Fernando Molica

A carnavalesca que traduziu a cidade

Reportagens sobre a morte da carnavalesca Maria Augusta (1942-2025) ressaltaram sua capacidade de misturar e ressaltar cores.

Concordo, mas impactado pelos desfiles que ela criou na União da Ilha, sempre a vi como uma artista que, nas escolas de samba, traduzia um universo que remetia aos nossos grandes cronistas, capazes de discorrer sobre assuntos que fogem à seriedade e à sisudez do noticiário.

Maria Augusta, que morreu na sexta-feira passada, criou um jeito de fazer Carnaval. Seus dois grandes desfiles na Ilha — "Domingo" (1977) e o "O amanhã" (1978) — apresentaram releituras de um Rio que tanto amamos.

Desfiles que enfatizavam a elegância, a descontração e o charme do cotidiano carioca: tinham cheiro de churrasquinho na calçada, ressaltavam alegria do Maracanã, dançavam com as pipas, destacavam a beleza das praias e desenho das montanhas, marcavam o ritmo do doce balanço a caminho do mar. Os sambas que os embalaram viraram hinos informais de nossa cidade.

Na Avenida, os anos 1970 foram, principalmente, marcados pela explosão da Beija-Flor de Joãosinho Trinta e Laíla, como ela, egressos da grande e revolucionária tradição salgueirense. Com o enredo "Sonhar com rei dá Leão", a escola de Nilópolis, em 1976, colocou em outros patamares quesitos como enredo, alegorias, fantasias — e não era luxo só.

A partir daí, praticamente todas as escolas tentaram seguir os passos da nova rainha da passarela, e tome de plumas, de esbanjamento visual, de uso da cor branca, de releitura festiva da herança negra.

Um deslumbramento visual e temático que deixou atônito o mundo do Carnaval e abriu caminho para outras escolas que não faziam parte da elite momesca, como Mocidade e Imperatriz.

E em meio a essa disputa, a União da Ilha de Maria Augusta mostrou que a vida não estava apenas no alto dos carros alegóricos que escondiam gente bamba, havia espaço também para uma festa de fantasias mais simples, despojadas, para um desfile que nos reiterava a alegria de viver no Rio colorido pelo sol.

Da janela do aparelho de TV, vi nascer um novo jeito de fazer Carnaval, e tome de bermudas, biquínis e pranchas de surfe. No ano seguinte veio outra surpresa, nem era preciso consultarmos o realejo para saber que seríamos felizes.

Maria Augusta está para o desfile como Rubem Braga, Paulo Mendes Campos e Antônio Maria estão para a literatura; ela relia e reinterpretava a vida do dia a dia, revelava belezas nem tão evidentes.

Ela não tinha a pretensão de escrever no asfalto um grande e volumoso romance, sabia que seria muito difícil ganhar de escolas bem mais ricas, queria nos levar para o terreiro para sambar com histórias boas, bonitas e baratas. Conhecedora de todos os detalhes do ofício, Maria Augusta foi umas das reinventoras de nossa maior festa, e isso não é pouco.

Tales Faria

Lula usará tarifaço de Trump como peça de campanha eleitoral em 2026

Secretário de Comunicação do Palácio do Planalto, o publicitário Sidônio Palmeira encontrou nos erros da oposição um mote de campanha que os governistas pretendem utilizar nas eleições de 2026.

Sidônio postou em suas contas nas redes sociais uma peça publicitáriacom os seguintes dizeres: "Lula quer taxar os super-ricos" e "Bolsonaro quer taxar o Brasil".

Foi a forma encontrada para se aproveitar do fato de o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, ter argumentado em carta ao governo brasileiro que um dos motivos para os impor tarifas de 50% sobre a importação de produtos brasileiros é o que considera uma perseguição ao ex-presidente Jair Bolsonaro.

Sidônio quer trazer para a campanha um espírito patriótico. Coisa que antes apenas os bolsonaristas conseguiam. Desta vez, mostrando que Bolsonaro se aliou aos EUA para prejudicar empresários e trabalhadores brasileiros com a imposição de tarifas sobre nossos produtos.

Aliados de Bolsonaro consideram perigoso para a imagem do ex-presidente atribuir-lhe a responsabilidade pelo tarifaço de Trump. Circula nos bastidores que Bolsonaro pediu até ao filho,m Eduardo, que está no EUA, para "dar um tempo" nas afirmações de que trabalhou pela punição contra o Brasil.

Sidônio também se aproveita na peça publicitária para agregar outro ponto contrário à imagem dos governistas: a resistência à cobrança de impostos "contra os ricos" como contrapartida à diminuição de taxas "no andar de baixo".

No post, para acirrar a disputa pelo patriotismo, o próprio Sidônio afirma, embaixo da peça publicitária: "Respeita o Brasil".

Os governistas estão festejando a possibilidade de se aproveitar desses dois pontos – o tarifaço de Trump e o sucesso da campanha "pobres contra ricos – na campanha eleitoral de 2026.

Estão entupindo as redes sociais com memes utilizando o vídeo em que o governador de São Paulo, Tarcísio de Freitas (Republicanos) veste o boné da campa a eleitora de Donald Trump com os dizeres MAGA – Make America Great Again (faça a América grande novamente).

Vinícius Lummertz

A carta de Trump fala da razão. Mas a racional americana está no BRICS, no Irã, no dólar e na disputa pela América do Sul

O aumento de 50 % nas tarifas americanas sobre diversas exportações brasileiras provocou fortes reações ideológicas tão supérfluas quanto utilitárias na política interna do Brasil - e muita análise de "futebol político" pela grande imprensa . A carta de Trump fala da perseguição ao presidente Jair Bolsonaro, fala das liberdades de expressão etc, como as razões da ação tarifária, porém, isso é muito pouco diante da racional estratégica por trás da decisão. Confundir razão e racional é um erro muito básico de análise em relações internacionais.

A medida do Presidente Trump veio um dia após o discurso do presidente Lula na cúpula do BRICS, no Rio. Ali, mais uma vez, Lula defendeu abertamente a substituição do dólar nas transações globais. A fala, somada a gestos diplomáticos ambíguos em relação ao Irã, Rússia, Hamas e Hezbollah, é vista em Washington como um afastamento simbólico do Brasil do campo ocidental. O Presidente da grande China Xi Jinping não veio ao encontro do Brics , cuidadosamente. Mas a mensagem brasileira foi clara — e entendida como provocativa.

Para os EUA, o Brasil sempre fez parte de sua esfera de influência. Em especial desde a Segunda Guerra Mundial até a Aliança para o Progresso de John F. Kennedy, o país era visto como parceiro natural. Agora, a Casa Branca observa um governo que se alinha retoricamente a um eixo geopolítico rival, sem oferecer, em troca, um projeto econômico coerente.

No pano de fundo, está a disputa com a China. Em 2023, o Brasil exportou US$ 104 bilhões para os chineses, com superávit de US$ 51 bilhões. Já com os EUA, o saldo foi foi positivo para os EUA: US$ 7,8 bilhões de superavit . No acumulado da década, o déficit brasileiro com os EUA supera os US$ 75 bilhões. Na prática , ganhamos com a China e gastamos com os EUA. Então não é comercial.

Além disso os americanos seguem como o maior investidor no país: mais de US$ 150 bilhões em estoque. E as empresas americanas no Brasil remetem bilhões anualmente em lucros para suas matrizes — foram US$ 10,6 bilhões apenas em 2023. Ou seja: apesar da retórica, a dependência bilateral continua — e é profunda.

As tarifas não são um gesto isolado de protecionismo. São um aviso. O Brasil está sendo interpretado como ambíguo. Depende da China no comércio e dos EUA no capital, mas flerta com discursos que desagradam os dois lados. E a racional americana, como a chinesa, ao contrário da brasileira, não opera por afetos. Eles operam por interesses nacionais, algo que está ausente nos nossos fundamentos.

O debate no Brasil se prendeu à carta de Trump cujo conteúdo reflete uma camada superficial. A racional por trás da decisão é clara: os EUA não aceitam discursos de enfrentamento vindos de um país que sempre esteve sob sua influência — e que, agora, dá sinais de mudança sem oferecer clareza sobre onde quer chegar.

O maior risco não está nas tarifas anunciadas. Está nas que podem vir. Nas decisões de crédito, nos investimentos futuros, na confiança estratégica. O Brasil precisa entender que política externa é feita de escolhas. E que, para ter protagonismo, precisa primeiro ter direção. Finalmente , entregar ao Itamaraty o que ele sabe fazer : política de Estado.

EDITORIAL

A eficácia de uma boa comunicação

A comunicação é um dos pilares fundamentais para a construção de uma sociedade eficiente, pois permite a troca de informações, ideias, valores e sentimentos entre os indivíduos. Uma sociedade onde a comunicação é clara, acessível e respeitosa tende a ser mais organizada, cooperativa e capaz de solucionar conflitos de forma pacífica. Sem uma comunicação eficaz, torna-se difícil estabelecer acordos, tomar decisões coletivas ou implementar políticas públicas que atendam às reais necessidades da população.

No ambiente político, a comunicação transparente entre governantes e cidadãos fortalece a democracia, pois permite que a população esteja informada sobre ações governamentais, participe ativamente dos processos decisórios e fiscalize o uso dos recursos públicos. Já nas organizações e empresas, a comunicação interna bem estruturada melhora o desempenho das equipes, reduz erros operacionais e promove um ambiente de trabalho mais harmônico, contribuindo para o alcance de metas comuns.

A educação também depende diretamente da comunicação. Professores e alunos precisam dialogar de forma eficiente para que o conhecimento seja transmitido com clareza e significado. Além disso, a comunicação inclusiva — que respeita as diferenças linguísticas, culturais e cognitivas — garante que todos tenham acesso igual à informação, promovendo justiça social e equidade.

No convívio social, a boa comunicação evita mal-entendidos, estimula a empatia e fortalece os laços de confiança entre as pessoas. Quando os cidadãos conseguem expressar suas opiniões e ouvir o outro com respeito, cria-se um ambiente propício ao desenvolvimento coletivo e à convivência pacífica.

Portanto, investir em práticas comunicativas eficientes, tanto no nível individual quanto institucional, é essencial para construir uma sociedade mais funcional, justa e preparada para enfrentar os desafios contemporâneos. A comunicação não é apenas uma ferramenta, mas um elemento central no processo de construção de uma sociedade verdadeiramente eficiente.

Incluir para aproveitar todos os potenciais

No último dia 6 de julho, a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência completou uma década de existência. Muito além de um marco jurídico, a LBI representa uma mudança de paradigma: de um modelo assistencialista para um modelo baseado em direitos humanos e na dignidade da pessoa com deficiência. No entanto, ainda estamos longe de concretizar plenamente o que essa lei propõe.

A LBI não se limita a garantir vagas ou benefícios; ela exige que a sociedade, especialmente o mercado de trabalho, se reorganize para incluir. Ao estabelecer o dever de oferecer acessibilidade, promover adaptações razoáveis e combater a discriminação com rigor legal, a lei abre caminho para que todas as pessoas possam contribuir com seu máximo potencial. É disso que se trata a verdadeira inclusão: não um gesto de caridade, mas uma escolha racional e justa de aproveitar as capacidades diversas que compõem a nossa população.

Esse modelo reconhece que a deficiência não está apenas no corpo ou na mente, mas nas barreiras sociais, físicas e atitudinais que impedem a plena participação de alguém na sociedade. Trata-se de uma visão moderna, que desafia a lógica do capacitismo, a ideia preconceituosa de que a deficiência representa uma limitação intransponível.

Ao exigir mudanças estruturais no ambiente de trabalho, como a presença de tecnologias assistivas e profissionais de apoio, a LBI nos lembra que a inclusão não é espontânea nem opcional. Ela precisa ser construída ativamente, com políticas públicas sérias, fiscalização efetiva e, sobretudo, mudança cultural.

Incluir não é um favor: é uma decisão estratégica e ética. É hora de deixar de ver a inclusão como um custo e compreendê-la como um investimento.

Opinião do leitor

Palavras

É preciso que autoridades tenham cuidado com as palavras. Palavras escritas fi cam. As fala das, voam. Algumas vezes, as palavras escritas voltam-se contra seus autores.

Vicente Limongi Netto
Brasília - Distrito Federal

O CORREIO DA MANHÃ NA HISTÓRIA * POR BARROS MIRANDA

Correio da Manhã
O "Conde Zeppelin" atterará hoje o Brasil

HÁ 95 ANOS: SEBASTIÃO LEME RECEBE TÍTULO DE SANTO ALEXIO

As principais notícias do Correio da Manhã em 11 de julho de 1930 foram: Aviador Mermoz interrompe trajetória entre Natal e Costa Africana, por problema no óleo do motor, a 800 quilômetros de Dakar. Morre o cardeal Vanutelli, o mais antigo membro do sacro colégio. Buenos Aires comemora com estilo a independência argentina e leva multidão para as ruas. Sebastião Leme recebe título de Santo Aleixo

HÁ 75 ANOS: EDUARDO GOMES LEVA MULTIDÃO ÀS RUAS GAÚCHAS

As principais notícias do Correio da Manhã em 11 de julho de 1950 foram: Eduardo Gomes leva uma multidão para as ruas de Porto Alegre, com os gaúchos gritando "Brigadeiro!" sem parar. Ele está confi rmado na convenção estadual da UDN em Curitiba. Forças norte-americanas aumentam a ofensiva contra os norte-coreanos. Pacto do Atlântico criará comissão para força policial na Alemanha Ocidental.

Correio da Manhã
Fundado em 15 de junho de 1901

Edmundo Bittencourt (1901-1929)
Paulo Bittencourt (1929-1963)
Niomar Moniz Sodré Bittencourt (1963-1969)

Patrick Bertholdo (Diretor Geral)
patrickbertholdo@correiodamanha.net.br

Cláudio Magnavita (Diretor de Redação)
redacao@jornalcorreiodamanha.com.br
Redação: Ive Ribeiro, Marcelo Perillier, Pedro Sobreiro e Rafael Lima

Serviço noticioso: Folhapress e Agência Brasil
Projeto Gráfico e Arte: José Adilson Nunes (Coordenação) e Thiago Ladeira

Telefones (21) 2042 2955 | (11) 3042 2009 | (61) 4042-7872
Whatsapp: (21) 97948-0452
Rio de Janeiro: Av. João Cabral de Mello Neto 850 Bloco 2 Conj. 520
Rio de Janeiro - RJ CEP 22775-057
Brasília: ST SIBSQuadra 2 conjunto B Lt 10 - Nucleo Bandeirantes
Brasília - DF CEP 71736-202
www.correiodamanha.com.br

Os artigos publicados são de exclusiva responsabilidade dos autores e não necessariamente refletem a opinião da direção do jornal.