

30 anos Tribuna

UM JORNAL COM A CARA DE RIBEIRÃO
UMA HISTÓRIA VIVIDA E CONTADA.

DOMINGO E SEGUNDA-FEIRA, 9 E 10 DE NOVEMBRO DE 2025

Para quem torce a imprensa esportiva?

O assunto sempre gerou polêmica em Ribeirão Preto: para que time torcem os jornalistas esportivos, Comercial ou Botafogo? Por mais que seja óbvio que todos que acompanham futebol tenham uma equipe do coração (e o cronista é um desses apaixonados), poucos são os que têm coragem de assumir a cor da camisa. Pelo menos, se escolha for entre a dupla ComeFogo.

Em 1999, às vésperas de mais um clássico entre eles, o Tribuna colocou a mão nesse vespeiro e ouviu a imprensa esportiva de Ribeirão Preto sobre o assunto. Muitos desconversaram. Mas, como nos bastidores e entre colegas de profissão as preferências nem sempre eram escondidas, a matéria trouxe um "Ranking da paixão", com o time dos jornalistas da época.

"Todo radialista deveria fazer como eu, ser claro e anunciar sua preferência. É impossível alguém torcer para dois times que são adversários entre si, isso é coisa de gente despreparada", ensinava Renê Andrade, assumidamente comercialino. "Já imaginou que troço sem graça se todos torcessem para o mesmo time?".

Assim como ele, o comentarista botafoguense Adalberto Valadão alfinetava os colegas que escondiam o jogo. "Não sou de dar bandeira, mas acho uma mediocridade torcer escondido e ficar em cima do muro em público. Ou é ou não é", disse, com sua tradicional sinceridade.

César Bruno, grande nome da narração na época, primeiro tentou disfarçar. "Sou sâo-paulino, nada mais que isso. Aqui em Ribeirão Preto torço para os dois, afinal vivo do sucesso desses clubes". Bastaram alguns minutos para assumir, ainda que timidamente, o que todos no meio esportivo já sabiam. "Dizem que sou comercialino e isso não me incomoda. Quero mesmo é ser reconhecidamente imparcial e isso sei



que sou", afirmou.

Wilson Roveri, comentarista que por muitos anos escreveu diariamente neste Tribuna, também quis escapar, mas derrapou nas palavras e entregou a simpatia pelo Botafogo – o que não era de se estranhar, pois o jornalista chegou a Ribeirão Preto quando o Comercial ainda não havia ressurgido, em 1954. "Ninguém nunca me 'xingou' de comercialino, todo mundo diz que sou botafoguense..."

A matéria destacou que a maioria dos cronistas torcia silenciosamente, embora alguns casos fossem tão explícitos que nem precisassem de confissão. Roveri, que trabalhou na imprensa esportiva carioca, ressaltou as diferenças neste sentido entre Ribeirão Preto e o Rio de Janeiro. "Lá tudo é festa e promoção, e confessar-se apaixonado por um time pode render dividendos para o cronista. Até mesmo em dinheiro. Aqui não, a coisa é

mais sisuda, cara fechada", analisou.

Vinte e seis anos depois, o cenário mudou – embora ainda tenham aqueles que não confessem publicamente o time, nem sob tortura.

Fabiano Ribeiro, editor das edições dominicais do Tribuna, já trabalhava na imprensa esportiva em 1999. Na matéria do jornal, foi citado entre os comercialinos. Natural de Batatais e apaixonado pelo Palmeiras, ao lado do time da cidade, ele não desmente. "Em Ribeirão não chega a ser torcida, mas nunca escondei minha preferência pelo Comercial, o que não quer dizer que torço contra o Botafogo. Mas, se tiver um Come-Fogo, minha torcida é pelo Leão do Norte", admite, sem ficar em cima do muro.

O jornalista acredita que quem trabalha com futebol é porque gosta do esporte. "E quem gosta de futebol tem um time de coração". Por

isso, Fabiano não vê motivos para esconder ou mentir para quem torce. "Um dos princípios do jornalista é a verdade. No passado havia uma preocupação de esconder o time de coração. Eu acho bobagem. Hoje em dia, as coisas são mais nítidas".

O colunista do Tribuna Luiz Carlos Briza chegou a Ribeirão Preto, para trabalhar no rádio esportivo, em 1971. Viveu a época de grande rivalidade entre a dupla ComeFogo, com os dois times no Campeonato Nacional, onde tudo era motivo para divisão. Talvez por isso, seja contra o jornalista assumir o time de coração.

"Há duas vertentes a considerar: uma, o profissional de imprensa que assume torcer por um clube perde a credibilidade; outra, com o advento da internet, os torcedores mudaram o comportamento, não se preocupam com credibilidade, preferem o embate com os jornalistas-tor-

Ranking da paixão		
RÁDIO	BOTAFOGO	COMERCIAL
79	Indaleício Carvalho Felício Papa Antônio de Barros Ricardo Tardelli	Miguel Liporaci Luiz Eduardo Howard França
Clube	Wilson Roveri Wilson Toni Dácio Campos Edson Cury Abel Santos	César Bruno Luchesi Júnior Fabiano Ribeiro Igor Ramos Douglas Gabriel André Rey
Thathi	Domingos Roberto Helton Pimenta Adalberto Valadão Henderson Brasil Luiz Claudio Alba	Luciano Neto
CMN	João Gilberto Amauri Medeiros Wilson Rocha João Cid Palmieri	René Andrade Lincoln Fernandes
Líder	Claudio Mendes Marco Ant. Moreno Lúcio Mendes Charles Evangelista Paulo Garreia	Devair Lima

Lista publicada pelo Tribuna, em 1999, 'entregou' os times da imprensa esportiva de Ribeirão Preto

dores 'zoando-os' nas redes sociais", acredita Briza.

Ele cita que poucos profissionais conseguiram manter a credibilidade sendo torcedores. "O corintiano Juca Kfouri é um deles. Em Ribeirão Preto, há o exemplo de dois profissionais que nem falavam publicamente, mas eram de amplo conhecimento suas preferências: o comentarista Miguel Liporassi (comercialino) e o jornalista Márcio Javaroni (botafoguense), desenvolvendo suas funções com seriedade sendo respeitados pelas duas torcidas" afirma.

"Com as redes sociais, jornalistas e radialistas adotaram esta estratégia para se popularizarem, aumentando audiência (acessos), sentem prazer em assumir para que time torcem", completa Briza, sem dizer qual seu time preferido em Ribeirão Preto. "Exatamente porque não tenho. Se tivesse eu diria, mesmo".

Quanto mais fanático, melhor!

A zoeira é garantida: o escudo do adversário é apresentado em rosa, apelidos pejorativos e comentários não são evitados – muito pelo contrário, até incentivados. Os narradores e comentaristas não se importam se a transmissão é de ComeFogo, vestem (literalmente!) a camisa e gritam gol a plenos pulmões, assim como reclamam de lances contrários –mesmo aqueles que nada têm de irregular.

Se ainda não acompanha, benvindo à mídia clubística, segmento que cresce cada vez mais e se baseia por cobrir um único clube, sem esconder a paixão e o fanatismo por suas cores.

Por falar a 'língua do torcedor', até mesmo porque na maioria das vezes são formados por quem saiu das arquibancadas, ocupam canais próprios nas plataformas digitais e ganham fãs por divulgar conteúdo exclusivo, nem sempre acompanhado pela imprensa tradicional.

"Nossa história começou exatamente por faltar aquele tempero clubista. Apesar de muitos da mídia tradicional terem seu clube do coração, aqui em Ribeirão Preto sempre foi uma coisa muito complicada você falar que torce para um ou outro, afinal todos trabalham na cobertura dos dois times. Faltava tempero, aquela narração 'o meu time é o melhor do mundo', conta



Integrantes do Pantera Cast: sucesso entre os torcedores do Botafogo



Guerra e Carbonere: meu time é o melhor do mundo



Estúdio da TV Bafo Chopp homenageia o radialista comercialino, um dos poucos a assumir a torcida por um time da cidade

Gustavo Carbonere, mais conhecido como Velha Guarda, um dos fundadores da TV Bafo Chopp.

O canal surgiu dentro da torcida. "A Bafo Chopp foi fundada para não ser apenas uma torcida organizada, mas sim fazer algo a mais", conta Gustavo Guerra, o Muçarela, um dos fundadores. "Queríamos levar ao comercialino a informação verdadeira, direta da fonte. Por não estar o tempo todo dentro do clube, muitas vezes a imprensa não sabe de tudo. E achávamos que era importante o torcedor saber".

Com o slogan 'de comercialino para comercialino', a mídia foi logo sucesso entre os torcedores. Inicialmente, as gravações aconteciam em um local alugado. "Pensamos: a torcida tem uma sede social, em frente ao Palma Travassos. Por que não usar um desses cômodos e fazer um estúdio? Pegamos o que era gasto com o aluguel e com a ajuda

dos torcedores compramos os equipamentos", lembra Guerra, que se afastou do programa quando assumiu a presidência do Conselho Deliberativo do Comercial.

Em uma justa homenagem, o estúdio da TV Bafo Chopp ganhou o nome do radialista Renê Andrade. "Sabemos dos bastidores, muitas vezes temos notícias até mais frescas. E, ainda que clubistas, tentamos fazer as coisas de maneira ética, profissional, sem agredir ninguém", garante Velha Guarda, que trabalha com imóveis e é uma das caras na telinha alvinegra. "Mas sempre tem aquela brincadeira né", admite.

O canal da TV Bafo Chopp no YouTube tem mais de mil inscritos. No Instagram, são cerca de 3,8 mil seguidores.

Também sucesso entre os torcedores, o Pantera Cast é o principal canal botafoguense. O projeto teve

início em 2022, reunindo quatro torcedores: Rafael Beraldi, Nicollas Oliveira, Murilo Bernardes e Gabriel Barbosa – nos dias de podcast, junta-se a eles Matheus Gramigna.

Os três primeiros tinham ligação com a comunicação: Beraldi e Oliveira participavam do time audiovisual do Botafogo, Bernardes era estudante de jornalismo (foi também repórter deste Tribuna). Apaixonado por jornalismo e pelo Pantera, Barbosa enviou vídeos pedindo uma chance e passou na 'peneira'.

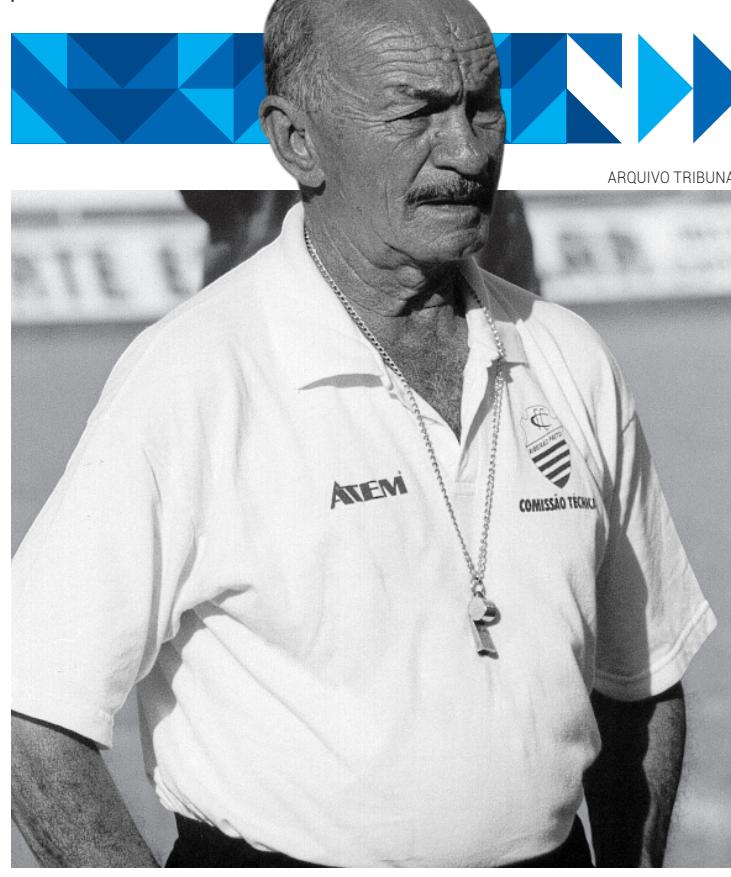
Juntos, são responsáveis pelo podcast que apresenta mais de 600 mil visualizações no YouTube – ao todo são 3,4 mil seguidores na plataforma e outros 8 mil no Instagram.

E qual a fórmula para o sucesso? "Tratamos o Botafogo com carinho. Enquanto a mídia tradicional fala primeiro dos times da capital e destina pouco espaço para o clube, nosso

foco é total", afirma Gabriel Barbosa, que além de integrar o projeto é proprietário de uma oficina mecânica.

"No Pantera Cast o botafoguense também se sente parte integrante", continua. "Enquanto os jornalistas estão distantes da torcida, nós estamos no estádio, na arquibancada, na cativa. Antes do jogo conversamos com os torcedores, comemos e bebemos com eles".

Fazendo eco com Velha Guarda, Murilo Bernardes, único jornalista entre os integrantes da mídia clubística ouvidos pelo Tribuna, destaca que os canais devem ser responsáveis. "Refletimos que é preciso entender o nosso posicionamento e a nossa responsabilidade sobre o que falamos. A gente nunca se preocupou em falar, bater, fazer piada e brincar, mas é necessário cuidado pois quando isso influencia as pessoas e incita o ódio passa a ficar perigoso", adverte.



Alfredinho em sua penúltima passagem pelo Leão do Norte, em 1999

Tribuna - Qual é o segredo

Alfredinho - É o respeito. O treinador não deve se considerar o sabe-tudo. Ele deve fazer um trabalho como ser humano, investindo para que esse tal de jogador de futebol assimile. O técnico deve fazer o mais simples possível, porque o jogador, em geral, não tem muita instrução. É raro o jogador que tem curso superior. Se você fizer as coisas que eles gostam e eles estando satisfeitos, eles chegam lá dentro e correm...

Tribuna - Um jogador de larga experiência estava me dizendo que o senhor pergunta como cada um gosta de jogar...

Alfredinho - (rindo muito)... mas é o que eu digo: eu não vou ensinar ninguém, então eu procuro facilitar o meu trabalho. Até eu descobrir como joga fulano ou beltrano levou um mês ou dois. Se eu perguntar, ele pode me responder. É o caminho mais fácil, e eu já pego tudo no primeiro treino. O orgulho do treinador de futebol é dizer que ele que faz, ele que ensina... não é nada disso...

" Sou bom e barato, por isso gostam tanto de mim

Tribuna - E como é, então?

Alfredinho - Nós temos uma cultura no país muito errada... Aqui, parou de jogar bola, já virou treinador. Até pode ser, mas para ser orientador, a distância é longa. Ele precisa adquirir experiência.

Tribuna - Qual o mistério para ficar tão bem com a torcida do Comercial? Seu retorno (em 1999) foi uma festa.

Alfredinho - É porque eu sempre tive muito sucesso na minha carreira e não cobro. Cobro pouco. Nunca me pagaram direito, ninguém tem um recibo meu, nem mesmo um contrato. É tudo no verbal.

Tribuna - O Afrânio Riul disse certa vez que gostaria de ser um Alfredinho da modernidade, um técnico que alia experiência com psicologia.

Alfredinho - Ele falava como eu, gesticulava como eu... E o Warley (de Carvalho) a mesma coisa. Eu tenho um pouco o dom da palavra, e isso ajuda.

Tribuna - Mas não existe nada além da palavra? O Almir Pernambuquinho falou que você ofereceu doping quando ele jogava no Santos...

Alfredinho - Quero perder a vista se eu mexo com doping. Não tem quem faça eu fazer isso. De fato, eu ofereci uma vez para o Almir, mas eu era cobra mandada. O treinador era o Lula, no campeonato mundial de 62. Eu só perguntei pra ele (Almir) e ele me respondeu que tinha bastan-

Alfredinho Sampaio, o bruxo contador de histórias

Poucos nomes são tão ligados à história do Comercial como Alfredo Sampaio Filho. Cearense de nascimento, ele foi um esforçado ponta-direita com passagens por Ceará, Palmeiras, Santos e Grêmio, entre outros, até chegar a Ribeirão Preto, em 1960, para defender o Leão do Norte em sua estreia na Primeira Divisão.

Não que tenha sido uma passagem ruim, muito pelo

contrário, mas o sucesso com a camisa do Comercial em campo foi muito menor do que como treinador do time. Isso porque, ali, na beira do gramado, teve total identificação com a torcida por décadas.

Em quase 40 anos, entre 1964 e 2000, foram mais de 320 jogos como técnico alvinegro, em 10 passagens. No arquirrival Botafogo, o Tio Alfredinho dirigiu o time em 77 jogos, em quatro trabalhos diferentes.

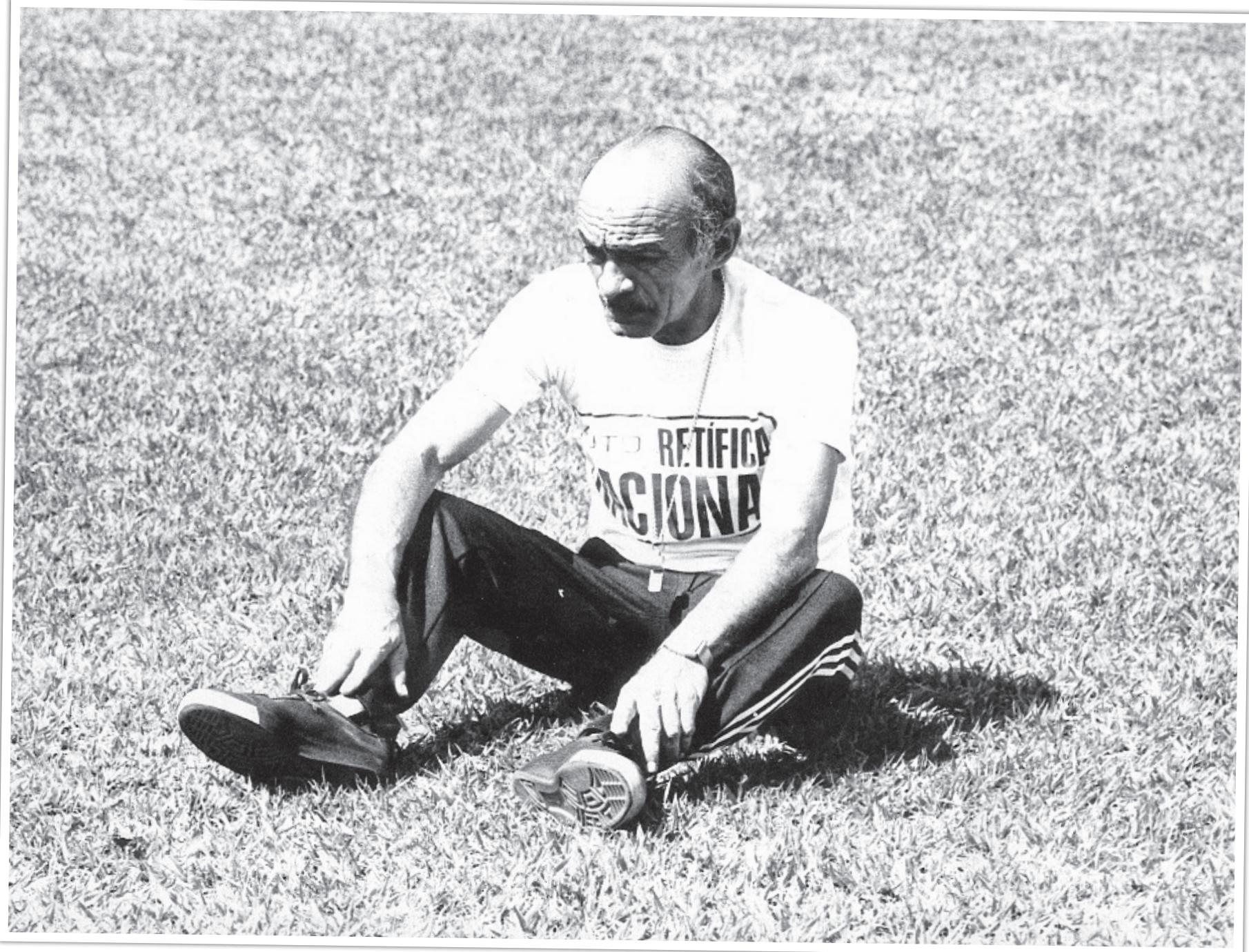
Em 1999, após a saída de Walter Ferreira, o então gerente de futebol Alfredinho Sampaio assumiu o Comercial na Série A2. Logo de cara, uma vitória sobre a Francana. Depois, dois empates, contra Paraguaçuense e Mirassol. O próximo adversário: um embalado Botafogo, na casa do adversário.

Antes do clássico, Alfredinho contou ao Tribuna saborosas histórias de sua

carreira, que agora reproduzimos para os mais conhecermos como era o futebol e os mais experientes matarem a saudade...

Ah, sim, o ComeFogo. Com direito a gol de Divaldo Júnior, o Tricolor goleou por 4 a 0. E o Tio Alfredinho deixaria o cargo logo depois. Mas não seria a última vez. No ano seguinte, aí sim, ele se despediria do Leão do Norte...

ARQUIVO MARCIO JAVARONI



História do treinador se confunde com a do Comercial

te, pelo menos o suficiente. Depois escreveu um livro e jogou essa história. E até hoje tem quem lembre a história. O pessoal do Cartão Verde (TV Cultura), por exemplo, vive falando que o Alfredinho é meio danado e tal, mexe aí com negócio... Macumba, bruxaria, essas coisas eu nem chego perto...

Tribuna - Mas bater bumbo tudo mundo bate...

Alfredinho - Eu não bato, palavra de honra! Sou espírita, onde tem uma mesa branca é capaz de eu frequentar, porque eu acredito no Espírito Santo. Tenho muita fé em Santo Expedito, que, por acaso, é o padroeiro do Comercial.

Tribuna - O senhor tem saudade dessa época do Santos?

Alfredinho - Não, nem torço pro Peixe, como também não torço para o Comercial, nem para ninguém. Sou um profissional limpinho, essa imunidade eu tenho.

Tribuna - Mas o senhor sempre agitou o ComeFogo, por exemplo...

Alfredinho - Mas só quando eu participo. Quando eu não faço, nem ouço. Fiz 33 clássicos e perdi apenas três (NR: na verdade, foram 28 clássicos e cinco derrotas até a data da entrevista), por isso me considero um homem de sorte. Eu peguei o Botafogo, por exemplo, em 1983, para livrar o time do rebaixamento. Foi o ano que lancetei o Raí. Fui apresentado numa sexta-feira, às oito da manhã, treinei dois-toques e fomos jogar contra a Portuguesa, no

Canindé. Ganhamos de um a zero. Em seguida, fomos o Taubaté lá (NR: o jogo terminou empatado, 1 x 1); também ganhamos do Taquaritinga, que estava invicto. Aí veio o Bafo e fizemos um a zero. Derrotamos a Ferroviária em Araraquara (NR: neste campeonato, o Botafogo empatou em Araraquara, mas o treinador era Diede Lameiro). Foram cinco partidas invictas (NR: foram sete partidas invictas; ao todo, apenas uma derrota em nove jogos).

Tribuna - Isso com um contrato milionário?

Alfredinho - Que nada! Se eu salvasse o time ganharia 20 milhões, pois meu contrato era de risco. Aí me chamaram e falaram que 20 milhões era muito para eles e, em quatro diretores, me convenceram e eu deixei por 10 milhões. Todo mundo confirmou que seria dez. Ganhei mais quatro jogos seguidos (sic) e me chamaram de novo: "Ô Tio, dez para nós é muito pesado, vamos refazer o acordo" e essa conversa toda. Aí eu digo: quanto vocês querem me dar, gente? Fala aí pra gente encerrar, porque esse assunto não me interessa. "Nós só podemos dar quatro". Falei rápido: então me dá aí esses quatro, se não da próxima vez que a gente conversar eu vou ter que dar algum pra vocês.

Tribuna - E aí te pagaram?

Alfredinho - Tá bom! O (Odair) Proni era o tesoureiro e o (Mauro) Saquy o diretor. Eles falaram que iam pagar o juro bancário, na base de 10% ao mês, até eu receber. Pas-

sou um ano e pouco, mudou a moeda e quando fui ver o dinheiro não valia porra nenhuma. Aí eu recebi. Por isso é que eles me adoram (risos).

Tribuna - Por falar em dinheiro, correu mesmo grana naquele jogo do Comercial contra o Palmeiras, em 1966?

Alfredinho - O jogo foi vendido. Eu não posso te falar porque não tenho dinheiro para gastar com advogado.

Aquilo é um calcanhar de Aquiles do futebol. O Fernando Atheyde tem alguma coisa de prova, eu não tenho.

O Mário Ricci, que era o presidente, também tem alguma coisa. Eu não sabia de nada, era como se fosse uma menina de 15 anos e perdi a virgindade sem saber o que estava fazendo. Naquela época não tinha regra trés, não podia substituir jogador. E não tinha essa 'casinha de cachorro' que existe hoje (protegendo o banco de reservas e comissão técnica). A gente ficava exposto à pedrada, xingamentos, essas coisas.

" Não torço para o Comercial, nem para ninguém. Sou um profissional limpinho, essa imunidade eu tenho

Tribuna - O senhor confessa ter sido roubado no fute-

bol, mas também já ganhou na base do apito?

Alfredinho - Já, muitas vezes...

Tribuna - E quem comprava?

Alfredinho - Todos nós. Todos nós somos culpados dessa degeneração moral que existe no futebol. A culpa não é individual, é de todos. A modernização não retirou a desonestade do futebol. Tem muitas ramificações daquela época.

Tribuna - E essa história de vender móveis na zona?

Alfredinho - Foi aqui mesmo, no Comercial. Estava em fim de carreira como jogador, em 1962. O Mário Ricci me convidou para ser técnico, porque achava que eu falava muito e tinha cacote para a coisa. Eu era o líder do elenco e todo mundo ficou satisfeito. Cheguei a ser apresentado para todos lá no Costa Coelho. Fiz um discurso bonito e me empolguei todo.

Disse aos jogadores que só assumiria com o aval de cada um. E falei: 'o primeiro FDP que me foder eu vou foder também' (risos).

Ali que eu peguei o apelido de Tio. O Ismael foi quem começou. Mas tinha um diretor que não gostava de mim e acabou contratando o José Agnelli. Disse que eu era muito novato e que poderia, no máximo, ser um auxiliar...

Tribuna - Foi a primeira rasteira, logo de cara...

Alfredinho - ... pois é. Quando eu vi o Agnelli entrar com o diretor, falei para os atletas: 'aí, já me foderam de verde e amarelo'. Falaram até em fazer greve, eu que não deixei. Fui para casa, contei o caso para

minha mulher e disse: 'nós vamos embora para Santos'.

Tribuna - Mas cadê a zona na história?

Alfredinho - Falei para minha mulher: 'se alguém disser que me viu na zona, não se assuste e nem me leve a mal, vou lá vender os móveis'. É o único lugar do mundo onde as mulheres recebem dinheiro vivo durante à noite e gastam na manhã seguinte. Vendi guarda-roupa, sala de visita, vendi tudo. Fiquei só com uma perua DKV, a mulher e dois filhos. E a roupa. Tudo no mesmo dia.

Tribuna - E se mandou para Santos?

Alfredinho - Cheguei lá e fui direto na casa do Lula (ex-técnico do Santos). Ele me perguntou o que estava fazendo lá, era meu compadre, padrinho de crisma do meu filho. Disse que havia sido mandado embora do Comercial e que precisava de emprego, qualquer coisa serviria. Conversou com minha patroa, mandou eu deixar ela na casa da mãe, e falou que às três horas iria me apresentar como auxiliar técnico dele, daquele time que não perdia, com Pelé e tudo!

Tribuna - Não poderia haver começo melhor...

Alfredinho - Quanto você lá perguntou ele. Eu exagerei, falei que ganhava vinte. E ele respondeu: 'pois você vai ganhar oitenta e mais a metade do bicho, tá bom?!'. Puta merda se estava. Em seis meses comprei três apartamentos e dois carros.


Pedro Baiano sepultou quase uma cidade inteira

Ele havia deixado a Bahia, mais precisamente Juazeiro, às margens do São Francisco, 40 anos antes. Em Ribeirão Preto, sem emprego e lugar para morar, decidiu bater às portas do cemitério da Saudade. Nunca mais saiu de lá... Esse é Pedro de Luna, conforme a certidão de nascimento, ou o Pedro Baiano, para os amigos mais próximos!

Ele foi personagem de matéria no Tribuna Ribeirão ao completar 35 anos no cemitério, onde trabalhava desde 1963. "Iniciei como auxiliar, preparando cimento e colocando tijolos. Depois fui promovido a coveiro", contou Baiano.

Na época, ele não imaginava quantas pessoas havia enterrado. Mas, numa conta rápida, seguindo a média diária de três sepultamentos por dia, o jornal creditava ao coveiro a participação na cerimônia final de, pelo menos, 10% das cerca de 16 mil pessoas que estavam no local. "Já enterrei uma cidade, moço", conformava-se ele, sem medo de errar.

Se não se recordava a quantidade ou mesmo o primeiro sepultamento, alguns não saíam da cabeça de Pedro Baiano. "No enterro do Nogueira (Antônio Duarte Nogueira, duas vezes prefeito de Ribeirão Preto) saí daqui à noite. Tava tudo marcado para as cinco da tarde, mas o povo não queria deixar o enterro seguir de jeito nenhum. As mulheres se jogavam em cima do caixão e não havia como a gente sepultar o 'se' Nogueira. O homem era muito queri-



Pedro Coveiro em ação no cemitério da Saudade

do. Só cheguei em casa depois das oito da noite".

E a maior emoção, para ele, era enterrar os pequenos. "Não posso ver caixão de criança que dá vontade de chorar. A gente trabalha há tempo nisso, mas ainda tem coisa que mexe com todo mundo. É muito doloroso enterrar uma criança".

Aos 62 anos naquela época (se vivo, terá hoje 89 anos),

Baiano tinha motivos para se emocionar durante o sepultamento de crianças. "Meu caçula morreu quando tinha 10 anos. Meus amigos não me deixaram enterrar o menino. Fiquei acompanhando junto com a mulher e os outros dois filhos. Quando desci o caixão, a dor invadiu a alma da gente. Não é fácil suportar a perda de um filho, mesmo convivendo diariamente com a morte".

Apesar de ter sido proibido de realizar o enterro do filho, ele já havia sepultado muitos colegas de profissão. "Enterrei o Pedro Basílio, que era o coveiro mais antigo do cemitério. Ele foi meu professor, além de ser muito meu amigo. Também sepultei o Tiberinho e o Vitorio Breda, dois bons coveiros. Mas, a natureza é assim mesmo... Para morrer, basta estar vivo",

filosofou Pedro, que passava oito horas por dia no cemitério da Saudade.

Rotina? Abrir e fechar covas, cuidar da manutenção, limpeza e conservação dos túmulos. Medo? Não era dos cadáveres, talvez dos escorpiões, que dominam as galerias subterrâneas da necrópole. "Tenho medo é de gente viva, dos mortos não tenho medo não. Tenho medo dos escorpi-

ões. Já fui picado uma vez, mas nem procurei médico. O veneiro saiu no suor", brincou.

"Tem muita gente ruim que vem aqui de noite para roubar dente de ouro. Muitos túmulos já foram destruídos, e a gente encontrava os ossos fora da sepultura. Aliás, durante um enterro, encontrei um dente de ouro e devolvi à família. Nunca peguei nada dos mortos", orgulhava-se.

Coveiros famosos nas redes sociais



Amaral, de coveiro a jogador da Seleção Brasileira



Cantor britânico incentivou lenda urbana sobre ter sido coveiro

As redes sociais abrigam coveiros famosos. Um deles é Paullo Lima (@paulolima99), que se autodenomina Sr. Cimit. Com mais de 300 mil seguidores no Instagram e vídeos com mais de 3 milhões de visualizações, ele conta que seu sucesso é tanto que tem gente que espera o fim do enterro para tirar foto ao seu lado. "Olha, é o senhor

Cimit", brinca ele, que vive em Barbacena (MG).

Longe dali, mas ainda mais "famoso", está o goiano Junior Covas (@cjmanin). Próximo de 1 milhão de seguidores no Instagram, ele é coveiro na França desde 2014. Em seu perfil, Junior mostra a rotina diária do trabalho, que incluiu não apenas a abertura de co-

vas, mas a limpeza e construção de túmulos.

Quase coveiro

Alguns não chegaram a trabalhar como coveiros, mas adotaram a profissão como marketing. Quem não se lembra de Alexandre da Silva Mariano, o Amaral, meio-campista do Palmeiras, Corinthians e

até da Seleção Brasileira?

Ele chegou, inclusive, a adotar o apelido Amaral Coveiro, mas nunca trabalhou na profissão. Antes de iniciar a carreira nos gramados, foi responsável pela jardinagem de um cemitério em Capivari, sua terra natal, além de arrumar, maquiar e vestir os defuntos na funerária da cidade.

Lenda urbana

Assim como o mito de que não há enterro de anão, não é verdade que o cantor e compositor britânico Rod Stewart tenha trabalhado profissionalmente como coveiro. Depois de ajudar a espalhar, ele mesmo confessou que, na verdade, trabalhou por um curto período com

pequenos trabalhos manuais no Cemitério de Highgate, em Londres, como ajudar a marcar covas.

Rod Stewart admitiu que gostou da lenda urbana de que era coveiro e até a alimentou para dar um toque misterioso à sua história, mas confirmou que foi apenas uma pequena parte de seu passado.

Rodízios para todos os gostos

Primeiro foram as churrascarias. Nos anos 1960, por iniciativa de Albino Ongaratto, na Churrascaria 477, em Jacupiranga (SP), surgiu o sistema de espeto corrido, o tradicional rodízio, de forma acidental, quando os garçons se atrapalharam para atender todos os pedidos num dia de grande movimento.

Depois, vieram as pizzas, na década seguinte, na capital paulista. Segundo a lenda, a receita veio com o empresário Sérgio Della Croci, em 1976, proprietário do Grupo Sérgio, o qual, aliás, originou gigantes da gastronomia como o Habib's e o Sheik.

Em Ribeirão Preto, em 1999, o rodízio dominava a preferência. E existiam opções para todos os gostos e bolsos.

O tradicional churrasco ainda era o preferido. A Churrascaria Porto Alegre,

segundo o gerente Nick Mazzorosqui, recebia em média 1,2 mil pessoas durante a semana, de segunda a sexta. No almoço, cada uma pagava R\$ 15,90 e, no jantar, R\$ 10,90.

Na Coxilha dos Pampas, o valor era um pouco mais alto, R\$ 21,50 no almoço e R\$ 12 no jantar, mas o cliente podia se deliciar com 22 tipos de carnes e 23 saladas diferentes na pista fria.

A novidade eram os rodízios de peixes e sanduíches – que incluíam, ainda que sem esse nome, a hoje conhecida 'comida de boteco'.

No Peixe Frito, o rodízio servia uma grande variedade de espécies, de água doce ou salgada, como surubim, cascudo, namorado, pintado, lambari e tucunaré. Pensa que é só? Que nada! O rodízio, que custava R\$ 7,80 por pessoa, incluía quibes, bolinhos de camarão e bacalhau. "Cupim, costela e outras carnes acompanham os peixes. E o cliente ainda tem direito a uma porção de arroz e salada", explicava o gerente da casa, Kenji Oga.

Sucesso principalmente entre os mais jovens, o rodízio de lanches oferecia 14 opções diferentes. O lanche servido era um pouco menor do que o convencional, mas os recheios davam água na boca: carne e queijo, linguiça, frango e lagarto, entre outros.

"Atendemos de terça a domingo. Cobramos R\$ 5,99 por pessoa. Se houver desperdício, aplicamos uma taxa extra de R\$ 8", advertia Antônio Carlos Pinto Tavares, proprietário da rede Boi Bom, que afirmava atender cerca de mil clientes por semana.

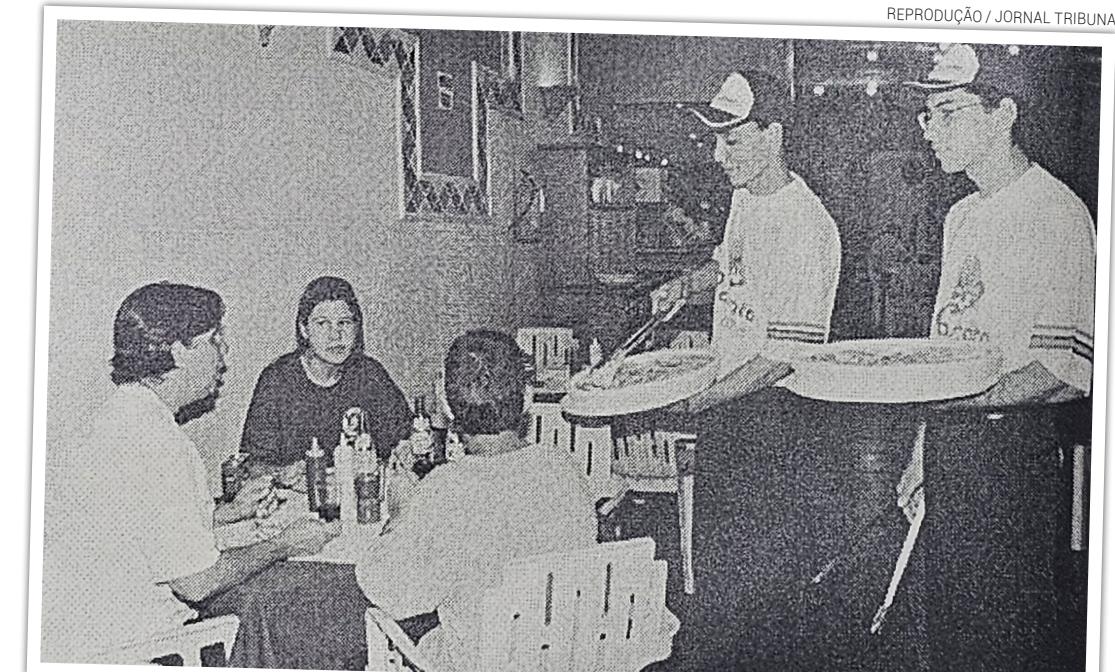
Com valores mais populares, havia os rodízios de fran-

nhos de camarão e bacalhau. "Cupim, costela e outras carnes acompanham os peixes. E o cliente ainda tem direito a uma porção de arroz e salada", explicava o gerente da casa, Kenji Oga.

Sucesso principalmente entre os mais jovens, o rodízio de lanches oferecia 14 opções diferentes. O lanche servido era um pouco menor do que o convencional, mas os recheios davam água na boca: carne e queijo, linguiça, frango e lagarto, entre outros.

"Atendemos de terça a domingo. Cobramos R\$ 5,99 por pessoa. Se houver desperdício, aplicamos uma taxa extra de R\$ 8", advertia Antônio Carlos Pinto Tavares, proprietário da rede Boi Bom, que afirmava atender cerca de mil clientes por semana.

Com valores mais populares, havia os rodízios de fran-



Pizza por R\$ 3? Sim, no rodízio da Pizzaria Cascata, há 26 anos

go, salgados e pizza.

Na Chicken Pizza, por R\$ 3,90 por pessoa, era possível saborear o rodízio de peito e sobrecoxa de frango frito. Suspen-

so há cerca de um mês na época da matéria, o sistema do Tira Gosto incluía pasteis de carne, queijo e palmito, além de quibes, esfihas, empadas e pães de quei-

jo. Por fim, pagando apenas R\$ 3, era possível saborear 13 tipos de pizzas, de segunda a quinta (nos finais de semana o valor aumentava, R\$ 4).



"Entre aspas"

O que disseram ao Tribuna Ribeirão

"Na hora da tristeza, existem os que choram e os que vendem lençóis".

"Depois da crise da Rússia, as únicas empresas que podem dizer que cresceram foram as que vendem placas de 'aluga-se' ou 'vende-se'".

"A previsão, não. Será no dia 29 de setembro (de 1999)".

"O Romário ganha R\$ 135 mil por mês e mal consegue levar 40 mil pessoas ao Maracanã. Por que não posso ganhar bem se levo 60 milhões para a frente da TV todos os dias".



Luiz Médici, superintendente do Ribeirão Shopping, sobre a criatividade dos comerciantes locais que permitiu o crescimento das vendas em 1998, mesmo diante da crise econômica.



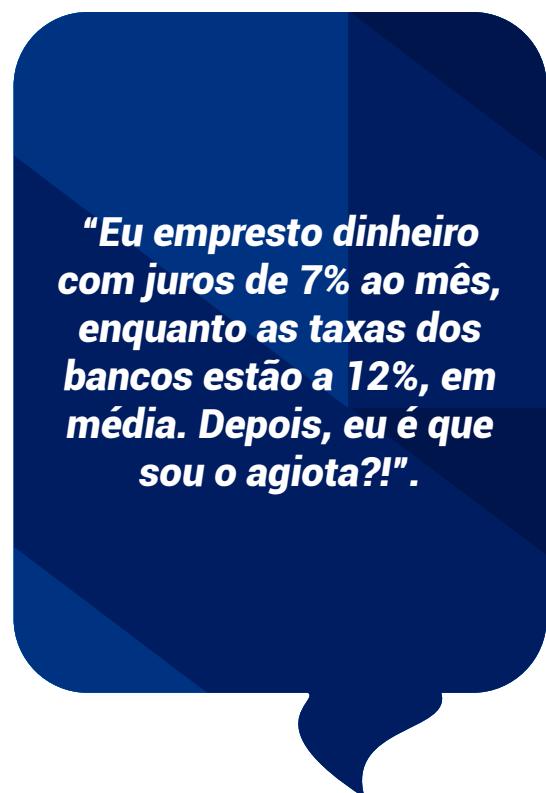
Guilherme Afif Domingos, empresário e político, presidente nacional do Sebrae, deputado federal, secretário estadual (por diversas vezes e secretarias), ministro da Secretaria da Micro e Pequena Empresa, e vice-governador de São Paulo (2011-2015). A frase, pronunciada durante palestra na ACIRP, em 1999, se manteve atualizada pelas duas décadas seguintes.



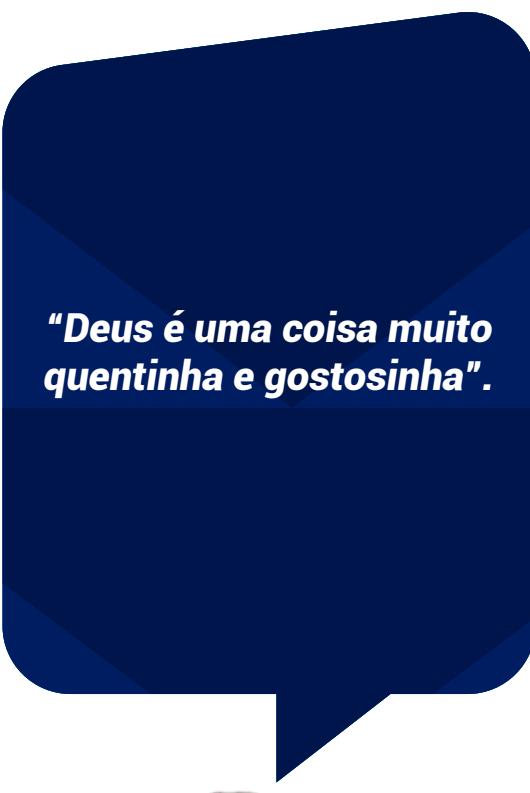
Jaimes Almeida Júnior, empresário, diretor do grupo Almeida Júnior, garantindo a data de inauguração do Shopping Santa Úrsula. O centro de comprar, então terceiro de Ribeirão Preto, foi realmente aberto no dia prometido.



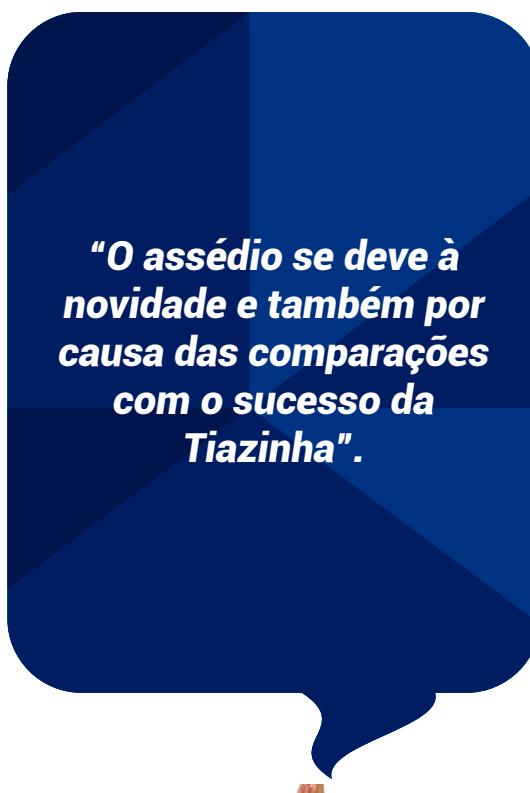
Aguinaldo Silva, dramaturgo e escritor brasileiro, autor de novelas de sucesso como Vale Tudo (1988/89), Roque Santeiro (1985/86), Tieta (1898/1990) e Império (2014/2015).



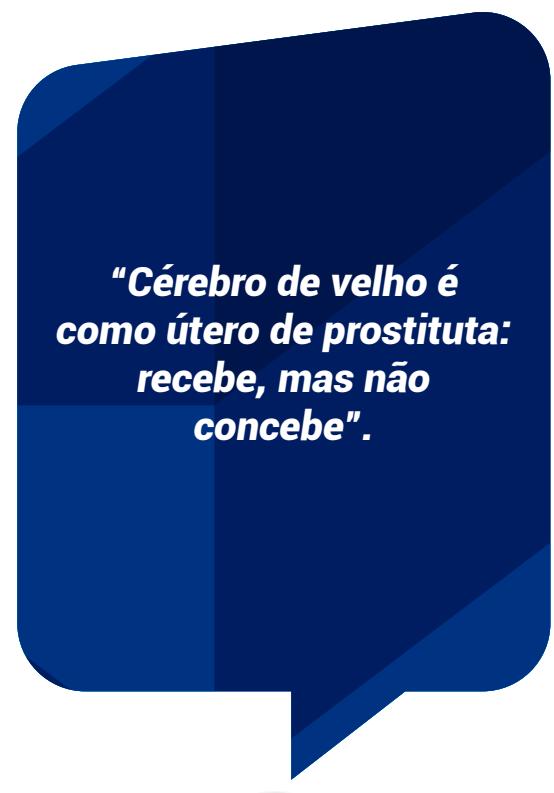
"Eu empresto dinheiro com juros de 7% ao mês, enquanto as taxas dos bancos estão a 12%, em média. Depois, eu é que sou o agiota?!".



"Deus é uma coisa muito quentinha e gostosinha".



"O assédio se deve à novidade e também por causa das comparações com o sucesso da Tiazinha".



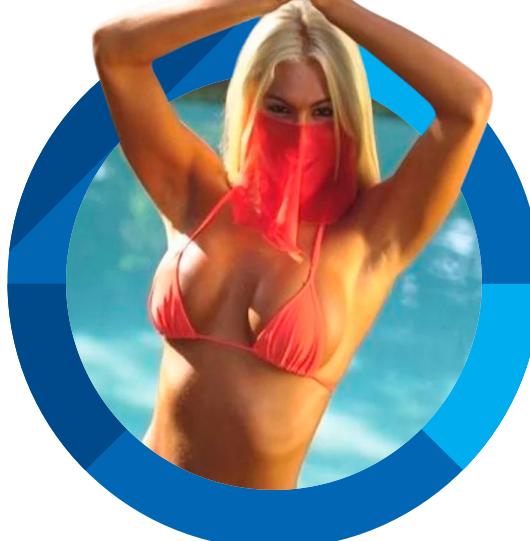
"Cérebro de velho é como útero de prostituta: recebe, mas não concebe".



Comerciante informal de dinheiro, na tradicional esquina da Única, ao questionar quem seriam os verdadeiros agiotas.



Sônia Hernandes, bispa da Igreja Renascer, que havia acabado de comprar a Rede Manchete. Na mesma entrevista, ela disse que "Jesus Cristo era um cara muito pirado. Não morreu, só deu um tempo".



Joana Prado, a Feiticeira, minimizando os atributos físicos ao comentar os motivos do sucesso da personagem.



Roberto Campos, ex-senador pelo PPB carioca.