Antigamente era um acessório mais masculino, mas hoje mudou, é mais moderno e deixa a mulher muito elegante", afirmou.

Os modelos mais adequados para o inverno são os confeccionados em lã, couro, feltro e veludo. Os chapéus Pa-

namá, que foram destaque no verão, não são muito recomendados para as estações mais frias, mas nos dias frios mais ensolarados ele pode ser utilizado. As cores do inverno são democráticas, tanto escuras quanto as claras, como bege, preto, marfim, branco, azul-Royal ou vermelho sangue.

O uso do chapéu não é necessariamente para festas, se o desejo for criar um look mais arrojado existem modelos que podem ser usados mesmo com jeans.

Para aquelas que não gostam do chapéu, ou ainda que não conseguem encontrar um modelo adequado para o seu formato de rosto, podem usar outro acessório, como tocas ou boinas, que além de aquecer são tendência na estação.



Valéria apostou na tendência do chapéu neste inverno



A melhor escolha

- É melhor não combinar o chapéu com a roupa, é importante encontrar um ponto de contraste com a vestimenta. Também é preferível não usar cores que destoem muito umas das outras.
- A cor depende, na verdade, do rosto de cada pessoa, para quem não quer o chapéu como destaque deve usar o acessório em um tom mais próximo do cabelo, ou em cores neutras.
- Quanto mais casual o chapéu, melhor o efeito.
- Chapéus com abas ficam melhor em cabelos curtos, médios ou presos. Já os sem abas, como as boinas e bonés, podem ser usados com cabelos longos e soltos.
- Modelo para cada rosto
 - Rosto oval: todos os modelos de chapéus caem bem para este formato. Somente tenha certeza de colocar o chapéu corretamente e inclina-lo levemente para os lados.
 - Rosto redondo: é preferível algo assimétrico com uma coroa alta. Tente inclinar os seus chapéus para frente e escolha estilos clean (sem muitos bordados ou detalhes).
 - Rosto quadrado: escolha chapéus que tenham várias curvas suaves e saiam bem femininos. O contraste entre as linhas retas do rosto e as curvas sinuosas do chapéu darão aquele toque especial.

O chapéu fica bem para todos os formatos de rosto, se usado do modo adequado

Onde usar?

- Em locais fechados normalmente não se usa chapéus ou boinas.
- Em locais fechados normalmente não se usa chapéus ou boinas. Para festas e casamentos a regra também vale, ficam super-charmosos se a festa acontecer ao ar livre.
- Exceto modelos que são feitos para ocasiões especiais, a maior parte das boinas e chapéus são perfeitos para se usar no dia a dia, em um passeio, por exemplo.

Os tipos (e as intenções) dos chapéus

Chapéu cowboy: acompanhado de uma bela maquiagem pode dar uma aparência bem sexy.





Chapéus coloridos ou estampados: com uma roupa de cor neutra, o cabelo preso, sem brincos e nem colares. Neste caso, o chapéu é o acessório principal e proporciona uma característica jovial e sedutora.

Chapéus desabados: podem ser usados com jeans ou dar um toque fashion na roupa para dançar. Ideal para ser usado toda hora.





Chapéus de brechó: a mistura do retrô com básicos e peças contemporâneas que não tenham nada a ver com o estilo antigo do acessório, resultam em uma combinação bem criativa, para chamar a atenção de uma maneira moderna.

Variedades

Edição de Variedades
Contato: Lúcia Rêul
Fone: 55 3744 3048
reportagem@folhainfantil.com.br

twitter
www.twitter.com/folhainfantil
www.folhainfantil.com.br

Sábado, 13 de agosto de 2011

Três dias para a JMJ

Jovens de todo o mundo a caminho da Espanha



**JMJ 2011
MADRID**

Já está decantando o voto que levarei na sua jovem de FW, mas a assessoria irmã M. Oliveira para Madrid, a fim de participarem da Jornada Mundial da Juventude (JMJ) com o papa. Além disso, que estão nos seus locais de origem, das outras jovens já estão na Espanha: Aires, Agostinho Galhardo, da Juventude Feminina de Schoenstatt, e Renato Spazzolini, do Curso de Liderança Juvenil (CLJ), ambas de FW, chegaram no aeroporto de Barajas no início desta semana junto com jovens voluntários de todo o mundo, desde a Polónia, até a Estónia, Ucrânia, passando pelo México, Portugal e Filipinas.

São mais de 30 mil voluntários que foram para "de uma milio-

zinta" nas últimas preparações para a jornada, que começa no próximo dia 16. Jovens de mais de 30 nacionalidades, que ajudarão nas tarefas de ordem, logística ou atendimento nos pontos de infra-estrutura dos peregrinos.

Participantes

Até o fechamento desta edição, já havia quase meio milhão de jovens inscritos para a JMJ, destes, 13.820 do Brasil.

Atividades

Farão parte da JMJ diversas atividades, que incluem catequese com os bispos, momentos culturais, shows, momentos de reflexão, missas e, no próximo



Jovens voluntários já estão se deslocando para o interior de JMJ

sábado, 20, a partir das 20 horas, a juventude mundial irá se encontrar com o Papa Bento XVI, para uma noite de vigília e adoração ao Santíssimo.

Santuário de Schoenstatt

Após o término da JMJ, os jovens de FW, que não estão como voluntários do evento, vão para Almeria, para visitar Schoenstatt, local onde iniciou o movimento apostólico

Acompanhe a JMJ

Diante a programação de reis Garcia Nieto serão transmitidos alguns momentos da JMJ. Além disso, através do site <http://redesocial.com> também é possível acompanhar partes da jornada. Ainda, há a possibilidade de receber o site oficial da JMJ <http://www.madrid11.com/jmj>, em que serão postados vídeos dos principais momentos da agenda da jornada.



Papa Bento XVI na JMJ de 2002, em Colômbia

HELENA

PROMOÇÃO
Tudo com
30
desconto
à vista ou
20
no prazo

Prorrogado, válido até 20/08

HOJE, SÁBADO
atendimento até
as 17 horas.

Fone: (55) 3744-2167 - Rua Monsenhor Vilor Bafistella, 452

INGLÊS - ESPANHOL - FRANCÊS

**INGLÊS COM
CERTIFICAÇÃO
INTERNACIONAL
PELO TOEIC**

Cursos:
- Preparatório de TOEIC,
- Mestrado e Declaração,
- Pós-avanzado em inglês,
- Experiências na exterior.

**MATRÍCULAS
ABERTAS!**

inFlux
English School

(55) 3744.7020 - Rua Alfredo Haubert, 773 - Centro - www.influx.com.br

ANEXO 10- Capa da edição de 11 de junho de 2011 do caderno Variedades

Variedades

Sábado, 11 de junho de 2011

Twitter
www.twitter.com/cadourugui
www.cadourugui.com.br

Editoria de Variedades
Contato: Lúcia Bical
Fone: 55 3744-3040
reportagem@cadourugui.com.br

Festival Cultural Atena |

Comissão seleciona os participantes neste final de semana

Aqueles que não conseguiram entregar a inscrição até a data-limite têm uma nova oportunidade até amanhã

Participantes podem concorrer em diferentes modalidades

Atena

ASSOCIAÇÃO CULTURAL

ACADEMIA FILÓSOFICA ESCOLA DE BICHALISTAS

Atena Cultural, Rua do Centro, Rua do Comércio, Fone: 3744-3040, Email: atena@atena.org.br

Atena Cultural

Luanda Kempa

As inscrições para o Festival Cultural Atena encerraram ontem. Contudo, segundo o presidente da associação, Giancarlo Cerutti Panosso, aqueles que não conseguiram realizar a inscrição até o prazo poderão ainda a fazer até amanhã, domingo.

Isso porque, neste final de semana, a comissão avaliadora está reunida para selecionar os participantes que irão concorrer no festival e, desta forma, avaliarão também aquelas que chegaram neste fim de

tival (antes denominado Mostra Cultural, já que não tinha premiação em dinheiro), é revelar e divulgar os talentos artísticos da região. Por este motivo, neste ano, foi incluída mais uma categoria, a pintura em tela. Dança, música, literatura e artes visuais (incluindo dança e música são subdivididas em sênior – acima de 16 anos – e júnior – até 16 anos.

Em breve, serão divulgados os selecionados para participar do festival e os prêmios que serão entregues.

ANEXO 11- CD contendo entrevista com Láisa Bisol.